



Museus e mídia: contribuições da perspectiva da midiatização para analisar a comunicação dos acervos midiáticos em museus locais do Rio Grande do Sul¹

Museums and media: contributions from the perspective of mediatization to analyze the communication of media collections in local museums in Rio Grande do Sul

Luiza Gutheil Bayer
Ada Cristina Machado Silveira

Palavras-chave: Museus locais; Comunicação; Midiatização.

Os museus locais buscam evidenciar a identidade local, ser mais próximos da comunidade e representar a realidade da sociedade à sua volta; podem evidenciar história, memória e patrimônio de territórios, cidades, parques naturais, entre outros (Varine-Bohan, 2008). Ao compreendermos os museus locais como um reflexo de sua comunidade, podemos entender que os processos de midiatização evidenciam-se na comunicação de suas exposições, visitação e ações educativas, por exemplo. O presente texto apresenta reflexões integrantes de uma pesquisa ainda em fase inicial, que busca compreender qual a abordagem comunicacional dos museus locais do Rio Grande do Sul. A análise desenvolve-se a partir da comunicação de acervos midiáticos em museus locais do estado e da compreensão de seus gestores sobre comunicação.

A partir disso, o presente trabalho busca refletir sobre as contribuições da abordagem da midiatização para a análise da comunicação dos acervos midiáticos em

¹ Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS.



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

museus locais do Rio Grande do Sul. Como referencial teórico dessa investigação tem-se especialmente as compreensões de Ferrara (2022) e Hepp (2014) acerca da midiatização. Além disso, Cury (2005 e 2009), Remelgado (2014) e Ferreira (2020), são trazidos para o debate sobre Comunicação museológica e análise comunicacional de exposições. Marques e Martino (2017) e Varine-Bohan (2008) embasam as reflexões sobre Tempo e Museus Locais.

Ao evidenciar a discussão sobre comunicação em museus, destaca-se a retrospectiva apresentada por Cury (2005, p.27) de autores que relacionam comunicação e museus nas pesquisas ao longo do tempo, desde Duncan Cameron em 1968 abordando a cadeia emissor-meio-receptor-feedback, baseada na teoria da informação e no entendimento de comunicação como transmissão de informação, até sua própria pesquisa que discutiu a recepção nos museus por um olhar comunicacional. Destacam-se ainda outras pesquisas que buscaram aproximar de alguma forma as temáticas de comunicação e museus, seja analisando o comportamento do público, as representações ou as exposições, como é o caso da análise de estratégias de visita de Verón e Levasseur (1989) citadas por Cury (2005) e utilizadas por Ferreira (2020, p.1) por conta da “riqueza do objeto, do método e da metodologia explícitos e implícitos nesse estudo para se pensar a linhagem de pesquisa-mediatização e processos sociais”.

A distinção entre Comunicação em museus e comunicação museológica é trazida por Cury (2009, p.270), que destaca seus diferentes sentidos. Enquanto a primeira está ligada às ações em um museu, a segunda está ligada à subárea de conhecimento da museologia. Nesse contexto, reitera-se que além de conservar, interpretar e expor os vestígios do Homem, um dos mais importantes objetivos e maiores desafios dos museus é a comunicação com o público (Remelgado, 2014, p.5). Contudo, a proximidade entre o museu e o público não fica entre as buscas prioritárias dos museus, pois leva-se em conta as demandas vindas de questões como a diversidade de recursos atualmente disponíveis, especialmente digitais (Remelgado, 2014), que



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

tornam a comunicação um fenômeno que necessita permanentemente de atualização e exige planejamento.

Com a realidade da tecnologia da informação e da comunicação alterou-se a forma como as pessoas se relacionam com o mundo e com os outros (Remelgado, 2014, p.23). Esta questão afetou a sociedade em geral incluindo os museus, que precisaram se enquadrar nessa realidade, não só para divulgação de seus acervos e espaços, mas também para utilização dos muito diversificados instrumentos de comunicação já aplicados neles, como as exposições, por exemplo. Entende-se que nos museus locais essas mudanças e exigências foram percebidas com ainda mais dificuldade por falta de recursos necessários para a atualização desses espaços e dos profissionais que neles atuam. Cita-se essa questão para o entendimento de que os profissionais de museus locais, durante suas atividades diárias, são os principais responsáveis pela proximidade e interação desenvolvida e conquistada entre o público e o museu.

Após estes breves apontamentos, que evidenciam as abordagens comunicacionais de museus, além da compreensão de comunicação para museologia como a transmissão ou troca de informações através das exposições, ações educativas ou até mesmo pela análise da recepção do público visitante, destaca-se a importância de aprofundar, em futuros trabalhos, a discussão sobre a noção de comunicação em museus e as diferenças da compreensão de comunicação nas áreas museológica e comunicacional. Dito isto, para fins do presente artigo entende-se por comunicação em museus ou abordagem comunicacional, a forma como são apresentados os objetos, como interagem com seu público e como significam para as comunidades, especialmente as locais, que se relacionam com os objetos midiáticos gerando diferentes significações ao longo do tempo. A questão da relação entre a mídia e sociedade, pela perspectiva da midiatização, é o que nos propomos refletir a seguir.

Valdettaro (2015, p.187) argumenta que a articulação entre os processos de modernização e de midiatização produzem complexas atribuições de sentido às representações de atualidade. Destaca-se que para Ferrara (2022, p.16) é necessário



também compreender como mídiatização e meios técnicos se relacionam ou se conectam. Pensando sobre as mudanças da sociedade, a autora (2022, p.17) afirma que a comunicação surge como um elemento construtor da realidade social e seus processos de transformação, o que torna a mídiatização, nesse ponto, um experimento social pelo qual experienciamos a capacidade de invenção. Ferreira (2020, p.3) conceitua mídiatização como a materialização em meios da experiência mental. Já Hepp (2014, p.51) destaca que mídiatização pode ser definida como um conceito usado para analisar, de maneira crítica, a inter-relação entre a mudança da mídia e da comunicação; e também da mudança da cultura e sociedade. Ferrara (2022, p.21) ressalta que a epistemologia da mídiatização deve atentar-se a como a técnica se dispersa e invade o cotidiano social.

Para Hepp (2014, p.46) o próprio termo mídiatização sugere um processo de mudança. As evoluções nas formas comunicativas andam junto às mudanças da mídia, conforme Hepp (2014, p.49), a partir de Krotz (2001). Com isso, reitera-se a importância de pensar o desenvolvimento da comunicação midiática e da sociedade ao longo do tempo e é neste viés que se propõe compreender como o desenvolvimento da sociedade relacionado ao desenvolvimento da mídia é representado nas exposições dos acervos midiáticos em museus locais.

Valdettaro (2015, p.198), a partir de Frutos (2013), destaca que conhecer a comunicação contribui para entender melhor a sociedade. Reflete-se, com isso, se através da comunicação museal, as marcas e vestígios da comunicação de cada época podem colaborar para compreender os sujeitos de diferentes períodos. A partir da compreensão de que diferentes áreas de fazer científicos apresentam diferentes olhares sobre determinado objeto e de que um museu, entre outras coisas, compartilha conhecimento, ressalta-se a importância de um olhar comunicacional sobre a representação do desenvolvimento das comunicações relacionadas à sociedade nas exposições museais; e reitera-se a importância de destacar o lugar central da



comunicação na sociedade contemporânea e o valor do conhecimento comunicacional para compreender as particularidades de cada tempo.

Ao destacar que a relação entre o presente e passado não é unilateral, Marques e Martino (2017, p.195) afirmam que “A rememoração é gesto criador e transformador que abre espaço para a construção ativa e constante do presente”. Nesse contexto, torna-se interessante o pensamento sobre museus locais, definidos por Varine-Bohan (2008, p.15) como os vinculados de alguma forma a um “território, vila, pequena região, cidade, bairro, sítio industrial, parque natural”. Destaca-se que estes museus são geralmente pequenos e com poucos recursos, mas com proximidade e notável influência sobre a comunidade a que servem (Varine-Bohan, 2008). Ou seja, os museus locais tem relação com a comunidade local, trazendo em suas exposições características dos objetos, mas também referências dos usos e relação desses com a sociedade, destacando a importância de se compreender o passado para pensar o presente.

Ferreira (2020) em reflexão sobre as observações de Verón e Lévassour (1989) entende que a exposição como meio midiático antecipa uma abrangência dos objetos de investigação sobre a midiática. Considerando que objetos midiáticos fazem parte de algumas dessas exposições faz-se interessante a definição do próprio termo mídia utilizado por Hepp (2014, p.46) como mídia de comunicação técnica. O autor inclui na utilização desse termo a televisão, o celular, as redes sociais, entre outros tipos de mídia usados na expansão das capacidades de comunicação além do aqui e agora. No caso dos museus locais, os vários tipos de mídia são apresentados, com o apoio do objeto midiático, tecnicamente, mas também como reforço para identidade e representatividade local, a partir da relação entre sociedade e objeto.

Ressalta-se que para Hepp (2014), a midiática é uma abordagem teórica que pensa a evolução das sociedades e das mídias a partir da interação destas, o que colabora para refletir sobre a interação da mídia com a sociedade e representação dessa relação nas exposições museológicas. Destaca-se o conceito citado por Hepp (2014, p.53) de “mundos midiáticos” (Hepp, 2013: 75ff; Krotz e Hepp, 2013), que para o



autor mobiliza certos fragmentos de mundos ou mundos sociais, que dependem constitucionalmente de uma articulação pela comunicação midiática. Esses mundos midiáticos podem ser pesquisados a partir de vários aspectos, dos quais Hepp (2014, p.53) destacou que: eles têm uma rede de comunicação além do territorial, existem em várias escalas e são entrelaçados entre si. Esse pensamento se faz interessante para pensar como os acervos e os museus locais se conectam, podendo ser compreendidos como rede.

Ressalta-se assim, que o viés da mediação de pensar a relação entre as mudanças sociais e midiáticas contribui para as reflexões sobre os acervos midiáticos nos museus locais, entendendo esses como espaços próximos ao público, com referências identitárias e com objetos apresentados também pela relação com a comunidade local, facilitando assim a compreensão da relação objeto-homem ligados em processos de modernização. A partir das ideias apresentadas neste texto entende-se que há uma gama de possibilidades a ser explorada no campo de pesquisa sobre comunicação e museus através da abordagem da mediação e é nesse espaço que se compreendem interessantes estudos futuros sobre a rede de museus locais com exposições de acervos midiáticos no Rio Grande do Sul.

Referências

CURY, Marília Xavier. **COMUNICAÇÃO MUSEOLÓGICA: UMA PERSPECTIVA TEÓRICA E METODOLÓGICA DE RECEPÇÃO**. 2005. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

CURY, Marília Xavier. **Novas Perspectivas para a Comunicação Museológica e os Desafios da Pesquisa de Recepção em Museus**. In: I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola, Fundação Dr. Antonio Cupertino de Miranda, Porto, 2009.



Anais de Resumos Expandidos

VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

FERRARA, L. D'A. 2022. **O que se diz e o que se pensa**. In: FERREIRA, J, et. al. (Org.) Sapiens midiaticizado. Conhecimentos comunicacionais na constituição da espécie (pp.15-25). Santa Maria: FACOS-UFSM, 2022.

FERREIRA, J. G. **O objeto, o método e a metodologia na pesquisa da circulação e midiaticização** (inferências a partir da obra *Ethnographie de l'exposition*). Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 27, p. 1-17, jan.-dez. 2020.

HEPP, A. **As configurações comunicativas de mundos midiaticizados**: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. *MATRIZES*, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

MARQUES, A.C.S.; MARTINO, L.S. **Articulações e tensionamentos do tempo nas teorias da Comunicação**. *Contracampo*. v. 36, n. 3, 2017.

REMELGADO, Ana Patrícia Soares Lapa. **Estratégias de Comunicação em Museus: Instrumentos de Gestão em Instituições Museológicas**. 2014. Tese (Doutorado em Museologia) – Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, 2014.

VALDETTARO, S. (Org). **Epistemología de la Comunicación**. Una introducción crítica. Rosário-Argentina: UNR Editora, 2015.

VARINE-BOHAN, Hughes de. **Museus e Desenvolvimento Social**: um balanço crítico. In: *Museus como agentes de mudança social e desenvolvimento: propostas e reflexões museológicas / coordenação, Maria Cristina Oliveira Bruno, Katina Regina Felipini Neves*. – São Cristóvão: Museu de Arqueologia de Xingó, 2008.