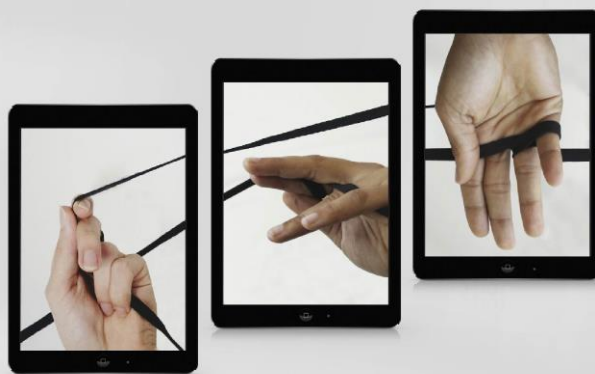


MUSEUS HIPERCONECTADOS

novas abordagens, novos públicos



Há 200 anos surgia o primeiro museu no Brasil: o Museu Nacional/UFRJ, no Rio de Janeiro (RJ). De lá para cá, muita coisa mudou, seja na sociedade como também no fazer museal. Os públicos de hoje, cada vez mais exigentes e segmentados, ensejam novas abordagens, especialmente em uma era na qual a internet ampliou em larga escala a produção e o acesso à informação.

O modo de interação dos museus com seu entorno, especialmente nos grandes centros urbanos, foi definitivamente impactado com o avanço da conectividade digital. Para alguns, a interação entre pessoas e máquinas tornou-se capital. Para outros, ainda há limites a serem superados para dar conta do novo paradigma digital.

Acreditamos que os museus devem apostar em iniciativas que busquem pela via tecnológica se (hiper) conectar aos seus antigos e novos públicos. Investimentos em digitalização e preservação de acervos, desenvolvimento de sítios web interativos, presença ativa nas redes sociais, uso de aplicativos e softwares para mediação são alguns dos caminhos nessa nova trama.

Na perspectiva dos profissionais do campo museal, a era digital apresenta desafios, mas cria oportunidades de aumento exponencial da influência destes agentes culturais na sociedade do conhecimento. A tarefa social da curadoria digital, sobre o que precisa de fato ser arquivado digitalmente, em qual formato e com qual documentação, emerge no século 21 como experiência participativa e colaborativa com os públicos interessados. Mas deve caber aos profissionais e pesquisadores o papel de ativadores e moderadores do processo. Para tal precisam estar preparados, em sintonia com a modernização de suas instituições e com as políticas estabelecidas para o setor.

Por mais que o digital seja um caminho sem volta, é relevante ressaltar que nem todo fazer museal deve assentar apenas em uma estratégia desse nível. Segundo dados recentes¹, 54% dos domicílios tem acesso à internet no Brasil. Ou seja, 46% da população ainda não está incluída, mesmo com o crescente

¹ Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2016. Cetic.br/CGI.BR. Disponível em https://cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_2016_LivroEletronico.pdf.

número de conexões via smartphones e tablets. É preciso ainda se dedicar àqueles ‘fios’ (indivíduos) que estão offline, especialmente em áreas periféricas, rurais e regiões de difícil acesso.

Que novas abordagens são necessárias para engajar quem não está online? Que outras formas, para além da internet, estão disponíveis para se criar e estreitar laços com o meio onde se atua? Como estratégias online e offline podem fortalecer as relações entre pequenos museus, processos museais e as comunidades onde se localizam? Como grandes museus podem tornar mais fortes os fios que os conectam aos diversos extratos sociais nos grandes centros urbanos? Vemos aí um campo importante para a atuação.

Será que o mundo hiperconectado se difere daquele outro artesanal, da comunicação boca a boca e de adereços feitos de papel crepom? O que eles têm em comum?

É impossível compreender o papel dos museus sem considerar as possíveis conexões entre essas instituições e seus públicos, sejam elas intermediadas pelos sujeitos e pelas políticas museais, sejam pelas tecnologias. Amplia-se, dessa forma, o atendimento às demandas por pertencimento, participação, acessibilidade e diálogo das comunidades, segmentos e grupos sociais, com as instituições museais. Ampliam-se também, por consequência, o olhar, a criticidade, as percepções, o conhecimento, as informações dos novos públicos incluídos. Inverte-se a ordem de museus como espaços sagrados e de públicos como meros receptáculos passivos.

Diante de um cenário fluido, onde convergem seres humanos e máquinas, traçar o perfil dos visitantes para subsidiar ações com foco em públicos específicos e trazer a contribuição dos interessados para dentro do museu são caminhos que podem levar a instituição a reforçar as relações com seu entorno.

Esse movimento de abertura e inclusão tende a gerar uma modalidade de ação mais ‘colaborativa’ e ‘descentralizada’ – palavras-chave na contemporaneidade digital. No século 21, o museu deve caminhar junto com o seu público – ou seja, novos públicos pedem sim novas abordagens!

O tema “Museus hiperconectados: novas abordagens, novos públicos” cria um amplo espectro de caminhos a serem tomados. Mesmo com o destaque para o aspecto digital, ressaltamos o papel essencial das relações interpessoais nos museus: as memórias têm cheiro, cor, gosto...e isso é ainda demasiadamente humano.

Instituto Brasileiro de Museus