
**APROXIMAÇÃO EM TEMPOS DE DISTANCIAMENTO:
MUSEUS EM CONTEXTOS VIRTUAIS DURANTE A PANDEMIA**

**CLOSENESS IN TIMES OF DISTANCE:
MUSEUMS IN VIRTUAL CONTEXTS DURING THE PANDEMIC**

**APROXIMACIONES EN TIEMPOS DE DISTANCIA:
MUSEOS EN CONTEXTOS VIRTUALES DURANTE LA PANDEMIA**

Cristina Carvalho¹
Gabriela Campolina²

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo dialogar teoricamente com o conceito de museu, educação museal e educação museal on-line, considerando o contexto específico de pandemia. São apresentados dois casos de digitalização de exposições de museus universitários e análise de uma instituição: o Museu do Isolamento Brasileiro, espaço totalmente digital, inaugurado durante a pandemia na rede social Instagram. Considerando a presença cada vez maior de museus digitais, inclusive através de redes sociais, propõe-se uma discussão sobre o que é museu, partindo do conceito apresentado pelo Conselho Internacional de Museus (ICOM) em 2007, que está sendo rediscutido, e elaboração de hipóteses sobre o cenário museológico durante e após o período pandêmico. Para a elaboração do artigo, foi realizada uma revisão de bibliografia sobre a temática de educação museal, museologia social, redes sociais e o contexto da pandemia. Tomando como caso de análise a fundação do Museu do Isolamento Brasileiro, foi realizada uma entrevista estruturada com a fundadora do museu por meio da plataforma digital Whatsapp. Com o desenvolvimento do estudo, foi possível concluir que processos de digitalização dos espaços museais já estavam presentes antes da pandemia, porém, foram intensificados por conta do cenário apresentado, sendo então apresentadas novas possibilidades do que é ser museu no século XXI.

PALAVRAS-CHAVE: Educação museal. Museus. Redes Sociais. Cultura Digital. Pandemia.

ABSTRACT

This article aims to theoretically dialogue with the concept of museum, museum education and online museum education, considering the specific context of the COVID-19 pandemic. Two cases of digitalization of exhibitions from university museums are presented along with an analysis of an institution: the Brazilian Isolation Museum, a fully digital space created on Instagram in the first months of the pandemic. Considering the increasing presence of digital museums, including those displayed on social media, a discussion about what is a museum is proposed, starting from the concept presented by the International Council of Museums (ICOM) in 2007, which is currently being revisited, and the elaboration of hypotheses about the scenario of museums during and after the pandemic period. For the elaboration of the article, a bibliography review was carried out on the theme of museum education, social museology, social networks and the context of the pandemic. Taking as an analysis case the foundation of the Brazilian Isolation Museum, a structured interview was carried out with

Submetido em: 13/10/2021 – **Aceito em:** 03/08/2022 – **Publicado em:** 23/09/2022

¹ Cristina Carvalho, Doutora em Educação (PUC-Rio), Professora Associada do Programa de Pós-Graduação em Educação da PUC-Rio. Diretora do Departamento de Educação da PUC-Rio. Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Educação, Museu, Cultura e Infância (GPEMCI/PUC-Rio). E-mail: cristinacarvalho@puc-rio.br
Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-5261-0474>

² Mestranda em Educação pela PUC-Rio. Formada em Pedagogia pela PUC-Rio. Integrante do Grupo de Pesquisa em Educação, Museu, Cultura e Infância (GPEMCI). gabicampolinazeredo@gmail.com

the museum's founder through the digital platform Whatsapp. With the development of the study, it was possible to conclude that the process of digitization of some museums was already present before the pandemic, however, it was intensified due to the scenario presented by the pandemic, and new possibilities of what it is to be a museum in the 21st century are then coming forward.

KEY WORDS: Museum Education. Museums. Social Networks. Digital Culture. Pandemic.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo dialogar teóricamente con el concepto de museo, educación museística y educación museística on-line, considerando el contexto específico de la pandemia del COVID-19. Se presentan dos casos de digitalizaciones de exposiciones de dos museos universitarios y el análisis de una institución: el Museo Brasileño del Aislamiento, un espacio totalmente digital creado en Instagram en los primeros meses de la pandemia. Considerando que la presencia de los museos digitales es cada vez mayor, incluidos los exhibidos en las redes sociales, se propone una discusión sobre qué es un museo, a partir del concepto presentado por el Consejo Internacional de Museos (ICOM) en 2007, el cual actualmente está siendo revisado, y la elaboración de una hipótesis sobre el escenario de los museos durante y después del período pandémico. Para la elaboración del artículo se llevó a cabo una revisión bibliográfica sobre el tema de la educación museística, la museología social, las redes sociales y el contexto de la pandemia. Tomando como caso de análisis la fundación del Museo Brasileño del Aislamiento, se realizó una entrevista estructurada con el fundador del museo a través de la plataforma digital Whatsapp. Con el desarrollo del estudio se pudo concluir que el proceso de digitalización de algunos museos ya estaba presente antes del aislamiento social, sin embargo, se intensificó por el escenario que presenta la pandemia, y nuevas posibilidades de lo que será un museo en el siglo XXI están surgiendo.

PALABRAS CLAVE: Educación museal. Museos. Redes sociales. Cultura digital. Pandemia.

INTRODUÇÃO

A pandemia causada pelo novo coronavírus (Sars-Cov-2) teve início nos meses finais de 2019, espalhando-se pelo mundo no começo de 2020. No Brasil, indivíduos contagiados pelo vírus foram identificados nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro nas primeiras semanas de março, seguidos de infectados em outros estados de modo que, poucos dias depois, foram decretadas medidas de isolamento e distanciamento social com o objetivo de impedir o avanço da doença. Qualquer serviço considerado “não essencial” foi obrigado a fechar suas portas, inicialmente, por duas semanas. Dentre os afetados por tais providências, como escolas, lojas, restaurantes, bares e cinemas, os museus tiveram suas portas fechadas por tempo indefinido, como evidenciado pelo decreto do estado do Rio de Janeiro:

Art. 4º - De forma excepcional, com o único objetivo de resguardar o interesse da coletividade na prevenção do contágio e no combate da propagação do coronavírus, (COVID-19), determino a suspensão, pelo prazo de 15 (quinze) dias, das seguintes atividades: I - realização de eventos e atividades com a presença de público, ainda que previamente autorizadas, que envolvem aglomeração de pessoas, tais como: evento desportivo, show, salão de festa, casa de festa, feira, evento científico, comício, passeata e afins, bem como, **equipamentos turísticos, Pão de Açúcar, Corcovado, Museu, Aquário do Rio de Janeiro - AquaRio, Rio Star rodagigante e demais pontos turísticos; II - atividades coletivas de cinema, teatro e afins; [...] VI - aulas, sem prejuízo da manutenção do calendário recomendado pelo Ministério da Educação, nas unidades da rede pública e privada de ensino, inclusive nas unidades de ensino superior”** (Rio de Janeiro, 2020. Grifo próprio)

Diante do cenário emergencial de saúde pública, os museus se encontraram na situação peculiar de não serem autorizados a receber público de modo presencial. Frente à falta forçada de público, inúmeras instituições sofreram consequências graves, como a demissão de grande parte de seus funcionários e o possível fechamento definitivo de seus espaços. Muitas instituições passaram por movimentos de digitalização de seus acervos e exposições de modo que pudessem manter vínculos – e possivelmente estabelecer novas relações – com pessoas que também se encontravam sem poder sair de suas casas, exceto para cumprir obrigações consideradas essenciais pelas políticas governamentais e sanitárias. É necessário destacar que, embora o objetivo do artigo seja investigar o momento de pandemia, o fechamento temporário de alguns museus não surgiu apenas nesse contexto, ainda que o cenário tenha imposto esse movimento de maneira generalizada. Motivos como falta de verba ou situações planejadas de reestruturação dos espaços e obras fazem com que museus e espaços culturais fechem suas portas e realizem algumas das ações apontadas no presente artigo, ainda que de maneira pouco explorada.

Tendo em vista a presença cada vez maior de museus digitais, inclusive através de redes sociais, propõe-se uma discussão sobre o que é museu, partindo do conceito apresentado pelo Conselho Internacional de Museus (ICOM) em 2007, que atualmente se encontra em revisão para a constituição de uma nova definição, e elaboração de hipóteses sobre o cenário museológico durante e após o período pandêmico. O presente artigo tem como objetivo dialogar teoricamente com o conceito de museu, educação museal e educação museal on-line, considerando o contexto específico de pandemia. São apresentados dois casos de digitalização de exposições de museus universitários e análise de uma das instituições: o Museu do Isolamento Brasileiro, espaço totalmente digital inaugurado durante a pandemia na rede social *Instagram*. Algumas perguntas norteiam as reflexões aqui apresentadas: O que acontece com os museus quando suas portas são fechadas para todos os visitantes? O que acontecerá com esses espaços uma vez que suas portas se abram novamente?

Marti e Costa (2020) apresentam o levantamento promovido pelo ICOM, no segundo semestre de 2020, com 1600 profissionais de museus em 107 países, que apontou o aumento de 15% nas atividades promovidas por museus na internet em decorrência do fechamento dos espaços. Metade dos entrevistados informou que o museu já estava presente de alguma forma nas mídias sociais, e as atividades on-line foram intensificadas em 48% destas instituições.

É relevante considerar o contexto social brasileiro, que é muito diferente do contexto de países europeus, por exemplo. Marti e Costa (2020) apontam que, pela internet ou não, apenas 25,9% de cidades brasileiras possuem museus, sendo 66% deles localizados nas regiões Sul e Sudeste. A pesquisa de Leiva e Meirelles, realizada em 2019, ou seja, antes da pandemia, discorre sobre o fato de que, ainda que 70% da população brasileira seja usuária da internet, apenas 11% dos usuários de internet do Brasil acessam exposições ou museus on-

line. Embora a pesquisa seja de 2019, infelizmente ela já se encontra desatualizada. Seria interessante uma atualização dos dados dessa pesquisa considerando a mudança repentina de contexto de 2019 para 2020.

Como informam Marti e Costa (2020), Marti e Santos (2019), Beiguelman (2018) e Lima (2009), a presença de museus no contexto digital não é recente. Contudo, para além da presença digital, é necessário refletir sobre o modo como se dá essa presença. É preciso também pensar na qualidade do que é proposto, no sentido de analisar o que é compartilhado nas redes sociais, bem como se há alguém que realiza algum tipo de mediação do público com o museu, mesmo que através de uma rede social ou site, considerando, claro, as diferentes possibilidades de interação e construção de redes que não são necessariamente geograficamente localizadas.

A digitalização dos museus diz respeito à acessibilidade e democratização desses espaços, mas não é isenta de desafios. Vale ressaltar que atinge apenas os que têm acesso a tecnologias digitais e, mais do que isso, têm acesso à informação. Só entra nos sites de museu quem sabe que o site existe e, portanto, é importante pensar estrategicamente para que o conteúdo dos museus seja encontrado por pessoas das mais diversas camadas sociais.

Beiguelman (2018) apresenta o termo Cultura Digital como híbrido, assim como sua aplicação no contexto museal. O hibridismo entre real e virtual é um dos aspectos centrais da reflexão da autora, que propõe uma existência que permeia estes dois campos e ressalta que estaríamos vivendo um processo de digitalização da cultura. Para Beiguelman (2018), as experiências de digitalização de diferentes tipos de coleção são complexas por exigirem recursos para manutenção, exigindo esforços multidisciplinares que trafegam entre a restauração e conservação das peças durante o processo de digitalização, questões jurídicas de leis de reprodução, design etc.

Há um fator importante também alvo de reflexões da autora: a cultura digital é intrinsecamente relacionada aos equipamentos em que seus conteúdos são veiculados. O universo dos museus on-line, portanto, depende não somente da manutenção dos equipamentos de digitalização, mas dos ambientes de rede nos quais são incorporados todo o acervo, e requer uma prática contínua de atualizações. Todos estes aspectos trazidos por Beiguelman (2018) relacionam-se a um desafio presente nos museus: a verba direcionada a estes espaços. Sem o apoio financeiro de instâncias governamentais, a digitalização de exposições, e até mesmo de interação por meio de redes sociais, se torna praticamente impossível, uma vez que se apresentam como trabalhos adicionais. Cabe lembrar que a cultura não é uma prioridade do governo atual e, dessa maneira, o desafio é contínuo.

Portanto, o presente artigo se faz relevante por discutir questões relacionadas à presença dos

museus nas redes sociais, analisando, inclusive, um espaço completamente virtual que foi desenvolvido nesse período tão peculiar. Os estudos que abordam as consequências deste momento específico da história da humanidade são importantes não somente enquanto registro histórico, mas também porque as consequências do que estamos vivendo perdurarão por muitos anos e modificarão a maneira como nos relacionamos com nós mesmos, com a cultura e com museus.

METODOLOGIA

Para a produção do artigo foi realizado um levantamento bibliográfico entre os meses de maio e abril de 2021 sobre educação museal no contexto da pandemia, considerando as temáticas de museologia social e redes sociais. Como o cenário era recente e ainda estava sendo explorado, nenhuma tese ou dissertação que abordasse diretamente o tema de pandemia e/ou covid-19 foi encontrada no período do levantamento. Foi realizada uma busca por artigos através do site google acadêmico, a partir dos descritores: (1) “Educação museal AND pandemia”, (2) “Educação museal + covid-19”. Na primeira busca foram obtidos 49 resultados e, depois de filtrar os anos de publicação dos artigos para 2020 e 2021, chegou-se a 9 resultados. Foi possível constatar que a maioria dos artigos encontrados se configuravam como estudo de caso e/ou relatos de experiência, e não apresentavam metodologia de pesquisa clara. A segunda busca localizou 33 resultados, sendo que um total de 7 foram obtidos após o filtro dos anos da publicação. No total, foi possível encontrar, naquele período, 9 artigos na plataforma google acadêmico. Cabe também esclarecer que, no processo de levantamento bibliográfico, foram encontrados artigos que abordam o conceito de educação museal *online* num contexto pré-pandêmico, e também pesquisas sobre a relação de museus com a cibercultura.

No texto que aqui se apresenta, são discutidos dois dos estudos de caso encontrados na revisão bibliográfica: digitalização de exposições em museus universitários localizados nas cidades de Brasília (DF) e Fortaleza (CE). A escolha das instituições se deu pelo fato de que ambas estão localizadas fora do circuito museal Rio-São Paulo, e também por se apresentarem como iniciativas relevantes que articulam suas práticas com a teoria da área de educação e museus.

Para a análise inicial de um dos casos abordados no presente artigo, o Museu do Isolamento Brasileiro, foi adotado como referência o estudo de Lima (2009), onde são apresentadas três categorias de museu virtual com base na digitalização de seus acervos e presença ou não desses museus no mundo “real”: Museu Virtual Original Digital (sem correspondências no mundo físico); Museu Virtual Conversão Digital (com correspondentes no mundo físico) e Museu Virtual Composição Mista (museu com correspondência no mundo físico e coleção convertida digitalmente). O Museu do Isolamento Brasileiro foi considerado um Museu

Virtual Original Digital por, segundo dados obtidos na pesquisa, não possui correspondência no mundo físico. Foi realizada uma entrevista estruturada com a fundadora do museu por meio da plataforma digital *Whatsapp*. As perguntas da entrevista foram enviadas por escrito e respondidas pelo envio de áudios, que foram transcritos e analisados com base na literatura apresentada.

Educação Museal e Educação Museal Online

Segundo a definição de 2007 do Conselho Internacional de Museus (ICOM), museu é

“Uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e de seu entorno, para educação e deleite da sociedade.” (ICOM, 2007)

Aprender, segundo Padró (2005), é uma atividade social que se baseia na interação, experiência e motivação. Considerado um espaço de educação não formal, o museu é um lugar que, como afirma a autora, pode contribuir para o combate à exclusão social e para a promoção da cidadania ativa através de atividades específicas para diferentes idades e grupos. É um espaço não somente dirigido para todos os públicos, mas também é um direito. Marandino e Martins (2017) ressaltam que, apesar da relação entre museu e educação existir desde a origem da instituição, a compreensão de que o museu é um espaço de educação foi construída com o tempo. Em 2018 foi oficializada uma política pública voltada para a Educação Museal, definindo o seu conceito, práticas e objetivos. A Política Nacional de Educação Museal (PNEM) é fruto da interlocução entre museus de todo o Brasil e seus educadores.

A publicação do Caderno da PNEM é um passo fundamental para o campo e reúne textos de diversos profissionais que atuam no campo da Educação Museal. Além de apresentar, no formato de verbetes, alguns conceitos-chave do campo da Educação Museal, o documento faz um histórico da Educação Museal no Brasil a partir de marcos nacionais e internacionais que ajudam a contextualizar políticas públicas implementadas até o momento da publicação.

Ao apresentar o termo “Educação Museal”, os autores da obra apontam como sendo uma peça no funcionamento da Educação geral da sociedade. O foco da Educação Museal não recai apenas para objetos e acervos, mas a “formação dos sujeitos em interação com os bens musealizados, com os profissionais dos museus e a experiência da visita” (COSTA et al, 2018, p. 74), e uma atuação voltada para a formação crítica e integral, para a emancipação dos indivíduos e possível transformação da sociedade. A Educação Museal também apresenta estrutura e organização próprias que podem estar relacionadas a realidades não

necessariamente museais.

Diante do que é apresentado como Educação Museal, cabe refletir sobre como é possível exercê-la num contexto de digitalização dos espaços museais. Tendo em vista a não necessidade desse tipo de educação estar presente fisicamente nos museus, desde que os objetivos e planejamento das atividades estejam especificados com clareza, Marti e Costa (2020) apresentam o conceito de Educação Museal *Online* como uma possibilidade de atuação no campo digital. Para as autoras,

A educação museal é uma modalidade educacional que, por meio dos objetos musealizados, dos processos museais, dos saberes e fazeres, bem como do diálogo, visa a formação crítica dos sujeitos e a transformação social (COSTA et al, 2018). Denominamos Educação Museal *Online*, a Educação Museal no contexto da cibercultura e inspirada na abordagem didático-pedagógica da educação *online*. Sendo assim, **fazer e pensar ações educativas museais online pressupõe o reconhecimento da interatividade, da colaboração, da participação ativa dos seguidores e da noção de que habitamos diversas redes de conhecimento e significações em que ensinamos e aprendemos uns com os outros.** (MARTI E COSTA 2020, p. 2. Grifo próprio)

Desse modo, é reiterada a necessidade de se pensar em ações educativas que articulem as diferentes possibilidades interativas que a cultura digital apresenta. Cada rede social possui uma linguagem própria, um público que acessa com maior frequência e, portanto, a participação de cada plataforma é diferenciada. Varine (2012), ao abordar o modo como a “nova museologia” toma formas diferentes de acordo com os países e diferentes contextos na qual está inserida, e o quanto é um movimento que procura adaptar o museu aos diferentes tempos e necessidades das populações, destaca que é fundamental que esses espaços compreendam as diferentes nuances e atuem de modo que novas pontes sejam construídas. Ou seja, o autor ressalta que é preciso levar em conta as necessidades apresentadas pelo contexto não somente local, mas também internacional, sem perder a perspectiva que o público cativado digitalmente não será exclusivo da internet e vai querer visitar os espaços presencialmente uma vez que seja permitido.

Casa Niemeyer e o Museu de Arte da UFC

Conforme citado anteriormente, serão apresentados dois casos de digitalização de exposições em museus universitários localizados nas cidades de Brasília (DF) – Casa Niemeyer – e Fortaleza (CE) – o Museu de Arte da UFC. Avelar et al (2021) apresentam um estudo de caso sobre o processo de transformação de uma exposição física da Casa Niemeyer para digital no contexto da pandemia do covid-19, que criou uma demanda sem precedentes para a utilização de espaços virtuais não somente em museus, mas em escolas, empresas e qualquer tipo de serviço considerado não essencial pelas autoridades de cada região do mundo.

A Casa Niemeyer integra o patrimônio da Universidade de Brasília (UnB) e abriga um museu que realiza exposições de arte contemporânea. Diante das limitações impostas pelo isolamento social, foram realizadas leituras sobre museus e redes sociais de modo que a equipe do museu tivesse suporte teórico para a realização de suas atividades. Além da utilização de espaços usuais, o museu optou pela personificação de obras na plataforma de relacionamentos *Tinder* por sua grande interatividade e informalidade da rede social. Para tanto, foram criados perfis de obras localizadas na Casa com descrições como: “*Oi, tudo bem? Sim, eu sei que sou uma escultura dos anos 60, mas olha, tô bem conservada. Tô sempre ali pela Casa Niemeyer (literalmente), que tal a gente se conhecer?*” (Avelar et al 2021, p. 201) A equipe do museu buscou divulgar, a partir de maneiras criativas, as ações para os mais diversos públicos, pensando sempre na promoção da democratização dos conteúdos.

A Casa Niemeyer destaca o uso no *Instagram*, mas também no *Twitter*, *Facebook*, *Youtube* e no *Tinder*, contribuindo para o que os autores consideram uma democratização do acesso às atividades educativas. Avelar et al (2021) ressaltam que a presença de instituições em ambientes virtuais era mais comumente destinada à divulgação de dados da instituição e suas programações, não sendo considerada, do modo como poderia, a possibilidade de acesso a acervos. Os autores apontam que não somente houve uma mudança no acesso ao acervo, mas também na forma com que o público se relaciona com as obras.

Avelar et al (2021), em diálogo com autores do campo museal, ponderam que as tecnologias digitais deixam de ter apenas o objetivo de difusão para se tornarem também instrumentos de troca e comunicação em que há uma interação do público diretamente com a equipe do museu, ultrapassando barreiras invisíveis que podem ser obstáculos no intercâmbio entre público e a equipe. Os autores consideram que

Houve uma mudança no papel do museu [...] os novos museus medeiam o conhecimento para usuários que planejam seu tempo a partir de suas necessidades pessoais. O modelo de comunicação de muitos para muitos, construções coletivas e colaborativas que vigoram nas redes sociais, está em sintonia com o modelo desejável para os museus da atualidade. (AVELAR ET AL, 2021, p. 209)

Siqueira et al (2020) relatam o caso do Museu de Arte da UFC, localizado em Fortaleza. A instituição é veiculada à universidade e procura articular ensino, pesquisa e extensão. É um museu de artes plásticas modernas, arte popular nordestina e arte sacra. O texto apresenta uma reflexão sobre o papel do museu, como ele pode se modificar a partir dos acontecimentos presentes ao lançar alguns questionamentos sobre o que é museu, quais suas funções e como será o “novo normal” dos museus.

Um aspecto importante trazido pelos autores é que o espaço tinha políticas de gestão construídas desde antes do isolamento, o que ajudou no processo. Foram contratados novos profissionais para se dedicarem aos eventos virtuais, considerando que, assim como ocorre nas ações presenciais, eles demandam uma carga de trabalho prévio para que sejam bem-sucedidos. Esse movimento de contratação é o oposto do que aconteceu em muitos museus, que tiveram que abrir mão de muitos funcionários para cortar gastos. O Núcleo Educativo do Museu de Arte da UFC passou a atuar diariamente nas redes sociais, na produção de textos com sugestões de filmes, livros e leituras, e na construção de vídeos, *lives*, oficinas etc.

O Museu do Isolamento Brasileiro

Este tópico pretende apresentar o caso do Museu do Isolamento Brasileiro, desenvolvido na rede social *Instagram* no primeiro trimestre de 2020 a partir das demandas trazidas pela pandemia. O museu aceita obras criadas por pessoas de todo o Brasil – e algumas de Portugal – com a temática principal do isolamento causado pela pandemia do covid-19 e questões da atualidade que dialogam com a experiência de ser brasileiro e ser artista no contexto atual.

Autodeclarado como um museu virtual, pode ser concebido segundo a pesquisa de Lima (2009) como um espaço desterritorializado que se insere no âmbito da cultura digital. A denominação “virtual” vem do termo estar ligado à computação e tudo o que diz respeito e/ou é criado por meio do computador, ou é digitalizado. De acordo com a classificação da autora, o Museu do Isolamento é um “Museu Virtual Composição Mista”, ou seja, um espaço que existe apenas na internet, mas sua coleção é feita pelo arranjo de obras oriundas de vários lugares da “vida real”.

A presença do museu na rede social *Instagram* provocou surpresa e levantou indagações, principalmente pela auto intitulação de “museu”. Por que denominar um museu, e não apenas uma página que divulga manifestações artísticas durante a pandemia?

Para melhor compreensão dos processos que resultaram na criação do museu virtual, foi realizada uma entrevista estruturada com a fundadora do museu por meio da plataforma digital *Whatsapp*. As perguntas da entrevista foram enviadas por escrito e respondidas pelo envio de áudios, que foram transcritos e analisados com base na literatura apresentada. As perguntas eram relacionadas ao processo de criação do museu, à curadoria, à possibilidade de uma exposição presencial no futuro e ao papel de um museu digital, considerando processos específicos da cultura digital, como a obsolescência programada e manutenção de acervos virtuais.

Sobre a concepção inicial do espaço museal, a fundadora relata na entrevista que, no

momento em que as atividades presenciais foram interrompidas em espaços culturais, muitos artistas se viram sem trabalho e sem reconhecimento. Pensou então em criar um espaço virtual para ajudar os artistas, focando principalmente em produções a respeito do que estava sendo vivido na pandemia.

“Comecei a notar que muito mais do que falar sobre pandemia, os artistas estavam falando sobre aquilo que eles queriam trazer de reflexão sobre aquele momento. O museu do isolamento deixou de ser, aos poucos, um museu que falava sobre o isolamento da Covid para ser um museu que fala sobre os diferentes tipos de isolamento que um artista vive e as reflexões que vem junto com isso. Hoje em dia, enxergo que tem essa frase que diz que "quem vive de passado é museu", mas eu justamente acho que com o museu do isolamento tento provar o contrário, de que "**quem vive de presente é o museu**" e ele tá aí pra mostrar, amplificar o alcance que as artes desses artistas podem ter diante do Brasil, uma vez que o museu do isolamento alcança todas as regiões, estados, os grandes centros urbanos e também periféricos do Brasil” (Entrevista – fundadora Museu do Isolamento, 2021. Grifo próprio)

A curadoria do espaço é feita diariamente, a partir do formulário disponível no *Instagram*, onde são analisados os assuntos tomando por base pautas recorrentes na sociedade e também do que é trazido pelos artistas. É feita então uma seleção que mescla diferentes formas de expressão, como fotografia, pintura, desenho digital e ilustração.

Sobre o papel do museu digital nos dias atuais, a entrevistada traz à luz discussões que foram apresentadas no decorrer do artigo sobre o que é ser museu, e sobre como interage com a sociedade de diferentes formas, dependendo do meio em que está inserido.

Acho que o papel de um museu digital é conseguir, de uma forma mais rápida e menos burocrática, reflexões que merecem ser vistas por um número maior de pessoas. Quando se coloca essa questão de ser um "museu", você acaba institucionalizando e trazendo mais seriedade para o que está sendo compartilhado, para informação que está sendo colocada. Então acho que a partir do momento em que o Museu do Isolamento se propõe a trazer uma reflexão para aquele espaço de uma certa forma você está validando que aquela reflexão é importante, é necessária. (Entrevista – fundadora do Museu do Isolamento, 2021)

É interessante o argumento de que o nome “Museu” institucionaliza espaços e consequentemente discussões por eles apresentadas, pois coloca em questão a definição tão aberta do que é ser museu, bem como o uso desses espaços em nossa sociedade. Consideramos que o argumento aqui apresentado merece outras reflexões, incorporando e ampliando o diálogo sobre o que é um museu desterritorializado.

CONCLUSÃO

Como ressaltado por Chagas (2020), tempos pandêmicos exigem novas imaginações e

construções museais. Diante do desafio da pandemia, foi necessário construir diferentes possibilidades de museu. É preciso entender o museu como uma instituição conectada com a humanidade. Um museu é parte da comunidade e deve agir a favor da coesão social. Chagas (2020) alerta que a concepção enraizada do que é museu é necrófila e descontextualizada da comunidade, pois, na verdade, o museu deveria olhar para os vivos e se construir a partir da relação e, concordando com o autor, defendemos que é necessário pensar em museus como territórios do “e”, e não do “é”, compreendendo que toda tentativa de definir o que é museu morre no limite da definição do mesmo.

A intenção deste artigo foi trazer uma discussão sobre o que é museu a partir de algumas questões norteadoras: O que acontece com os museus quando suas portas são fechadas para todos os visitantes? O que acontecerá com esses espaços uma vez que suas portas se abram novamente?

A partir do levantamento bibliográfico, dos exemplos aqui apresentados no formato de análise de dois estudos de caso e da realização de entrevista com a fundadora do Museu do Isolamento Brasileiro, foi possível perceber que museus responderam ao isolamento social causado pela pandemia do covid-19 de diferentes maneiras, como a intensificação da presença no *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* e outros. Os casos discutidos destacam a importância da ressignificação de redes sociais nos espaços culturais e a possibilidade de a cultura digital ser uma aliada dessas instituições, não somente durante a pandemia, mas igualmente quando o público presencial retome a visita.

Foi também possível concluir que o financiamento, seja ele público ou privado, assim como políticas que auxiliem os espaços museais no processo de se tornarem mais presentes na cultura digital, é imprescindível e deverá fazer parte de propostas museais, uma vez que iniciativas virtuais se tornarão ainda mais comuns após o movimento de aceleração de digitalização das instituições culturais durante a pandemia.

Marti e Costa (2020) apontam que, em média, o brasileiro passa 3 horas em redes sociais por dia, mas apenas 11% dos que têm esse acesso o utilizam para interagir com museus. Acredita-se que as diversas atividades propostas por museus tenham modificado este cenário. O mais importante a ser compreendido com essas diferentes experiências durante o período de isolamento é a conscientização de que existem muitas maneiras de democratizar não somente a arte como a ciência, e também o que é exposto nos diversos tipos de museus. Quando as portas das exposições presenciais forem abertas, as equipes podem e devem continuar propondo interações com o público por meio de redes sociais, passando assim a considerar esses espaços virtuais como alternativas de divulgação de atividades, bem como de exposição e interação com o público de uma maneira singular e diversa, e possivelmente mais

democrática.

REFERÊNCIAS

AVELAR, Ana; CORREIA, Samara; ZAIDEN, Victor. **Casa Niemeyer Digital: uma jovem coleção universitária de arte contemporânea nas redes sociais**. Revista ARA, [S. l.], v. 10, n. 10, p. 191-212, 2021. DOI: 10.11606/issn.2525-8354.v10i10p191-212. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revistaara/article/view/176236>. Acesso em: 28 maio. 2021.

BEIGUELMAN, Giselle. **Cultura Digital**. In: Caderno da Política Nacional de Educação Museal. Brasília, DF: 2018

CHAGAS, Mario. **Museus em tempo de pandemia: Novas construções solidárias**. [Vídeo]. Centro Cultural Justiça Federal. (2020, 18 de maio). 18ª Semana Nacional de Museus - Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xLS_ELsfC0w&t=35s> Acesso em 25 maio 2021.

COSTA, Andrea et al. **Educação Museal**. In: Caderno da Política Nacional de Educação Museal. Brasília, DF: 2018

IBRAM. **Caderno da Política Nacional de Educação Museal**. Brasília, DF: 2018.

LIMA, Diana Farjalla Correia. **O que se pode designar como museu virtual segundo os museus que assim se apresentam**. In: Encontro Nacional De Pesquisa Em Ciência Da Informação, 10., 2009, João Pessoa: UFPB, 2009.

MARTI, Frieda; e COSTA, Andréa. **Revisitando os Museus na Pandemia: sobre Educação Museal Online e Cibercultura**. Notícias, Revista Docência e Cibercultura, maio de 2020, *online*. ISSN:2594-9004. Disponível em: < https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/redoc/announcement/view/1107?fbclid=IwAR2pizE9NtcNqkHIL_JO95BulbNv8KS_fHihyhev9fgHHMdaLKiVM%E2%80%A6 >. Acesso em: 27 maio 2021.

MARTI, Frieda Maria; SANTOS, Edméa Oliveira dos. **Educação Museal Online: A Educação Museal na/com a Cibercultura**. Revista Docência e Cibercultura, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 41-66, set. 2019. ISSN 2594-9004. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/redoc/article/view/44589>>. Acesso em: 27 maio 2021.

PADRÓ, Carla. **Educación en museos: representaciones y discursos**. In SEMEDO, Alice e TEIXEIRA, João. (Coord.) Museus, discursos, representações. Oporto, Afrontamento, 2005, p. 49-60.

RIO DE JANEIRO, Decreto N° 46.973 de 16 de março de 2020. **Reconhece a Situação de Emergência na Saúde Pública do Estado do Rio de Janeiro em Razão do Contágio e**

Adota Medidas Enfrentamento da Propagação Decorrente do Novo Coronavírus (Covid-19); e dá Outras Providências. Rio de Janeiro, RJ. 2020.

SIQUEIRA, Karine Graciele; CORREIA, Helem Cristina; ROCHA, Saulo Moreno. **O Museu de Arte da UFC e a sua Atuação em Tempos Pandêmicos: Experiências e Experimentações em Gestão e Exposição.** In: Revista Eletrônica Ventilando Acervos, Florianópolis, v. 8, n. 2, p. 152-172, nov. 2020.

VARINE, Hugues de. **Um instrumento do desenvolvimento: o museu.** In: As raízes do futuro: o patrimônio a serviço do desenvolvimento local. Porto Alegre, Ed. Medianiz, 2012. P. 171-201.

Agradecimentos

Agradecemos o apoio da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes.



Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da Licença Creative Commons Atribuição Não Comercial-Compartilha Igual (CC BY-NC- 4.0), que permite uso, distribuição e reprodução para fins não comerciais, com a citação dos autores e da fonte original e sob a mesma licença.