

MUSEU DA UFRGS EM CASA: as estratégias de comunicação museológica durante a pandemia de Covid-19.

Leonardo Monteiro Alves¹

Vanessa Barrozo Teixeira Aquino²

Resumo: Em março de 2020, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), seguindo as orientações da Organização Mundial da Saúde na tentativa de controlar a proliferação do vírus SARS-CoV-2, adotou medidas sanitárias de restrição social. Logo, as instituições culturais da UFRGS precisaram interromper indefinidamente suas atividades presenciais, adotando a modalidade de trabalho remoto. Neste cenário, o Museu da UFRGS, uma das 15 instituições museológicas da UFRGS, adaptou-se ao trabalho remoto e buscou alternativas no ciberespaço, para manter o diálogo com seus públicos nos ambientes digitais *on-line*. Essa investigação é um recorte de pesquisa de Mestrado em desenvolvimento do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio da UFRGS, de cunho quali-quantitativo e exploratório, busca identificar as estratégias de comunicação museológica utilizadas pelo Museu da UFRGS, durante o período da pandemia de Covid-19. No âmbito metodológico foi realizado o levantamento bibliográfico pertinente ao tema, análise documental e análise das estratégias de comunicação museológica adotadas pelo Museu no seu *site* institucional e nas suas mídias sociais (*YouTube*, *Facebook* e *Instagram*). Até o presente estágio da pesquisa foi possível identificar que houve um aumento significativo no uso das mídias sociais do Museu da UFRGS como estratégia de comunicação museológica em meio digital, bem como a criação de duas ciberexposições disponíveis no seu *site* institucional. Dessa forma, podemos conjecturar que o Museu da UFRGS conseguiu implementar um canal de diálogos/trocas e, também, divulgação do museu no ciberespaço, gerando uma aproximação significativa com seu público em ambiente cultural digital *on-line*.

Palavras-Chave: Museu da UFRGS; comunicação museológica; ciberespaço.

Abstract: In March 2020, the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS), following the guidelines of the World Health Organization in an effort to control the spread of the SARS-CoV-2 virus, adopted social distancing health measures. As a result, UFRGS's cultural institutions had to indefinitely suspend their in-person activities, shifting to remote work. In this context, the UFRGS Museum—one of the university's 15 museological institutions—adapted to remote operations and sought alternatives in cyberspace to maintain dialogue with its audiences in online digital environments. This investigation, an excerpt from a Master's research project in progress within UFRGS's Graduate Program in Museology and Heritage, is qualitative-quantitative and exploratory in nature. It aims to identify the museological communication strategies used by the UFRGS Museum during the Covid-19 pandemic. Methodologically, the study involved a literature review relevant to the topic, document analysis, and an analysis of the communication strategies adopted by the Museum on its institutional website and social

¹ Bacharel em Museologia e mestrando no Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (PPGMusPa) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, bolsista CNPq, pesquisador do Sépia - Preservação, Memórias e Acervos (UFRGS/CNPq) e Museólogo do Museu das Coisas Banais. Contato: lealves1993@hotmail.com

² Museóloga e Professora do Curso de Museologia (FABICO), Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (PPGMusPa) e Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais (PPGAV) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Vice Líder do Sépia - Preservação, Memórias e Acervos (UFRGS/CNPq). Contato: vanessa.barrozo@ufrgs.br

media platforms (YouTube, Facebook, and Instagram). So far, the research has revealed a significant increase in the use of the UFRGS Museum's social media as a museological communication strategy in digital media, as well as the creation of two cyber-exhibitions available on its institutional website. Thus, it can be inferred that the UFRGS Museum successfully established a channel for dialogue and exchange, as well as for the promotion of the museum in cyberspace, resulting in a meaningful connection with its audience within the online digital cultural environment.

Keywords: UFRGS Museum; museum communication; cyberspace.

1 Introdução

O ano de 2020 ficou na história dos museus e do mundo, marcando o início da pandemia causada pelo SARS-CoV-2, vírus responsável pela doença respiratória do Coronavírus (Covid-19), que causou um impacto singular na vida de todas as pessoas. No início da pandemia, o isolamento social foi uma das medidas necessárias para evitar a transmissão do vírus, levando as instituições culturais a fecharem³ as suas portas para os visitantes (Miranda, 2020).

Diante do cenário de isolamento, a *Internet* “se transformou no mecanismo central de conexão entre museus e usuárias(os), permitindo a comunicação e a promoção de projetos e atividades” (Miranda, 2020, p.109). Neste contexto, onde as telas se transformaram nos espaços culturais a distância de um click (Bentes, 2020), a cibercultura se tornou cada vez mais presente, onde as mídias sociais se tornaram mais populares, e os eventos culturais passaram a ocorrer nesse novo formato.

Neste período, o Museu da UFRGS, um dos 15 museus universitários da UFRGS, percebendo as transformações ao redor do mundo e procurando ambientar-se ao trabalho remoto, voltou-se a adaptar a sua comunicação museológica para o ciberespaço. Essas estratégias de comunicação museológica podem ser observadas na produção de conteúdos voltados para as suas mídias sociais⁴ *Facebook, Instagram*,

³ Segundo os dados da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), cerca de 90% dos 95 mil museus espalhados pelo mundo tiveram que interromper suas atividades presenciais (Miranda, 2020).

⁴ A mídia social conforme Recuero e Gruzdz (2019) pode ser entendida a partir da transformação das redes sociais a partir do modo de como as ações coletivas dos indivíduos a utilizam, podendo compartilhar e dar uma visibilidade maior a certos assuntos, ao mesmo tempo que podem silenciar outros. Assim entendemos que “mídias sociais” pode ser compreendido como os meios de comunicação digitais usados para compartilhar conteúdo, já as “redes sociais” está atrelada a interação e conexão entre pessoas.

Twitter e YouTube, bem como a produção de Ciberexposições, na tentativa de extroverter o conhecimento gerado no museu (Cury, 2005).

2 Metodologia

Este trabalho é um recorte da pesquisa de mestrado vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGMusPa/UFRGS), na linha de pesquisa Museologia, Curadoria e Gestão. A pesquisa é de cunho qualitativo e exploratório, que busca identificar e compreender quais foram as estratégias de comunicação museológica utilizadas pelo Museu da UFRGS, durante o período pandêmico. A metodologia está embasada em levantamento bibliográfico pertinente ao tema, buscando alinhar os conceitos teóricos abordados e composta pela análise das estratégias de comunicação museológica adotadas pelo Museu, apresentadas no seu *site* institucional⁵ e nas suas mídias sociais (*YouTube*⁶, *Facebook*⁷ e *Instagram*⁸).

3 O Museu da UFRGS

O Museu da UFRGS é uma das instituições museológicas mais antigas da universidade. Fundado em 1984, através da portaria nº 892, em razão das comemorações do cinquentenário da UFRGS (1934 - 1984). Segundo a pesquisadora Ligia Ketzer Fagundes⁹ (2019) é importante compreender que a sua formação está atrelada ao Projeto Especial da criação de um Centro Cultural, convertendo-se em um “Museu Universitário”, local central das atividades culturais da UFRGS.

⁵ <https://www.ufrgs.br/museu/>

⁶ <https://www.youtube.com/user/museudaufgrs>

⁷ https://www.facebook.com/museu.ufrgs/?ref=br_rs

⁸ <https://www.instagram.com/museu.ufrgs/>

⁹ Servidora da UFRGS desde 1983, a historiadora Ligia Fagundes foi designada em 1993 para o Museu da UFRGS, onde permaneceu até se aposentar em 2022.

Entre os anos de 1984 até 2002, a instituição ocupava uma ala do prédio da Reitoria (Oliveira, 2019), onde realiza as suas exposições nas áreas do segundo pavimento, espaço físico que se tornou pequeno com o tempo, devido a necessidade da aquisição de equipamentos para as atividades do museu, bem como a realização das exposições. Em 2002 o museu é realocado para sua atual sede, o antigo prédio de Curtumes e Tanantes (Figura 1), localizado no campus centro da universidade, na avenida Oswaldo Aranha, nº 277, bairro Farroupilha, na cidade de Porto Alegre, aberto de Segunda-feira a Sexta-feira, das 9h às 18h, com entrada franca ao público, com o seu acesso por dentro da universidade.

Figura 5 - Antigo prédio de Curtumes e Tanantes 1910 em contraste com 2013.



Fonte: Acervo do Museu da UFRGS.

Concebido a partir da ideia de criar um “Museu Universitário” - um espaço central destinado a expor a diversidade das atividades culturais da UFRGS - o Museu da

UFRGS passou seus primeiros nove anos sem possuir um acervo próprio. Essa característica, contudo, não impediu a instituição de cumprir seu propósito de comunicar a diversidade cultural da universidade. Segundo Fagundes (2019) nesse período, o Museu realizou 62 exposições utilizando o acervo diversificado da própria UFRGS, demonstrando seu potencial como espaço de divulgação científica e de preservação da memória institucional.

A partir de 1993 o Museu da UFRGS começou a constituir seu acervo, incorporando diversos documentos históricos de suma relevância para a universidade, como, por exemplo: artefatos utilizados nas atividades do antigo prédio do Laboratório de Resistência de Materiais da Escola de Engenharia, doações de artistas professores do Instituto de Artes e documentação do Centro Acadêmico dos Estudantes de Engenharia. Esse movimento acabou sendo um potencializador para novas estratégias de comunicação museológica, levando a ampliação do seu acervo (Fagundes, 2019).

Além de realizar as exposições que exploram a diversidade da universidade, a partir de 2013 “por iniciativa do Museu da UFRGS, a exposição curricular dos alunos do curso de Bacharelado em Museologia acontece no mezanino do museu” (Fagundes, 2019, p.178). Nessa modalidade o Museu cede o seu espaço do mezanino e os estudantes alunos do curso são responsáveis por toda a concepção, montagem e execução da exposição, desde a escolha do tema, a obtenção do acervo, preparo do local, até a abertura e encerramento da exposição. Conforme a Figura 2, a 13ª exposição curricular do curso de Museologia da UFRGS “NO BATUQUE DOS BAMBAS DA ORGIA: Folia e resistência em Porto Alegre”.

Figura 1 - Exposição NO BATUQUE DOS BAMBAS DA ORGIA: Folia e resistência em Porto Alegre, realizada no mezanino do Museu da UFRGS (2023).



Fonte: Karine Dalla Valle, 2023.

Portanto, podemos perceber que o Museu da UFRGS é uma instituição museológica multidisciplinar¹⁰, pois se trata de “[...] um museu universitário desvinculado de áreas de pesquisa específicas, mas que apresentaria exposições variadas, com acervos e coleções da universidade e envolvimento de docentes, discentes e técnicos” (Fagundes, 2019, p. 100). A partir dessa premissa, o museu cumpre sua função social difundindo e valorizando o patrimônio cultural científico da universidade (Museu da UFRGS, 2021).

Ao longo dos seus 36 anos (1984 - 2020) o Museu da UFRGS realizou mais de 161¹¹ exposições, todas de curta e média duração, proporcionando novas experiências

¹⁰ Não possui uma tipologia de acervo específica/única.

¹¹ Entre 1984 até 2017, segundo a autora, 102 exposições utilizaram o acervo da universidade e 59 acervo de fora da universidade (Fagundes, 2019).

para os visitantes, sendo assim um “recurso institucional complementar para estudantes do ensino básico, além de atrair visitação da comunidade universitária e da população em geral” (Oliveira, 2019, p. 126). Devido a pandemia de Covid-19, o Museu da UFRGS teve que fechar as suas portas por tempo indeterminado, precisando repensar as suas estratégias de comunicação museológica, utilizando o ciberespaço para esta finalidade.

4 Portas fechadas, janelas abertas: novos meios de se comunicar com o público

Fechar as portas de um museu por um determinado (ou indeterminado) tempo, não é uma tarefa fácil, porém, em 2020 foi algo necessário. Seguindo as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS) e as recomendações do Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM):

Recomenda-se que a instituição elabore ou mantenha rotinas de interação com o público através de redes sociais (Instagram, Twitter, Facebook etc), seguindo um planejamento de divulgação de seus acervos e estimulando a consulta e pesquisa em bases de dados ou sites. Nesse período, produza material para publicação digital (cartilhas de orientações técnicas; catálogo digital de exposições realizadas etc.) com informações claras e diretas, acessíveis ao público (ICOM Brasil, 2020).

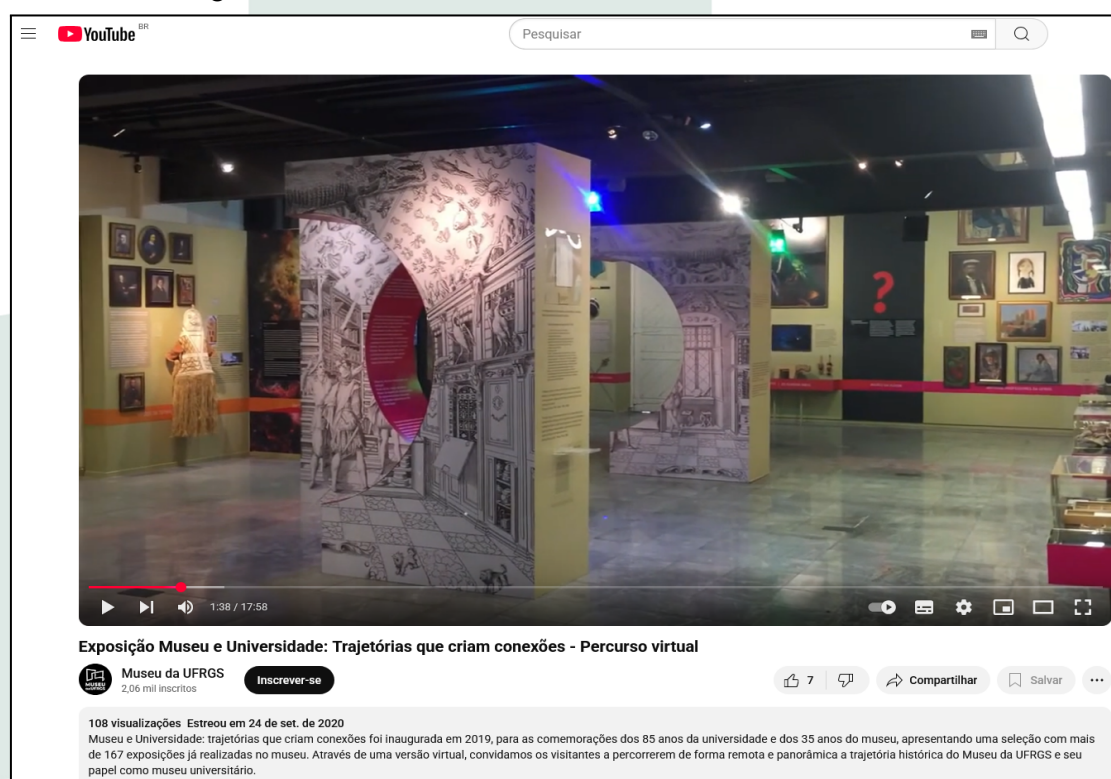
Durante o período em que esteve com as portas fechadas ao público, entre 16 de março de 2020 e 5 de maio de 2022, o Museu da UFRGS desenvolveu novos usos para seu site institucional e para suas mídias sociais (YouTube, Facebook e Instagram). O ciberespaço, que antes da pandemia era utilizado principalmente como canal informativo sobre o Museu, passou a desempenhar um papel central na comunicação museológica.

Sendo assim, o novo uso das mídias sociais pelo Museu refletiu-se em um aumento significativo do volume de postagens nesse período, onde pode ser observado que: *Facebook*, realizou 342 postagens, o *Instagram*, realizou 263 postagens e o *YouTube*, realizou 65 postagens. Através de um mapeamento das postagens realizadas

nas mídias destacadas, foi possível observar que, além de trazer informações sobre o Museu, houveram novas atividades sendo realizadas.

Na mídia social *YouTube*, plataforma utilizada para compartilhamento audiovisual, onde o Museu da UFRGS utilizava para divulgar suas exposições, e documentários, foi espaço para a criação de um “Percurso virtual”. No final de 2019 o Museu inaugurou a sua exposição “Museu e Universidade: trajetórias que criam conexões”, porém, devido a pandemia, a visitação da exposição teve que ser interrompida temporariamente. Durante a 14ª Primavera dos Museus, o Museu da UFRGS publica o seu “Percurso virtual” na sua conta do *YouTube* (Figura 2), uma atividade composta pela gravação do espaço expositivo, acompanhado por uma narrativa mediada, assim os visitantes podem visitar a exposição “Museu e Universidade”, de maneira remota e linear pela exposição, no ciberespaço.

Figura 2 - Vídeo “Percurso Virtual” no *YouTube* do Museu da UFRGS.



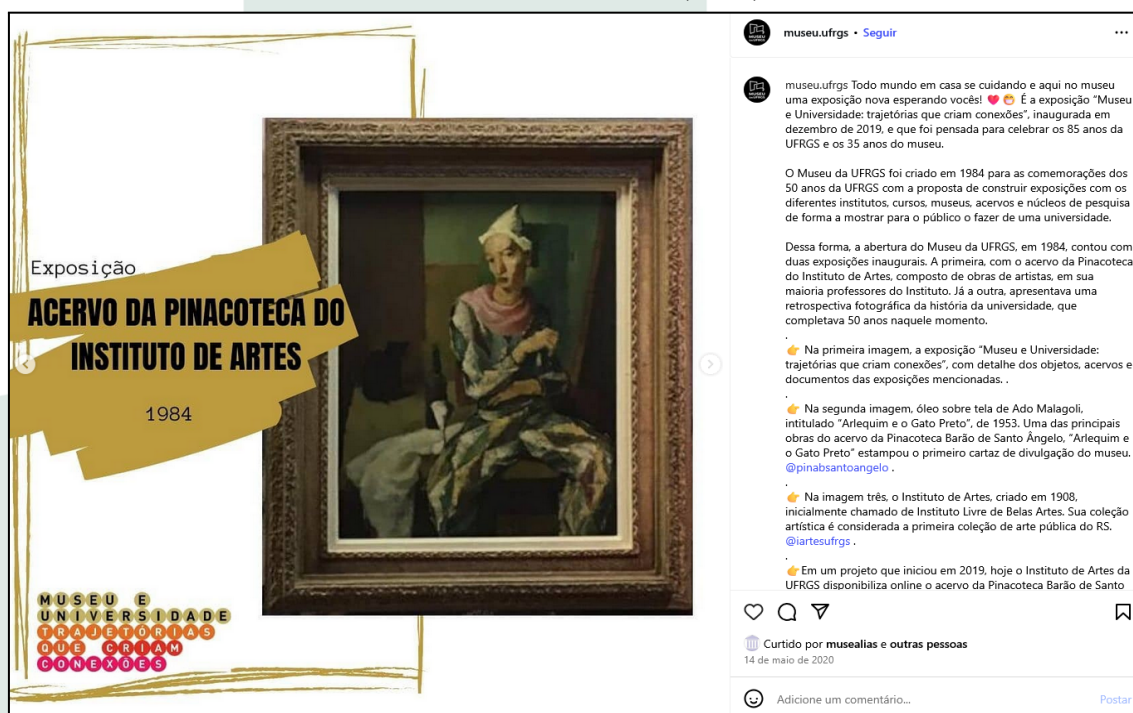
Fonte: *YouTube* Museu da UFRGS, 2020.

MUSEUS, COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA: CONECTANDO PÚBLICOS NO MUNDO DIGITAL

2º SIMPÓSIO DO MUSEU DE MARIANA

Em contrapartida, as mídias sociais *Facebook* e *Instagram* foram palco de outras estratégias. Foram desenvolvidas algumas séries de conteúdo informativo sobre a diversidade cultural e do patrimônio da UFRGS. Assim surgiram as séries: “Exposição de fotos históricas Cidade e Universidade em imagens: anos 1890 - 1930, contendo sete postagens, entre os dias 26 de março de 2020 até 6 de maio de 2020, “Exposição de exposições” contendo 30 postagens, iniciando no dia 14 de maio de 2020 e finalizada no dia 12 de fevereiro de 2021, fazendo uma referência exposição “Museu e Universidade: trajetórias que criam conexões”. A seguir a Figura 3, onde podemos acompanhar a primeira da série:

Figura 3 - Postagem no Instagram da Exposição de exposições: Acervo da Pinacoteca do Instituto de Artes, 1984 (2020).



Fonte: Instagram do Museu da UFRGS, 2022.

Contendo a seguinte descrição:

Todo mundo em casa se cuidando e aqui no museu uma exposição nova esperando vocês! É a exposição “Museu e Universidade: trajetórias que

criam conexões”, inaugurada em dezembro de 2019, e que foi pensada para celebrar os 85 anos da UFRGS e os 35 anos do museu. O Museu da UFRGS foi criado em 1984 para as comemorações dos 50 anos da UFRGS com a proposta de construir exposições com os diferentes institutos, cursos, museus, acervos e núcleos de pesquisa, de forma a mostrar para o público o fazer de uma universidade. Dessa forma, a abertura do Museu da UFRGS, em 1984, contou com duas exposições inaugurais. A primeira, com o acervo da Pinacoteca do Instituto de Artes, composto de obras de artistas, em sua maioria professores do Instituto. Já a outra, apresentava uma retrospectiva fotográfica da história da universidade, que completava 50 anos naquele momento. Na primeira imagem, a exposição “Museu e Universidade: trajetórias que criam conexões”, com detalhe dos objetos, acervos e documentos das exposições mencionadas. Na segunda imagem, óleo sobre tela de Ado Malagoli, intitulado “Arlequim e o Gato Preto”, de 1953. Uma das principais obras do acervo da Pinacoteca Barão de Santo Ângelo, “Arlequim e o Gato Preto” estampou o primeiro cartaz de divulgação do museu. @pinabsantoangelo. Na imagem três, o Instituto de Artes, criado em 1908, inicialmente chamado de Instituto Livre de Belas Artes. Sua coleção artística é considerada a primeira coleção de arte pública do RS. @iartesufrgs. Em um projeto que iniciou em 2019, hoje o Instituto de Artes da UFRGS disponibiliza online o acervo da Pinacoteca Barão de Santo Ângelo. O público pode acessar o material pelo site www.ufrgs.br/acervopbsa/colecoes-2 Fica a dica! Curtiu esse passeio pela exposição “Museu e Universidade: trajetórias que criam conexões”? Deixe nos comentários a sua opinião. E se você tem fotos visitando esta ou outra exposição, lembre-se que hoje é dia de #tbt ! Publique a sua foto marcando @museu.ufrgs e compartilhe sua história com a gente! Sempre nas quintas-feiras, no Facebook e no Instagram. #MuseudaUFRGS #MuseuUniversidade #institutodeartesufrgs (Museu da UFRGS, 2020)

No segundo ano da pandemia, em 2021 é criada a série “Descobrimdo a UFRGS” que conecta os espaços da UFRGS através das suas 62 postagens¹², que teve como proposta “traz imagens históricas e curiosidades sobre diferentes locais da universidade” (*Instagram* Museu da UFRGS, 2020). Iniciada no dia 03 de março de 2021, as postagens foram realizadas até 07 de novembro de 2024. Interessante destacar que as postagens desta atividade criam um certo percurso entre os espaços, interligando os pontos da universidade, construindo assim uma narrativa, como podemos observar na Figura 4 no *layout* das postagens do perfil do *Instagram* do Museu da UFRGS.

¹² Entre 03 de março de 2021 e foi até o dia 20 de dezembro de 2021.

MUSEUS, COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA: CONECTANDO PÚBLICOS NO MUNDO DIGITAL

2º SIMPÓSIO DO MUSEU DE MARIANA

Figura 4 - Feed do Instagram do Museu da UFRGS.



Fonte: Instagram Museu da UFRGS, 2021.

Na Figura 4 podemos observar que é apresentando primeiro o Instituto de Geociências (IGEO)¹³, no dia 20 de julho de 2021, e nas postagens seguintes são apresentados o Museu de Topografia Laureano Ibrahim Chaffe¹⁴ (22 de julho de 2021), seguido pelo

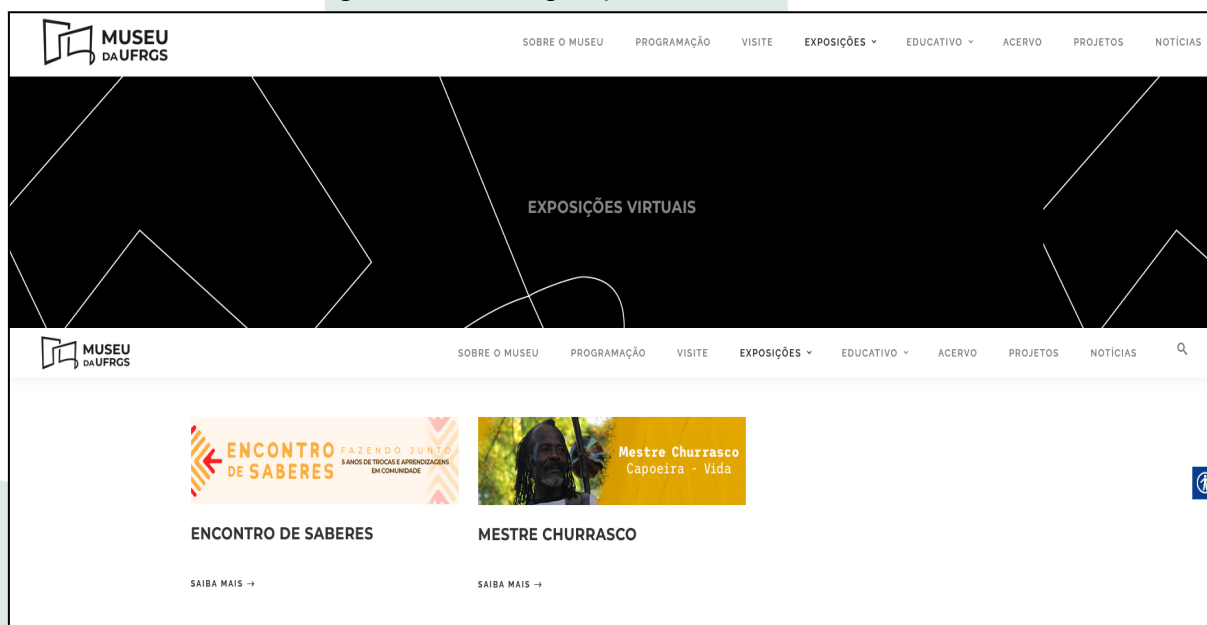
¹³ Da esquerda para a direita, a última imagem da 2ª coluna.

¹⁴ Da esquerda para a direita, a última imagem da 1ª coluna.

Museu de Paleontologia Irajá Damiani Pinto¹⁵ (27 de julho de 2021) e o Museu de Mineralogia e Petrologia Luiz Englert¹⁶ (29 de julho de 2021).

Concomitante a essas atividades, em 2022 no seu *site* institucional, o Museu realizou duas ciberexposições - exposições museológicas planejadas para serem realizadas apenas no meio digital *on-line* (Alves, 2024). Abertas a visitação em 2022, pouco tempo após o período de retomada das visitas presenciais, as ciberexposições “Encontro de Saberes – Fazendo Junto” e “Mestre Churrasco: Capoeira – Vida” (Figura 5), encontram-se visitáveis dentro da aba Exposições, no *site* do Museu.

Figura 5 - Ciberexposições do Museu da UFRGS.



Fonte: *Site* institucional do Museu da UFRGS, 2025.

Ambas as ciberexposições utilizam do recurso de expor imagens, através do uso da técnica do *Scrollytelling*, uma página com uma narrativa que vai se formando conforme o visitante vai rolando a página e as informações vão se conectando.

¹⁵ Da esquerda para a direita, a segunda imagem da 1ª coluna.

¹⁶ Da esquerda para a direita, a primeira imagem da 3ª coluna.

5 Considerações finais

A partir dos dados levantados podemos aventar algumas hipóteses, como por exemplo que as estratégias de comunicação museológica abordadas pelo Museu da UFRGS, focaram na utilização das suas mídias sociais. Portanto, cabe destacar que as mídias sociais do Museu apresentaram um fluxo maior de postagens durante o período em que não receberam visitantes presenciais.

Vale ressaltar também que as atividades de comunicação museológica realizadas, focaram na divulgação de exposições e na tentativa de criar ciberexposições. Deste modo podemos perceber que o Museu da UFRGS conseguiu implementar diversas estratégias de comunicação museológica no ciberespaço durante a pandemia, utilizando tanto as suas mídias sociais, como o seu website

Assim, é possível observar que o uso das suas mídias sociais conseguiu cumprir, sob certos aspectos, com o papel social de um museu universitário, que preserva, pesquisa e divulga o acervo da universidade. Todavia, o estudo não se esgota, evidenciando a necessidade de novas investigações sobre os ambientes digitais on-line aplicados a museus, de modo a repensar o ciberespaço como um espaço de comunicação museológica, compreendendo o funcionamento específico de cada plataforma utilizada, para melhorar a experiência com o visitante.

Referências

BENTES, Ivana. A Virtualização da Vida. In: DUARTE, Luisa; GORGULHO, Victor. (Org.). **No tremor do mundo: ensaios e entrevistas à luz da pandemia**. 1ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2020, v. 1, p. 255 - 268

CURY, Marília Xavier. **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. São Paulo: Annablume, 2005.

FAGUNDES, Lígia Ketzer. **A FUNÇÃO SOCIAL DE UM MUSEU UNIVERSITÁRIO: TEMPOS E PERCURSO BIOGRÁFICO DO MUSEU DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**. 2019. Tese (Doutorado em Museologia) - Faculdade de Ciências Sociais, Educação e Administração, Lisboa, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10437/10108>. Acesso em: 10 mar. 2025.

ICOM Brasil. **RECOMENDAÇÕES DO ICOM BRASIL EM RELAÇÃO À COVID 19.** 2020. Disponível em: https://www.icom.org.br/wp-content/uploads/2020/04/RECOMENDACOES_CONSERVACAO_15_ABRIL_FINAL-1.pdf. Acesso em: 17 jun 2025.

MIRANDA, Rose Moreira de. Redes sociais de museus brasileiros: mapeamento e comportamento da cultura durante a pandemia COVID-19 no Brasil. In: **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros** : TIC Cultura 2020. p. 109 - 124.

Museu da UFRGS. **Sobre o Museu.** Disponível em: <https://www.ufrgs.br/museu/sobre-o-museu/>. Acesso em: 15 maio de 2025.

RECUERO, Raquel; GRUZD, A. . Cascatas de “Fake News” Políticas: Um estudo de caso no Twitter. **GALÁXIA (PUCSP)**, v. 41, p. 31-47, 2019.

OLIVEIRA, Vitor Frühauf de. **Práticas de gestão do patrimônio universitário edificado : a experiência da UFRGS.** 2019. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/202430>. Acesso em: 16 de maio de 2025.