

O audiovisual no Instagram como meio de difusão do projeto de pesquisa e documentação museológica do acervo de artes visuais do Espaço Cultural Casa das Onze Janelas, em Belém-Pará ¹

Bárbara Melissa Cordeiro PEREIRA²

Sâmia Batista e SILVA³

Universidade Federal do Pará

RESUMO

A pesquisa ora apresentada trata da utilização do audiovisual na difusão de um projeto de pesquisa vinculado ao campo das artes e da museologia. A fim de difundir as práticas museológicas de um amplo acervo de artes visuais, o aplicativo Instagram tem sido a principal “janela” de interação do público do projeto, desenvolvido em Belém do Pará. Questiona como o audiovisual pode servir para contribuir na ampliação do conhecimento sobre a museologia das artes moderna e contemporânea, objetivando estabelecer uma metodologia de difusão nas redes sociais. Na fundamentação teórica, se embasa em autores que estudam a presença dos museus na internet e a difusão científica nas redes sociais, tais como Fernandes (2013); Stueber (2022); Grant (2016), Britto (2022) e outros. Dentre os resultados, destacamos o crescimento exponencial de seguidores do projeto no Instagram. Entende-se, assim, que a difusão científica por meio do audiovisual nas redes sociais é uma tendência em crescimento devido à sua eficácia em alcançar diferentes públicos.

PALAVRAS-CHAVE

Audiovisual; Difusão científica; Interdisciplinaridade.

1. INTRODUÇÃO:

O campo das artes em Belém do Pará conta com um espaço de grande importância histórica e cultural, localizado no centro histórico da cidade. Trata-se do Espaço Cultural Casa das Onze Janelas, cujo acervo de artes visuais – em especial das coleções de Arte Moderna e Contemporânea – tem sido objeto de uma ampla pesquisa científica de caráter interdisciplinar e interinstitucional, intitulada “Pesquisa e documentação museológica do acervo de Artes Visuais do Espaço Cultural Casa das Onze Janelas”⁴. A iniciativa consiste em uma estratégia de divulgação científica em

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação Audiovisual, evento integrante da programação do 21º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 22 a 24 de maio de 2024.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Tecnologia em Produção Multimídia da FAV-UFPA, email: designermelissacordeiro@gmail.com

³ Professora do Curso de Tecnologia em Produção Multimídia da FAV-UFPA, email: samiabatista@ufpa.br.

⁴ O projeto é apoiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), por meio do Edital Pró-Humanidades - Chamada 40/2022.

rede, envolvendo pesquisadores das áreas de Museologia, Artes Visuais, Comunicação e Design.

Envolvendo diferentes instituições de ensino e pesquisa, tais como a Universidade Federal da Bahia (UFBA) e a Universidade da Amazônia (UNAMA), o projeto é liderado pela Universidade Federal do Pará (UFPA), mais especificamente pela Faculdade de Artes Visuais. Com tal proposta, a Faculdade de Artes Visuais da UFPA tem gerado um ambiente de diálogo e produção de conhecimento que envolve pesquisadores dos diferentes campos e um amplo quantitativo de bolsistas das mesmas áreas.

A ausência de dados sobre o acervo é o problema destacado pelo projeto, que busca, com a pesquisa, promover intercâmbios entre a universidade, os espaços culturais e a sociedade civil. Com tal abordagem, espera-se que o projeto resulte em métodos e dados para a geração de políticas públicas na área da cultura.

Diante de tal cenário, questiona-se como o audiovisual pode ampliar a percepção da sociedade sobre a importância de projetos de pesquisa na valorização do patrimônio histórico e cultural de Belém. Entende-se que, nesse contexto de interdisciplinaridade, a comunicação e a produção multimídia se inserem permitindo a extroversão das práticas desenvolvidas na pesquisa e na documentação museológica, com destaque para o intenso trabalho de inventariar obras e coleções presentes no acervo do referido espaço cultural. A difusão dos aspectos vinculados a esse acervo específico, tais como a natureza da obra, o perfil dos artistas, as técnicas aplicadas e o contexto histórico que a ampara, também são objeto das estratégias de comunicação e da prática multimídia que dão suporte ao projeto e favorecem a composição de produtos audiovisuais segmentados para os diversos públicos que o projeto pretende alcançar.

2. METODOLOGIA:

Diante do desafio exposto acima, optou-se metodologicamente pela difusão científica por meio do aplicativo Instagram⁵, com ênfase na produção audiovisual no formato *Reels*, criado pela empresa Meta⁶ para as redes sociais. O planejamento de conteúdo audiovisual buscou divulgar de forma processual as etapas e atividades do projeto, além de registrar suas atividades para divulgação. A estratégia foi dividida em

⁵ O projeto é localizado no referido aplicativo no endereço: <http://www.instagram.com/acervo11janelas>.

⁶ Explicar o que é Reels e o que é a Meta.

quatro categorias de vídeos: (1) a contextualização do projeto; (2) o aprofundamento do projeto, (3) Informações sobre o inventário das coleções artísticas e (4) Informações sobre a equipe que compõe o projeto.

Para contextualizar o projeto ao seu público, vídeos curtos apresentam informações como a origem e os objetivos do projeto, a metodologia da pesquisa e os resultados esperados. Os processos associados à pesquisa também são retratados, como a fotografia, a conservação preventiva e o restauro de obras, quando necessário. Nessa etapa, o público também tem acesso à terminologia específica do campo museal, a fim de compreender detalhes dos saberes e fazeres das equipes de pesquisa.

Posteriormente, foram previstos vídeos que apresentam o impacto social do projeto e sua relevância para a comunidade. Vídeos sobre a origem das obras pesquisadas, os processos à que são sujeitas e os principais desafios enfrentados pelos profissionais envolvidos serão produzidos, bem como os resultados preliminares alcançados pelos professores e bolsistas envolvidos no projeto.

Na terceira etapa, destacam-se o perfil dos artistas e das coleções presentes no acervo do projeto, assim como as histórias que estão por trás das doações das obras e composição do acervo. Por fim, os resultados finais do projeto e a disponibilização das diretrizes para geração de políticas públicas para o campo museal serão apresentados. Essa estratégia visa manter os seguidores engajados, fornecendo informações detalhadas sobre o projeto, suas atividades e sua equipe, enquanto aproveita o formato visual e dinâmico do Instagram para difundir as práticas científicas no campo das artes visuais e da museologia.

3. AS REDES SOCIAIS NA DIFUSÃO DA CIÊNCIA:

A busca pelo audiovisual para registro da ciência não é incomum ou novo. A transmissão em meios de comunicação de massa do homem pisando na lua foi um grande evento científico e audiovisual. Caldas (2011) afirma que a produção acadêmica deve ser transcrita de forma multimidiática para que a população tenha acesso a informação de uma forma mais prática e interativa. No contexto de uso massificado de dispositivos de comunicação portáteis – os chamados *smartphones* –, parece fazer sentido, portanto, considerar a divulgação de projetos de pesquisa e extensão por meio dos aplicativos de comunicação utilizados em telefones celulares, como o Instagram.

Não há dúvidas de que a internet oferece novas ferramentas de acesso ao conhecimento científico. Este alcance possibilitado pela internet faz com que as redes sociais consigam agregar sujeitos de diferentes lugares do mundo, construindo assim um intercâmbio multicultural, se caracterizando como um espaço de fazer coletivo, permitindo interação de diferentes culturas e garantido a conciliação do saber científico com demais sujeitos da sociedade (FERNANDES e SANTOS, 2013, p.7).

As redes sociais são utilizadas como veículos de comunicação dinâmica e consumo de informações por diferentes gerações. Dentro do campo da pesquisa, as redes sociais se tornaram um meio democrático de difusão das pesquisas e descobertas científicas. Contudo, há a necessidade de simplificar a linguagem científica para garantir a comunicação entre pesquisadores e público leigo. Queiroz (2020) afirma que, apesar da capacidade técnica para desenvolver pesquisas, há uma inabilidade dos pesquisadores de difundir seus resultados de forma compreensível pelo público. A autora também comenta que a difusão científica é um serviço que deve ser prestado à sociedade, criando uma ponte entre o trabalho científico e o público leigo. Essa tradução pode ser entendida como um exercício ético para com a sociedade, ao multiplicar o conhecimento por meio de uma espécie de “tradução” atraente aos não cientistas.

Em épocas em que o conhecimento produzido em universidades e centros de pesquisas não eram disponibilizados na internet, mas através de correspondências e telefonemas, a troca de ideias, as descobertas e pesquisas evoluíam em outro ritmo. Ao considerar as redes enquanto meios de colaboratividade e dialogicidade entre fenômenos e objetos, pode-se dizer que o estabelecimento de redes de conhecimento permeia a ciência desde antes da era da informação trazida pelas novas tecnologias (STUEBER, 2022, p. 56).

No desenvolvimento da sociedade, testemunhamos o avanço das tecnologias e sua aplicação em políticas de educação em massa, a fim de democratizar o acesso ao conhecimento. Com o advento da internet, a difusão das pesquisas científicas vem alcançando proporções globais, facilitada por recursos de tradução automática, inserção de legendas e outras facilidades de acesso a um público amplo. Desse modo, os meios de comunicação contemporâneos tem viabilizado a expansão e a troca de conhecimento para e entre segmentos não acadêmicos, conhecimentos que, no passado, ficavam limitados a um círculo restrito de pesquisadores e cientistas.

4. RESULTADOS:

É nesse contexto que aplicativos de mídias móveis têm se tornado referência na busca e na troca de informações, incluindo conteúdos de caráter científico. Grant (2016) afirma que a transformação dos hábitos de consumo de informação pela sociedade facilitou o uso dos recursos audiovisuais em ambientes virtuais de massa. Como exemplo, o perfil no Instagram da Universidade Federal do Pará recentemente alcançou o montante de 250 mil visualizações em um único vídeo no formato *Reel*, acumulando 230 mil seguidores. Os reels são, no Instagram, um meio audiovisual de difusão científica. Segundo Rodrigues e Neto (2022, p. 153), o Instagram é uma ferramenta de comunicação que deve ser amplamente utilizada pela ciência.

Atualmente, o Instagram é uma poderosa ferramenta de divulgação de mídias, as quais incluem a publicação de imagens e vídeos [...] Naturalmente, o Instagram pode ser utilizado para a divulgação e compartilhamento de conteúdo científicos direcionados a um público mais abrangente, em escala global. Em razão disso, essa ferramenta pode ser uma ótima aliada na promoção da Ciência como forma de educação informal, alfabetização científica e visibilidade pública das próprias descobertas científicas.

Com isso em mente, nota-se o crescimento exponencial dos acessos à conta do Instagram desde a criação do projeto no início de 2023. Ao mesmo tempo, o compartilhamento constante de informações sobre o projeto, tal qual o cotidiano da pesquisa, as práticas empreendidas pelos bolsistas na documentação, conservação preventiva, inventário e difusão científica tem despertado no público o interesse pelo trabalho desenvolvido “nos bastidores” dos museus e espaços culturais. Recentemente, a conta alcançou 700 seguidores, um número expressivo para um perfil cujo público é tradicionalmente segmentado.

5. CONCLUSÃO:

Muito se fala da necessidade de aproximar a sociedade do conhecimento produzido academicamente. Nesse contexto, as mídias audiovisuais têm servido como veículo para popularizar saberes, práticas, metodologias e linguagens a um grande grupo de pessoas, em especial os portadores de dispositivos móveis, como telefones

celulares. O compartilhamento das pesquisas para promoção e difusão do acervo de artes visuais da Casa das Onze Janelas por meio do aplicativo Instagram tem permitido ampliar a compreensão do trabalho de pesquisa envolvido no projeto, incluindo o conceito do projeto; a importância do Espaço Cultural Casa das Onze Janelas e de seu acervo; os artistas cujas obras fazem parte do acervo; as atividades de inventário e os recortes científicos desenvolvidos pelos pesquisadores e bolsistas, além de outros temas. Tais aspectos comprovam que a difusão científica por meio do audiovisual nas redes sociais é uma tendência em crescimento devido à sua eficácia em alcançar diferentes públicos.

REFERÊNCIAS

BRITTO, Rosangela M.de. **Projeto de Pesquisa e Documentação Museológica do Acervo de Artes Visuais do Espaço Cultural Casa das Onze Janelas, em Belém do Pará**. Projeto de Pesquisa - Edital Pró-Humanidades- CNPq/UFGA. Belém (Pa): 2022. Arquivo digital.

MELLO, Janaina Cardoso. **Museus e Ciberespaço: novas linguagens da comunicação na era digital**. Cultura Histórica & amp; Patrimônio, nº2, 2013. ISSN 2316-5014

MENSCH, Peter. **Notas sobre os arredores: patrimônio e novas tecnologias**. In: MUSAS – Revista Brasileira de Museus e Museologia. Nº. 4, 2009. Rio de Janeiro. Instituto Brasileiro de Museus. 2009.

OLIVEIRA, J.C.A. **O Museu na Era do Ciberespaço**. Ciberlegenda, 2017.

OLIVEIRA, J.C.A. **Para além dos muros: os acervos dos museus no ciberespaço**. Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR, Penedo, v.4, 2014.

VELASCO, Karina Durand. **O Uso da Multimídia Como Linguagem Voltada à Valorização do Patrimônio Cultural**. In: ARNAUT, Jurema K.; Almeida, Cícero Antonio Fonseca. (Orgs.) *Museografia: A Linguagem dos Museus a serviço da sociedade e de seu patrimônio cultural*. Rio de Janeiro: IPHAN/OEA, 1997, p.51-61.

MENDES, Luís Marcelo. **Reprograme: comunicação, marca e cultura numa nova era de museus**. Rio de Janeiro, 2012.

CALDAS, G. **Mídia e políticas públicas para a comunicação da ciência**. In: PORTO, CM., BROTAS, AMP., and BORTOLIERO, ST., orgs. *Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas* [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 19-36.

FERNANDES, Jéssica Luana; SANTOS, Simone Cabral Marinho dos. *Redes sociais e divulgação científica: possibilidades para socialização do conhecimento*. **Anais do 5 Fórum Internacional de Pedagogia-FIPED**, 2013.



INTERCOM Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
21º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte - REMOTO - 22 a 24/05/2024

QUEIROZ, Mariana Ramos. Divulgação científica: difusão do conhecimento permitindo a geração de mais conhecimentos. **BIS. Boletim do Instituto de Saúde**, v. 21, n. 1, p. 105-109, 2020.

STUEBER, Ketlen. Comunicação científica e ciência aberta: amostras e diálogos sobre a produção do conhecimento científico no Brasil. 2022.