MUSEUS EM REDES

Franquia de Jornalismo Cultural

Nathalia Lopes da Silva[i]
Vivian de Carvalho Belochio[ii]

Quem sou?

Sou a Franquia de jornalismo cultural **Museus em Redes**, muito prazer! No começo esse não era meu nome, na verdade nem havia um, pois eu era apenas uma ideia. Hoje me desenvolvo em múltiplas plataformas de mídia, ou seja, na internet, no rádio, em um jornal impresso e nas redes sociais, afinal todo mundo tem "Facebook", por que eu não teria?! Nelas veiculo notícias e conteúdos multimídia sobre os museus da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul. Meus produtos são o site Museus em Redes, a página no Facebook "Museus em Redes", o canal no Youtube e o Minuto Museus em Redes, programas veiculados pelas rádios locais de Alegrete e de São Borja.

Fui criada a partir de uma inquietação pessoal da minha autora, a qual desejava entender porque os museus de sua cidade natal, Alegrete (RS), eram pouco conhecidos pelos moradores e como ela poderia, de alguma forma, através da sua profissão (o jornalismo), transformar essa realidade. No começo, eu era um pouco diferente, tinha planejado me

desenvolver de outras formas, mas entre idas e vindas, viagens no trajeto Alegrete x São Borja e por meio das orientações, percebi que a mudança seria necessária, e que o jornalismo era a forma mais adequada para o meu desenvolvimento.

Acredito que o jornalismo cultural pode ser um meio de comunicação e preservação da história regional e do patrimônio histórico e cultural dos municípios. Meu principal objetivo é ampliar o alcance dos museus da região, que são o principal elo entre passado e presente. Eles também são importantes promotores do conhecimento e contato com a arte e cultura regional, levando os moradores a conhecer melhor o lugar onde vivem.

Sou também um "Projeto de pesquisa, desenvolvimento e inovação" (PDI) que compõe um requisito do Mestrado Profissional do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC) da Universidade Federal do Pampa – Campus São Borja. Fui desenvolvida como projeto piloto nas cidades de Alegrete e São Borja. Meus objetos de intervenção nesse primeiro momento foram os museus públicos das duas cidades, sendo eles: o Museu de Arte de Alegrete José Pinto Bicca de Medeiros, o Museu do Gaúcho Ícaro Ferreira da Costa e o Museu Oswaldo Aranha, em Alegrete. O Museu Municipal Apparício Silva Rillo, o Museu Getúlio Vargas e o Memorial Casa João Goulart, em São Borja.

A minha criadora e responsável pelo projeto é a mestranda Nathalia Lopes da Silva, jornalista graduada pela UNIPAMPA (2013) e Especialista em Comunicação e Semiótica pela UNESÁ (2014), registro profissional nº 0017073/RS. Ela é orientada pela Prof. Dra. Vivian de Carvalho Belochio, a qual considero minha coautora.

O processo de desenvolvimento entre a minha transformação de ideia inicial em produtos foi demorado e árduo. Foi uma longa caminhada, que teve alguns percalços, muita pesquisa e

trabalho de campo. A primeira etapa foi de muitas horas de pesquisa. Assim aprendi os conceitos, que deveria aplicar aos meus produtos. Nessa fase também passamos, eu e minha autora, a fazer a pesquisa exploratória para conhecer melhor os meus parceiros de trabalho, saber quantos são os museus da Fronteira Oeste e a forma como se comunicam com os moradores das suas cidades. Também foi preciso consultar o público. Para isso realizei um questionário para saber de que forma ele se informa sobre os museus, e não é que a maioria dos entrevistados afirma que faz isso por meio do “Facebook”?

Após conhecer melhor os recursos das instituições e os hábitos do público, chegou a vez de planejar os produtos e os prazos de execução. Foram previstas cinco plataformas de mídia para minha atuação, sendo que deveria veicular conteúdo próprio em cada uma delas. Eu ainda precisava de um nome e um “rosto”, quer dizer, uma marca e uma identidade visual. Nessa etapa tive o apoio da Prof. Dra. Juliana Salbego e da décima turma de Publicidade e Propaganda da Unipampa, que desenvolveram várias opções de identidade visual como o trabalho final da disciplina de “Programação visual e gestão de marcas”.

A identidade visual escolhida foi desenvolvida pelos graduandos Hallana Vitória, Lorenzo Luzardo e Tanara Cargnelutti. Segundo o Manual da Marca, a ideia da marca baseia-se em três pilares centrais: o símbolo de localização, a ação de pessoas ao apreciarem uma obra de arte e as penas de um pavão. Nesse sentido, os símbolos de localização unidos lado a lado representam o digital e fazem referência aos vários locais dos museus contemplados pelo projeto. O modo que os elementos estão dispostos no símbolo representa pessoas ao apreciarem uma obra de arte ou objetos e, ao mesmo tempo, as penas da cauda de um pavão, ave símbolo da imortalidade - tal qual a arte é imortal. Por fim, os elementos, quando unidos, formam também a letra “M” vazada - fazendo referência ao nome do projeto "museus em redes.

Figura 01- Marca Museus em Redes

Fonte: Manual da Marca Museus em Redes

Então, depois de ter uma identidade eu precisava sair do “papel” e ser colocada em prática. Isso exigiu de minha autora, realizar 15 entrevistas, visitas quase que diárias aos museus, fazer em torno de 200 fotografias, horas filmagens, seguidas de longos períodos de redação, revisão e edição dos materiais, tudo isso num período de aproximadamente 45 dias. Nessa etapa o jornalismo foi posto em prática, foram desenvolvidas técnicas de apuração e produção de notícias e reportagens. Todo esse trabalho deu origem a um site com sete reportagens (uma delas multimídia), duas galerias de fotos, cinco programas radiofônicos com um minuto cada, quatro vídeos disponibilizados no *Youtube* (duas reportagens e duas animações) e uma página no *Facebook*. Tal página é alimentada periodicamente com fotos, textos, vídeos e *gifs*, há também o jornal com duas mil cópias impressas contendo oito páginas, seis reportagens, dois infográficos e um artigo de opinião.

Qual meu desafio?

Fui desenvolvido a partir da identificação de uma aparente carência em ações comunicativas profissionais nos museus da Fronteira Oeste. Essa carência foi percebida a partir de pesquisa prévia, ela envolveu quinze museus das treze cidades da Fronteira Oeste.

Nesta investigação inicial, constatei que as poucas ações de comunicação midiática que existem nos museus são realizadas, em sua maioria, de forma amadora, com conteúdo predominantemente institucional e, geralmente, são desenvolvidas pelos funcionários responsáveis pelas instituições. A maioria ocorre somente no site de rede social *Facebook*. Contudo, a maior parte das instituições, nem sequer possuem iniciativas de comunicação midiática. Partindo disso, o meu desafio foi compreender como a prática jornalística pode ser utilizada como elemento estratégico na comunicação para os museus e ser uma dessas estratégias.

Na pesquisa identifiquei que, atualmente, as iniciativas de comunicação nos museus da região utilizam principalmente a **comunicação institucional em plataformas digitais**, as conhecidas redes sociais, mais especificamente o *Facebook*, para reforçar o vínculo dos museus com seus públicos.

Descobri também, que em toda a região da Fronteira Oeste[iii], existem 25 museus[iv]. Destes, 15 são administrados pelo poder público, sendo que, das 13 cidades da região, apenas sete delas possuem museus. Alegrete é a que concentra o maior número de instituições.

A partir dos dados foi possível identificarmos, eu e minha autora, algumas características em comum na situação comunicacional dos museus da Fronteira Oeste. Percebemos, que seis dos 15 museus públicos da região não possuem estratégias de comunicação destinadas a produzir e divulgar informações sobre eles, e as outras nove se valem principalmente de atividades esporádicas através da internet.

Depois das redes sociais, os sites institucionais das prefeituras são as ferramentas mais utilizadas para a divulgação de informações sobre os museus. A publicação de notícias nesses espaços ocorre de forma esporádica, em ocasiões específicas, como eventos ou datas comemorativas. Apenas os museus de São Borja possuem informações em outras plataformas[v] além do *Facebook* e do site da prefeitura.

Para descobrir a opinião dos moradores sobre os museus utilizamos como instrumento de coleta de dados um questionário[vi] *online,* com o objetivo de descobrir o que os moradores pensam sobre os museus de suas cidades, qual é a frequência de visitação e por quais meios de comunicação costumam se informar sobre eles. Este questionário foi publicado na plataforma *Google Docs* e divulgado através de *e-mails* e pelo *Facebook*. Analisamos dados coletados durante o período de 13/05/2017 a 01/07/2017. Obteve-se 75 respostas, sendo que a maioria dos entrevistados têm entre 20 e 40 anos.

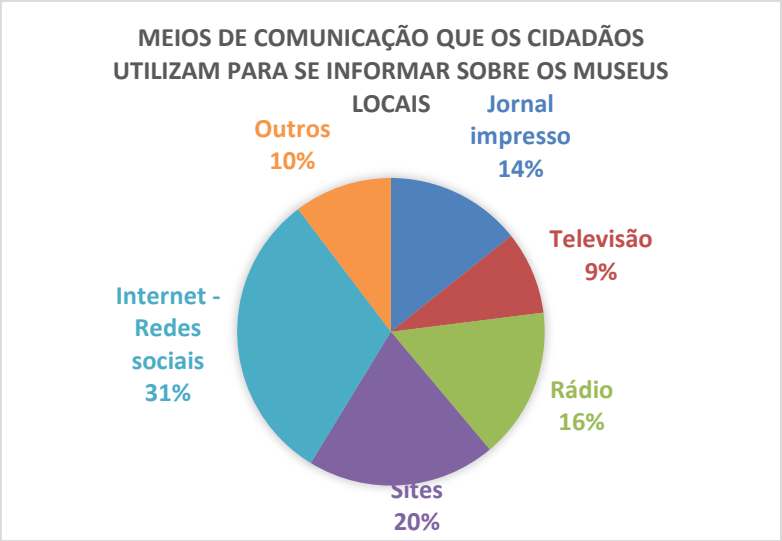
Tivemos uma surpresa ao analisar uma das questões sobre a frequência de visitação aos museus. Ao todo, 56% dos entrevistados responderam que costumam ir a museus e 44% que não têm tal hábito. Quanto aos motivos, a maioria dos frequentadores relatou que só realiza visitas quando há eventos ou devido às suas atividades profissionais. Entre os motivos dos que dizem não visitar, destacam-se a falta de informações e divulgação, carência de outros atrativos culturais, devido aos horários de funcionamento dos locais, à ideia de que não há

novidades nos acervos para justificar visitas frequentes e motivos pessoais, como falta de disponibilidade.

Os museus citados como mais visitados pelos entrevistados foram o Museu do Gaúcho, localizado em Alegrete, citado 13 vezes, e o Museu Getúlio Vargas, que fica em São Borja, mencionado 10 vezes. Também estão entre os mais citados pelos entrevistados o Museu Oswaldo Aranha (Alegrete) e o Memorial Casa João Goulart (São Borja).

Na pergunta sobre os meios de comunicação utilizados pelos entrevistados para obter informações sobre os museus, a grande maioria afirmou que utiliza a internet, com um total de 51% das respostas. Um total de 31% destes utilizam as redes sociais e 20% sites. O rádio é o terceiro meio mais utilizado, citado por 16% dos entrevistados.

Figura 02 – Gráfico com as respostas do questionário *online*



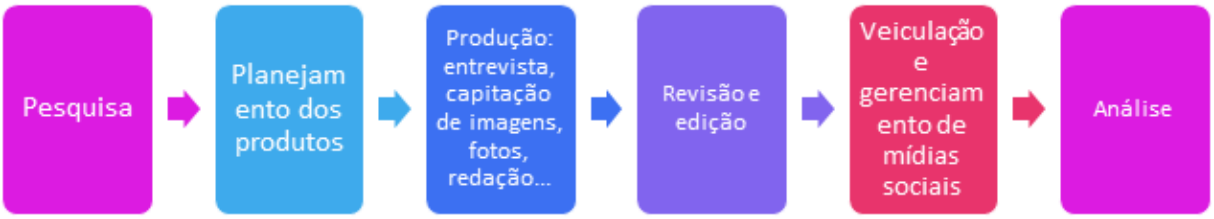
Fonte: elaborado pela autora

Dessa forma percebemos como as pessoas se informam sobre os museus. Entendemos que o rádio e o jornal impresso ainda tem um papel importante na difusão das informações, mas os sites e as redes sociais ganharam muito espaço, assumindo grande importância como ferramenta de comunicação na Fronteira Oeste. Concluímos então, que as mídias convencionais têm sido menos utilizadas pelos moradores do que as mídias digitais e então percebemos de que maneira deveríamos atuar.

O que fiz?

Tudo começou em março de 2017. Primeiro, com já contei, realizamos a pesquisa exploratória e aplicamos o questionário *online.* Após termos os resultados, os analisamos e já no mês de agosto começamos a planejar as pautas, definir quais seriam veiculadas por cada plataforma de acordo com o objetivo de cada uma delas. Utilizamos como base para desenvolver a parte prática a Teoria da Convergência de Henri Jenkins (2009), na qual ele entende que vivemos em um novo cenário comunicacional, que provoca mudanças sociais, econômicas e culturais. Dessa forma na cultura da convergência as velhas e as novas mídias entram em rota de colisão e isso transforma o nosso modo de consumir, criar e propagar informações.

Fluxograma 01 – Etapas do projeto



Fonte: elaborado pela autora

Optei por desenvolver conteúdos que abordassem temas que envolvessem todos os museus, desta forma planejamos tipos de conteúdos diferentes para cada meio. Por exemplo, no jornal impresso desenvolvi reportagens interpretativas, mais aprofundadas. Já no site foram priorizadas matérias menores, complementadas por fotos e conteúdo multimídia, enquanto na página veicula-se conteúdo informativo por meio de pequenos textos, fotos, material gráfico, *gifs* e breves vídeos. No canal do *Youtube* são postadas pequenas reportagens, animações e infográficos. Já os programas de rádio, por serem destinados a um público mais idoso e que possui pouca informação sobre os museus, foram desenvolvidos abordando temas mais gerais, como atividades, localização, endereços e horários de funcionamento das instituições.

Eu já sabia que tinha que fazer o planejamento das pautas, mas ainda continuava a ser uma ideia sem nome, então em setembro surgiu pela primeira vez o "Museus em Redes". Após um longo processo de escolha, no qual foram redigidas mais de uma centena de opções, surgiu através de uma conversa com a minha coautora e orientadora. Museus em Redes foi escolhido porque me descrevia de forma simples e sucinta, afinal a minha ideia é basicamente levar informações sobre os museus, através das técnicas jornalísticas, para as redes (digitais e analógicas) de comunicação.

Em setembro eu já tinha um nome e começava a tomar forma através da busca por parcerias junto às prefeituras municipais de Alegrete e São Borja e de possíveis apoiadores. Conseguimos a aval e apoio do poder público dos dois municípios e comecei a colocar a mão na massa, ou melhor, na câmera, no gravador e na caneta. As entrevistas começaram pelos funcionários dos museus de Alegrete, em seguida foram entrevistados especialistas em história, sociologia, pedagogia e psicologia. Em seguida foi a vez dos funcionários dos museus de São Borja. Paralelamente à realização das entrevistas captei fotos e imagens, pois o tempo era curto e os dias passavam rápido.

Após a primeira fase de entrevistas passamos a dar vida ao jornal impresso, pois este era o que demandaria mais tempo de produção, já que necessitava mais etapas e ainda precisávamos de tempo para a impressão e entrega das duas mil cópias. Dessa forma as reportagens foram escritas, as fotos editadas e os infográficos criados. O jornalista Vitor Kellner, na época acadêmico do curso de jornalismo da Unipampa, foi contratado para fazer o projeto gráfico. Outubro chegou e eu ainda não possuía uma identidade visual, como contei lá no começo ela foi desenvolvida pelos acadêmicos e quando eu já estava meio desesperada, eu a vi. Ela era linda, ainda é, da forma como sonhei que seria. Foi amor à primeira vista. Clichês a parte, já era a hora de adequar a identidade visual ao projeto do jornal. E assim fizemos e, entre ajustes e mais ajustes, a primeira edição do Jornal Museus em Redes foi impressa em novembro de 2017.

Outubro foi um mês movimentado para mim, ganhei uma identidade, um jornal impresso e um site! Após fazer contato com o projeto de extensão Programa C, da Unipampa - campus Alegrete, recebi a notícia da sua coordenadora Profa. Me. Aline Vieira de Mello que um acadêmico do curso de Engenharia de Softwares havia se interessado em criar o site do projeto. Victor Ribeiro desenvolveu o site na plataforma *Wordpress*, pois após nos reunirmos decidimos que seria a opção mais viável, diante do fato do projeto não possuir suporte financeiro além de uma apoiadora que custeou a impressão do jornal. O site foi hospedado na plataforma com endereço eletrônico www.museusemredes.wordpress.com, contendo as seções: Sobre, Notícias, Jornal (*link* para a versão digital do jornal impresso), WebTV (*link* para o canal do *YouTube*), Minuto Museus em Redes (boletins radiofônicos hospedados em plataforma digital), Galeria de fotos e Contato.

Figura 03 – Screenshot das mídias digitais do Museus em Redes

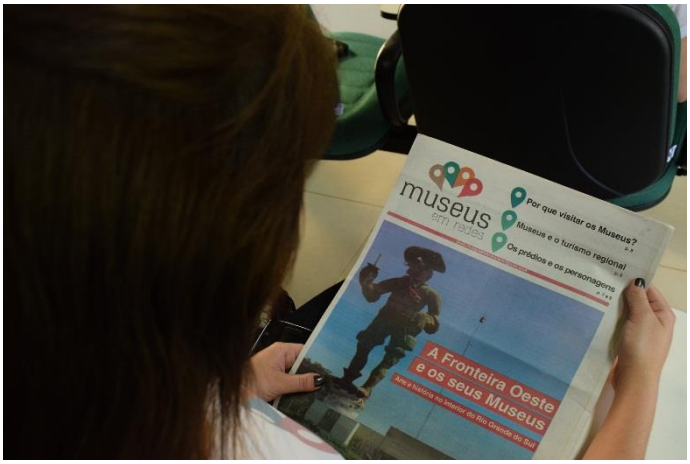
WebTV Museus em Redes	Site Museus em Redes	Página do Museus em Redes no Facebook

Fonte: elaborado pela autora

No final de outubro e começo de novembro elaborei os roteiros dos vídeos e realizei as edições. Em novembro também redigi as matérias do site, criei os conteúdos multimídia e elaborei os roteiros, realizei as gravações e edições dos programas de rádio, afinal os lançamentos do projeto estavam marcados para os dias 21 e 23 de novembro e precisava estar tudo pronto até lá.

No dia 12 de novembro de 2017 lancei a página no *Facebook*, com direito a vídeo de apresentação do projeto. O jornal foi para a gráfica para impressão no dia 17 de novembro, embora estivesse apreensiva de não chegar a tempo, deu tudo certo e no dia 18 de novembro às 5h ele foi entregue a minha autora. Estava tudo pronto para o grande dia.

Figura 04 - Moradora de São Borja lendo o jornal Museus em Redes no evento de lançamento



Fonte: elaborado pela autora

Os eventos de lançamento ocorreram nos dias 21 e 23 de novembro, respectivamente em Alegrete e São Borja. O evento de Alegrete aconteceu no plenário da Câmara de Vereadores e contou com a presença de autoridades, como a Diretora de Cultura do município Andrea Oliveira, funcionários dos museus e demais cidadãos. Em São Borja o evento ocorreu no auditório da Unipampa, contando com a presença de membros da comunidade acadêmica e moradores locais. Assim terminou a primeira fase do projeto, que continua em execução. As metas foram alcanças em sua maioria de acordo com o previsto. As demais atividades que foram executadas em prazo diferente do previsto foram adiantadas em relação ao cronograma.

Desenvolvi meus produtos com base nas teorias estudadas para a construção do projeto. Exemplos disso são o fato de produzir conteúdos diferentes para cada mídia, evitando a mera transposição das matérias de uma plataforma para outra, e seguindo as lógicas do jornalismo digital na redação das matérias disponibilizadas *online* (MIELNICZUK, 2003). Bem como, cada

conteúdo foi redigido e produzido pensando nas potencialidades e recursos da plataforma pela qual seria veiculado. Todas os produtos também fazem referência de alguma formas às demais plataformas do projeto. No jornal impresso há um *QRCode* (Figura 3) que, ao ser acessado, direciona os leitores para o site, há também matérias que podem ser complementadas por conteúdos disponibilizados *online*.

Figura 05 - Screenshot da versão digital do Jornal Museus em Redes.

Em destaque o QRCode e as instruções de utilização.

Fonte: JORNAL Museus em Redes

Qual meu resultado?

Com o meu trabalho e de cada pessoa que auxiliou de alguma forma no desenvolvimento do Museus em Redes: entrevistados, gestores municipais, apoiadores, etc., alcançamos um número significativo de pessoas nessa etapa inicial, principalmente através da página no *Facebook*. O site possuiu um desempenho baixo, o que demonstra um maior alcance através das plataformas de redes sociais. O jornal impresso foi distribuído em todos os museus públicos de Alegrete e São Borja, na Unipampa, Instituto Federal Farroupilha das duas cidades, prédios públicos, Prefeitura de São Borja, Centro Administrativo de Alegrete e Centro Cultural de Alegrete. Os programas de rádio foram disponibilizados no site e veiculados pela rádio Cultura de São Borja na semana de 19 a 23 de março. A WebTV Museus em Redes, no Youtube, obteve um total de 59 visualizações.

Até o dia 8 de março de 2018 obtive na página[vii] do Museus em Redes no *Facebook* **167 curtidas**, com um total de **131 pessoas alcançadas** pelas publicações de 28 de fevereiro a 6 de março de 2018. No total, **23 conteúdos foram postados na página**, entre os dias 12 de novembro de 2017 e 1º de março de 2018. Entre esses conteúdos estão fotos, vídeos, matérias, *links* e uma transmissão ao vivo realizada durante o evento de lançamento em São Borja no dia 23 de novembro de 2017. Essa transmissão foi a publicação com maior alcance, pois chegou a **2.144 pessoas**, seguida da primeira publicação, o vídeo introdutório "Conheça o Museus em Redes", que obteve um alcance de **1.684 usuários e 115 reações**. O terceiro conteúdo com maior alcance foi a publicação "Relate a sua impressão sobre os museus locais", estratégia para a construção de matéria colaborativa, que alcançou **1.584 pessoas e obteve 81 reações**.

Figura 4 – Infográfico com as informações em números sobre a página no Facebook do Museus em Redes

Fonte: elaborado pela autora

Acredito que tenho cumprido com meu objetivo de informar os moradores da região, sobre os museus públicos das suas cidades, através do jornalismo e das suas técnicas profissionais. Uma das estratégias utilizadas para engajar dos moradores é a construção de matérias colaborativas sobre o tema. Prevejo também a minha inserção na Semana Nacional dos Museus em Alegrete e São Borja e a intensificação da divulgação da proposta através de oficinas com os estudantes de escolas públicas dos municípios. Dessa forma estarei cumprido meus objetivos, oferecendo a população da Fronteira Oeste informação de qualidade sobre as instituições, dessa forma incentivando a visitação e valorização desses espaços. Eu não termino como um projeto piloto, mas pretendo crescer e então abordar todos os museus públicos da Região e em seguida também os museus privados.

Quadro 01 - Ficha Técnica Museus em Redes

Realização: Criação, produção e edição: Nathalia Lopes Desenvolvimento da marca: Hallana Vitória, Lorenzo Luzardo e Tanara Cargnelutti (UNIPAMPA-Campus São Borja) Desenvolvimento do Site: Victor Ribeiro (Projeto Programa C, UNIPAMPA-Campus Alegrete) Projeto gráfico e diagramação do jornal Museus em Redes: Victor Kellner Orientação: Profa. Dra. Vivian de Carvalho Belochio
Apoiadores: Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa – Unipampa São Borja Prefeitura Municipal de Alegrete/RS Prefeitura Municipal de São Borja/RS Vereadora Municipal de Alegrete Maria do Horto Salbego Unipampa

Agradecimentos:

Profa. Dra.Vivian de Carvalho Belochio

Prof. Dr. Anderson Corrêa

Profa. Me Aline Vieira de Mello

Prof. Dr. César Beras

Prof. Jefferson Leite

Prof. Romário Roland

Profa. Carine Sisti

Janine Andes

Elisandro Coelho

Agência Bumerangue e seu diretor Silvio Balestra

Prof. Dra. Juliana Salbego

10ª turma de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA – Campus São Borja

Vereadora Maria do Horto Salbego

Projeto Programa C – UNIPAMPA/Campus Alegrete

UNIPAMPA – Campus São Borja

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa – PPGCIC

Fonte: elaborado ela autora

Notas de referência

[i] Autora do projeto, jornalista e mestre em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa).
[ii] Orientadora do projeto, jornalista, doutora em Comunicação, professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa).
[iii] A faixa de fronteira brasileira corresponde a uma área de até 150km de largura, situada ao longo dos 15.719 km de fronteira do território, sendo que, no Rio Grande do Sul, abrange áreas que fazem divisa com a Argentina e o Uruguai, conforme informações da Fundação de Economia e Estatística do Estado, é formada por treze municípios, com uma população total de 532.890 habitantes.
[iv] Instituto Brasileiro de Museus. Guia dos Museus Brasileiros. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011.
[v] Disponível em <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKdaW6fgJbUGqL89w0ZQOmjk-tAKLOn2RioR5dzhZ_kWtQSQ/viewform>
[vi] Há informações no blog *Ciber* São Borja, conteúdos textuais e fotográficos sobre eles. O Memorial Casa João Goulart também possui informações institucionais no site do Instituto João Goulart.
[vii] Não foram utilizadas ferramentas para impulsionar a página ou publicações. Todas as curtidas e alcance de publicações foram orgânicas.
[viii] FACEBOOK. **Página Museus em Redes**. Disponível em: < https://www.facebook.com/museusemredes/>
[ix] JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.
[x] JORNAL **Museus em Redes**. 1ed. Novembro de 2017. Versão digital. Disponível em <https://e.issuu.com/embed.html#31726265/55203338>
[xi] MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: Uma Contribuição para o Estudo do Formato da Notícia na Escrita Hipertextual. Tese de Doutorado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da UFBA. Salvador, 2003.
[xii] SITE **Museus em Redes** – Disponível em: <www.museusemredes.wordpress.com>
[xiii] **Minuto Museus em Redes**. Disponível em:<https://museusemredes.wordpress.com/minuto-museus-em-redes/>
[xiv] YOUTUBE. **Canal Museus em Redes**. Disponível em:< https://www.youtube.com/channel/UC5PlyI8rtFT_x0QyoUgyfWQ>