

COMUNICAÇÃO E MEMÓRIA NOS MUSEUS DA FRONTEIRA OESTE: PROJETO DE JORNALISMO MULTIPLATAFORMA

Nathalia Lopes da Silva¹

Vivian de Carvalho Belochio²

Resumo:

Este trabalho tem como objetivo o desenvolvimento de publicações em múltiplas plataformas de uma franquia de jornalismo cultural como estratégia de comunicação para os museus públicos da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul. Num primeiro momento, será realizado o projeto piloto em São Borja e Alegrete. O projeto prevê a criação de um site agregador, que comportará elementos como reportagens, galerias de fotos, conteúdos em áudio, a versão digital de um informativo impresso e uma webtv. Nessa discussão inicial apresenta-se a proposta de projeto prático e os resultados da pesquisa exploratória inicial, composta por entrevistas e um questionário¹ sobre o conhecimento dos moradores da Fronteira Oeste que foi disponibilizado na internet, hospedado na plataforma GoogleDocs. A pesquisa partirá da realidade comunicacional dos museus da região e também contará com análise do imaginário coletivo das comunidades locais sobre os museus. Este projeto parte da identificação da aparente carência em ações comunicativas profissionais nessas instituições, percebida a partir de pesquisa prévia, que envolveu treze museus das doze cidades da Fronteira Oeste. Nesta investigação inicial, constatou-se que as poucas ações comunicativas existentes são realizadas de forma amadora, com tom 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 não possuem iniciativas de comunicação midiática.

Palavras-chave: Museus; Jornalismo multiplataforma; Memória; Comunicação.

Modalidade de Participação: Pesquisador

COMUNICAÇÃO E MEMÓRIA NOS MUSEUS DA FRONTEIRA OESTE: PROJETO DE JORNALISMO MULTIPLATAFORMA

¹ Aluno de pós-graduação. nathalials.cn@gmail.com. Autor principal

² Docente. vicabel@terra.com.br. Co-autor



COMUNICAÇÃO E MEMÓRIA NOS MUSEUS DA FRONTEIRA OESTE: PROJETO DE JORNALISMO CULTURAL MULTIPLATAFORMA

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo o desenvolvimento de publicações em múltiplas plataformas de uma franquia de jornalismo cultural como estratégia de comunicação para os museus públicos da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul. Num primeiro momento, será realizado o projeto piloto em São Borja e Alegrete. O projeto prevê a criação de um site agregador, que comportará elementos como reportagens, galerias de fotos, conteúdos em áudio, a versão digital de um informativo impresso e uma webtv. Nessa discussão inicial apresenta-se a proposta de projeto prático e os resultados da pesquisa exploratória inicial, composta por entrevistas e um questionário¹ sobre o conhecimento dos moradores da Fronteira Oeste que foi disponibilizado na internet, hospedado na plataforma GoogleDocs no período de 13/05/2017 a 01/07/2017.

A pesquisa partirá da realidade comunicacional dos museus da região e também contará com análise do imaginário coletivo das comunidades locais sobre os museus. Este projeto parte da identificação da aparente carência em ações comunicativas profissionais nessas instituições, percebida a partir de pesquisa prévia, que envolveu treze museus das doze cidades da Fronteira Oeste. Nesta investigação inicial, constatou-se que as poucas ações comunicativas existentes são realizadas de forma amadora, com tom 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 não possuem iniciativas de comunicação midiática.

Na pesquisa prévia já citada, identificou-se que, atualmente, as iniciativas de comunicação nos museus da região têm se utilizado principalmente da comunicação institucional em plataformas digitais para reforçar a vinculação dos museus com seus públicos. Entende-se, então, que o uso estratégico do jornalismo cultural também requer ações nesse sentido.

A lógica comunicacional na qual vivemos atualmente, de uma cultura da convergência (JENKINS, 2008), reforça essa necessidade, diante dos diferentes perfis de públicos que se busca alcançar com este projeto. Jenkins (p. 29) esclarece que a convergência midiática não se trata apenas de uma transformação tecnológica, mas também comportamental, social e cultural, já que compreende o fluxo de conteúdos que ocorre através de múltiplas plataformas e a mudança de comportamento dos públicos, que migram entre os meios de comunicação, em busca das experiências e informações que desejam.

Visto isso, este projeto se valerá das possibilidades que a formação de uma franquia jornalística pode oferecer para produzir e veicular conteúdo jornalístico sobre os museus da Fronteira Oeste, possibilitando assim o acesso desses produtos através de diversos meios e recursos. Na produção de notícias, são chamadas de

¹ Disponível em <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKdaW6fgJbUGqL89w0ZQOmjk-tAKL0n2RioR5dzhZ_kWtQSQ/viewform>

franquias jornalísticas. Zago e Belochio (2014, p. 5) explicam que a formação das franquias jornalísticas é “possível quando veículos convencionais [...], como o jornal impresso, lançam diferentes propostas de atuação e conteúdo em outras plataformas”.

2. METODOLOGIA

A primeira etapa da pesquisa é exploratória, pois visa à identificação de características dos sistemas comunicacionais dos museus da Fronteira Oeste e da visão dos públicos a respeito dos museus locais. Esta constitui-se como um início de verificação sobre as estratégias de comunicação desses espaços e sobre o imaginário coletivo dos públicos locais a respeito das instituições.

Como instrumento de coleta de dados, foi disponibilizado um questionário *online*, divulgado no *Facebook*. O questionário foi direcionado aos moradores de cada cidade envolvida na pesquisa. Essa técnica serviu à investigação inicial das informações que os cidadãos da região possuem a respeito dos seus museus, a frequência que os visitam e os meios e recursos de comunicação que utilizam para informar-se sobre eles.

Na sequência deste trabalho, serão realizadas entrevistas semiestruturadas com os responsáveis pelos museus, tendo como objetivo aprofundar o conhecimento sobre as estratégias de comunicação desses museus. Em fase posterior será aplicada entrevistas em grupos focais. As entrevistas em grupos focais serão realizadas com os público locais, frequentadores ou não dos museus, com o objetivo de aprofundar os dados sobre o imaginário coletivo. A partir dos dados coletados pretende-se aprofundar a pesquisa sobre imaginário produzido pelas comunidades sobre os museus.

Na fase de produção prática, serão utilizadas técnicas de composição jornalística, tais como apuração baseada em análise documental, entrevistas e coleta de imagens. Serão produzidos materiais jornalísticos em áudio e vídeo, conteúdos em espaços digitais, materiais impressos, impressão, veiculação dos materiais e composição de conteúdos adequados a cada plataforma utilizada.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em toda a região da Fronteira² Oeste (FO), existem 23 museus³. Destes, treze são administrados pelo poder público, sendo que, das 12 cidades da região, apenas a metade delas possuem museus, sendo Alegrete a que concentra o maior número de instituições. Dos 13 museus públicos da FO apenas oito possuem alguma estratégia de comunicação. As cidades Barra do Quaraí, Itacurubi, Itaqui, Maçambará, Manoel Viana e Santa Margarida do Sul não possuem museus.

A partir dos dados expostos, é possível identificar algumas características em comum na situação comunicacional dos museus da Fronteira Oeste. Percebe-se que sete dos 12 museus da região não possuem estratégias comunicativas destinadas a produzir e divulgar informações sobre eles, e as demais seis se valem

² 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 habitantes².

³ Instituto Brasileiro de Museus. Guia dos Museus Brasileiros. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011.

principalmente de atividades esporádicas através da internet para comunicar-se com suas comunidades.

Analisando as redes sociais dos museus, percebe-se a predominância da comunicação institucional. Esta é realizada de forma amadora, geralmente desenvolvida por funcionários responsáveis pela administração dos espaços, como é o caso do perfil na rede social *Facebook* do Museu Ícaro Ferreira da Costa, de Alegrete. Percebe-se, nas páginas dos museus, falta de periodicidade nas publicações e carência de informações básicas, como endereços, horários de funcionamento e contato.

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 além do *Facebook* e do site da prefeitura. Identificou-se, no blog *Ciber São Borja*, conteúdos textuais e fotográficos sobre eles. O Memorial Casa João Goulart também possui informações de cunho institucional no site do Instituto João Goulart.

3.1 Análise dos dados coletados através de questionário online

Como instrumento de coleta de dados foi aplicado um questionário⁴ online, com o objetivo de descobrir o que os moradores pensam sobre os museus de suas cidades, qual é a frequência de visita e por quais meios de comunicação costumam se informar sobre eles. Tal questionário foi publicado na plataforma *Google Docs* e divulgado através de *e-mails* e pelo *Facebook*. Foram analisados 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.

Foram recebidas respostas de moradores de cinco municípios da Fronteira Oeste: Alegrete, Rosário do Sul, Santana do Livramento, São Borja e Uruguaiana. A grande maioria dos entrevistados afirmaram residir nos municípios de Alegrete (51%) e São Borja (37%).

Uma das questões do questionário é sobre a frequência de visita aos museus. Ao todo, 56% 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 são 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

⁴ Disponível em <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKdaW6fgJbUGqL89w0ZQOmjk-tAKL0n2RioR5dzhZ_kWtQSQ/viewform>

redes sociais e 20% sites. O rádio é o terceiro meio mais utilizado, com 16%. Diante disso, é possível perceber que o rádio e o jornal impresso ainda tem um papel importante na difusão das informações, contudo os sites e as redes sociais ganharam muito espaço, assumindo grande importância como ferramenta de comunicação na Fronteira Oeste. Conclui-se que as mídias convencionais têm sido menos utilizadas pelos moradores do que as mídias digitais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas reflexões feitas até aqui e a partir da pesquisa sobre a realidade comunicacional dos museus da Fronteira Oeste, identificou-se a carência de ações de comunicação midiática sobre tais espaços. Justificam este trabalho a comprovada carência de ações de comunicação profissional e de produtos jornalísticos sobre os museus da Fronteira Oeste e a importância de desenvolver ações jornalísticas sobre os museus da região. Acredita-se que o jornalismo cultural pode ser um meio de comunicação e preservação da história regional e do patrimônio histórico e cultural dos municípios.

Além disso, também justifica este projeto o pressuposto desconhecimento dos moradores sobre os museus, constatado através das respostas ao questionário já descrito⁵. Diante disso, considera-se relevante realizar este projeto, pela importância de ampliar o alcance dos museus da região, que são o principal elo entre passado e presente, sendo que isso acarreta que seus moradores conheçam melhor o lugar onde vivem.

5. REFERÊNCIAS

CIBER SÃO BORJA. **Memorial Casa João Goulart**. Disponível em: <http://cibersaoborja.blogspot.com.br/>. Acesso em 11 de janeiro de 2017.

CIBER SÃO BORJA. **Museu Getúlio Vargas**. Disponível em: http://cibersaoborja.blogspot.com.br/2010/11/museu-getulio-vargas_19.html Acesso em 11 de janeiro de 2017.

FACEBOOK. **Página Memorial Casa João Goulart**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Memorial-Casa-Jo%C3%A3o-Goulart-818643141612734/?fref=ts>> Acesso em 09 de janeiro de 2017.

FACEBOOK. **Página Museu Oswaldo Aranha**. Disponível em <<https://www.facebook.com/Museu-Oswaldo-Aranha-733149076721094/?fref=ts>>. Acesso em: 09 de janeiro de 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Guia dos Museus Brasileiros**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011. Disponível em <http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/05/gmb_extintos.pdf> Acesso em 13 de maio de 2017.

⁵ Questionário disponibilizado on-line sobre o conhecimento dos moradores da Fronteira Oeste sobre os museus. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKdaW6fgJbUGqL89w0ZQOmjk-tAKLOn2RioR5dzhZ_kWtQSQ/viewform>

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

RELATÓRIO de economia criativa 2010 - economia criativa uma opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc.; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

ZAGO, G.; BELOCHIO, V. Remediação da experiência de consumo de notícias em sites de redes sociais. **Contemporânea**, v.12, n.1, 2014, p.90-106.