19º Encontro Conversando sobre Extensão (CONEX) e 4º EAEX - Encontro Anual de Extensão (EAEX)

Resumo Expandido Modalidade A: "Apresentação de programas, projetos, ações, atividades e pesquisas advindas da extensão universitária"

ÁREA TEMÁTICA: (marque a área temática correspondente ao trabalho que foi indicado no momento da inscrição)

(X) COMUNICAÇÃO

( ) CULTURA

( ) DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA

( ) EDUCAÇÃO

( ) MEIO AMBIENTE

( ) SAÚDE

( ) TECNOLOGIA E PRODUÇÃO

( ) TRABALHO

CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA NA COMUNICAÇÃO MUSEAL: APOSTAS DE MÍDIA DO PROJETO AÇÕES CULTURAIS NO MUSEU CAMPOS GERAIS

Cassiana Luiza Morilha Tozati (graduanda em Jornalismo/UEPG)[1]

Rafael Schoenherr (docente Jornalismo/UEPG)[2]

Mauricio Liesen (docente Jornalismo/UEPG)[3]

Resumo: O trabalho registra as atividades realizadas pelo projeto de extensão Ações Culturais no Museu Campos Gerais. O projeto visa aperfeiçoar as estratégias de comunicação do museu, por meio da administração das redes sociais. A proposta é planejar publicações de acordo com as particularidades de cada rede, facilitando o acesso do público aos acervos, serviços, documentos e eventos do museu. A partir do uso do meio virtual, o projeto promove diálogos que integram diferentes áreas do conhecimento. O Ações Culturais foi idealizado para envolver alunos e professores no desenvolvimento de atividades entre diferentes cursos e áreas. Diante da pandemia da Covid-19, se iniciam as apostas de mídia do projeto para viabilizar o contato entre o público e o Museu Campos Gerais.

Palavras-chave: convergência jornalística; redes sociais; Museu Campos Gerais; jornalismo cultural.

NOME DO PROGRAMA OU PROJETO

[1] Bolsista de extensão do projeto Ações Culturais no Museu Campos Gerais; UEPG; Jornalismo; cassianamorilha@hotmail.com

[2] Professor do Departamento de Jornalismo da UEPG, supervisor no projeto Ações Culturais no Museu Campos Gerais. rafaelschoenherr@gmai.com

[3] Professor do Departamento de Jornalismo da UEPG, supervisor no projeto Ações Culturais no Museu Campos Gerais. mauricioliesen@uepg.br

Ações Culturais no Museu Campos Gerais

PÚBLICO-ALVO

As atividades do projeto são voltadas à comunidade museal, inclusive de museus de outras cidades que desenvolvem iniciativas semelhantes, com foco no escopo de entidades pertencentes à Associação de Museus da Região dos Campos Gerais. O projeto busca também atrair pesquisadores e estudantes de universidades interessados nos acervos do Museu Campos Gerais. As ações são pensadas também para o público da cidade de Ponta Grossa e região.

MUNICÍPIOS ATINGIDOS

As publicações em redes sociais e no site do Museu Campos Gerais desenvolvidas pelo projeto contemplam de forma mais direta como municípios atingidos: Ponta Grossa, Curitiba, Castro, Tibagi, Jacarezinho, União da Vitória, Carambeí, Telêmaco Borba, São Paulo, Palmeira, Florianópolis, Londrina, Guarapuava, Santo Antonio da Platina, entre outros. Os estudantes e professores que organizam as ações de mídia moram nas cidades de: Ponta Grossa, Curitiba e São Bento do Sul (SC).

LOCAL DE EXECUÇÃO

Museu Campos Gerais, Departamento de Jornalismo e de forma remota (encontros online).

JUSTIFICATIVA

O Museu Campos Gerais adota desde 2019 como prática pedagógica e universitária o envolvimento de estudantes e professores de diferentes cursos e áreas do conhecimento no desenvolvimento de exposições, em ações educativas, culturais e de pesquisa. Para coordenar um grupo articulador dessa interface é que surgiu, no início de 2020, o projeto Ações Culturais no Museu Campos Gerais. A primeira iniciativa, com a colaboração de estudantes de Jornalismo e bolsistas de iniciação científica junior, foi a montagem da exposição Foto Cine Clube Vila Velha, no hall do museu. As apostas de mídia do projeto a partir de um grupo organizado extensionista surgem diante da situação de pandemia da Covid-19, naquele

mesmo mês, com a necessidade de viabilizar o contato entre o Museu Campos Gerais e público por meio de redes sociais, uma vez que as portas estavam fechadas. Considerando questões de convergência e interatividade, identifica-se que o projeto é uma forma de repensar a forma de produzir e publicar o conhecimento advindo do espaço museal. Existem muitos meios de externalizar conteúdo e, considerando a relação atual da sociedade com a tecnologia, não somente no cenário pandêmico, a interação e o diálogo com o público precisam ser buscados para que o conhecimento advindo do museu não se mantenha restrito a esse espaço.

OBJETIVOS

O projeto tem como objetivo auxiliar a administrar, desenvolver e aperfeiçoar as redes sociais do Museu Campos Gerais, que são um meio de facilitar o acesso do público aos acervos, serviços e exposições. Cabe ao projeto pensar em postagens para o Instagram e auxiliar na manutenção do canal do YouTube e site do museu. A proposta do Ações Culturais é planejar e produzir informação que possa se adaptar para o formato de cada rede, divulgando o material do museu e suas atividades a partir da compreensão das demandas do público de cada uma das redes. O projeto visa incentivar a pesquisa no espaço do museu, a conservação de material histórico e explorar a cultura e a identidade da região. Um objetivo indireto é permitir a estudantes em Jornalismo a experiência de proximidade para com o circuito de museus e espaços culturais do estado do Paraná.

METODOLOGIA

A produção de conteúdo para o meio virtual explora as ferramentas oferecidas por cada rede social específica. No Instagram são utilizados vídeos, *reels, stories, lives,* posts carrossel, artes elaboradas e fotos com texto nas legendas, respeitando a característica imediatista da rede. No YouTube entram vídeos ou áudios mais longos, bem como no site são publicados textos mais detalhados, noticiosos e analíticos. O projeto também identifica conteúdo com potencial para ser publicado em diferentes redes com as devidas adaptações. É elaborada, por exemplo, a partir de um texto publicado no site do Museu Campos Gerais, série de postagens em diferentes formatos para o Instagram, YouTube e produto em áudio. Para a divulgação de eventos e exposições, o projeto realiza um planejamento de postagens mais específico. São produzidas artes que contextualizam as exposições, o projeto inclui

convidados próximos dos temas nas postagens, e são feitas publicações com maior frequência. A metodologia de trabalho inclui planejamento de ações de mídia em sintonia com o calendário do museu e da universidade.

RESULTADOS

A primeira publicação do Museu Campos Gerais no Instagram foi no dia 19 de novembro de 2020, muito em função da vinda da exposição João Vilanova Artigas, com maquetes do acervo do Museu Oscar Niemeyer. Após cerca de 10 meses, a conta está com 1.345 seguidores e 199 publicações. Já foram ali divulgadas exposições, pesquisas, documentações, peças do acervo tridimensional e ações educativas ou mesmo programações institucionais. Quanto ao alcance das publicações do Instagram, entre 29 de agosto e 27 de setembro de 2021 foram, no total, 1702 contas alcançadas e, entre elas, 885 são de seguidores do perfil e 817 de não seguidores. Considerando esse mesmo período de tempo e alcance de contas, foram 1069 interações com o conteúdo, o que inclui curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos. Antes disso, o museu contava com canal no YouTube e com espaço no site oficial para publicações. Avaliou-se-, no entanto, com base em sondagens prévias à criação da conta no Instagram (LIMURCI et al. 2020) que a aposta em tal rede social se fazia válida para um tipo específico de engajamento presente no circuito do públicos de museus pelo país. Tanto é que os principais museus do país passaram a adotar o Instagram como uma das principais formas de comunicação com o público em anos recentes.

Outro resultado a ser destacado é a publicação de materiais especiais. No mês de agosto foram realizadas publicações temáticas em homenagem ao aniversário de Paulo Leminski, em 24 de agosto. Foi aproveitado o conteúdo da atual exposição no Museu Campos Gerais, "Múltiplo Leminski" e o projeto gerou vídeos, fotos e *stories*. Pela primeira vez, foram utilizados vídeos colaborativos, ou seja, produzidos por pessoas convidadas para a ocasião – o que incluiu estudantes de jornalismo, jornalistas e escritoras. Os *insights* do Instagram mostram que, entre o dia primeiro e o dia 31 de agosto, foram 6.262 contas alcançadas e, entre elas, 5.559 são de não seguidores e 703 de seguidores do perfil. A foto específica do aniversário de Leminski teve alcance de 756 contas. O vídeo com maior alcance atingiu 3.187 acessos.

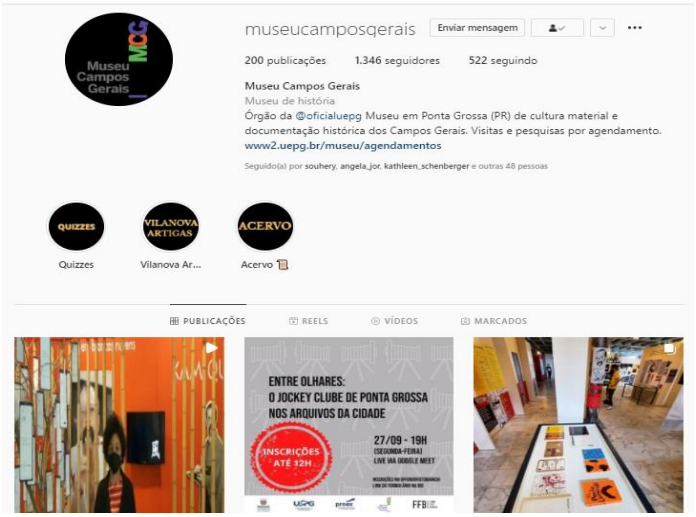
Outra produção midiática entregue pelas redes sociais do MCG se deu em relação a duas edições da Semana Nacional de Museus (2020 e 2021) e duas edições da Primavera dos Museus (2020 e 2021). Cerca de duas semanas antes da Semana Nacional de Museus de 2021, em maio, foram realizadas duas *lives* de discussão com os palestrantes do evento. Uma das conversas foi sobre fotografia e, a outra, sobre ciências biológicas e jornalismo. Somando, o número de visualizações das duas, no total foram 390. Nessas ocasiões, tais vídeos acabam sendo arquivados no canal de vídeos do YouTube para ampliação do acesso.

Esses números mostram a capacidade do projeto em alcançar o público não apenas interessado numa exposição ou evento específicos, mas também interessado por cultura, arte, história e ciências biológicas. A utilização de redes sociais viabiliza que o público tenha acesso a esses diálogos entre as diferentes áreas do conhecimento – essa uma das funções do espaço do museu como laboratório, ainda que de modo online e remoto.

No YouTube, o canal do Museu Campos Gerais tem 157 inscritos e 73 vídeos publicados. Os vídeos com os maiores números de visualizações e curtidas são transmissões de eventos. A transmissão de abertura da 15ª Primavera dos Museus teve o maior número de acessos, com 244 visualizações. Para o site do museu são realizadas produções em formato de áudio e coberturas de eventos, que fazem parte do trabalho de registro de atividades. Se tratam, geralmente, de um conteúdo mais extenso.

FOTO(S)

Figura 1 – Perfil do Museu Campos Gerais no Instagram



Legenda: Captura de tela da conta do Museu Campos Gerais. A imagem ilustra o trabalho do projeto em explorar diferentes formatos de postagens na rede social: destaques de *stories*, vídeo, arte e foto de exposição.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto Ações Culturais no Museu Campos Gerais trabalha com a adaptação do conteúdo de acervos, serviços e exposições do museu para o meio virtual. A finalidade é facilitar o acesso do público para as produções do espaço, criando estratégias de comunicação para o alcance de interessados. Diante do contexto de convergência de mídia, o projeto reconhece no espaço virtual um meio útil para divulgação de produções do espaço de memória. A partir desta proposta, o projeto trabalha recentemente para a criação de um *podcast* com abordagem cultural, artística, de memória e de promoção de diálogos entre diferentes áreas do conhecimento que estão interligadas pelo Museu Campos Gerais. O produto em áudio visa valorizar as produções e acervos do espaço museal, em vista que os museus são espaços transdisciplinares, sobretudo no contexto de convergência midiática (JENKINS, 2009). O projeto evolui conforme o entendimento das formas mais adequadas de comunicação com o público, por meio das redes sociais. Pesquisas e estudos sobre o meio virtual, assim como a participação de novos extensionistas, auxiliam neste processo.

APOIO

Governo do Estado do Paraná

Universidade Estadual de Ponta Grossa

Fundação Araucária.

REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LIMURCI, Tamires; BARBOSA, Leriany; MELO, Cristiane de; SCHOENHERR, Rafael. Banco de Imagens de Ações Culturais Extensionistas do Museu Campos Gerais, do Fundo Foto Bianchi e do Projeto Lente Quente. Anais. 18º Conex. Ponta Grossa: UEPG, 2020. Disponível em: https://siseve.apps.uepg.br/storage/eaexconex2020/151_TAMIRES_LIMURCI_DOS_SANT