

Museus e Conectividade

no Estado de São Paulo

Luiz Fernando Mizukami - GTC SISEM-SP

Michael Argento - ACAM Portinari



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO | SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA

João Dória

Governador do Estado

Sérgio Sá Leitão

Secretário de Cultura e Economia Criativa do Estado

Cláudia Pedrozo

Secretária Executiva de Cultura e Economia Criativa do Estado

Antônio Thomas Lessa Garcia Júnior

Coordenador da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico

SISTEMA ESTADUAL DE MUSEUS – SISEM-SP

Davidson Panis Kaseker

Diretor do Grupo Técnico de Coordenação do Sistema Estadual de Museus – GTC SISEM-SP

Grupo Técnico de Coordenação do SISEM

Luiz Fernando Mizukami

Thaís Romão

Rodrigo Pissarra (estagiário)

ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA – ACAM PORTINARI

Washington Luiz Aissa

Presidente do Conselho Administrativo

Angelica Fabbri

Diretora Executiva

Luiz Antônio Bergamo

Diretor Administrativo Financeiro

AÇÕES DE APOIO AO SISTEMA ESTADUAL DE MUSEUS – SISEM-SP

Coordenadora de Ações de Apoio ao SISEM

Joselaine Mendes Tojo

Assistente de Ações Técnicas

Ana Carolina Xavier Ávila

Bárbara Rodrigues Paulote

Michael Lopes Argento

Otávio Pereira Balaguer

Contexto

Em 31 de dezembro de 2019, foi reportado o primeiro caso de COVID19, síndrome respiratória aguda grave causada pelo vírus SARS-CoV-2, em Wuhan, na província de Hubei, China¹. Do primeiro caso confirmado à declaração pela OMS – Organização Mundial de Saúde do estado de pandemia, passaram-se pouco mais de 3 meses².

Sendo um vírus de fácil propagação e com uma letalidade considerável, e em não havendo uma vacina nem protocolos de tratamento comprovados, a solução para evitar a sobrecarga dos sistemas de saúde foi justamente o isolamento social.

Fábricas, escolas, igrejas, teatros e, é claro, também os museus, tiveram suas atividades normais suspensas em boa parte do mundo. O uso de tecnologias de comunicação à distância cresceu exponencialmente, a adoção de regime de teletrabalho foi intensificada, serviços de entrega a domicílio passaram a ser muito mais utilizados nos centros urbanos e ficaram também mais explícitas as diferenças entre as classes socioeconômicas³.

E nestes tempos de pandemia, em que mudanças foram implementadas de forma abrupta e percepções de distinções de acesso na estrutura social ficaram mais evidentes, o que aconteceu com os museus?

Um estudo recém divulgado pela UNESCO, com o nome “Museums around the world in the face of COVID-19” (“Museus ao redor do mundo diante do COVID-19”), mostra que durante a pandemia, 90% dos museus fecharam suas portas ao público, ou seja, mais de 85.000 instituições pelo mundo⁴. E há a projeção de que 10% dos museus possam nunca reabrir. A AAM – American Alliance of Museums (Aliança Americana de Museus) estima que 1/3 dos museus dos EUA podem não voltar a abrir.

¹ <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

² Em 11 de março de 2020.

<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml>

³ Questões como acesso à internet, que se pensava tão disseminada, acarretaram a necessidade de adiamento do ENEM – Exame Nacional do Ensino Médio, sendo um dos principais argumentos dados por entidades estudantis, secretários de educação e reitores de instituições de ensino a falta de condições sociais e financeiras de muitos estudantes para manter os estudos durante a pandemia, visto que sequer tem acesso às ferramentas necessárias para o ensino a distância, como celular e computador com acesso à internet.

<https://educacao.uol.com.br/noticias/2020/05/19/coronavirus-senado-enem-vestibulares.htm> .

Ou ainda sobre como realizar o isolamento social em habitações pequenas e com alto adensamento, situação comum nas favelas.

<https://congressoemfoco.uol.com.br/direitos-humanos/tres-pessoas-por-quarto-e-sem-home-office-as-dificuldades-do-isolamento-nas-favelas/>

⁴ A mesma pesquisa estima em 95.000 o número de museus pelo mundo.

Estando fechados, a reação imediata de muitos foi manter sua visibilidade por meio de conteúdos digitais na internet. Visitas virtuais, exposições digitais, *lives* como parte da programação cultural... Entretanto, “passar a fornecer conteúdo *online* é como chutar lata na rua. Mesmo com todo o seu valor educacional e de entretenimento, o engajamento digital, como muitos de nós estamos descobrindo, é um substituto pobre da experiência singularmente analógica e interpessoal de visitar um museu”⁵.

Fazendo uma analogia bem elucidativa, a historiadora Marília Bonas, em *live* ocorrida no dia 29 de abril de 2020, dizia que “ver a imagem de uma praia não é como estar em uma praia”. Assim, a presença dos museus no mundo virtual deve também considerar este lugar do museu no mundo, não “apenas uma vitrine dos acervos e dos programas de atividades, mas também uma plataforma de encontro, de trabalho, investigação, de criação, de partilha de saberes e de conhecimentos, de discussão crítica e diversidade de pensamento”⁶. Museus como espaço de manifestação da pluralidade da sociedade, com todas as suas problemáticas e, por isso mesmo, reivindicarem para si o status de *locus* para reinvenção e soluções.

Entendendo a necessidade dos museus em estarem “presentes à distância”, e pensando neste caminho mais óbvio que seria a presença no mundo digital (apesar das várias discussões que se possa ter sobre a efetividade de se atingir uma diversidade de público por estes meios), é sabido que políticas públicas e ações devem ser orientadas em informações. E, para que o SISEM-SP pudesse melhor adequar sua atuação perante este cenário, resolveu-se fazer um mapeamento inicial e de forma rápida sobre a presença dos museus na internet.

Metodologia

Sendo o tempo o grande recurso escasso para esta ação, optou-se pela realização de um questionário hospedado na plataforma Google, com perguntas de fácil resposta. Além da rápida possibilidade de disseminação da informação, a fim de se coletar um bom escopo de número de respostas que pudesse representar uma amostra significativa, a ferramenta também permitia uma coleta rápida de dados para posterior análise.

O questionário, composto por 26 questões - a maioria delas de múltipla escolha, percorria por uma breve sondagem sobre a existência de equipamentos, a conexão a

⁵ <https://www.select.art.br/museologia-pos-pandemia/>

⁶ <https://www.revistamuseu.com.br/site/br/artigos/18-de-maio/18-maio-2020/8543-o-normal-nao-era-normal-que-museus-queremos-depois-da-pandemia.html>

internet, atuação na internet e nas redes sociais, digitalização de acervos e equipe de trabalho dedicada.

A divulgação da pesquisa ocorreu tanto em disparos de e-mails para o mailing do SISEM-SP quanto também em notícias divulgadas no site do SISEM-SP⁷.

Claro que já se faz aqui a crítica de que uma pesquisa sobre conectividade acabou sendo divulgada apenas pela internet (website, mailings e redes sociais do SISEM-SP), podendo assim excluir a participação justamente daquelas instituições que não estejam com presença ou mesmo acesso ao ambiente virtual digital.

Assim, entende-se que pela necessidade de rápido mapeamento e a possibilidade de também se alcançar o público alvo da pesquisa por meio do acesso dos usuários às notícias do SISEM-SP por meio de e-mails não institucionais ou perfis pessoais nas redes sociais, optou-se por este meio e, que tais resultados apresentados são coerentes para entender a situação de instituições que já possuem uma inserção mínima na internet e, tais resultados ajudarão a orientar muitas das ações do SISEM-SP para o segundo semestre.

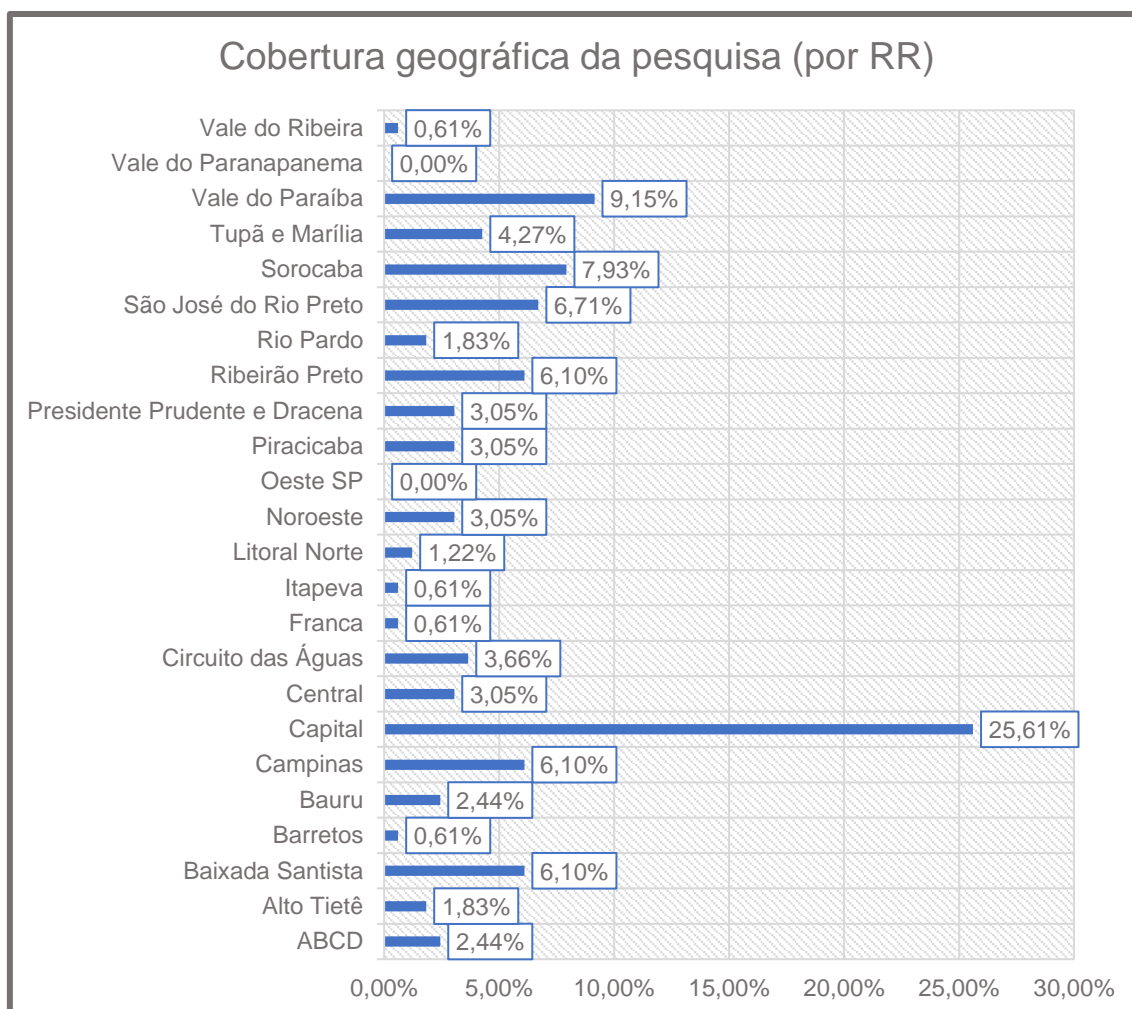
Representatividade da pesquisa

O formulário permaneceu disponível para recepção de respostas no período de 14 de maio a 26 de junho de 2020. Neste período foram coletadas 194 (cento e noventa e quatro) respostas, sendo detectadas mais de uma resposta por instituição em alguns casos. Estas duplicidades poderiam ser decorrentes de dúvidas sobre o envio, acarretando um duplo clique para envio de resposta por parte do respondente (em especial quando se observava horários próximos de envio), ou ainda por haver falta de comunicação na equipe, acarretando respostas da mesma instituição mas encaminhadas por pessoas distintas (esta conclusão é permitida quando se observa respostas encaminhadas com um distanciamento de dias entre a primeira e a segunda resposta encaminhada).

Como padrão para eliminação das duplicidades, optou-se por manter somente a resposta mais atual como válida para a instituição. Assim, eliminadas as duplicidades, chegou-se a um universo de 164 (cento e sessenta e quatro) respostas.

⁷ <https://www.sisemsp.org.br/sisem-sp-lanca-pesquisa-sobre-conectividade-nas-instituicoes-museais-paulistas/>

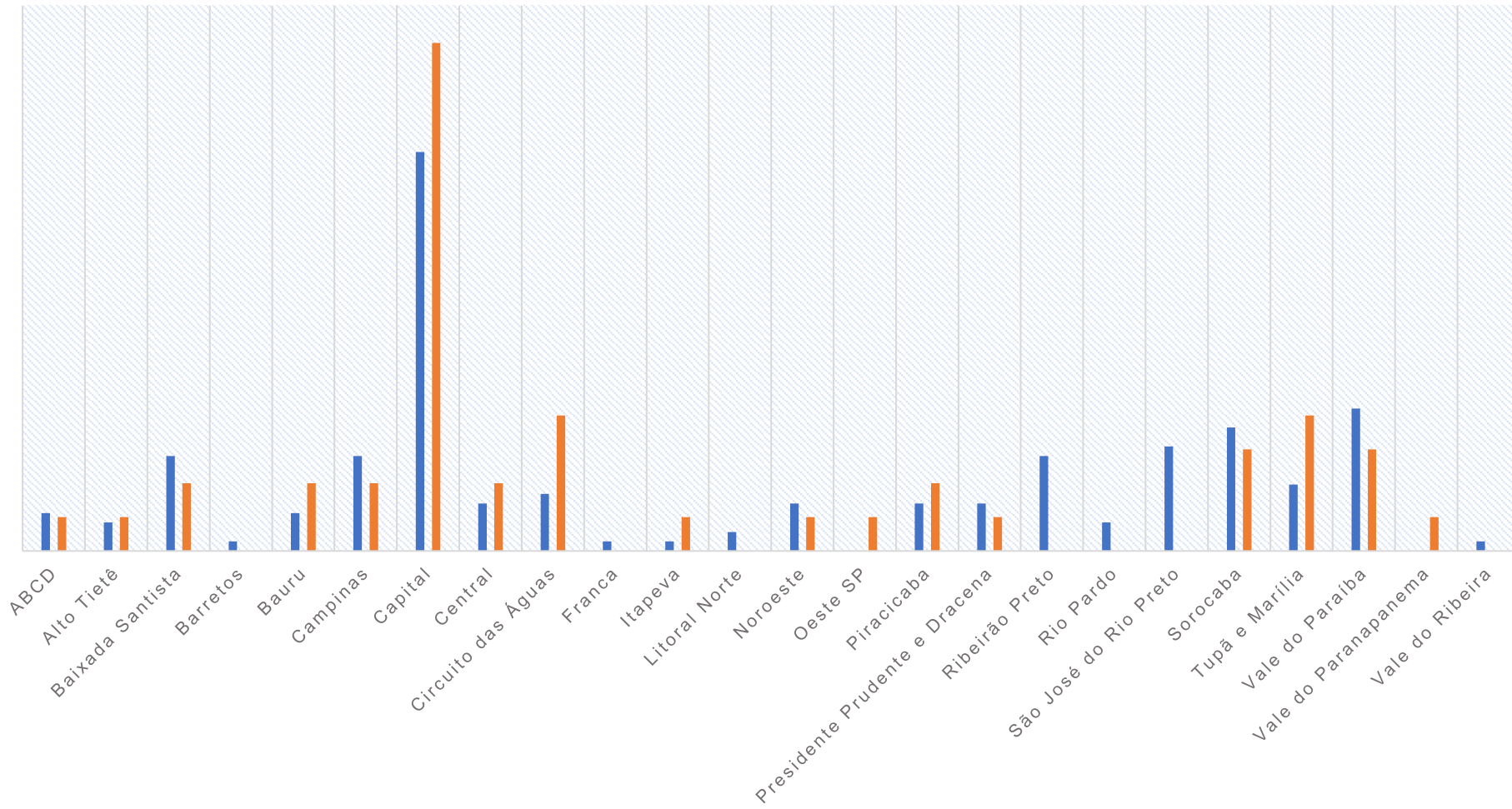
Estas 164 respostas são provenientes de 88 municípios e percorrendo 22 das 24 representações regionais do SISEM-SP. Somente as representações regionais Oeste SP e Vale do Paranapanema estiveram ausentes nesta amostra.



Comparando com os dados obtidos no CEM-SP, entre as instituições cadastradas (incluindo as instituições em processo de estruturação museológica), temos uma abrangência geográfica maior. Os dados do CEM-SP apontam a ausência de informações de 7 representações regionais do SISEM-SP (Barretos, Franca, Litoral Norte, Ribeirão Preto, Rio Pardo, São José do Rio Preto e Vale do Ribeira), permitindo assim seguir na conclusão de que a cobertura geográfica da pesquisa é maior que a do próprio CEM-SP.

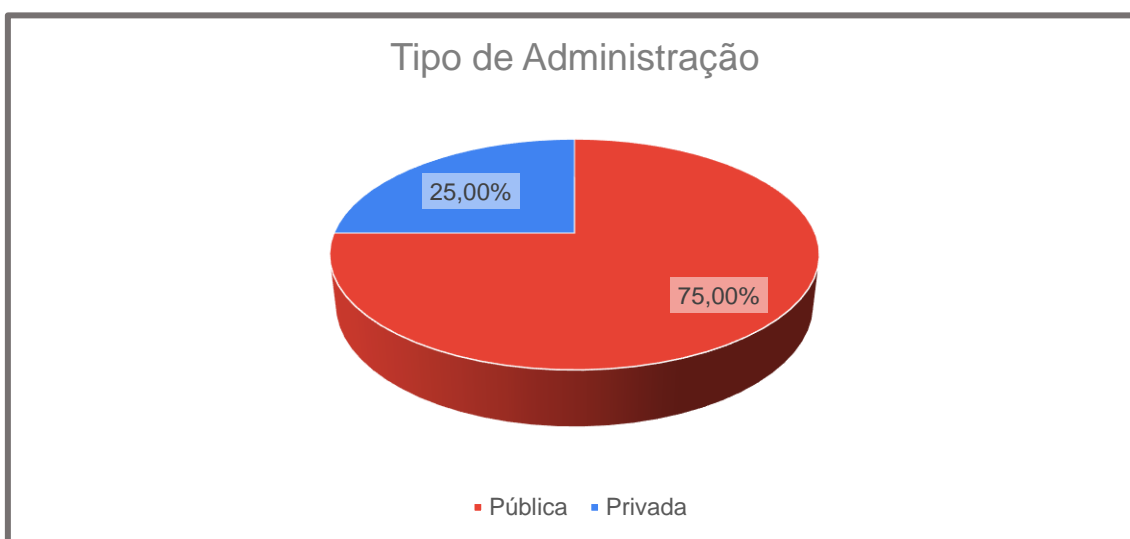
Distribuição por representações regionais

■ Pesq. M&C ■ CEM-SP



A proporção de instituições também segue a tendência do que historicamente se observa: as regiões com maior número de museus estão entre as que tiveram mais respostas (Capital, com 25,61%; Campinas e Baixada Santista, ambas com 6,10% cada; Vale do Paraíba, com 9,15% e Sorocaba, com 7,93%) e as regiões com menor número de museus equivalem com a proporção de respostas (Vale do Ribeira, Barretos e Itapeva; todas com 0,61% cada). As exceções observadas são Noroeste (com 3,05% das respostas; sendo que esta é uma região com poucos museus mapeados) e Franca e Vale do Paranapanema, que apesar de terem museus mapeados não tiveram respostas registradas.

Ao se analisar a gestão dos equipamentos, a proporção apresentada foi de 75% de equipamentos vinculados à gestão pública e 25% de equipamentos vinculados à gestão privada. Uma proporção muito próxima à observada no mapeamento de 2009-2010, que apontava as instituições museológicas de São Paulo como sendo majoritariamente vinculadas à gestão pública (direta ou indireta, e em várias esferas federativas).



Existência de computadores e acesso a internet

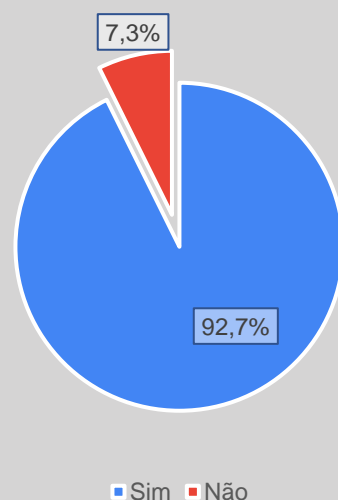
As conclusões provenientes dos dados coletados surpreende pela quantidade de computadores declarada. Mais de 70% das respostas apontam para a existência de mais de 02 computadores nas instituições respondentes. Entretanto, estes computadores existentes destinam-se somente ao uso interno em sua maioria, como também permite concluir o resultado de que cerca de 15% declaram permitir o uso público do computador.

Percebem-se algumas incongruências que precisariam de maior aprofundamento, como por exemplo, a declaração de que existem computadores mas que não são utilizados pela equipe. Para os 7,3% que declaram não usar computador no museu, quase a metade oferece como motivo para o não uso a falta de recursos para aquisição de equipamentos e problemas técnicos e equipamentos lentos ou obsoletos.

Sobre o acesso a internet, há o uso declarado de internet por mais de 96% dos respondentes, sendo que destes, a maioria (93,3%) declara que o museu possui acesso à internet. 3% declaram que usam a internet mas quando cruzadas as respostas com a existência de acesso a internet no museu, há a surpresa de que o museu não conta com tal acesso. Depreende-se assim que estes 3% ou utilizam a internet acessando de outra forma (provavelmente em aparelho celular e com pacote de dados próprio). Este dado parece ser corroborado com o dado obtido em cruzamentos na pergunta seguinte sobre o uso de internet pela equipe: cerca de 4,9% das respostas apontam para o uso da internet pela equipe mas sem a existência de computadores no museu.

Daqueles que declaram que não possuem acesso a internet (5,4% das respostas), temos 10,5% que dizem que o uso de internet é restrito para comunicações e uso no escritório central,

Uso de computador

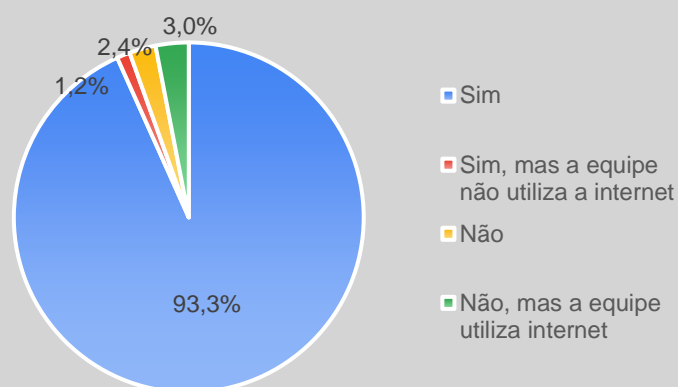


Por que o museu não usa computador?

- Problemas técnicos/Equipamentos lentos e obsoletos
- Falta de verbas para aquisição
- As duas alternativas anteriores
- Sem justificativa



Acesso à internet no museu



não sendo permitido acesso às equipes. Mas, mais de 40% diz não ter acesso a internet por conta da falta de verbas para contratação e manutenção do serviço.

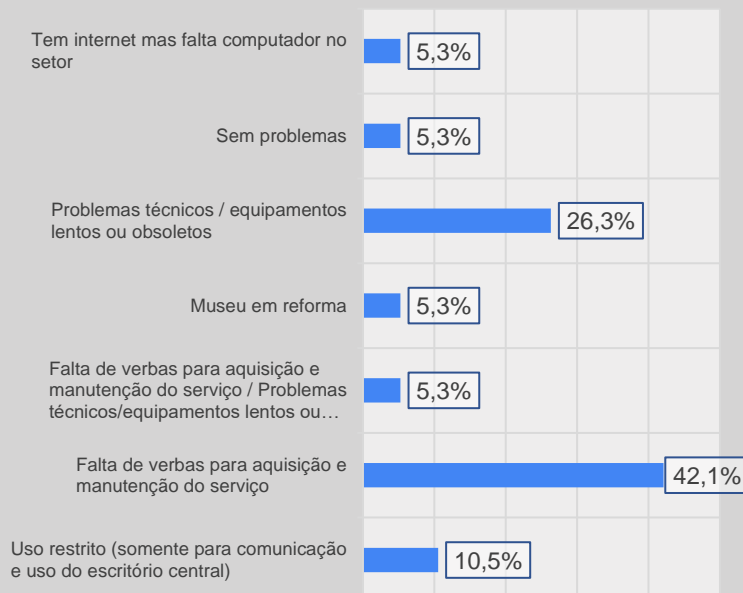
Dos 94,5% que declaram ter acesso a internet, 77,3% dizem que o acesso é por meio de wifi e 17,2% dizem que tem acesso mas não via wifi (imagina-se então que seja por meio de rádio ou cabo ou qualquer outra forma). Uma incongruência observada quando feito um cruzamento de dados é que 1,2% declara que tem wifi mas que não tem internet no museu.

Dos que declaram acesso a internet por wifi, mais de 50% dizem que o uso do wifi é público. Mas cabe ainda aqui também explicitar a existência de incongruências: 0,8% das respostas dizem que disponibilizam wifi para o público apesar de dizerem também que não tinham wifi (entende-se aqui como erro de preenchimento da resposta) e 3,9% não respondem a questão apesar de declararem antes que contavam com acesso wifi.

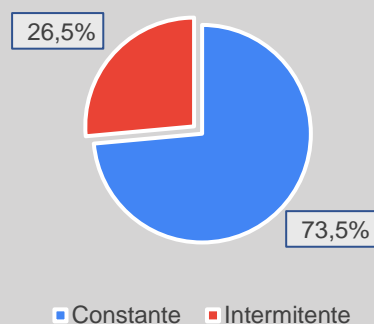
Website, redes sociais e atuação na internet

Quando questionados se possuíam website (próprio ou integrado a outros serviços), 35% declararam não possuir website. Dos que declaram possuir website, 38% tem website próprio.

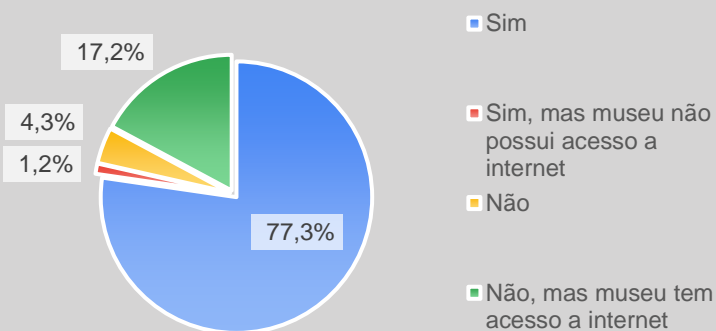
Sem internet por que?



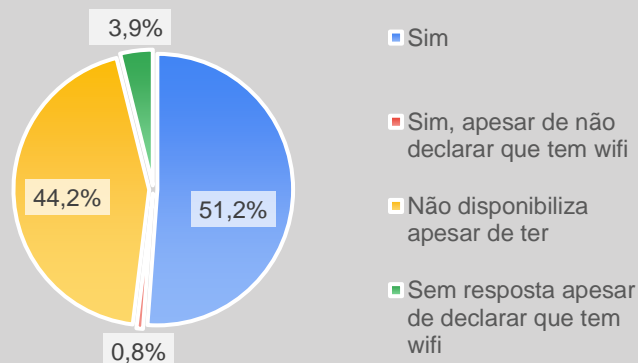
Qualidade do sinal



Tem wi-fi?



Wi-fi disponível para o público?



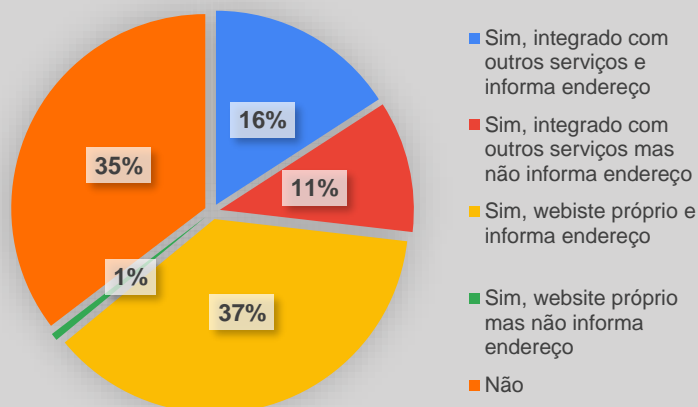
Quanto a presença em redes sociais, as três mais citadas foram: Facebook, Instagram e YouTube. Coerente com informações obtidas no radar de popularidade de apps no Brasil, edição junho 2020. Isso já pode ser um indicativo para considerar a transmissão de conteúdos vinculados ao SISEM-SP nestas 3 plataformas.

Surpreende ainda o nível de atividade dos museus participantes da pesquisa nas redes sociais (40% da amostra declara realizar de 4 a mais de 10 postagens por semana). Claro que devemos aqui ter o devido cuidado na análise visto que estamos particularizando a amostra em instituições cujos funcionários respondentes possuem acesso a internet e equipamentos para, inclusive, receber e preencher o questionário encaminhado.

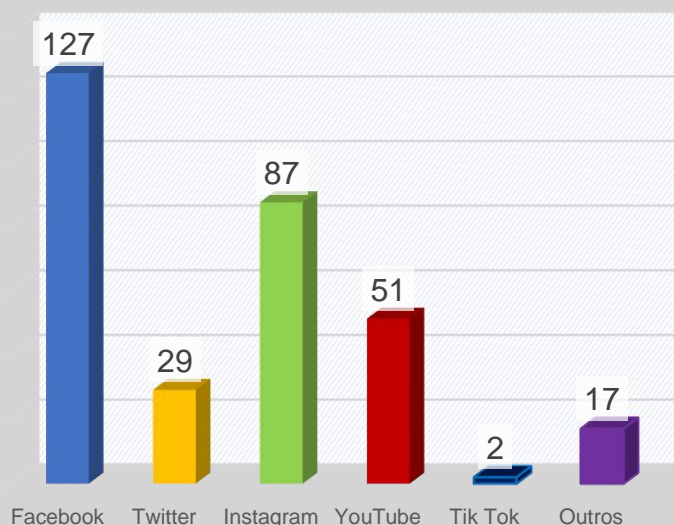
Questionados sobre o tipo de postagem realizados, programações culturais e publicações estão entre os temas mais tratados, mostrando que esta presença é focada em sua maior parte na divulgação de conteúdos digitais e comunicação institucional.

Na relação com redes sociais, a grande dificuldade apresentada é a “indisponibilidade de recursos humanos relacionadas às áreas de assessoria de imprensa, relações públicas, etc.". Talvez isso já possa indicar uma possibilidade de tema para ser trabalhado pelo SISEM-SP em sua linha de ação “formação”.

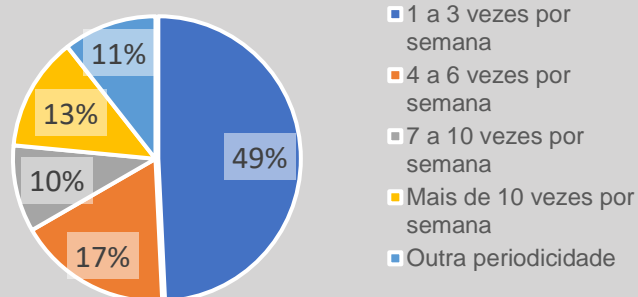
Instituições com website



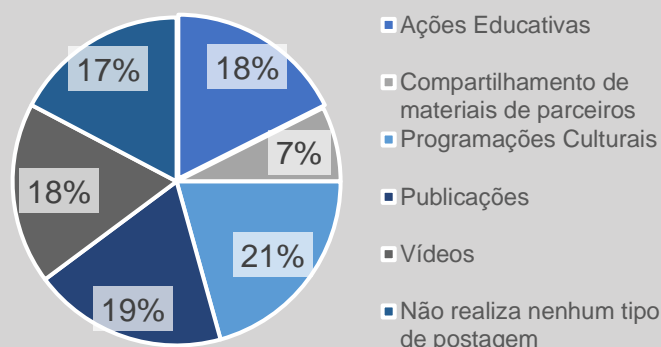
Museus com contas oficiais

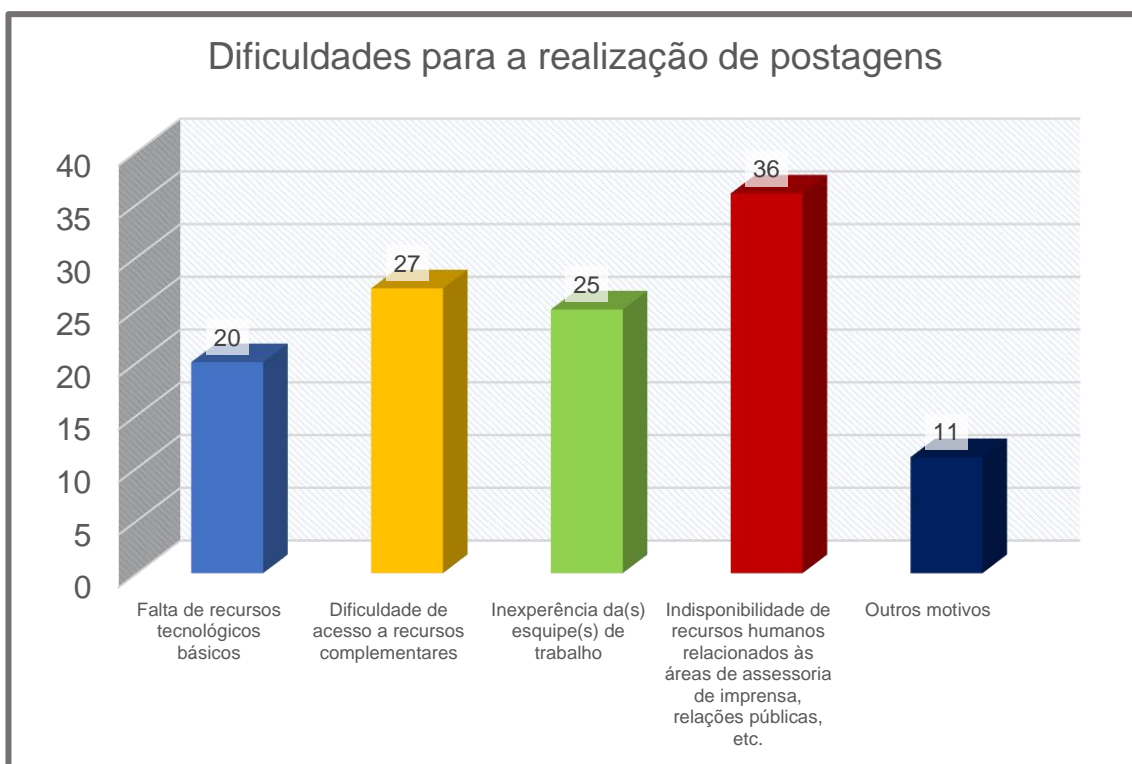


Periodicidade de postagens em redes sociais

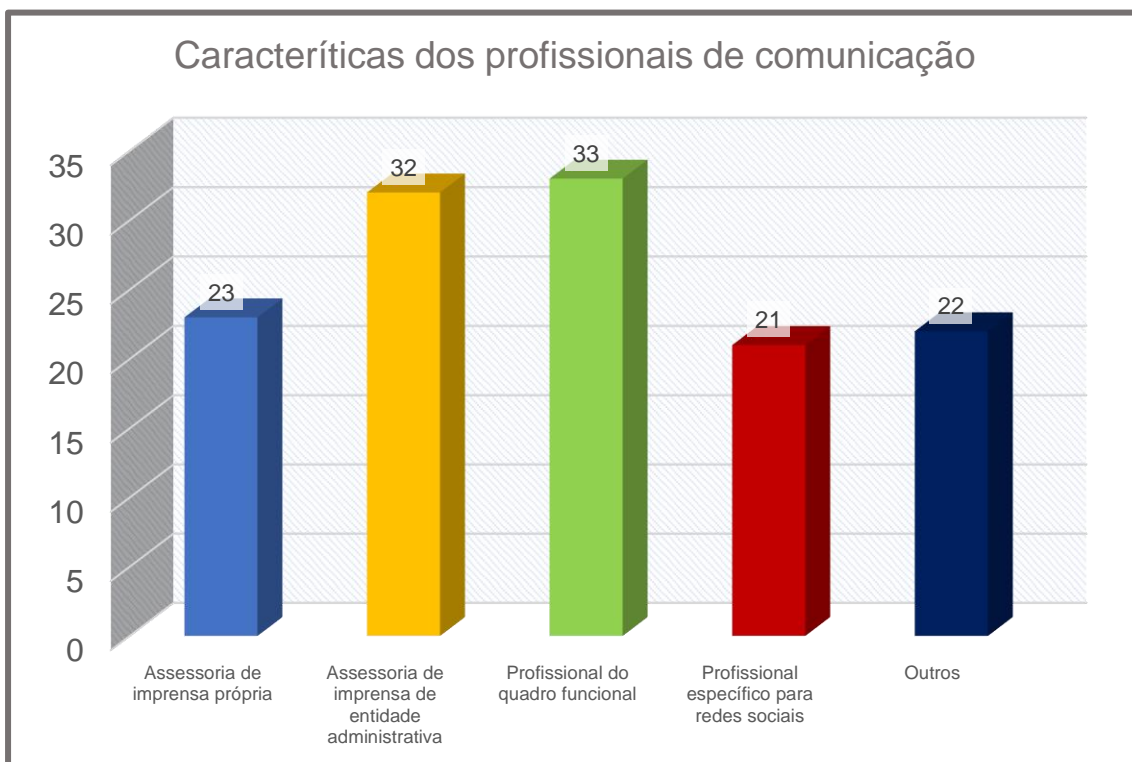


Tipologia de postagens





Cabe dizer que esta análise remete também à presença de equipes especializadas, sendo que 50% dos museus respondentes afirmam que possuem em sua equipe “profissional da área e/ou com experiência em conteúdos digitais”.



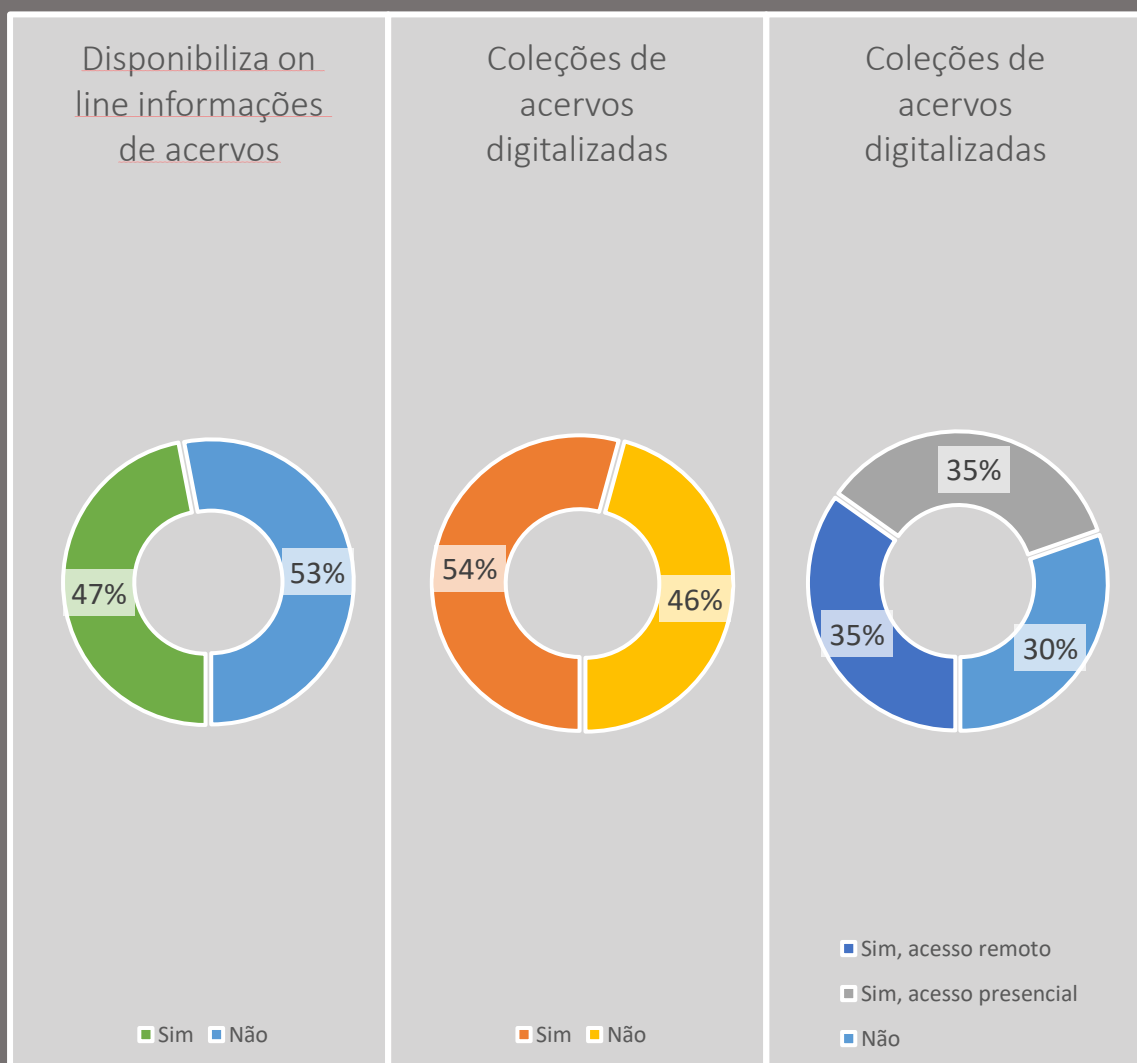
Um dos primeiros movimentos observados em grandes museus nesta pandemia foi buscar uma presença na internet por meio de exposições digitais. Neste ponto,

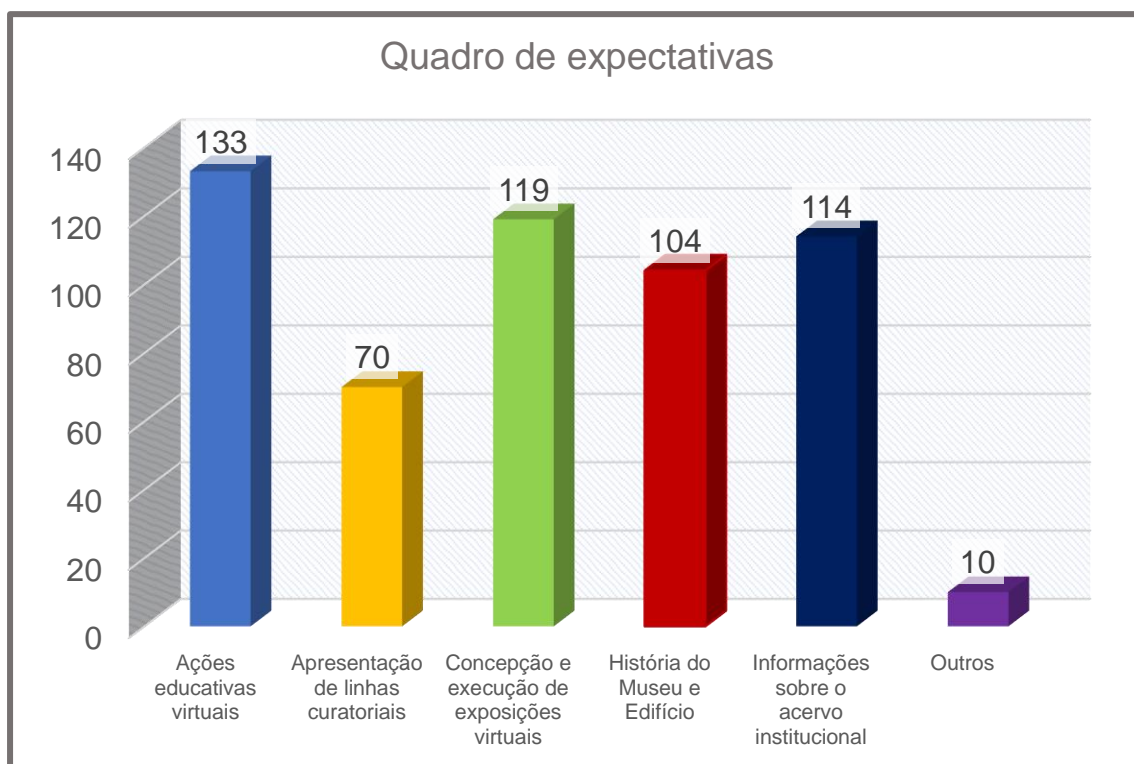
muitos usufruíram de seus bancos de informações de acervos digitalizados para enfatizar a comunicação e a partir também destes bancos digitais, iniciar um trabalho de elaboração de tours virtuais.

Discute-se aqui o que seria enfim uma exposição e como ela poderia ser traduzida em sua melhor forma neste ambiente. Em uma curadoria são estabelecidas relações entre objetos e obras expostas dentro do espaço, mas como desenvolver isso quando se vê apenas na tela uma sequência de imagens de obras entremeadas por textos?

A pesquisa mostra que a maioria dos museus não estão com informações sobre o acervo disponíveis online (53%) mas tem coleções de acervo digitalizadas (54%), com acesso remoto (35%) ou digital (35%).

Quando prospectadas as expectativas da presença dos museus na internet, a maior parte mostra interesse em “ações educativas virtuais” e “concepção e execução de exposições virtuais”, apontando novamente caminhos de trabalho para busca de conteúdos para as linhas de ação do SISEM-SP “formação” e “apoio técnico”.





Perspectivas de atuação do SISEM-SP

A partir dos dados levantados, feitas as devidas ressalvas já postas anteriormente, podemos aqui considerar algumas possibilidades de atuação para o SISEM-SP para cada uma de suas linhas de ação.

Em “apoio técnico”, cabe ressaltar aqui a necessidade de verificação também da familiaridade da equipe de apoio ao SISEM-SP da ACAM Portinari e da própria equipe do GTC SISEM-SP em assuntos relativos às ações possíveis de atuação dos museus na internet. Discussões sobre o que se compreende, por exemplo, por exposições digitais e suas necessidades prévias, além da prospecção de exemplos criativos de atuações de museus durante este período de pandemia.

A “formação” pode já incluir a familiarização dos profissionais de museus com as possibilidades de atuação na internet e usando as redes sociais. Ações como a série de webinários promovidas pelo Museu do Futebol, em parceria com o SISEM-SP, são acertadas e devem ser intensificadas. Assuntos mais específicos, versando sobre comunicação digital, sempre tendo a instituição como foco, devem ser trabalhados.

Em “articulação”, temos a convergência das plataformas mais utilizadas pelos museus (Facebook, Instagram e YouTube) como com as plataformas nas quais o SISEM-SP também possui perfil. Assim, ações como a realização de lives no Instagram

(que possuem uma grande permeabilidade entre os respondentes) possam ser facilmente acessadas por este público. Além disso, a indicação destas plataformas também possibilita a concepção dos próximos eventos a serem hospedados também nestes meios. Não apenas a hospedagem a posteriori das gravações de seminários virtuais no canal do YouTube no SISEM-SP, mas também a utilização destes meios para transmissão.

E em “fomento”, visto a fragilidade dos museus em relação a presença na internet, pode-se já imaginar um edital específico visando a aquisição de equipamentos e serviços de acesso a internet.

Por fim, esta pesquisa abre um horizonte de possibilidades a ser explorado pelo SISEM-SP, merecendo posteriormente um aprofundamento metodológico.

