

Interação do Museu do Amanhã com o público: possibilidades através do *YouTube*

Interaction of the Museum do Amanhã with the public: possibilities through *YouTube*

Pedro Miguel Marques da Costa

Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca – CEFET/RJ
pedro_mmco@hotmail.com

Marcelo Borges Rocha

Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca – CEFET/RJ
rochamarcelo36@yahoo.com.br

Resumo

Neste estudo foi realizada uma análise netnográfica no canal do *YouTube* do Museu do Amanhã, localizado no Rio de Janeiro, com o objetivo de investigar como o museu continuou a realizar e dinamizar atividades, interagindo com o seu público, apesar do fechamento devido à pandemia da Covid-19. Os dados coletados no canal do *YouTube*, corresponderam aos cinco primeiros meses de isolamento social decretado pelo governo do estado do Rio de Janeiro. Neste período foram publicados 59 vídeos sobre diferentes iniciativas e atividades promovidas pelo museu. Dentre elas, destacam-se as aulas de yoga no museu, os debates e *lives* sobre diferentes temáticas relacionadas com a pandemia, ao meio ambiente, as questões raciais. Com estas iniciativas, houve um aumento no número de publicações no canal do *YouTube* e, apesar do fechamento, o museu deu continuidade às atividades, de forma virtual, ampliando sua visibilidade e mantendo a interação com o público.

Palavras chave: *YouTube*, Museus de Ciências, Netnografia, Atividades Virtuais, Pandemia.

Abstract

In this study, a netnographic analysis was carried out on the *YouTube* channel of the Museu do Amanhã, located in Rio de Janeiro, with the aim of investigating how the museum continued to carry out and streamline activities, interacting with its public, despite the closure due to the pandemic of the Covid-19. The data collected on the *YouTube* channel corresponded to the first five months of social isolation decreed by the state government of Rio de Janeiro. During this period, 59 videos were published corresponding to different initiatives and activities promoted by the museum. Among them, yoga classes at the museum, debates and *lives* on different topics related to the pandemic, the environment, racial issues, among others. With these initiatives, there was an increase in the number of publications on the *YouTube* channel and, despite the closure, the museum continued its activities, virtually, expanding its visibility and maintaining interaction with the public.

Key words: *YouTube*, Science Museums, Netnography, Virtual Activities, Pandemic.

Introdução

No mundo atual temos uma situação híbrida, na qual as dimensões físicas dos artefatos se fundem às suas dimensões virtuais (NIKONOVA; BIRYUKOVA, 2017). A emergência da internet 4.0, caracterizada pela integração entre computação e redes móveis, faz com que os dispositivos se tornem sociais e ubíquos (ALMEIDA, 2017). Neste contexto, Economou (2015) refere que as pessoas estão, cada vez mais aprendendo sobre o passado através de aplicações tecnológicas, representações digitais, artefatos e reconstruções virtuais dos museus.

Dentro desta perspectiva, destacam-se os museus de ciências que se caracterizam como espaços educativos com variadas ações para diferentes públicos, proporcionando o acesso ao conhecimento científico de forma contextualizada e prática através de experiências culturais, científicas e cotidianas (PSCHEIDT; LORENZETTI, 2020). Massarani *et al.* (2019) destacam que os museus de ciências são espaços de interface entre ciência, cultura e sociedade, uma vez que apresentam variados objetivos de educação, informação, lazer e cultura.

Em tempos de isolamento social, devido à pandemia da Covid-19, os espaços museais necessitaram repensar e redefinir estratégias para conseguirem, mesmo fechados, interagir com o público. Os museus tiveram a oportunidade de repensar sua missão, visão e impacto, tentando entender como continuar a interagir com o público por meio de atividades remotas e dar respostas às rápidas mudanças sentidas a nível mundial (DECATUR, 2020).

Perante esta situação, a presente pesquisa teve como foco o canal do *YouTube* do Museu do Amanhã, localizado no Rio de Janeiro e inaugurado no dia 17 de dezembro de 2015. O museu explora oportunidades e desafios que a humanidade terá de enfrentar nas próximas décadas a partir das perspectivas da sustentabilidade e da convivência (MUSEU DO AMANHÃ, 2020).

Apesar de se tratar de um museu a tecnológico e interativo, em tempos de isolamento social permaneceu fechado e, por isso, recorreu às suas redes sociais, como o canal do *YouTube*, para divulgar suas atividades e manter o contato com o público. Vale destacar que o *YouTube* é o mais famoso site de compartilhamento de vídeos do mundo contando com mais de dois bilhões de usuários (YOUTUBE, 2020).

A utilização das redes sociais como aliadas no processo de divulgação de conhecimento e da informação geram proximidade entre os visitantes e o museu (BOSCH, 2009; MORAN; SEAMAN; TINTI-KANE, 2011). Desta forma, a partir do *YouTube*, o Museu do Amanhã divulgou diferentes propostas, em tempos de pandemia, mantendo a relação e a proximidade dos seus visitantes com o museu. Assim, o presente estudo teve como objetivo analisar as iniciativas e atividades virtuais realizadas pelo Museu do Amanhã, através do *YouTube*, durante os cinco primeiros meses de isolamento social, devido à Covid-19, no Brasil.

Metodologia

As tecnologias digitais estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas e, na fase de isolamento social, devido a Covid-19, sua utilização ficou ainda mais acentuada e trouxe uma série de transformações. Desta forma, é necessário pensar em métodos de análise que atendam a esta demanda. Assim, configura-se o cenário para a criação de uma metodologia qualitativa

com o objetivo de estudar culturas e comunidades, por meio da observação de comunicações mediadas por computador (KOZINETS, 2002).

Na literatura são apresentadas diferentes nomenclaturas para denominar o estudo de culturas e comunidades na internet. Nesta pesquisa, usaremos o termo netnografia, cunhado na década de 1990 por pesquisadores norte-americanos e popularizado por Robert Kozinets (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011).

Inicialmente a netnografia foi desenvolvida em pesquisas na área de *marketing*, para entender as relações de consumo (KOZINETS, 2014). No entanto, tem-se voltado para a observação de comunidades virtuais, *online* ou eletrônicas situadas no ciberespaço. A pesquisa netnográfica trabalha com os preceitos da *web 2.0* com olhar direcionado à participação, interação e comunicação do interagente na internet.

Assim, realizou-se um levantamento das atividades realizadas pelo Museu do Amanhã no seu canal do *YouTube* no período de 28 de março de 2020, dia em que surge a primeira atividade após as medidas restritivas decretadas pelo governo do Rio de Janeiro, para combater a Covid-19, a 22 de agosto de 2020. Tais atividades virtuais foram analisadas tendo em conta as iniciativas, o número de visualizações, o número de gostos e o número de comentários do público. Por ser uma rede social de canal aberto e os dados serem flutuantes, ou seja, número de visualizações, de gostos e comentários poderão aumentar após a data em que o estudo foi finalizado.

Análise e Discussão dos Resultados

Foram identificadas 59 publicações divididas em oito tipos de iniciativas: “Amanhãs Aqui e Agora”, com 19 publicações; “Yoga no Museu”, com 22 publicações; “*Processing Community Day* (PCD@RIO2020)”, com cinco publicações; Convites para eventos, com quatro publicações; “Hora da Natureza”, com duas publicações; “Evidências das Culturas Negras”, com duas publicações; “Diálogos para a Sustentabilidade”, com uma publicação; e quatro publicações referentes a eventos que aconteceram de forma isolada. Vale destacar que o canal do *Youtube* do Museu do Amanhã tem cerca de 7500 subscritores.

A iniciativa “Amanhãs Aqui e Agora” consiste em *lives* sobre diferentes temáticas, realizadas quase todas semanas, sendo que a primeira atividade aconteceu dia 3 de abril. Dentro desta iniciativa, a atividade com maior número de visualizações (5572) foi a “Saúde mental e desigualdades na pandemia”, realizada dia 29 de maio. Esta atividade reuniu o maior número de gostos (417) dentro desta iniciativa; a atividade com menor número de visualizações (246) foi a intitulada “Violência doméstica? Jornada tripla? Os desafios e protagonismos femininos na pandemia”, realizada a 7 de agosto. A atividade “Ciência: mapeamentos necessários”, apesar de não ser a atividade com menor número de visualizações (291), foi a que reuniu menor número de gostos (31) e, a atividade “Uma nova relação com o Planeta”, apesar de ser uma das atividades mais visualizadas (3974), foi a que obteve o maior número de não gostos (7) dentro desta iniciativa.

Com maior número de publicações temos a iniciativa “Yoga no Museu”, cujas atividades são aulas de yoga que acontecem todos os sábados, no período da tarde. A primeira atividade desta iniciativa aconteceu dia 28 de março e vem acontecendo semanalmente. A terceira aula de yoga, dia 11 de abril, foi a que teve maior número de visualizações (2217). No entanto, a primeira aula foi a que teve maior número de gostos (133) dentro desta iniciativa. A primeira aula do mês de maio foi a que teve menor número de gostos (12) e as aulas com menor número de visualizações são as duas últimas, do período em que foi feito este estudo

netnográfico, a do dia 15 de agosto (217), que foi também a que obteve o maior número de não gostos (2) e, a aula do dia 22 de agosto (122). O baixo número de visualizações desta última aula certamente é devido ao fato de o levantamento ter sido feito no dia seguinte ao da realização da aula e, por esse motivo, ter o número de visualizações mais baixo, uma vez que muitos subscritores poderão visualizar o vídeo em data posterior.

Outra iniciativa, “*Processing Community Day*” (PCD@RIO2020) foi um *workshop* comemorativo da promoção do uso de ferramentas de computação digital e a estimulação do interesse da comunidade na criação visual por meio da programação contou com quatro atividades centradas no dia 2 de maio e uma atividade conclusiva do evento, realizada no dia 14 de maio. Por se tratar de atividades relativas a uma temática específica, as atividades desta iniciativa foram concentradas no dia determinado. A primeira atividade “A expressão artística através da programação em tempos de Covid-19” foi a que teve um maior número de visualizações (536) e o maior número de gostos (51). A última atividade “Como inserir o seu experimento no Open Processing”, foi a que obteve o menor número de visualizações (85) e menor número de gostos (3).

A iniciativa “Hora da Natureza” contou apenas com duas atividades, realizadas na véspera e no dia nacional do meio ambiente (5 de junho). A primeira atividade “Reflexões sobre o Amanhã”, realizada dia 4 de junho, foi a com maior número de visualizações (4735) e com maior número de gostos (410). A atividade realizada no dia 5 de junho, “Papo musical com Lenine” obteve 4455 visualizações e 387 gostos. Talvez por serem apenas duas atividades ou pela própria temática, o número de visualizações foi bastante elevado assim como o número de gostos.

Outra iniciativa “Evidências das Culturas Negras”, realizada mensalmente a partir de junho, consiste em debates com personalidades sobre as questões raciais. A primeira atividade, “Subjetividades e Narrativas”, aconteceu no dia 25 de junho e foi a que teve o maior número de visualizações (464) e o maior número de gostos (88). A segunda atividade, “Interseccionalidade – Metodologia e Prática”, foi realizada dia 22 de julho e obteve 365 visualizações e 55 gostos. Verifica-se uma tendência das atividades mais antigas terem um maior número de visualizações.

A iniciativa “Diálogos para a Sustentabilidade” teve início no mês de julho e foi realizada apenas uma atividade desta iniciativa com o título “Água e Desenvolvimento”, uma *live* que acontece também na forma de debate. Esta atividade teve 673 visualizações e 96 gostos.

Quatro iniciativas consistem em eventos que acontecem de forma isolada: um *tour* virtual da exposição temporária “Prato do Mundo comida para 10 bilhões” com 529 visualizações e 5 gostos; a atividade comemorativa “4 anos do Museu do Amanhã” com 2140 visualizações e 40 gostos, a atividade mais visualizada das que aconteceram de forma isolada; a atividade “Dia do orgulho LGBTQI+: Majur emociona o público do Museu do Amanhã com performance ao vivo” com 572 visualizações e 56 gostos; e a atividade “Caminhos para sociedades sustentáveis: dia dos Povos Indígenas” com 658 visualizações e 113 gostos, a atividade com maior número de gostos das que aconteceram de forma isolada.

Algumas das publicações (quatro) aconteceram na forma de convite para participar nos eventos, três das quais aconteceram no mês de maio e uma em junho. São publicações de vídeos curtos onde os convidados incentivam a participação nas atividades que irão realizar nas diferentes iniciativas (dois convites para a iniciativa “Hora da Natureza” e dois convites para a iniciativa “Amanhãs Aqui e Agora”). Destes convites o que teve maior número de visualizações (467) e maior número de gostos (38) foi “Gilberto Gil convida você a um bate-papo no Museu do Amanhã”, da iniciativa “Amanhãs Aqui e Agora” e o que teve menor

número de visualizações (158) e menor número de gostos (24) foi “Convite para a live: O Amanhã em conexão – diversidade e jovens ativismos” da mesma iniciativa.

O número de publicações aumentou até ao mês de maio, onde se verificou o maior número de publicações e a partir desse mês tem havido um decréscimo. A primeira atividade “Yoga no Museu” foi a única que ocorreu no final de mês de março. O número de atividades começou a aumentar a partir de abril, dada a imposição legislativa de isolamento social devido à situação da pandemia da Covid-19, momento a partir do qual o Museu do Amanhã começou a dinamizar diferentes iniciativas virtuais, com várias atividades, a partir do seu canal do *Youtube*, no sentido de continuar a interagir com os seus seguidores e visitantes. A maior parte das publicações teve menos de 500 visualizações (37), 10 das publicações tiveram mais de 1000 visualizações e 12 tiveram entre 500 e 1000 visualizações.

O quadro 1 apresenta as 10 publicações com mais de 1000 visualizações e as seis publicações mais gostadas pelos visitantes, classificadas por ordem decrescente.

Quadro 1: Publicações com mais de 1000 visualizações e publicações com mais de 100 gostos.

Iniciativa	Título	Visualizações	Gostos
Amanhãs Aqui e Agora	Saúde mental e desigualdades na pandemia	5572	417
Hora da Natureza	Reflexões sobre o Amanhã	4735	410
Hora da Natureza	Papo musical com Lenine	4455	387
Amanhãs Aqui e Agora	Uma nova relação com o Planeta	3974	202
Amanhãs Aqui e Agora	Acelerações tecnológicas durante e após a pandemia	3582	163
Yoga no Museu	Aula de yoga	2217	133
Evento Isolado	4 anos do Museu do Amanhã	2140	---
Yoga no Museu	Aula de yoga	1659	---
Amanhãs Aqui e Agora	Como será o desenvolvimento sustentável pós-coronavírus?	1082	---
Amanhãs Aqui e Agora	O lado B da crise – emergência de inovação	1040	---

Fonte: Os Autores (2020).

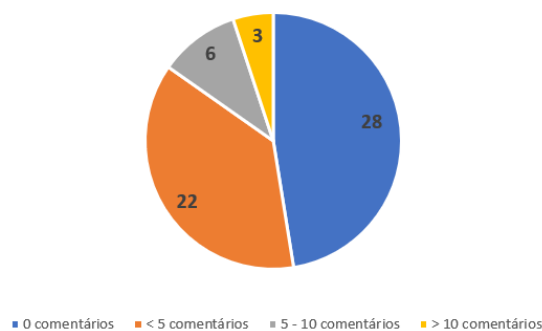
Metade das publicações com maior número de visualizações são referentes à iniciativa “Amanhãs Aqui e Agora”, sendo desta iniciativa a atividade que registou o maior número de visualizações de todas as publicações registadas no período analisado. As duas atividades realizadas na iniciativa “Hora da Natureza” estão nas atividades com maior número de visualizações. Dos eventos isolados apenas a atividade “4 anos do Museu do Amanhã” aparece nas publicações com mais de 1000 visualizações e as outras duas atividades são referentes à iniciativa “Yoga no Museu”. Relativamente ao número de gostos, a maioria das publicações (33) teve menos de 50 gostos, 19 teve entre 50 e 100 gostos e, apenas sete publicações tiveram um número de gostos superior a 100.

As primeiras cinco publicações com maior número de gostos são também as primeiras cinco com maior número de visualizações (quadro 1), fato que pode estar relacionado uma vez que quanto maior o número de publicações maior a tendência para o maior número de gostos. A primeira aula de yoga, da iniciativa “Yoga no Museu” foi a que teve maior número de visualizações e, em simultâneo, maior número de gostos. Who (2020) recomenda que, em tempos de isolamento, se mantenham rotinas e tarefas regulares, como atividades diárias de canto, pintura, relaxamento, assim como a realização de atividade física, que pode ajudar no controle da ansiedade e na regularização do sono. Por isso, as pessoas vêm na aula de yoga uma rotina, que permite ajudar no seu bem-estar pessoal e, através do *YouTube*, semanalmente podem praticar esta atividade, através da iniciativa proporcionada pelo museu.

A outra atividade que consta nas publicações com mais de 100 gostos foi o evento “Caminhos para sociedades sustentáveis: dia dos Povos Indígenas” que apesar de não ser das atividades mais visualizadas foi a que obteve maior número de gostos (113).

Em relação ao número de comentários às publicações verifica-se que quase metade das publicações (28) não têm nenhum comentário e que apenas 3 das publicações tiveram mais de dez comentários (figura 1).

Figura 1: Número de comentários.



Fonte: Os Autores (2020).

A primeira aula de yoga reuniu o maior número de comentários (16); a atividade “Saúde mental e desigualdades na pandemia” da iniciativa “Amanhãs Aqui e Agora” obteve 12 comentários, atividade que teve também o maior número de gostos e o maior número de visualizações; e a atividade “Reflexões sobre o Amanhã” da iniciativa “Hora da Natureza” teve 11 comentários, a segunda atividade com o maior número de visualizações e número de gostos, no período analisado. Verifica-se assim uma coerência dos visitantes quanto ao número de visualizações, número de gostos e número de comentários, uma vez que as atividades mais visualizadas são aquelas que reúnem um maior número de gostos e também de comentários.

O Museu do Amanhã usa como estratégia o mesmo *layout* para cada uma das iniciativas descritas, o que facilita o visitante da página do *YouTube*, no sentido de perceber de imediato de qual iniciativa se trata. A frequência de atividades dinamizadas no canal *YouTube* do Museu do Amanhã aumentou desde o início do isolamento social. Antes da pandemia, as publicações aconteciam de forma pontual, com meses que não registraram nenhuma publicação, por exemplo. Com a pandemia, todas as semanas são dinamizadas atividades, das mais diferentes iniciativas. E, ao longo dos meses, foram surgindo diferentes iniciativas, da mesma forma que algumas se realizam pontualmente, como a comemoração do dia nacional do ambiente ou do dia dos povos indígenas.

O Museu do Amanhã, assim como outros museus, já possuíam canal no *YouTube* antes da pandemia. Entretanto, o seu uso tem sido mais acentuado de modo que o museu possa manter a interação com público oferecendo diferentes iniciativas e atividades. Esta situação é permitida devido à existência das tecnologias digitais e a mudanças decorrentes da sua ascensão, que vêm não só oferecer novas oportunidades de proteção e aprimoramento de patrimônio, com vista a assegurar sua transmissão para gerações futuras, mas também permitir a interação com os visitantes de forma virtual (UNESCO, 2015). Nesse contexto, as estratégias digitais tornam possível a recomposição, restauração, a difusão virtual do patrimônio, a interação virtual e a comunicação pela realização de diferentes atividades, com base em uma perspectiva sociocultural, integradora e mesmo ocupacional (SERAIN, 2018).

Segundo Motta (2020), o avanço da tecnologia muda a forma como o ser humano vive, trazendo novas exigências, novas formas de agir e pensar, o que vai impactar a forma de criar e difundir a informação e o conhecimento, assim como a adaptação a diferentes situações, como o caso dos museus e outros espaços em tempos de pandemia. Assim, o museu deve ser visto não só como uma instituição responsável pela proteção e preservação de bens, mas também pela difusão de informação, que pode ser realizada de várias formas, nomeadamente através das redes sociais como o *YouTube*. Os museus necessitaram adaptar-se a uma realidade tecnológica, podendo desta forma oferecer o acesso remoto a exposições, atividades educativas e debates. Neste período de pandemia, os museus só podiam interagir com os visitantes de forma digital, uma realidade que abriu novos caminhos para o acesso ao conhecimento. De acordo com Freitas *et al.* (2020), além da adaptação das atividades de interação dos museus com o público, as redes sociais configuram uma nova forma de comunicação e relacionamento entre os museus e o público, que tende a perdurar mesmo após a pandemia.

Considerações Finais

As redes sociais, como o *YouTube*, permitiram a aproximação e a interação dos museus com a sociedade, sobretudo, em tempos de pandemia. Estes espaços conseguiram promover diversas iniciativas e atividades, de forma remota, mantendo o propósito de receber visitantes e interagir com eles.

Muitos museus, apesar de possuírem canal no *YouTube* e outras redes sociais, não dinamizavam atividades com tanta frequência através destes recursos. Entretanto com o isolamento social, passaram a fazê-lo, como é o caso do Museu do Amanhã. Como resultado, observou-se um aumento no número de publicações, um dinamismo maior dos canais e a ampliação das formas de interação com o público.

Com este estudo, corrobora-se a necessidade de adaptação dos museus às tecnologias digitais, por meio das redes sociais. Além disso, foi possível observar que as ações desenvolvidas pelo Museu do Amanhã, em tempos de pandemia, permitiram que este espaço permanecesse ativo e, mesmo que de forma virtual, chegasse às pessoas difundindo informação e conhecimento.

Agradecimentos e apoios

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo fomento a esta pesquisa.

Referências

- ALMEIDA, Fernando. Concept and dimensions of Web 4.0. **International Journal of Computers and Technology**, v.16, n. 7, 2017.
- BOSCH, Tanja E. Using online social networking for teaching and learning: Facebook use at the University of Cape Town. **Communicatio**, v. 35, n. 2, p. 185-200, 2009.
- DECATUR, Raylene. Reimagining. **Informal Learning Review**. A Publication of Informal Learning Experiences. ILR Special Issue, 2020.
- ECONOMOU, Maria. Heritage in the digital age. *In*: LOGAN, W.; CRAITH, M. N.; KOCKEL, U. (Orgs.). **A companion to heritage studies**. London: John Wiley & Sons, 2016.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Abordagens etnográficas. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- FREITAS, Tatiana P. R.; SILVEIRA, Júlia B. A.; COSTA, Pedro M. M.; MICELI, Bruna S.; ROCHA, Marcelo B. Museu de Ciências em tempos de pandemia: uma análise do Instagram do Museu da Vida. **Revista Práxis**, v. 12, n. 1, p. 149-159, 2020.
- KOZINETS, Robert. **The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities**, 2002.
- KOZINETS, Robert. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Tradução: Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014.
- MASSARANI, Luisa; CASTELFRANCHI, Yuri; FAGUNDES, Vanessa; MOREIRA, Ildeu. **O que os jovens brasileiros pensam da ciência e da tecnologia?** 2019.
- MORAN, Mike; SEAMAN, Jeff; TINTI-KANE, Hester. Teaching, Learning, and Sharing: How Today's Higher Education Faculty Use Social Media. **Babson Survey Research Group**, 2011.
- MOTTA, Ana G. Museus históricos no mundo digital e suas potencialidades em sala de aula. **Revista Aedos**, v. 12, n. 26, 2020.
- MUSEU DO AMANHÃ. Disponível em: <https://museudoamanha.org.br/>. Acesso em: 25 agosto 2020.
- NIKONOVA, Antonina; BIRYUKOVA, Marina. The role of digital technologies in the preservation of cultural heritage. **Muzeológia a kultúrne dedičstvo**, v. 5, n. 1, p. 169-173, 2017.
- PSCHEIDT, Cristiane; LORENZETTI, Leonir. Contribuições de um curso de formação continuada para a promoção da alfabetização científica de docentes no Museu da Terra e da Vida. **Alexandria**, v.13, n.1, p.155-180, 2020.
- SERAIN, Clément. The sensitive perception of cultural heritage's materiality through digital technologies. **Studies in Digital Heritage**, v. 2, n. 1, 2018.
- UNESCO. **Recomendação referente à Proteção e Promoção de Museus e Coleções, sua Diversidade e seu Papel na Sociedade**, 2017.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Mental Health and Psychosocial considerations during COVID-19 Outbreak**, 2020.
- YOUTUBE. Statistics. Disponível em: <<https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/statistics.html>>. Acesso em: 25 agosto 2020.