



GUIA VIRTUAL DOS MUSEUS DE SÃO BORJA

Ana Marcia Caldeira Nilson, mestranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Indústria Criativa, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Prof. Dr^a. Alciane Nolibos Baccin, docente no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Indústria Criativa, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

e-mail primeiro autor- ananilson.aluno@unipampa.edu.br

Agradecimentos: Agradecimentos para CAPES, CNPq, FAPERGS, MEC, UNIPAMPA,

Palavras-chave: Museu. Comunicação museológica. Educação patrimonial. Museu virtual

RESUMO

As mudanças sociais e tecnológicas, pelas quais passou e passa a sociedade, abrem novas possibilidades de visibilidade e valorização dos museus, dentre essas novas formas de manutenção museológica está o museu virtual. Diante disso, o projeto de Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação (PD&I), desenvolvido no PPGCIC, denominado Guia Virtual dos Museus de São Borja (<https://acisb.com/museus/>), é uma ação de comunicação para divulgação do trabalho dos principais museus de São Borja. Os museus são iniciativas da Indústria Criativa e apresentam grande potencial turístico, por isso devem ser vistos como fonte de benefícios que vão além do aspecto financeiro, pois possuem condições de fomentar outros setores, como a educação e a cultura. A comunicação está intrinsecamente inserida no trabalho dos museus, sendo importante para o desempenho da comunicação museológica. Esta pesquisa aplicada pode servir de motivação aos profissionais da comunicação e dos museus para novas perspectivas no campo museológico a partir do uso de ferramentas virtuais, criando produtos de comunicação voltados para os museus e espaços culturais, também é importante para auxiliar estudantes de diferentes nível de ensino, servindo como base e fonte de pesquisas digitais, bem como espaço para visitas virtuais. Ao longo da pesquisa, percebemos que a comunicação museológica é importante para a manutenção das atividades nos museus, as ações de comunicação encontram uma estrutura rica em patrimônio cultural para ser explorado. Para a criação deste produto de comunicação foi realizada uma pesquisa bibliográfica a partir de consultas em acervos digitais como a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) e o Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), e acervos físicos dos museus. O percurso metodológico adotado inclui a pesquisa bibliográfica para compreender a origem dos museus locais e coleta de dados. A abordagem da pesquisa foi qualitativa, pois, por meio da aplicação de questionários para estudantes da rede pública de São Borja e entrevistas aprofundadas com professores da rede pública de ensino de São Borja que trabalham com a temática dos museus, compreendemos que o Guia Virtual dos Museus como uma estratégia de comunicação museológica pode colaborar na educação sobre o patrimônio local. O resultado da pesquisa foi a criação de um site para promoção dos museus municipais de São Borja. Concomitante à compreensão dos conceitos chaves do nosso trabalho, apresentamos o Guia Virtual dos Museus de São Borja para alunos da rede pública do ensino fundamental e médio e para estudantes de graduação de história de uma universidade privada. Na sequência, foi aplicado um questionário com 23 questões para as turmas de nível superior, médio e fundamental. Foram obtidas 111 respostas.

Estamos na fase de avaliação do produto feito, mas já nos permite tecermos algumas considerações acerca desta pesquisa, entre elas destacamos a importância de aproximarmos comunicação, educação e museus. Dentro das respostas obtidas através do questionário aplicado aos estudantes, podemos ainda concluir que os entrevistados concordam que o site funciona como auxiliar na aprendizagem e que os conteúdos ficam de mais fácil compreensão através do guia. Portanto, esse projeto é um site que propõe a conexão entre comunicação, educação, museus e suas interfaces, pois são elementos que se interligam em um museu virtual.