

Comunicação de museus na sociedade em processo de midiatização: estudo de caso de museus regionais do Brasil¹

Rayssa Santos OLIVEIRA²
Manoella Maria Pinto Moreira das NEVES³
Universidade Federal de Alagoas

Resumo

As transformações comunicacionais da sociedade contemporânea, intensificadas pela presença das tecnologias digitais e das redes sociais, têm impactado também o campo museológico, ampliando as formas de interação entre museus e seus públicos. Este trabalho apresenta reflexões iniciais de uma pesquisa que investiga os modos de interação entre museus e público na sociedade, com foco no uso do Instagram por instituições museológicas. Como etapa exploratória da investigação, foram analisados, ao longo de 2025, perfis institucionais de museus regionais brasileiros voltados à cultura popular, antropologia e patrimônio cultural, entre eles o Museu do Pontal, o Museu Antropológico do Rio Grande do Sul, o Museu de Arte e Cultura Popular da Universidade Federal de Mato Grosso e o Museu Paraense Emílio Goeldi. A partir da observação das publicações, buscou-se identificar as estratégias de comunicação utilizadas para promover atividades culturais e ações institucionais para além das exposições.

Palavras-chave: comunicação museal; midiatização; museus; redes sociais; divulgação cultural.

Introdução

Este trabalho é parte de um estudo que se tem desenvolvido dentro do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Universidade Federal de Alagoas (PIBIC/Ufal)⁴. Na pesquisa trabalha-se a questão do comunicacional nos museus, tomando-os como espaço de produção de sentido dos públicos, dos educadores e do próprio museu na interação dele com a sociedade, a partir da Covid-19, donde se tem registros sobre mudanças significativas na prática da comunicação museal, principalmente nas redes sociais digitais.

¹ Trabalho apresentado ao Espaço Graduação, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Aluna do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas e bolsista Pibic/Ufal 2025/2026. Email: gabriela.lins@ichca.ufal.br

³ Professora Associada da Universidade Federal de Alagoas – Ufal. E-mail: manoella.neves@ichca.ufal.br.

⁴ NEVES, Manoella. Por uma concepção de comunicação museal midiatizada. PIBIC/Ufal, 2025-2026.

A presença crescente das tecnologias digitais e das redes sociais ampliou as possibilidades de circulação de informações e de interação entre instituições culturais e seus públicos, reconfigurando as formas de mediação do patrimônio cultural. Nesse contexto, os museus deixam de ser compreendidos apenas como espaços de preservação e exposição de acervos, assumindo também funções comunicacionais mais complexas, que envolvem processos de interação social e circulação simbólica no ambiente digital. As redes sociais passam a desempenhar papel relevante nesse processo, permitindo que as instituições divulguem suas atividades, ampliem sua visibilidade e estabeleçam novas formas de diálogo com a sociedade.

Os museus podem ser entendidos como instituições que organizam e preservam diferentes temporalidades da humanidade, funcionando como arquivos que conectam passado, presente e projeções de futuro (Castells in Barranha, 2015). Dessa maneira, atuam como mediadores culturais capazes de articular memória social e produção simbólica em diferentes contextos históricos.

A pesquisa aqui abordada e ainda em andamento, busca compreender os modos de interação entre museus regionais brasileiros e seus públicos na sociedade midiaticizada, tomando como ponto de partida a observação sistemática de seus perfis institucionais nessa rede social.

Quanto aos objetos de estudo

Entre os museus analisados ao longo de 2025, encontram-se o Museu do Pontal, reconhecido por sua intensa programação cultural e forte presença digital voltada à divulgação de eventos e atividades educativas; o Museu Antropológico do Rio Grande do Sul, cuja comunicação institucional se relaciona fortemente à produção de conhecimento antropológico e à educação patrimonial; o Museu de Arte e Cultura Popular da Universidade Federal de Mato Grosso, vinculado ao ambiente universitário e às atividades de extensão cultural; e o Museu Paraense Emílio Goeldi, instituição científica dedicada à pesquisa e divulgação do conhecimento sobre a Amazônia..

A observação dessas instituições permitiu identificar diferentes modos de uso das redes sociais na divulgação de exposições, atividades educativas, eventos e ações culturais, evidenciando distintas estratégias de comunicação institucional.

Em alguns casos, como no Museu do Pontal, observa-se uma programação cultural intensiva e uma presença digital marcada pela divulgação frequente de atividades voltadas ao público. Em outros casos, como no Museu Antropológico do Rio Grande do Sul e no Museu de Arte e Cultura Popular da UFMT, a comunicação institucional tende a enfatizar projetos de pesquisa, exposições e ações educativas, apresentando menor frequência de divulgação de eventos culturais. Já o Museu Paraense Emílio Goeldi apresenta uma comunicação fortemente vinculada à divulgação científica e à difusão de pesquisas sobre biodiversidade e cultura amazônica.

Os resultados preliminares da pesquisa indicam que os museus analisados apresentam diferentes formas de inserção na sociedade midiaticizada, refletindo tanto suas especificidades institucionais quanto suas estratégias de comunicação e divulgação cultural. Enquanto algumas instituições investem em uma programação cultural intensiva e em uma presença digital voltada à mobilização de públicos, outras priorizam a divulgação de atividades acadêmicas, exposições e projetos de pesquisa, evidenciando distintas concepções de comunicação museal. Essa análise preliminar constitui parte de um percurso investigativo mais amplo que busca compreender como museus regionais brasileiros estruturam suas estratégias de comunicação organizacional midiaticizada entre a experiência e presença no ambiente digital e maior interatividade no presencial.

Referências

MAIRESSE, André Desvallées e François. **Conceitos-chave de Museologia**. São Paulo: Icom - Brasil, 2013.

SIQUEIRA, Thiago Giordano. **Mediação da Informação em Museus: concepções a partir dos textos da exposição**. Veranópolis: Diálogo Freiriano, 2025.

BARRANHA, Helena. **Museus sem Lugar**: ensaios, manifestos e diálogos em rede. Lisboa: Edições Iha, 2015.

