



## Comunicação museal na cibercultura: refletindo sobre a tecnologia social, a inclusão e a participação dos públicos no ambiente digital

**Julia Nolasco Leitão de Moraes**

Doutora em Ciência da Informação, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (UFRJ-IBICT), Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Docente do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio / Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – Museu de Astronomia e Ciências Afins (PPG-PMUS/UNIRIO-MAST), Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/9460244937506100>

[julia.moraes@unirio.br](mailto:julia.moraes@unirio.br)

**Luiza Sant'Anna Santos**

Mestre em Museologia e Patrimônio, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e Museu de Astronomia e Ciências Afins (UNIRIO-MAST), Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/7375565149421678>

[luiza\\_santanna@yahoo.com](mailto:luiza_santanna@yahoo.com)

Submetido em: 20/06/2023. Aprovado em: 05/07/2024. Publicado em: dd/mm/aaaa.

### RESUMO

Diante das potencialidades comunicacionais da cibercultura, fazer uso das tecnologias digitais em rede nos museus torna-se um desafio, enquanto a participação e interatividade não são automáticas a partir do momento que se cria um perfil institucional. Este artigo busca investigar a participação dos públicos nas dinâmicas museais no ambiente digital, sob a ótica da Tecnologia Social (TS). Para tanto, realizamos o levantamento de referenciais teóricos e apontamento de exemplos de instituições brasileiras por meio do *Instagram*. Primeiramente, são apresentadas as características e a contextualização da TS, articulando-a com a inclusão social e as políticas públicas desenvolvidas no cenário brasileiro para atingir a inclusão digital. Em seguida, partimos para a perspectiva comunicacional museológica na cibercultura, analisando o museu como meio e espaço de mediações, apresentando o caráter sociotécnico contemporâneo e articulando as diferentes possibilidades da linguagem cibercultural nos museus com a TS. Para que os museus façam uso das redes sociais *online* para promover a participação e a interatividade com seus usuários, é necessário que a instituição abdique de seu posto de único emissor, dispondo-se a produzir significações e narrativas com os públicos.

**Palavras-chave:** cibercultura; tecnologia social; inclusão digital; participação dos públicos.

## INTRODUÇÃO

Dentre as múltiplas discussões que compõem o pensamento contemporâneo da Museologia, os usos das tecnologias digitais em rede e a participação dos públicos nesse meio são aspectos que demandam reflexões: as práticas comunicacionais dos museus no contexto da cibercultura estariam alinhadas com os princípios de participação, emancipação e inclusão tão discutidos no campo da Museologia ao longo das últimas décadas? Neste sentido, convém imaginar, refletir e indagar novas vias para a comunicação museal e o posicionamento de museólogos(as) e profissionais de museu diante dos desafios, especificidades e inovações que se apresentam neste contexto.

O artigo<sup>1</sup> busca investigar a participação dos públicos nas dinâmicas museais no ambiente digital, sob a ótica da Tecnologia Social (TS). Para tanto, realizamos o levantamento de referenciais teóricos e apontamento de exemplos de instituições brasileiras por meio do *Instagram*. Primeiramente, são apresentadas as características e a contextualização da TS, articulando-a com a inclusão social e as políticas públicas desenvolvidas no cenário brasileiro para atingir a inclusão digital. Em seguida, partimos para a perspectiva comunicacional museológica na cibercultura, analisando o museu como meio e espaço de mediações, apresentando o caráter sociotécnico contemporâneo e articulando as diferentes possibilidades da linguagem cibercultural nos museus com a TS.

Enquanto essa temática se encontra em amplo estudo, a pesquisa viabiliza a análise de publicações desenvolvidas por pesquisadores contemporâneos e, na mesma medida, concatena essas novas reflexões para a Museologia com discussões elucidadas na segunda metade do século XX e início do século XXI. Destaca-se, entretanto, a dificuldade em encontrar fundamentações teóricas próprias da Museologia para refletir acerca da comunicação dos museus na cibercultura.

Para o desenvolvimento dos objetivos e reflexões propostas, será utilizado o método de pesquisa exploratória e de caráter empírico, tendo como primeira etapa o levantamento de referenciais teóricos, os quais fundamentam as principais abordagens da pesquisa. Cabe evidenciar que as imagens selecionadas para compor o artigo são de publicações no *Instagram* de contas institucionais de museus que evocam a presença dos públicos em seu espaço geolocalizado.

Ao compreender as redes sociais online como espaços de encontro e de sociabilidade, a análise das publicações selecionadas será realizada mediante a elementos e pressupostos da netnografia, a qual adapta os procedimentos etnográficos às interações sociais mediadas pela Internet. Tal método começou a ser desenvolvido nos anos 1990 no campo de pesquisa de marketing e consumo e hoje também é uma proposta metodológica para as áreas da Antropologia e Sociologia. Segundo Kozinets (2014), é uma metodologia de pesquisa observacional com base em trabalho de campo *online* que adapta os métodos etnográficos

---

1 Oriundo da dissertação: SANT'ANNA, L. S. Pensando a comunicação em museus na cibercultura: reflexões, discussões e questionamentos à luz do Instagram da Pinacoteca de São Paulo. Orientadora: Julia Nolasco Leitão de Moraes. 2023. 106 f. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio). Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2023.

comuns de observação participante às contingências peculiares da interação social mediada pela internet. Destaca-se que a pesquisa não assume o compromisso de realizar uma etnografia digital, mas propõe valer-se de alguns de seus elementos.

Nesse contexto, é importante destacar a cibercultura como aquela que emerge a partir das relações que estabelecemos com o digital em rede. Essas relações dão origem a conhecimentos, informações, modos de ser/estar e sentir o mundo, modos diversos de se relacionar com o outro (Marti, 2021), uma vez que, segundo Lucia Santaella (2003), os sistemas de comunicação da cultura digital suscitam a reflexão de novas formas sociais e processos de constituição do sujeito cultural, a exemplo do uso das mídias sociais. Dessa forma, na mesma medida em que a cultura de massa teve, e ainda tem, efeitos consideráveis nas dinâmicas culturais, a revolução digital também incorpora significativas mudanças, caracterizada, principalmente, pelas novas formas de sociabilização, seja em ambiente digital ou não.

Ainda de acordo com Santaella (2003), é possível verificar seis tipos de culturas ao longo do tempo: cultura oral, cultura escrita, cultura impressa, cultura de massas, cultura das mídias e cultura digital. Em relação às duas últimas formações culturais, a teórica afirma que a proliferação midiática na década de 1980 foi ocasionada pela multiplicação dos meios de comunicação, capazes de segmentar, diversificar e hibridizar as mensagens, os quais não podiam ser considerados massivos. Dessa forma, a cultura das mídias<sup>2</sup> viabilizou a escolha e o consumo individualizado, a ampliação dos mercados culturais e a criação de novos hábitos culturais, ou seja, o espectador transforma-se também em usuário.

A partir dos anos 1990, a revolução da comunicação e da informação decorreu na presente era cultural: a cultura digital, também chamada de cibercultura (Santaella, 2003). Caracterizada pela convergência das mídias, é um fenômeno que se manifesta por meio dos processos de comunicação, os quais são impulsionados pela associação da informática com as telecomunicações, constituindo novas formas de sociabilização e de cultura. Portanto, temos de refletir se/como essa mudança de perspectiva, de espectador em usuário, implicou no desenvolvimento de processos de inclusão social no ambiente digital.

## A tecnologia social

Podemos pensar a relação dos museus com as tecnologias digitais em rede sob a perspectiva da Tecnologia Social (TS), que abarca um

[...] conjunto de técnicas, metodologias transformadoras, desenvolvidas e/ou aplicadas na interação com a população e apropriadas por ela, que representam soluções para inclusão social e melhoria das condições de vida. (TS BRASIL, 2004, p. 26).

---

2 Segundo Santaella (2003), o surgimento da comunicação teleinformática ampliou o conceito do termo "mídia", que passou a referir-se a qualquer tipo de meio de comunicação (aparelhos, dispositivos, programas comunicacionais auxiliares), para além dos meios de transmissão de notícias e informação (jornal, televisão, rádio).

Almeida (2010) comenta que as tecnologias sociais têm como proposta romper com a hierarquia dos saberes, tornando-os dialéticos, em que preza os saberes dos sujeitos diretamente afetados com um problema social e possibilita a autonomia dos interlocutores envolvidos.

Contrariamente à lógica da tecnologia tradicional, o autor (Almeida, 2010) explica que a TS atua sobre um problema social, evidenciando a cidadania e a participação democrática, com princípios voltados para o desenvolvimento da sociedade e não aos valores mercadológicos e neoliberais. De acordo com Duque e Valadão (2017), nas últimas décadas a TS tem sido considerada um recurso potencializador de mudanças sociais, enquanto possibilita a inclusão social dos envolvidos, por meio da elaboração comunitária voltada para a resolução de problemas socioeconômicos.

Os autores analisam duas visões conceituais da TS: como prática oportuniza a transformação social de uma comunidade pelas ações da própria comunidade, em que “[...] a ideia de sociotécnico aparece nessa visão como uma indissociabilidade dos aspectos sociais, técnicos e materiais de uma determinada localidade.” (Duque; Valadão, 2017, p. 15). A segunda perspectiva refere-se à TS como um artefato para a mudança social, isto é,

[...] a introdução de programas, processos, produtos e metodologias adequados à realidade são consideradas TS quando geram transformações sociais condizentes com as aspirações da própria comunidade beneficiada. (Duque; Valadão, 2017, p. 15).

Nesse panorama, a inclusão social é um conceito que, segundo Passerino e Montardo (2007):

[...] busca satisfazer necessidades relacionadas com qualidade de vida, desenvolvimento humano, autonomia de renda e equidade de oportunidades e direitos para os indivíduos e grupos sociais que em alguma etapa da sua vida encontram-se em situação de desvantagem com relação a outros membros da sociedade. (Passerino; Montardo, 2007, p. 4).

Ao articular a inclusão social com as tecnologias da informação e comunicação (TICs), Warschauer (2006) afirma que as TICs devem estar associadas aos processos sociais das comunidades, ou seja, fomentar propostas que visem a incorporação das TICs no cotidiano dos sujeitos é promover a inclusão digital, fazer uso das tecnologias para a transformação social e não apenas viabilizar o seu acesso. Outro aspecto que requer considerações no que tange ao desenvolvimento da inclusão digital são as diretrizes metodológicas aplicadas nessas ações.

De acordo com Bonilla e Souza (2011), o modelo pedagógico da linearidade, transmissividade e memorização é frequentemente evidenciado nas iniciativas de inclusão digital.

O que se percebe, nesses casos, é que o foco não está na formação dos sujeitos para o exercício da cidadania, e sim no manuseio de máquinas e softwares, numa perspectiva tecnicista, visando um possível acesso ao mercado de trabalho. (Bonilla; Souza, 2011, p. 92).

Nessa dinâmica, o modelo comunicacional é unidirecional (um-todos), o qual parte de um emissor para um conjunto de receptores, o que inviabiliza a co-criação, emancipação e participação dos sujeitos, ratificando o autoritarismo e a transmissão do conhecimento, características da concepção “bancária” da educação<sup>3</sup>.

No que tange ao desenvolvimento de políticas públicas em iniciativas de inclusão digital no Brasil, destacamos a Rede de Tecnologias Sociais (RTS)<sup>4</sup> e a Política Nacional de Tecnologia Social (PNTS)<sup>5</sup>. A RTS faz parte da Fundação Banco do Brasil e visa “[...] ampliar a difusão e a reaplicação de Tecnologias Sociais, possibilitando a inclusão social, a geração de trabalho e renda e a promoção do desenvolvimento local sustentável.” (Fernandes; Maciel, 2010, p. 10). Para isso, a plataforma da RTS é composta por cerca de 786 organizações nacionais e internacionais que visam ações pautadas pela TS.

São experiências que permitem a reaplicação e já são usadas em diversas localidades do Brasil e em outros países. Ações como essas, que incentivam a interação das comunidades locais e promovem soluções na vida das pessoas, são apoiadas pela referida rede. As instituições que fazem parte dela, até o momento, têm um propósito comum: entender as TS como importantes ferramentas para o desenvolvimento humano e para a formação de uma sociedade mais justa. (Fernandes; Maciel, 2010, p. 10).

Dentre as ações encontradas na RTS podemos citar a “@Ped: Ações Pedagógicas em Ambientes Digitais”, desenvolvida pela Sociedade Espírita Trabalho e Esperança (SETE) que, desde 2011, promove o ensino da matemática e do português por meio de jogos eletrônicos, aplicados em escolas e instituições de ensino não-formal; e a “Telinha na Escola”, elaborada pela Associação de Educação, Cultura e Meio Ambiente Casa da Árvore que tem por objetivo o incentivo à apropriação das TICs nas práticas pedagógicas e produção criativa nas redes públicas de ensino. Além disso, a PNTS define as TS como

[...] técnicas, procedimentos, metodologias e processos, produtos, dispositivos, equipamentos, serviços e inovações sociais organizacionais e de gestão, desenvolvidas ou aplicadas em interação com a população e que promovem inclusão social e melhoria das condições de vida da população. (Senado Federal, 2011).

Tem por finalidade a associação das TS com a Política Nacional da Ciência, Tecnologia e Inovação e busca a

---

3 Concepção educacional desenvolvida por Paulo Freire, em que o educador é o sujeito do processo e os educandos são meros recipientes vazios, a serem preenchidos pelos conhecimentos depositados pelo educador.

4 <https://transforma.fbb.org.br/>

5 Projeto de Lei do Senado de 2011.

[...] interação entre as esferas do saber acadêmico e do saber popular (...); determina a inclusão das atividades de tecnologia social em várias políticas e projetos, nas áreas de saúde, energia, meio ambiente, educação, entre outras. (Senado Federal, 2011).

Reconhecendo isso, de que maneira as iniciativas digitais dos museus poderiam contribuir para a mudança social? Enquanto os princípios da TS são direcionados para o desenvolvimento da sociedade e não do mercado, ou seja, o caráter social sobrepõe-se ao capital, como seria possível pensar as redes sociais online para os museus?

## Comunicação em museus na cibercultura

Fazer compras, assistir filmes, trabalhar, estudar, resolver problemas de qualquer lugar e em qualquer tempo é, até o momento, a especificidade central da cibercultura. Seu cenário comunicacional é formado por fluxos de informações, sendo possível a qualquer um produzir, processar, armazenar e circular informação, em vários formatos e com a liberação do polo de emissão (Santos *et al.*, 2021).

Com isso, Silva (2008) pontua que a lógica de transmissão em massa é objetada, dando lugar a uma nova perspectiva social e tecnológica da comunicação: o espectador torna-se menos passivo diante da possibilidade de intervenção na mensagem e o computador e dispositivos móveis tornam-se um campo de possibilidades para a ação dos sujeitos. Destaca-se, ainda, a mudança de paradigma da lógica comunicacional unidirecional (um-todos), cuja característica baseia-se na transmissão de um polo e múltiplos receptores, para a dinâmica em rede (todos-todos), a qual possibilita que os sujeitos alternem as posições de emissor e receptor, conforme a dinâmica estabelecida.

É a partir da *web 2.0*<sup>6</sup>, e seus preceitos de participação, colaboração e compartilhamento, que as redes sociais *online* passaram a “tomar as rédeas da comunicação”, ou seja, passaram a comandar e a influenciar a dinâmica comunicacional da sociedade. Com isso, Santaella (2010) afirma que a evolução das redes caminha em direção aos hibridismos entre os espaços digitais e físicos, onde é possível que os usuários compartilhem textos, vídeos, fotos e músicas de maneira ubíqua.

É nesse contexto que a referência ‘redes sociais na Internet’ foi emergindo e ocupando, cada vez mais, o lugar outrora utilizado pela expressão ‘comunidades virtuais’, embora ainda seja possível juntar os dois quando se fala de comunidades virtuais nas redes sociais. (Santaella, 2010, p. 268).

---

6 Na primeira fase da *web*, Santaella (2021) comenta que a cibercultura é assinalada por atividades inerentes ao *desktop* e a *web 1.0* expandiu-se para os sites e as comunidades virtuais, com o surgimento das redes sociais e blogs. A partir da década de 2010, o termo *web 3.0*—*web* semântica—surge para designar “[...] a atribuição de significados aos termos utilizados nos motores de busca, de modo a satisfazer a intenção de cada usuário quando busca uma informação e espera receber uma resposta que seja tão precisa quanto possível.” (Santaella, 2021, p. 22). E a *web 4.0*, que compreende a computação na nuvem, a internet das coisas, comunicação máquina-máquina e a inteligência artificial.

A autora sublinha, ainda, que uma das características mais significativas das redes sociais na *web* são os usos e as formas como os usuários se apropriam dessas plataformas. Na mesma medida, são os usos que as instituições museais fazem dessas interfaces *online* que determinam o grau de participação, diálogo e colaboração com os públicos/usuários. Ou seja, por si só, as redes sociais na *web* não são interativas. O uso feito pode suscitar interações.

Outro aspecto que requer considerações gira em torno da autoaprendizagem do indivíduo, elemento desafiador para a educação contemporânea. Lemos (2010) destaca que a maior oferta informacional, proveniente da potencialidade comunicacional da cibercultura, resulta na autonomia pela busca, produção e compartilhamento da informação. Nisso, faz-se necessário uma mudança de postura do educador diante das novas formas sociais e práticas cotidianas, criando novos meios de articulação do conhecimento e da informação junto aos educandos.

Equitativamente, é possível pensar que a maioria dos museus está compelida ao uso das tecnologias digitais em rede, como na conjuntura pedagógica? Verifica-se que a transmissividade comunicacional linear ainda é realidade em muitas instituições museais e em suas redes sociais *online*, ou seja, mesmo que o *Instagram*, por exemplo, possua uma série de potencialidades comunicacionais, seus usos são massivos e a distribuição unidirecional de informação é frequente. Cabe, ainda, refletir a relação do caráter educativo do museu com a comunicação museológica construída nas instituições, isto é, a articulação dos saberes, ideias, significações com os públicos.

A discussão em torno da perspectiva educacional dos museus tem como um de seus marcos o Seminário Regional da Unesco, ocorrido em 1958, no Rio de Janeiro. O documento resultante deste encontro reconhece a instituição museal como uma extensão da escola e enfatiza o caráter didático da exposição, afirmações essas que vêm sendo questionadas nas últimas décadas<sup>7</sup>. Paulo Freire (2021) situa que a concepção “bancária” da educação constitui-se como um instrumento opressor na relação educador x educando, na qual “[...] a educação se torna um ato de depositar, em que os educandos são os depositários e o educador o depositante.” (Freire, 2020, p. 80).

Na comunicação museológica essa relação educador x educando pode comparar-se com a relação museu x públicos, enquanto tal perspectiva converge com o modelo comunicacional linear/condutivista<sup>8</sup> (Cury, 2005). Todavia, para estabelecer a horizontalidade, o diálogo, a educação libertadora, Freire (2021) afirma que é preciso que o educador torne-se problematizador *junto* aos educandos, uma vez que “[...] estes, em lugar de serem recipientes dóceis de depósitos, são agora investigadores críticos, em diálogo com o educador, investigador crítico, também.” (Freire, 2020, p. 97). Só assim a relação se constituirá na horizontalidade: educador-educando, museu-públicos. De lá (1958) para cá (2022), os

7 Ver artigo “A favor da desescolarização dos museus”, de Maria Margaret Lopes (1991).

8 Nessa dinâmica, o museu—enquanto o único emissor da comunicação—promove um discurso monológico, dificultando a promoção do diálogo com os públicos. A única preocupação é emitir a mensagem de um pólo ao outro, suprimindo a possibilidade de interpretar e discutir o conteúdo da informação por parte daqueles que não dominam os códigos de emissão.

museus vêm promovendo experiências comunicacionais e educativas para<sup>9</sup> ou com<sup>10</sup> os públicos? Suas redes sociais *online* são inspiradas em práticas de educação libertadora e comunicação horizontal?

É a partir dos anos 1960 e 1970 que os debates acerca da relação entre públicos e museus começam a ser notadamente articulados. Embora cerca de sessenta anos separem os debates promovidos na esfera museológica, muito ainda tem de ser pensado, articulado e especialmente concretizado. Ao longo da segunda metade do século XX, a realização de conferências representa a sistematização de pensamentos e experiências essenciais para o campo, tais como: a perspectiva das atuações museológicas, de suas práticas museográficas, a legitimação de novas tipologias museais e, principalmente, a inserção dos públicos no cerne das ações do museu.

Em consonância com Moraes (2021), observa-se que, contemporaneamente, o debate acerca da participação da comunidade ou da participação dos públicos junto aos museus ainda apresenta problemáticas teórico-práticas a serem analisadas e revisadas. Entre elas, encontram-se as questões que emergem a partir do uso cada vez mais ampliado de tecnologias digitais em rede em nossos cotidianos e, logo, também dos museus.

Diante da heterogeneidade dos públicos e das diferentes formas de manifestação e acesso ao museu, como ser esse elemento criativo? De que maneira os museus podem oportunizar a participação de públicos diversos? Além disso, vale apontar que, atualmente, termos como interação, inclusão e participação tornaram-se conceitos recorrentes para adjetivar projetos e exposições, no entanto, convém questionar se tais experiências de fato promovem a interação, inclusão e a participação que seus idealizadores divulgam. Faz-se necessário rever os conceitos de tais palavras a fim de entender de fato seu real significado, enquanto o uso de tais termos foi se esvaziando.

Os princípios da participação fundamentam-se por meio de dois pontos de vista opostos: a instituição como o centro provedor de projetos e experiências que partem unidirecionalmente para os públicos; e, de outro lado, a instituição desempenha a função de “plataforma” para oportunidades e experiências co-produzidas pelos públicos, em sentido multidirecional (Simon, 2010). Retomando Paulo Freire (2021) e a partir da segunda perspectiva apontada por Nina Simon, é possível que se construa uma relação dialógica entre o museu, enquanto educador, e os públicos, enquanto educandos, dado que o diálogo é o encontro dos homens/seres, mediatizados pelo mundo, ampliando-se para além da “relação eu-tu”.

Nas palavras de Simon (2010), como as instituições culturais podem usar técnicas participativas não apenas para “dar voz” aos visitantes, mas para desenvolver experiências mais valiosas e atraentes para todos? Segundo a autora, para que a instituição propicie a participação, os profissionais de museus precisam fomentar experiências capazes de

---

9 Conceção “bancária” da educação.

10 Conceção libertadora da educação.



instigar a atuação e contribuição dos públicos; ampliar suas oportunidades de colaboração; e oferecer uma maneira legítima de contribuição. Dessa forma, os públicos se reconhecerão como participantes envolvidos e respeitados na dinâmica museal.

Nisso, a autora aponta quatro tipos de projetos para promover a participação nas instituições museais: projetos contributivos, em que é proposto aos públicos a contribuição com objetos, ações e ideias limitadas e específicas a um processo controlado pela instituição; projetos colaborativos, quando se convidam os públicos para parceria na criação de projetos com início e fim no museu; projetos co-criativos, que ocorre quando os públicos e a instituição trabalham juntos na definição dos objetivos do projeto e as iniciativas são definidas com base nos interesses e demandas da comunidade; e, por fim, *hosting*, quando o museu presta alguns de seus serviços e recursos a grupos externos. A autora destaca, ainda, que muitas instituições incorporam elementos dos modelos participativos, em que usam diferentes abordagens para diferentes projetos e relacionamentos com a comunidade.

Tais projetos elucidam a afirmação de Cury (2005) de que a comunicação museológica deve ser estruturada junto à vida cotidiana e às multifacetadas mediações, deslocando o foco do museu em direção aos meios para o cotidiano dos públicos como mediadores de formações simbólicas. A autora afirma, ainda, que o cotidiano é o espaço metodológico de análise das formas e dos usos do museu, a partir das significações construídas no dia a dia de cada indivíduo.

Com isso, o deslocamento de perspectiva que Martín-Barbero (1997) desenvolve na análise dos meios de comunicação em direção às mediações culturais é significativo para compreender o conceito de mediação. Segundo a Teoria das Mediações, a dinâmica comunicacional está vinculada aos processos sociais, afetivos e identitários dos indivíduos, os quais interferem em como a mensagem será recebida. Em outras palavras, tal processo centra-se nas interações motivadas pelo meio, pelas relações sociais, pelo cotidiano das pessoas, elemento substancial para instituir a comunicação. De acordo com Cury (2017) e Martín-Barbero (1997), o processo de comunicação não tem fim no museu, visto que o receptor apropria-se da mensagem museológica e a ressignifica em seu contexto.

Pensar a comunicação sob a ótica dos meios infere em analisar não apenas a transmissão da mensagem, mas observá-la juntamente a seus receptores. Só assim instaura-se a mediação, a articulação entre as práticas comunicacionais e o cotidiano dos indivíduos em suas múltiplas matrizes culturais (Martín-Barbero, 1997). À vista disso, para além de um meio de comunicação, pode-se entender o museu como rede educativa e espaço multirreferencial de aprendizagem e ensinosa?

A partir da percepção de que os públicos também são produtores de narrativas, de acordo com Ulpiano Meneses (2011), o museu deve ser lugar de indagações e um ambiente que ensine a proposição de questões, fomentando o pensamento e a investigação crítica de sua realidade. Dessa forma, a responsabilidade educacional do museu tangencia compreendê-lo, também, como sistema de comunicação e, conseqüentemente, espaço de mediações. Então, como a mediação pode aplicar-se no ciberespaço? Para Marti (2021), a mediação na

cibercultura é aquela que lança mão das potencialidades comunicacionais das tecnologias digitais em rede para fomentar conversas plurais, polifônicas e multidirecionais, provocando a partilha de conhecimentos e significações, a colaboração e a coautoria.

Palavras como intermédio, intervenção e intercessão podem ser consideradas sinônimos de mediação, cuja definição aplica-se ao ato de servir de intermediário entre pessoas ou grupos. O museu desempenha papel de intermediário junto aos públicos? Seu potencial como *medium*–meio -, conforme Ribeiro e Cal (2016) pontuam, consiste na articulação entre as mensagens e sua incorporação no cotidiano dos envolvidos. Cury (2017) enfatiza que nessa dinâmica os papéis de emissor e receptor se misturam, isto é, tanto públicos quanto o museu podem ser receptores e/ou emissores:

1- o emissor elabora a mensagem a partir das falas do receptor = ele é receptor, 2- o receptor interpreta a partir do seu contexto e reelabora o significado da mensagem e comunica no museu = o público é emissor e o museu é receptor e 3- ele comunica essa reelaboração em seu contexto = ele é emissor. (Cury, 2017, p. 192).

Conceber o museu como espaço de mediação é reiterar seu caráter dialógico e participativo, enquanto promove a elaboração e a negociação de significados. Logo, para além de sua característica informacional, desloca-se em direção ao caráter relacional, afetivo e identitário “[...] não se restringindo apenas à apreensão de códigos puros e simples, e dá destaque ao significado das trocas estabelecidas no processo comunicacional.” (Ribeiro; Cal, 2016, p. 91). Diante dos apontamentos até aqui realizados, questionamos: seria possível desenvolver ambientes digitais de museus como espaços de trocas? Perfis de museus no *Instagram* poderiam se constituir como espaços de mediação junto aos públicos?

De acordo com Edméa Santos (2014), a emergência do fenômeno da cibercultura caracteriza a educação *online* (EOL) como um conjunto de práticas de ensino-aprendizagem mediadas por interfaces digitais, as quais fomentam dinâmicas comunicacionais interativas, hipertextuais e em mobilidade. Diferentemente da educação à distância (EAD), a EOL potencializa situações de aprendizagem mediadas por encontros presenciais, à distância ou de maneira híbrida.

Dessa forma, a autora enfatiza que na EOL “[...] o conhecimento não pode ser transmitido, ele é produzido na relação dialógica entre os participantes [...]” (Marti; Santos, 2019, p. 56) a partir “[...] do movimento comunicacional e pedagógico dos sujeitos envolvidos para a garantia da interatividade e da cocriação.” (Santos, 2014, p. 70). Com efeito, a lógica comunicacional se estabelece através da comunicação todos-todos, enquanto, em teoria, suscita processos horizontais e de colaboração coletiva.

Silva (2021) destaca que a mediação docente interativa provoca a aprendizagem enquanto faz uso das tecnologias digitais em rede, no presencial e no *online*, para alimentar a autoria e a colaboração. Nisso, caracteriza a *web 2.0* como a internet social, cujos elementos centrais são a autoria e a participação, em que na sala de aula interativa a emissão e a recepção co-criam a mensagem, a aprendizagem e a formação.

Não obstante, como elaborar e desenvolver tal prática educativa, proveniente da cibercultura, no contexto museológico? Para Marti (2022), centra-se em lançar mão das potencialidades comunicacionais das tecnologias digitais em rede para gerar ações educativas museais em interatividade, desenvolvidas a partir da mediação museal online, fomentando, assim, a troca e a produção de múltiplos “*conhecimentos significações*” entre os educadores museais e seus públicos.

A Educação Museal Online emerge, desta forma, como noção e abordagem didático-pedagógica da Educação Museal na/com a cibercultura. Pressupõe, em primeira mão, a compreensão dos museus e de suas redes sociais digitais, ou outras presentificações online, como redes educativas e espaços multirreferenciais de aprendizagem em que o diálogo—as conversas – com/entre os praticantes culturais (os públicos e públicos não habituais) está na centralidade de suas ações educativas. (Marti, 2022, p. 119).

As ações educativas museais *online* precisam ser conjecturadas *com* os públicos, a partir das potencialidades comunicacionais do digital em rede, e que promovam a educação como prática libertadora, conforme pontua Freire. Ou seja,

[...] lança mão das potencialidades do digital em rede (...) para pensar fazer ações educativas dialógicas, colaborativas, multirreferenciais e centradas numa perspectiva de produção coletiva do conhecimento em uma lógica comunicacional polifônica e multidirecional. (Marti; Santos, 2019, p. 63).

Diante das discussões e reflexões apresentadas, segundo Santos, Marti e Santos (2019), a cibercultura potencializa as práticas culturais contemporâneas e aprendizagens em espaços e tempos plurais e diversos. Nesse contexto, uma nova inquietação é colocada no campo: como aliar as demandas da presentificação digital dos museus às premissas de um fazer museológico centrado na participação, diálogo e inclusão, pilares dos debates da Museologia nas últimas décadas?

## **A linguagem cibercultural dos museus e a tecnologia social**

Diante das potencialidades comunicacionais da cibercultura, fazer uso das tecnologias digitais em rede nos museus torna-se um desafio, enquanto a participação e interatividade não são automáticas a partir do momento que se cria um perfil institucional. São os usos dessas interfaces que podem ou não forjar a interatividade e as dimensões diversas de participação.

As estratégias dos museus nas plataformas *online* começaram a ser mais comuns a partir da década de 2010, em que a presença virtual e interacional do museu não se limitava apenas ao seu *site* oficial, aponta Oliveira (2020). Segundo o autor, as redes sociais digitais podem ser vislumbradas como espaços para compreender a autoimagem do museu e suas

práticas comunicacionais. Com isso, a integração da TS nas diretrizes das instituições museais poderia ser o estímulo necessário para o desenvolvimento de práticas aliadas aos fundamentos da Museologia.

Fernandes e Maciel (2010) comentam que o diálogo entre os diferentes saberes, a difusão e a ação educativa, a apropriação das TICs e a participação direta da população são fatores elementares para o desenvolvimento da TS. Na conjuntura museológica podemos observar algumas iniciativas que estão alinhadas com tais princípios e tangenciam a inclusão social no ambiente digital, tais como a *folksonomia*, a curadoria colaborativa, a construção de narrativas a partir das demandas da sociedade e da mudança de protagonismo, do museu para os públicos.

Uma vez que a tecnologia tradicional “[...] visa o lucro e tende a provocar a exclusão social” (Dagnino, 2013, p. 253), os autores apontam que a TS visa a inclusão, emancipação e participação social, dado que são direcionadas para a resolução de problemas cotidianos através da interação e iniciativas da própria comunidade. A TS é um recurso que potencializa a inclusão social no ambiente digital, com isso, são os usos que fazemos das tecnologias digitais em rede que podem ou não forjar a interatividade e as dimensões diversas de participação.

A passagem do arquivamento para o compartilhamento é uma das mudanças substanciais nas atividades do museu na contemporaneidade, enquanto “[...] mais vale uma imagem que circule, mesmo que na forma de um ‘meme’<sup>11</sup>, do que uma imagem que esteja arquivada e sem acesso por parte dos públicos.” (Lisboa, 2019, p. 27). Essa mudança substancial evidencia a possibilidade que as redes sociais *online* apresentam como instrumentos de interatividade e recursos para colaborações, dentre a qual destaca-se a *folksonomia*<sup>12</sup>.

De acordo com Rocha e Gonzalez (2014), “[...] a *folksonomia* é o resultado da etiquetagem dos recursos da Web num ambiente social compartilhado pelos próprios usuários da informação visando a sua recuperação.” (Rocha; Gonzalez, 2014, p. 4382), constituindo-se por meio da sistematização das informações dos recursos digitais pelos usuários da rede. A indexação livre do usuário do recurso; a recuperação a *posteriori* da informação; e possibilita o compartilhamento e desenvolve-se de forma conjunta com outros usuários são aspectos destacados pelos autores que caracterizam a prática da *folksonomia*. Dessa forma,

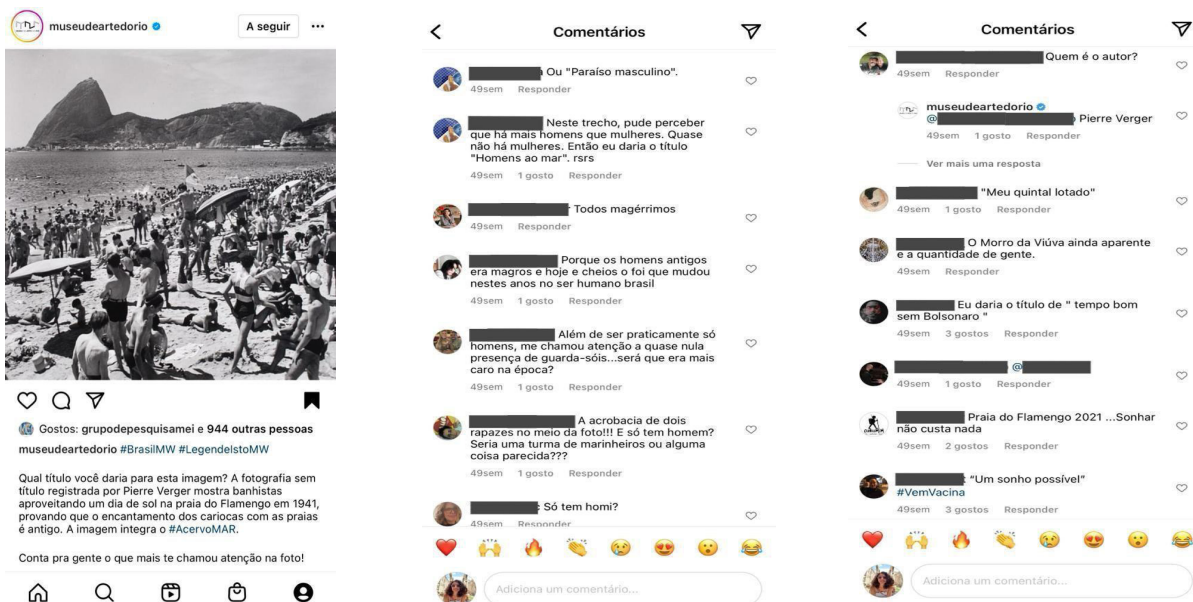
a sua incorporação junto aos sistemas de classificação tradicional do museu pode, não somente ampliar os termos para recuperação da informação ou do objeto, mas fomentar o uso da linguagem na construção de valor e sentido do patrimônio. Assim, em um ambiente interativo e colaborativo, os visitantes têm a oportunidade de fazer uso social da linguagem através de criação ou alteração de etiquetas digitais associadas a objetos, gerando novos metadados que representam conteúdos diversos (...). (Cairns *apud* Rocha; Gonzalez, 2014, p. 4384).

11 Marti, Costa e Miranda (2019) explicam que na cultura digital, o termo meme caracteriza a difusão, na Internet, de conteúdos intertextuais que expressam críticas sociais, culturais e políticas em tom humorístico.

12 Termoprimeiramente criado por Thomas Vander Wal, em 2004.

Em junho de 2021, no contexto da pandemia de Covid-19, o *Instagram* do Museu de Arte do Rio (MAR) publicou uma foto (**FIGURA 1**), pertencente ao seu acervo, da Praia do Flamengo (RJ) com a pergunta: “qual título você daria para esta imagem?”.

**FIGURA 1** – Publicação e comentários no *Instagram* do Museu de Arte do Rio



Fonte: Instantâneo de Luiza Sant'Anna (2022).

Observa-se que alguns comentários como “paraíso masculino”, “homens ao mar”, “meu quintal lotado” e “um sonho possível” revelam a viabilidade, através das redes sociais *online*, da incorporação da folksonomia nas dinâmicas dos museus. Dessa forma, destaca-se que tal recurso potencializa as vozes dos públicos na mobilização de exposições e suas narrativas, nas políticas de aquisição do museu, na documentação de seu acervo, amplificando as perspectivas dos públicos e sua participação nas múltiplas ações da instituição museal.

No que diz respeito à articulação das práticas comunicacionais dos museus com seus públicos, Oliveira (2020) afirma que as instituições costumam tratar o *Instagram* como um veículo de comunicação consolidado na dinâmica unidirecional (um-todos), a qual parte de um emissor para um conjunto de receptores, em que não fomenta, de fato, uma política de interação contínua, despotencializando, portanto, interações possíveis abertas ao universo cívico.

A comunicação em rede (todos-todos) assinala a participação e interação que o ambiente digital possibilita entre os interlocutores. Entretanto, ao configurar-se de forma unidirecional (um-todos) e/ou integrada (um-um), em que o canal comunicacional se estabelece de forma isolada apenas entre o emissor e o receptor, pontua-se a dificuldade de muitas instituições museológicas em articular dinâmicas interativas e efetivamente participativas com seus públicos no ciberespaço, principalmente nas redes sociais *online*.

Em abril de 2022 o Museu do Ipiranga–USP (SP) publicou em seu *Instagram* uma proposta interativa em torno de um chinelo encontrado durante as reformas do Museu, com as seguintes indagações: “na sua opinião, qual deve ser o destino dessa peça?”, “o que determina a sua preservação para servir de fonte de pesquisa e conhecimento? O chinelo deve ir para o lixo ou para a reserva técnica? Se a decisão fosse sua, o que você faria?”, conforme apresentado na **FIGURA 2**.

**FIGURA 2** – Publicação do Museu do Ipiranga – USP



museudoipiranga Há algumas décadas, um sujeito anônimo, que realizou alguma obra no interior do prédio, deixou para o futuro uma lembrança de sua passagem pelo Edifício-Monumento: um chinelo emborrachado, com tiras, tipo Havaianas (essa marca só surgiu em 1962). O chinelo tem um prego segurando a tira por baixo da sola, um jeitinho comum de arrumar esse tipo de calçado com forquilha.

O objeto foi achado em um vão entre a parede e o forro de uma das salas do prédio do Museu, e foi exumado pela Scientia Consultoria Científica. Na sua opinião, qual deve ser o destino dessa peça? Se todos os bens que integram o mundo são culturais, já que estão relacionados às diferentes maneiras de viver ao longo do tempo e do espaço histórico, por que algumas coisas vão parar em um museu e outras não? O que determina a sua preservação para servir de fonte de pesquisa e conhecimento? O chinelo deve ir para o lixo ou para a reserva técnica? Se a decisão fosse sua, o que você faria?

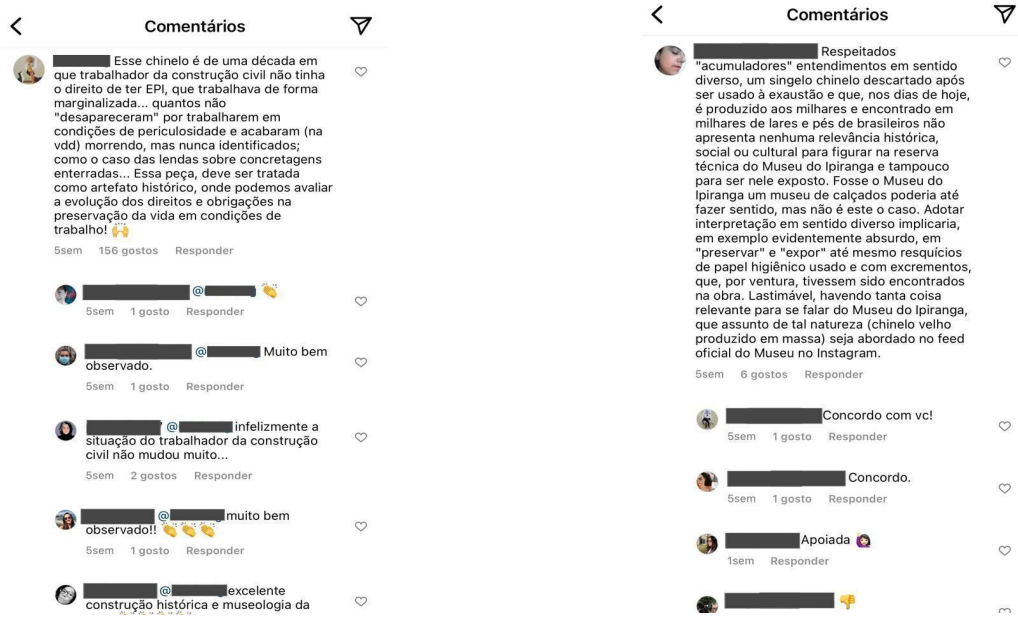
#PraTodosVerem: As imagens, que formam um mosaico, mostram um chinelo muito velho, com a sola escura e a palmilha clara bastante gastas. Ele tem apenas uma tira e, em uma das imagens, traz o detalhe do prego usado para consertar a peça. No canto superior esquerdo, está escrito: Arqueologia: chinelo.

13 de abril

Fonte: Instantâneo de Luiza Sant’Anna (2022).

Percebe-se que as respostas às perguntas propostas pelo museu (**FIGURA 3**) são em parte a favor de sua integração ao acervo do museu e em parte contra. Entretanto, para além do ponto de vista dos públicos acerca da musealização do objeto, observa-se que os comentários são respondidos e curtidos por outros usuários da rede social, mas em nenhum momento o museu se manifesta nessa dinâmica comunicacional para além de sua posição de emissor. Ele apenas dispara a publicação e as indagações, mas não se coloca, efetivamente, como sujeito de um diálogo.

**FIGURA 3** – Comentários da publicação citada anteriormente

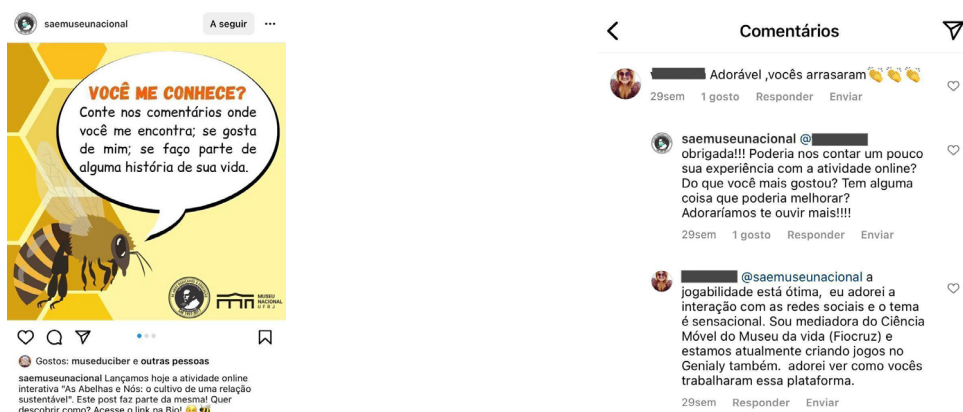


Fonte: Instantâneo de Luiza Sant'Anna (2022).

Em vista disso, tal característica reitera o caráter unidirecional na comunicação entre o *Instagram* do museu e seus públicos, conforme Oliveira (2020) pontua, em que a emissão parte apenas da instituição em direção aos públicos–receptores -, não havendo uma disposição mais dialógica. Reconhecendo isso, é preciso reiterar que são os usos dessas interfaces que podem ou não forjar o diálogo, a colaboração e a cocriação.

A Seção de Assistência ao Ensino (SAE) do Museu Nacional busca promover em seu *Instagram* propostas dialógicas e participativas com os usuários. Na **FIGURA 4** podemos identificar a interação e uma dinâmica comunicacional em rede estabelecida entre a SAE e os públicos, enquanto constitui uma conversa entre os comunicantes. Para além das perguntas disparadoras na publicação, a instituição responde aos comentários dos usuários, os quais são curtidos e comentados por outros seguidores.

**FIGURA 4** – Publicação e comentários do *Instagram* da Seção de Assistência ao Ensino (SAE) do Museu Nacional

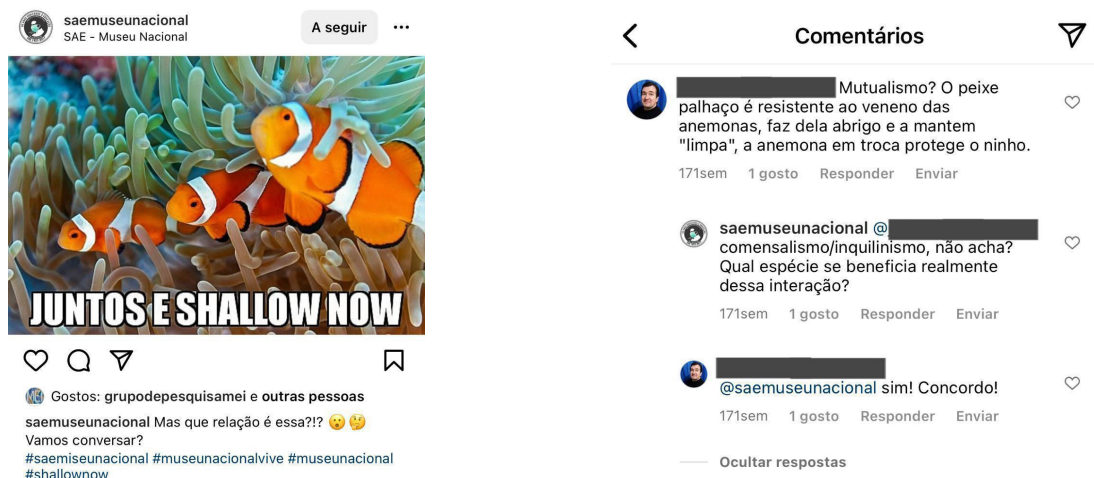


Fonte: Instantâneo de Luiza Sant’Anna (2022).

Destaca-se, assim, a troca de papéis dos sujeitos, em que todos podem ser receptores e emissores da informação. As narrativas, experiências e os cotidianos dos usuários podem ser incorporados nas atividades da SAE e interferir em seus subseqüentes enunciados, produzindo novas camadas nessa relação com outros enunciados. Além disso, o uso do meme (**FIGURA 5**) como recurso comunicacional é uma das características do perfil, uma vez que, de acordo com Marti (2021), ao fazer uso de suas potencialidades comunicativas, as propostas de educação museal *online* “[...] podem tornar as conversas sobre ciência algo mais familiar e interessante [...]” (Marti, 2021, p. 203) através da multimodalidade e do humor. Entretanto, é importante ressaltar sua característica sazonal, enquanto são criados e compartilhados diante de uma tendência momentânea na sociedade que será substituída por outras criações, conforme o momento social.



**FIGURA 5** – Publicação e comentários do *Instagram* da Seção de Assistência ao Ensino (SAE) do Museu Nacional



Fonte: Instantâneo de Luiza Sant'Anna (2022).

Na **FIGURA 5** podemos observar esse aspecto datado dos memes. A expressão “juntos e *shallow now*” é um trecho da versão brasileira da música “*Shallow*”, trilha sonora do filme “*Nasce uma Estrela*”, que fez grande sucesso na época de seu lançamento. Viralizou em 2019, mas logo foi sucedida por outras produções. Contudo, frente ao caráter fugaz e imediatista das redes sociais *online*, Marti (2021) explica que tais práticas incentivaram a popularização da ciência, as quais foram “*praticadas pensadas*” para o compartilhamento do conhecimento científico, além de fazer uso dos memes no estímulo para estabelecer conversas e aproximações.

A autora comenta que a linguagem cibercultural nos museus pode conFigurar-se orientada pela educação museal *online*, por meio do desenvolvimento de múltiplas conjecturas e conFigurações que fomentem conversas e aproximações entre a instituição e seus públicos. Nas conversas promovidas na plataforma *online* da SAE, enquanto, segundo Marti (2022), os usuários são estimulados a co-criar e co-laborar as mensagens devido à busca pela sua participação ativa na troca e no compartilhamento de ideias.

Perante o exposto, pensar a comunicação em museus na cibercultura implica em questionar e reexaminar conceitos e propostas realizados na área da Museologia ao longo do século XX, mas que por vezes ainda se encontram no plano da teoria, bem como suas práticas nos museus na contemporaneidade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Frente ao cenário sociotécnico contemporâneo, os celulares, *tablets* e computadores tornaram-se uma extensão do nosso corpo, concebendo uma realidade cada vez mais híbrida. A mobilidade ubíqua e a hipermídia são características fundamentais para compreender

a cibercultura e engendrar novas dinâmicas comunicacionais entre museus e públicos. A partir desses elementos é possível desenvolver a onipresença do museu nos múltiplos tipos de linguagem e, concomitantemente, apreender o cotidiano dos públicos por meio de seus compartilhamentos nas plataformas *online*.

Todavia, essa realidade ainda caminha a passos lentos na Museologia. A dificuldade em encontrar fundamentação teórica acerca da temática da pesquisa em referenciais da Museologia é um indicador da iminência em refletir, questionar, teorizar e praticar dinâmicas comunicacionais consonantes às especificidades das relações que estabelecemos com o digital em rede, isto é, os conhecimentos, as informações, os modos de ser e estar no mundo e de se relacionar com o outro.

Cabe evidenciar que a definição de museu estabelecida pelo ICOM em 2022 não ressalta especificamente o caráter digital dos museus. Neste ponto vale enfatizar o seguinte trecho: “[...] atuam e se comunicam de forma ética, profissional e com a participação das comunidades, oferecendo experiências variadas de educação, fruição, reflexão e troca de conhecimentos” (ICOM, 2022, *online*). Aqui é apontada a crescente centralidade dos públicos nas dinâmicas museais e as múltiplas formas de mediações. No entanto, convém refletir se os museus estão efetivamente comprometidos com a aplicabilidade de tais meios de intervenção dos públicos por meio das tecnologias digitais em rede, por exemplo. Diante das reflexões apresentadas, pontuamos que a Tecnologia Social poderia ser um recurso de inclusão social no ambiente digital e, conseqüentemente, uma metodologia potencializadora da participação dos públicos nas dinâmicas dos museus.

Além disso, com o potencial educativo do museu destacado na conferência da Unesco, no Rio de Janeiro (1958) e na Mesa Redonda em Santiago (1972), com a influência da teoria de Paulo Freire, o compromisso de transformação social do museu e, conseqüentemente, os debates acerca da participação dos públicos é evidenciado nas décadas de 1960 e 1970. Todavia, a Museologia ainda é permeada por inquietações acerca da participação dos públicos junto aos museus, principalmente no que tange à cibercultura. Reconhecendo isso e retomando alguns questionamentos apresentados ao longo do texto, de que maneira e até que ponto as iniciativas digitais dos museus poderiam contribuir para a mudança social? Há uma tendência que direcione a adoção de redes sociais online como práticas de educação libertadora e/ou voltadas à inclusão?

Ao refletir o museu como meio e espaço de mediações, salientamos que o cotidiano dos públicos é fator elementar para estabelecer a coautoria, a colaboração, a negociação de significados na relação do museu junto aos públicos. E para que os museus façam uso das redes sociais *online* para promover a participação e a interatividade com seus usuários, é necessário que a instituição abdique de seu posto de único emissor, dispondo-se a produzir significações e narrativas com os públicos.

É importante salientar que dispor de práticas *online* não compete com as ações geridas no *offline*, ao contrário, é a associação e a simultaneidade do *on/off* que potencializa as dinâmicas comunicacionais dos museus no cenário sociotécnico contemporâneo, oportunizando

o contato, a familiaridade, a proximidade com os sujeitos que não se conFiguram como o público potencial do museu. Para tanto, é necessário ir além dos algoritmos e das bolhas filtradas das plataformas *online*, buscando estabelecer propostas dialógicas e participativas com os usuários. São os usos que as instituições fazem das ambiências digitais que desvelam o seu caráter educacional, “bancário” ou libertador.

## **REFERÊNCIAS**

ALMEIDA, A S. A contribuição da extensão universitária para o desenvolvimento de Tecnologias Sociais. *In: RTS (Brasil) (org.). **Tecnologia Social e Desenvolvimento Sustentável**: Contribuições da RTS para a formulação de uma Política de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação. Brasília: Rede de Tecnologia Social, 2010.*

BONILLA, M. H. S.; SOUZA, J. S. Diretrizes metodológicas utilizadas em ações de inclusão digital. *In: BONILLA, M. H. S.; PRETTO, N. L. (org.). **Inclusão digital**: polêmica contemporânea. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 91-107.*

BRASIL. Projeto de Lei do Senado nº 111, de 2011. Institui a Política Nacional de Tecnologia Social. **CONGRESSO NACIONAL**, Brasília, 2011. PL 3329/2015. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/99555>. Acesso em: 21 abr. 2023.

CURY, M. X. **Comunicação Museológica**: uma perspectiva teórica e metodológica de recepção. 2005. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

CURY, M. X. **Lições Indígenas para a Descolonização dos Museus: processos comunicacionais em discussão**. Cadernos CIMEAC, Uberaba, v. 7, n. 1, p. 184-211, 2017, Uberaba.

DAGNINO, R. O envolvimento da FBB com políticas públicas em tecnologia social: mais um momento de viragem. *In: COSTA, A. B. (org.). **Tecnologia social e políticas públicas**. São Paulo: Fundação Banco do Brasil, 2013. p. 247-274.*

DUQUE, T. O.; VALADÃO, J. A. D. **Abordagens Teóricas de Tecnologia Social no Brasil**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração. Rio de Janeiro, v. 11, n. 5, out./dez. 2017.

FERNANDES, R. M. C.; MACIEL, A. L. S. Caminhos das Tecnologias Sociais: reflexões iniciais. *In: FERNANDES, R. M. C.; MACIEL, A. L. S. (org.). **Tecnologias sociais**: experiências e contribuições para o desenvolvimento social e sustentável. Porto Alegre: Fundação Irmão José Otão, 2010. 42 p.*

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. 50. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2021.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 75. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2020.

INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL – ITS. **Caderno de Debate**: tecnologia social no Brasil. São Paulo: ITS, 2004.

INTERNATIONAL CONCIL OF MUSEUMS – ICOM, São Paulo, 2022. Disponível em: [https://www.icom.org.br/?page\\_id=2776](https://www.icom.org.br/?page_id=2776). Acesso em: 1 ago. 2022.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Editora Penso, 2014.

LEMOS, A. Os sentidos da tecnologia: cibercultura e ciberdemocracia. *In*: LEMOS, A.; LÉVY, P. (org.). **O futuro da internet**: em direção a uma democracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LISBOA, P. F. **Museu 4.0**: um olhar museológico sobre as práticas museais tecnológicas contemporâneas. 2019. Tese (Doutorado) – Faculdade de Artes Visuais, Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2019.

LOPES, M. M. A favor da desescolarização dos museus. **Educação e Sociedade**, [s. l.], n. 40, p. 443-455, dez. 1991.

MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. *In*: SOUSA, M. W. (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução: Ronald Polito, Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTI, F. M.; SANTOS, E. O. Educação Museal Online: a educação museal na/com a cibercultura. **Redoc**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 41-66, maio/ago. 2019.

MARTI, F. M. **A educação museal online**: uma ciberpesquisa-formação na/com a seção de assistência ao ensino (SAE) do Museu Nacional-UFRJ. 2021. Tese (Doutorado) – Faculdade de Educação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

MARTI, F. M. As práticas conversacionais da/na Educação Museal Online: o que elas nos ensinam? **Revista Educação e Cultura Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 59, 2022.

MARTI, F.; COSTA, A.; MIRANDA, A. Educação Museal na Cibercultura: o uso de memes no projeto “Clube de Jovens cientistas” da Seção de Assistência ao Ensino (SAE) do Museu Nacional/URFJ. **Periferia**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 90-110, 2019.

MENESES, U. A comunicação/informação no museu: uma revisão de premissas. **Seminário Serviços de Informação em Museus**, n. 1, p. 11-21, nov. 2011.

MORAES, J. Horizontes e Itinerários da participação dos públicos nos Museus. **Museologia & Interdisciplinaridade**, Brasília, v. 10, n. 20, p. 168–190, jul./dez. 2021.

OLIVEIRA, E. O museu no Instagram: arte, exposição e a visibilidade de práticas museológicas.

**Museologia & Interdisciplinaridade**, Brasília, v. 9, n. Especial, p. 103–131, 2020.

PASSERINO, L. M.; MONTARDO, S. P. Inclusão social via acessibilidade digital: proposta de inclusão digital para Pessoas com Necessidades Especiais. *In*: XI Colóquio Internacional sobre a Escola Latino Americana de Comunicação, 11., 2007, Rio Grande do Sul. **Anais[...]**. Pelotas: [S. n.], 2007.

PRIMO, J. S. Pensar contemporaneamente a museologia. **Cadernos de Sociomuseologia**, [s. l.], n. 16, p. 5-38, 1999.

RIBEIRO, L.; CAL, D. Museu como medium: reflexões sobre as interfaces entre comunicação e museologia. **Revista Dispositiva**, Minas Gerais, v. 5, n. 2, p. 85-102, 2016.

ROCHA, L. M.; GONZALEZ, M. Jardim virtual: folksonomia como recurso de inclusão. *In*: Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 15., 2014, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte: ANCIB, 2014. p. 4374 – 4394. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/189491>. Acesso em maio de 2022.

SANTAELLA, L. **Cultura e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 22, 2003.

SANTAELLA, L. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAELLA, L. **Humanos hiper-híbridos**: linguagens e cultura na segunda era da internet. São Paulo: Paulus, 2021.

SANTOS, E. **Pesquisa-formação na cibercultura**. Portugal: Whitebooks, 2014.

SANTOS, E.; MARTI, F.; SANTOS, R. O museu como espaço multirreferencial de aprendizagem: rastros de aprendizagens ubíquas na cibercultura. **Revista Observatório**, Palmas, v. 5, n. 1, p.182-201, jan./mar. 2019.

SANTOS, R.; RIBEIRO, M. R. F., CARVALHO, F. S. P. Educação Online: aprenderensinar em rede. *In*: SANTOS, E. O.; SAMPAIO, F. F.; PIMENTEL, M. (org.). **Informática na Educação**: fundamentos e práticas. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021. (Série Informática na Educação CEIE-SBC, v.1). Disponível em: <https://educacao.ceie-br.org/educacaonline>. Acesso em: ago. 2022.

SILVA, M. Cibercultura e educação: a comunicação na sala de aula presencial e online. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 37, dez. 2008.

SILVA, M. Interatividade na educação híbrida. *In*: PIMENTEL, M.; SANTOS, E.; SAMPAIO, F. F. (org.). **Informática na educação**: interatividade, metodologias e redes. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021. (Série Informática na Educação, v.3). Disponível em: <https://ieducacao.ceie-br.org/interatividade>. Acesso em: ago. 2022.

SIMON, N. **The participatory museum**. [S. l.: s. n.], 2010. Disponível em: <http://www.participatorymuseum.org/read/>. Acesso em: mar. 2022.

WARSCHAUER, M. **Tecnologia e inclusão social**: a exclusão digital em debate. São Paulo: Editora Senac, 2006.