

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO  
CURSO DE BACHARELADO EM MUSEOLOGIA**

CAROLINE GRASEL OLIVEIRA

**MUSEOLOGIA NA CONTEMPORANEIDADE:  
Um estudo de caso do #MUSEUdeMEMES**

Porto Alegre

2018

CAROLINE GRASEL OLIVEIRA

**MUSEOLOGIA NA CONTEMPORANEIDADE:  
Um estudo de caso do #MUSEUdeMEMES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Museologia pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Márcia Bertotto  
Coorientadora: Ms. Priscila Chagas Oliveira

Porto Alegre  
2018

Caroline Grasel Oliveira

**MUSEOLOGIA NA CONTEMPORANEIDADE:**

**Um estudo de caso do #MUSEUdeMEMES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Museologia pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Márcia Bertotto

Coorientadora: Ms. Priscila Chagas Oliveira

Aprovado em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Márcia Regina Bertotto (Orientadora)**

---

**Ms. Priscila Chagas Oliveira (Coorientadora)**

---

**Ms. Elias Palminor Machado**

---

**Ms. Marina Gowert dos Reis**

Porto Alegre  
2018

“Os deuses criam-nos muitas surpresas:  
O esperado não se cumpre,  
e ao inesperado um deus abre o caminho.”

**Eurípedes**

## **Agradecimentos**

A graduação, sem dúvida, foi a etapa da minha vida na qual eu mais me vi em consonância comigo mesma, senti o valor da aprendizagem, o valor de decidir estudar no que eu acreditava e que me inspirava. Porém essa escolha foi realizada junto de uma base muito forte, de pessoas que acreditavam que eu poderia realizar com excelência esse caminho, que vibraram fortemente quando passei no vestibular da UFRGS, e me apoiaram a cada instabilidade e inconstância que surgiu a minha frente. Neste momento de pensar os agradecimentos, a lembrança da minha família vibra na minha mente: minha mãe Benilde Grasel, que tinha certeza sobre meu êxito; meu pai Luiz Mário que de forma silenciosa, se orgulhará da filha; minha irmã Jaqueline que, sinceramente me faltam palavras para expressar tanto amor e apoio, após tantos anos, só faz eu me sentir mais amada e mais feliz, ainda mais agora que me presenteou com minha afilhada Maria Luiza, um bebê sorridente, amoroso que, gosta de plantas, de aprender e me inspira para a cada dia ser melhor; meu irmão Douglas que sempre teve todo meu orgulho e admiração, por ser um homem forte e inteligente, que me mostrou que os sonhos são realizáveis, me oportunizou muitas e, longas conversas, onde fui capaz de compreender que esta jornada acadêmica, que esta escolha é muito importante em minha vida; a minha cara cunhada, outrora chefe, e para sempre amiga, agradeço por ter me notado, e em um dia pacato de domingo (talvez) me indicado o curso de Museologia, como uma alternativa, para uma graduação.

Sem dúvida o meu caminho da graduação, foi um tanto penoso em alguns momentos, pois tive que resignificar e abrir mão de muito do que achava que eu estava fadada a sempre realizar, mas me ilumino ao lembrar que sempre tive o meu companheiro Rafael Pavan comigo, durante esses 4 anos e meio, me elevando, lidando com as adversidades, acreditando e me fazendo acreditar em mim mesma, da mesma forma que foram esses 6 meses de TCC, e que além de tudo me presenteou com uma segunda família que eu amo e admiro muito.

Da mesma forma que pessoas especiais, trilharam este caminho comigo, durante esta jornada, tive prazer de contar com muitos outros familiares e amigos queridos, como minha bruxa Amanda Neves, que me inspirou muito com sua garra e

concentração, Liliane Castro, que iniciou esta jornada comigo, além das minhas parceiras de sempre, Rafaela Souza, Ariane Borges e Priscila Souza.

Esses meses de aprendizado e dedicação a esta pesquisa, não foram apenas meus, e por isso, devo um milhão de agradecimentos a minha querida orientadora Márcia Regina Bertotto, que comprou a ideia deste TCC comigo, e que tão prontamente me auxiliou e me guiou neste período, bem como minha coorientadora Priscila Chagas de Oliveira, que sem dúvida me inspirou para seguir este caminho com suas aulas, com sua pesquisa de mestrado e com a paixão que transmite pelo assunto. Acreditem minhas prezadas mestras, ter a ajuda de vocês duas, me deixou cada dia mais motivada e confiante em relação a mim e a esta pesquisa, foi um prazer compartilhar este momento com duas mulheres tão incríveis.

Não devo deixar de lado as ricas experiências que a graduação me trouxe, aqui cabe um grandíssimo obrigada a equipe administrativa do TelessaúdeRS UFRGS, Bibiane, Margarete, Ana Célia, Vanessa, Jordana, Dona Marta, que me se interessaram e me ajudaram a concluir essa etapa do TCC, sem esquecer em especial a Bibi, que me cedeu tantas e tantas vezes sua sala e sua paciente para me ouvir, poder contar com vocês neste momento foi muito especial.

Meus sinceros agradecimentos aos demais docentes que me inspiraram e, me guiaram durante esses anos de graduação Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Carolina Gelmini de Faria, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marlise Maria Giovanaz, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Zita Possamai, a eterna Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lizete Oliveira e Prof. Dr. Valdir José Morigi.

Por último, um obrigada do tamanho dos meus sonhos para cada Maria, José, Paula, Luiz e, por aí vai, que através dos impostos de cada dia, permitem que mulheres como eu, tenham o privilégio de obter uma graduação de qualidade em uma das melhores universidades do Brasil. Sei do meu privilégio e almejo poder retornar para essa sociedade, com todo o meu orgulho e empenho, para que possamos usufruir e constituir de uma rede forte de Museus, bem como, oportunizamos a mais e mais estudantes uma educação universitária de qualidade.

## RESUMO

Esta pesquisa busca compreender o fenômeno do #MUSEUdeMEMES, instituição vinculada pelo Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF), como um museu virtual, que preserva um patrimônio digital nativo do ciberespaço. Tem como objetivo geral entender o fenômeno do #MUSEUdeMEMES e refletir sobre os novos processos museológicos a partir do surgimento da internet; analisar a gestão museológica (institucional e de acervo) do #MUSEUdeMEMES, bem como, identificar a relevância da preservação do *meme* enquanto patrimônio cultural digital contemporâneo. Esta pesquisa intenta trazer informações novas e úteis para o avanço dos conhecimentos no campo da Museologia, constituindo-se de uma pesquisa exploratória, que utilizou levantamento bibliográfico e documental sobre o fenômeno dos museus virtuais. No estudo de caso do #MUSEUdeMEMES, utilizou-se como ferramenta de coleta de dados a aplicação de questionário semi-estruturado. O diagnóstico gerado através das análises propostas, buscou contextualizar o webmuseu #MUSEUdeMEMES de acordo com o tripé da Museologia: pesquisa, preservação e comunicação. Os referenciais do estudo são de autores que pesquisam a virtualidade e os novos processos museológicos, destacando-se: Vera Dodebei, Rute Muchacho, Rosali Henriques, Diana Farjalla Corrêa Lima, Rubens Ferreira, Tereza Scheiner entre outros. Conclui que o museu nativo virtual, no caso, o acervo de *memes*, ainda busca legitimação no campo da Museal, sendo um processo pertencente a pauta das discussões da contemporaneidade que tratam da conectividade, da comunicação, do compartilhamento e do coletivo, temas que são prezados pela Museologia dos novos tempos.

**Palavras-chaves:** museu virtual. ciberespaço. *memes*. patrimônio cultural digital.

## ABSTRACT

This research seeks to understand the phenomenon of #MUSEUdeMEMES, Department of Cultural Studies and Media of the Fluminense Federal University (UFF), as a virtual museum, which preserves a digital heritage native to cyberspace. Its objectives are to understand the phenomenon of #MUSEUdeMEMES and to reflect on the new museological processes from the beginning of the internet; analyse the museological (institutional and collection) management of #MUSEUdeMEMES, as well as, identify the relevance of preserving the meme as a contemporary digital cultural heritage. This research tries to bring new and useful information for the advancement of knowledge in the field of Museology. This is an exploratory research, based on a bibliographical and documentary survey about the phenomenon of virtual museums. In the case study of #MUSEUdeMEMES, the application of a semi-structured questionnaire was used as a data collection tool. The diagnosis generated through the proposed analyses, sought to contextualize the webmuseu #MUSEUdeMEMES according to the tripod of Museology: research, preservation and communication. The references of the study are of authors who research the virtuality and the new museological processes, standing out: Vera Dodebei, Rute Muchacho, Rosali Henriques, Diana Farjalla Corrêa Lima, Rubens Ferreira, Tereza Scheiner among others. It concludes that the virtual native museum, in this case, the memes collection, still seeks legitimization in the field of Museology, being a process belonging to the contemporary discussion lines that deal with connectivity, communication, sharing and the collective, themes that are prized by Museology of the new times.

**Keywords:** virtual museum. cyberspace. memes. digital cultural heritage.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - <b>Página inicial do #MUSEUdeMEMES</b> .....	38
Figura 2 - <b>“Clipping” link de acesso da coleção do acervo</b> .....	43
Figura 3 - <b>“Exposições”</b> .....	44
Figura 4 - <b>Exposição Memes Olímpicos, sala 2</b> .....	45
Figura 5 - <b>Lista de acervo por ordem de postagem</b> .....	46
Figura 6 - <b>Organograma</b> .....	49
Figura 7 - <b>Formulário de doação</b> .....	53
Figura 8 - <b>Formulário de base bibliográfica</b> .....	55
Figura 9 - <b>Matriz Swot</b> .....	57
Figura 10 - <b><i>MEME</i> é verdade esse Bilhete</b> .....	60

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

RSIs - Redes Sociais na Internet

CMC - Comunicação Mediada por Computador

MINOM - Movimento Internacional da Nova Museologia

UNESCO - Organização das Nações unidas para a Educação, Ciência e cultura

ICOM - *International Council of Museums* (Conselho Internacional de Museus)

ICHIM - *International Conference on Hypermedia and Interactivity in Museums*  
(Conferência Internacional sobre Hipermissão e Interatividade em Museus)

TICs - Tecnologias da Comunicação e Informação

SWOT - Forças (*Strengths*), Fraquezas (*Weaknesses*), Oportunidades (*Opportunities*)  
e Ameaças (*Threats*).

LGBTT - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.

CoolLAB - Laboratório de colaboração

CNPq - Conselho Nacional de Pesquisa

FAPERJ - Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro

ReNIN - Rede Nacional de Identificação de Museus

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	12
<b>2 CIBERESPAÇO</b>	21
<b>3 MUSEU DE MEMES</b>	31
3.1 Museu virtual / WebMuseu	34
3.2 Institucional	38
3.3 Exposições e atividades	44
3.4 Acervo e coleções	46
<b>4 DIAGNÓSTICO</b>	56
4.1 Forças	57
4.2 Fraquezas	61
4.3 Oportunidades	61
4.4 Ameaças	63
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	66
<b>REFERÊNCIAS</b>	69
<b>APÊNDICE A</b>	<b>74</b>
<b>APÊNDICE B</b>	<b>76</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na sociedade em que vivemos, tornou-se comum a utilização dos dispositivos digitais para a comunicação, o compartilhamento e a produção de informação sob os mais diferentes pontos de vista. A evolução das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), seu acesso cada vez mais facilitado, sua utilização e interação pelos indivíduos, trouxeram a necessidade de análise, reflexão e estudo dos resultados e das consequências dessa nova perspectiva. Estamos co-habitando o ciberespaço, adaptando nossos hábitos e afazeres a uma rotina que nos leva a utilizar compulsoriamente o *www*<sup>1</sup> e/ou *Apps*<sup>2</sup>.

A internet revolucionou a forma como as pessoas se comunicam e como se relacionam e, isso não se passa de forma diferente na relação Museu/Museologia, pois a lenta e gradual transformação que vem ocorrendo no conceito que conhecemos como Museu<sup>3</sup>, inexoravelmente está subordinada às próprias mudanças de compreensão das sociedades sobre os seus fenômenos culturais (BRUNO, 1997). Assim, os museus, como qualquer instituição, precisam reestruturar-se, fazendo-se presentes no ciberespaço, com a criação de páginas nas redes sociais na internet (RSI's)<sup>4</sup>, sites institucionais de conteúdo programático e, o caso do qual vamos tratar nesta pesquisa, o Webmuseu/museu digital.<sup>5</sup>

O uso da internet pelos museus, segundo Rosali Henriques (2004) proliferou-se a partir da década de 1990, com o avanço da estrutura e das ferramentas da internet, e da incorporação dos computadores de uso pessoal. Porém, muitos museus

---

<sup>1</sup> Sistema *World Wide Web* é um sistema de informação em hipertexto, independentemente da plataforma, dinâmico e interativo e global que foi criado por Tim Berbers-Lee em 1989.

<sup>2</sup> Aplicação móvel ou aplicativo móvel, conhecida normalmente por seu nome abreviado app, é um software desenvolvido para ser instalado em um dispositivo eletrônico móvel desenvolvidos principalmente na Web 2.0 ganhando ainda mais relevância na Web 3.0.

<sup>3</sup> De acordo com a Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que instituiu o Estatuto de Museus, "Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento." Acesso em: 15 out. 2018. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/os-museus/o-que-e-museu/>

<sup>4</sup> Neste trabalho foi escolhido o termo *redes sociais na Internet*, utilizado pela autora Raquel Recuero em sua tese de doutorado, onde aponta que, são as redes de atores formadas pela interação social mediada pelo computador.

<sup>5</sup> Museu digital e webmuseu são os termos mais utilizados, por parte dos autores trabalhados nesta pesquisa como Muchacho (2005) e Lima (2009), porém o #MUSEUdeMEMES se auto denomina webmuseu, tendo em vista a natureza e a disseminação do seu acervo ser inteiramente existente no ciberespaço.

ainda se utilizam dessas ferramentas apenas no formato institucional, ou seja, sites utilizados para transmitir informações sobre a instituição. No entanto, essa relação tornou-se mais dialógica e interativa, junto com as novas possibilidades e recursos digitais da *web 2.0* e *web 3.0*. Atualmente, sites e *Apps* além de nos auxiliarem nas rotinas diárias, minimizam os caminhos necessários para a realização de uma tarefa, seja ela no âmbito profissional, pessoal ou apenas entretenimento. Além disso, as ferramentas da internet são utilizadas como apoio documental, e se transformam em instrumentos que apresentam obras de arte ou grandes instituições museológicas, como o caso do *Google Arts & Culture*<sup>6</sup>, rompendo cada vez mais barreiras espaciais e temporais, entre cultura, acervos e sociedade.

Outro advento muito significativo na sociedade, são as redes sociais na internet (RSI's), que nos permitiram postar e compartilhar o cotidiano, bem como opiniões, desde o texto à imagem digital. É inegável que a popularização das RSI's (RECUERO, 2009) facilitou a expressão e a comunicação dos indivíduos no ciberespaço, sob formas diferentes. O espaço de diálogo utilizado pelos usuários nas RSI's, resulta em processos de comunicação a partir de construções e reconstruções de sentido, reflexo da fluidez do meio. Nesse sentido, o percurso pode se dar através de texto, vídeo e imagem, como é o caso do *meme*<sup>7</sup>.

Enquanto objeto sociocultural, o fenômeno dos *memes* é um acontecimento relevante na Rede<sup>8</sup>, pois diz muito sobre o sujeito contemporâneo. A terminologia da palavra *meme* tem origem na obra do escritor e *etólogo* Richard Dawkins<sup>9</sup>, *The*

---

<sup>6</sup> *Google Arts & Culture*. *Google Arts & Culture*, anteriormente chamado *Google Art Project*, é um site mantido pelo *Google* em colaboração com museus espalhados por diversos países. Ao "transitar" pelas galerias, é possível também visualizar imagens em alta resolução de obras selecionadas de cada museu. Acesso em 03 de set. 2018. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Google\\_Arts\\_%26\\_Culture](https://pt.wikipedia.org/wiki/Google_Arts_%26_Culture)

<sup>7</sup> No site do #MUSEUdeMEMES, há uma explicação muito pertinente e clara sobre o significado e o contexto em que o *meme* se encontra na sociedade. A fim de compreender o significado o artigo publicado, refere-se a compreensão no âmbito histórico do que significa *meme*, fenômeno não se circunscreve à cultura do compartilhamento contemporânea. "*meme* (uma abreviação do grego μίμημα [mí:mɛ:ma]) · é um fenômeno típico da internet, e pode se apresentar como uma imagem ou analogia, uma frase de efeito, um comportamento difundido, um desafio. *Memes* são geralmente efêmeros, mas no #MUSEUdeMEMES eles se tornam memória". (MUSEU DE MEMES, 2018).

<sup>8</sup> A Rede é uma estrutura dinâmica que se modifica de acordo com a necessidade e o tempo, de acordo com alguns teóricos é comparada com as relações entre as interações sociais. Nesta pesquisa optamos por utilizar o termo Rede em maiúsculo por compreender que trata-se de uma grande estrutura, no qual, ciberespaço, redes sociais, museus virtuais, entre outros apontamentos que trazemos, estão alocadas nela.

<sup>9</sup> Clinton Richard Dawkins FRS (Nairóbi, 26 de março de 1941) é um *etólogo*, *biólogo evolutivo* e escritor britânico. Richard Dawkins ganhou destaque com o seu livro *O Gene Egoísta*, de 1976, que popularizou a visão da evolução centrada nos genes e introduziu o termo *meme*. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Richard\\_Dawkins](https://pt.wikipedia.org/wiki/Richard_Dawkins) Acesso em 17 jan.2018.

*Selfish Gene* (1976), quando propôs um termo que abarcasse os processos de replicação e evolução cultural. Nesse sentido, ele concebeu uma espécie de evolucionismo cultural, que ocorreria através da evolução da replicação das ideias, que acabou sendo aplicada à *concepção* de *memes* que trabalhamos neste estudo.

Os *memes* são caracterizados por imagens e/ou frases que usam a ironia e o sarcasmo para causar efeitos de humor, apoiados na instantaneidade e volatilidade dos meios digitais, e costumam responder ativamente a acontecimentos, se caracterizando como manifestações de respostas rápidas em que o maior meio de propagação são as RSI's, que compartilham e disseminam determinado acontecimento social, tomadas por humor e questões políticas.

Os *memes* nascem de uma cultura da participação, assim reconhecida por Clay Shirky (2010). Dado o cunho efêmero da sua concepção, compreendem-se os *memes* enquanto um acervo que replica a realidade, recriando as informações sob novas entonações, tornando-a mais acessível, uma vez que as imagens se espalham largamente pela Rede.

Atento às produções sociais que se disseminam no ciberespaço e a necessidade de aprofundamento das potencialidades e inovação dos webmuseus/museus digitais, o presente estudo se propõe a estudar e compreender o desenvolvimento do #MUSEUdeMEMES<sup>10</sup>, que existe exclusivamente no ciberespaço, criado em 2015 pelo Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF), constituindo-se em um projeto elaborado e coordenado pelo Professor de Estudos de Mídia, Viktor Chagas, e que reúne estudantes e docentes da Pós-graduação em Comunicação da UFF<sup>11</sup>. O objetivo do projeto é estudar as manifestações da cultura popular em ambiente virtual e “desconstruir” a imagem de besteiro ou cultura inútil, associada aos *memes*. O grupo responsável pelo primeiro acervo brasileiro digital de *memes*, reforça que o estudo de tal fenômeno é vital para compreender melhor os hábitos e a cultura na contemporaneidade, pois é preciso reconhecê-lo (*o meme*) enquanto um produto<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Para esta pesquisa, optamos por utilizar o #MUSEUdeMEMES, para nos referirmos ao objeto de estudo, uma vez que é a nomenclatura encontrada nos artigos e dissertações produzidos pela equipe do #MUSEU. Disponível em: <http://www.museudememes.com.br/> Acesso em 05 de set. 2018.

<sup>11</sup> Universidade Federal Fluminense <http://uff.br/> Acesso em 18 de set. 2018

<sup>12</sup> Disponível em: <http://www.uff.br/?q=noticias/18-04-2017/uff-inaugura-primeiro-museu-de-memes-do-brasil>. Acesso em 27 de set.2018.

estético da cultura popular. Os *memes* não são apenas lugares de memória, são expressões que fazem parte do nosso cotidiano cultural, produzido no ciberespaço.

No contexto da Era da Informação, a internet é o meio e a ferramenta de comunicação que mais permite a descentralização da produção de conteúdos, possibilitando que qualquer internauta forneça materiais a outros, através da interface humano-máquina, que funciona como uma espécie de esponja que conecta não só o humano à máquina, mas um humano a outros humanos (OLIVEIRA, 2017), a uma inteligência coletiva (LÉVY, 2010). Pode-se afirmar que tal descentralização de conteúdos foi possível, em parte, pela implementação do que se convencionou chamar de *web 3.0*, termo utilizado pela empresa *O'Reilly media*, em 2004, para denominar uma internet mais dinâmica e interativa. Adentrando-se a esta dinâmica acessível e informacional, a instituição Museu se vê movida a usufruir e expandir junto das novas possibilidades, buscando formas inovadoras de pensar-se e, assim, ampliando a consciência e a aplicabilidade destes recursos, redescobrimo, ao mesmo tempo, como o campo Museal<sup>13</sup> pode ser (re)feito, para além dos paradigmas tradicionais.

Neste sentido, o presente estudo adentra uma questão importante para a Museologia, pois além de buscar conceitos e estudos que evidenciam o fenômeno dos *memes*, pretende, com seu objeto de estudo, o #MUSEUdeMEMES, retratar um alinhamento possível entre as práticas patrimoniais e as estruturas da Museologia, sob um formato de museu com um significante<sup>14</sup> tão contemporâneo.

Tendo em vista o alargamento da consciência e das potencialidades advindas do ciberespaço, pelo campo museológico, este trabalho se justifica, uma vez que busca analisar um webmuseu, explorando seus métodos museológicos, desmistificando o fenômeno, a fim de torná-lo mais acessível e claro para o campo,

---

<sup>13</sup> Utilizamos o conceito de campo Museal seguindo os Conceitos-chave de Museologia que aborda o Museal como: “campo de referência no qual se desenvolvem não apenas a criação, o desenvolvimento e o funcionamento da instituição museu, mas também a reflexão sobre seus fundamentos e questões. Este campo de referência se caracteriza pela especificidade de sua abordagem e determina um ponto de vista sobre a realidade”. (DESVALLÉS; MAIRESSE, 2013.p.55)

<sup>14</sup> Esse significante, ou *representamen*, para a teoria do filósofo Charles Peirce é o suporte material do signo, que, juntamente com o objeto (ou coisa representada pelo signo) e o interpretante (significado na mente de quem interpreta), constituem a tríade semiótica de Pierce. Ressaltamos o significante haja vista a necessidade de compreender os *memes* enquanto signos: “Um signo tem uma materialidade que percebemos com um ou vários sentidos [um som, um cheiro, uma imagem...] É essa coisa que se percebe que está no lugar de outra. Esta é a particularidade essencial do signo: estar ali, presente, para designar ou significar outra coisa ausente, concreta ou abstrata” (FERNANDES, 2017, p.162).

uma vez que o Estatuto de Museus<sup>15</sup> não cita os webmuseus/museus virtuais enquanto criação e processo museológico, e a Resolução Normativa n. 1 de 2016 do IBRAM, que estabelece os procedimentos e critérios específicos relativos ao Registro de Museus junto ao Instituto e demais órgãos públicos competentes, em seu Art. 4º, não considera passíveis de registro, os museus virtuais<sup>16</sup>.

Ao longo dos anos, os museus têm se deparado com a necessidade de inovar junto à sociedade. Assim, pode-se notar que a Museologia procura estar sempre conectada aos ciclos de inovação e debates da sociedade, e este movimento traduz o esforço de readequação constante, sob o prisma teórico e aplicado do campo. Temos utilizado o conceito de campo como constituído por Bourdieu (1988): um espaço estruturado de posições. Os campos possuem propriedades que lhes são particulares, existindo os mais variados tipos, como o campo museal, o campo da religião, o político, entre outros.

A demanda do campo museal já foi identificada por Maria Cristina Bruno (2011), com um contexto de transgressão, uma vez que a atuação e a procura para preservação das expressões são uma superação de limites que levam: “às buscas por inovação e perseguição ao abandono correspondente às formas de humanidade” (BRUNO, 2011, p.29), que cria um elo entre as gerações e seus legados. Acreditamos que o advento da internet e das RSI's, trouxe uma nova perspectiva para a sociedade em geral, bem como o fez com as instituições museológicas e seus profissionais, que necessitam se manter atualizados e atentos, no exercício das funções de coleta, preservação e pesquisa, a fim de divulgar o patrimônio cultural da humanidade. Nesse sentido, o movimento da Ecomuseologia tratou de uma ligação entre a instituição museu com a sociedade, que se inicia em 1950 quando as discussões sobre Ecomuseus<sup>17</sup> surgiram e, consolidam-se em 1971 quando o conceito de Ecomuseu é criado. A oportunidade do campo de lidar com mais esta quebra dos muros constituídos ao longo do tempo, é relevante e pode significar conectar-se às novas

---

<sup>15</sup> Lei 11.904 de 14 de janeiro de 2009 que Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm) Acesso em 23 out. 2018.

<sup>16</sup> Art. 3, Inciso II da mesma Resolução: “Museu virtual: museus que se comunicam com o público geral somente em espaços de interação virtual”.

<sup>17</sup> A ecomuseologia surge do descontentamento de pensadores Franceses como Hugues de Varine e Georges Henri Riviéri, que começavam a colocar em prática os museus com uma função descentralizadora. O termo Ecomuseu surgiu em um almoço em Paris, quando reunidos para discutir detalhes da conferência do ICOM, onde abordaram o conceito de Ecomuseus, nesta reunião estavam Georges Henri Riviéri, o então ministro do do meio ambiente e o conselho do meio ambiente.

possibilidades e a buscar atualizadas formas de preservação e socialização do patrimônio sociocultural.

Nesse contexto em que compreendermos o *meme* enquanto patrimônio cultural digital, intangível, fluído, efêmero e dinâmico, que se reproduz colaborativamente e comunica-se rapidamente, e o webmuseu enquanto um museu virtual<sup>18</sup>, fenômeno que anuncia a continuidade das práticas museológicas, algumas questões guiaram esta pesquisa: Como ocorre o fenômeno museal na internet? Quais são as consequências na gestão museológica? E como é constituída a gestão de acervo no #MuseudeMemes? A inovação advinda do devir dos museus virtuais<sup>19</sup> suscitam expectativas de novas experiências e vivências com o patrimônio cultural.

A busca por uma conceituação própria para o fenômeno dos museus no ciberespaço esbarra na escassa produção científica e na falta de padronização dos termos (como é o próprio caso da expressão “museu virtual”). Os estudos existentes continuam a busca por estabelecer a nomenclatura das instituições que ocorrem apenas no virtual. Segundo a Mestre em Museologia Rosali Henriques (2004), o museu virtual é um espaço cibernético de mediação e de relação do patrimônio com os utilizadores. É um museu paralelo e complementar que privilegia a comunicação como forma de envolver e dar a conhecer determinado patrimônio.

Assim, para nos auxiliar a compreender os desdobramentos que nos levam até a virtualidade nos museus, seremos guiados por autores como Waldisa Rússio Guarnieri (1981), que dialoga com a sociomuseologia e é a responsável por teorizar o conceito de “fato museal”, destacando os museus como conectores entre o individual e o coletivo e, destinando o estudo de tal fenômeno, como algo específico ao campo da Museologia. Já a museóloga Tereza Scheiner (1999), reconhecida por perpassar o conceito de museu a partir de abordagens filosóficas, será utilizada a fim de explicar o museu como fenômeno, e a Museologia com caráter científico. Scheiner também nos auxilia a compreender a potência do virtual para o campo dos museus. Mário Moutinho (1993), museólogo e pesquisador traz as conceituações de Nova Museologia e da Sociomuseologia, importantes para a compreensão do alargamento do pensamento museológico e patrimonial contemporâneo. Vera Dodebei (2008),

---

<sup>18</sup> “[...] em sua acepção mais estrita, a expressão “museu virtual”, ou museu em potencial – que existe na essência, mas não de fato – dá conta dessas experiências museais à margem da realidade institucional.” (DESVALLEÉS; MAIRESSE, 2013, p.50).

<sup>19</sup> Ressaltamos que a partir de agora trataremos a expressão “museu virtual” tal qual Desvalleés e Mairesse o compreendem, na obra citada acima.

pesquisadora que circula entre as áreas da Ciência da Informação e Comunicação, trará os conceitos e as formas de aplicabilidades do patrimônio cultural nascido digital. O sociólogo Pierre Lévy, transitará desde os conceitos de ciberespaço, que são essenciais para compreendermos o “espaço” onde habita o nosso objeto de estudo, e também trocará com os teóricos que constituem as discussões da atuação dos museus virtuais.

O desafio desta pesquisa será compreender a distinção do museu digital, entre as inúmeras outras formas de museus, ditos tradicionais ou clássicos, para assim, analisar como se dá a gestão de acervo no #MUSEUdeMEMES, explorando o contexto e a natureza inovadora de seu acervo. A fim de encontrar o caminho para as respostas, definiu-se como objetivo geral da pesquisa: compreender o fenômeno do #MUSEUdeMEMES no ciberespaço e, como objetivos específicos: refletir sobre os novos processos museológicos a partir do surgimento da internet; analisar a gestão museológica (institucional e de acervo) do #MUSEUdeMEMES; e identificar a relevância da preservação do *meme* enquanto patrimônio cultural digital contemporâneo, para isso trataremos a concepção de patrimônio digital, publicado pela UNESCO em 2003, e utilizaremos como referência chave as pesquisadoras em memória social e patrimônio cultural Priscila Chagas Oliveira e Marina Gowert Reis (2016). Também será analisado se a instituição #MUSEUdeMEMES, segue o tripé da Museologia: pesquisa, preservação e comunicação.

O assunto proposto nesta pesquisa, cientificamente, vem sendo estudado e discutido de forma tímida e pouco linear, porém, encontram-se estudos mais contundentes no que diz respeito ao conceito e ao processo museológico do fenômeno museu virtual, em nível de mestrado e doutorado. Teóricos do campo da Ciência da Informação como Dodebei (2011) afirmam que no Brasil há uma ausência de qualquer preservação do patrimônio cultural nascido digital, por mais que tenha se incorporado o uso emergente das tecnologias digitais. Dodebei e Gouveia (2008, p.11) afirmam que: “O Patrimônio nascido no digital, não tem rastro analítico e, portanto, pertence à memória digital processual”. Neste sentido, é necessário que a Museologia se volte para as novas tipologias de museu e de patrimônio, a fim de que as informações que nascem no formato digital e no ciberespaço, não sejam perdidas, mas também para que o acesso e o crescimento dos novos fenômenos museológicos no ciberespaço não sejam descontextualizados.

O disposto, porém, tímido aumento das pesquisas acerca das novas oportunidades associadas ao fenômeno do museu virtual, tende a deixar os profissionais do campo mais à vontade para interagir, pesquisar e aplicar as possibilidades dos museus interconectados com o ciberespaço.

Assim este estudo de cunho qualitativo, visa aprofundar-se nos fenômenos observados, compreendendo as motivações institucionais dos processos. Trata-se de uma pesquisa exploratória, utilizando-se de levantamento bibliográfico sobre o fenômeno dos museus virtuais, e um estudo de caso do #MUSEUdeMEMES, onde foi realizada análise documental, de acordo com GIL, 2002. Como métodos de coleta de dados, foram utilizados a observação no site do #MUSEUdeMEMES e aplicação de questionário semi estruturado, que foram direcionadas à equipe executiva do #MUSEUdeMEMES, representado pelo Docente Viktor Chagas. Uma vez que o integrante da equipe do Museu não reside na cidade de Porto Alegre/RS, inviabilizando uma entrevista *in loco*, optamos por enviar o roteiro de perguntas por e-mail. A partir da observação do site do Museu e das respostas da entrevista realizada serão analisados os dados. Além disso, também será levada em consideração a metodologia do planejamento estratégico do Plano Museológico, através da publicação “Subsídios para Elaboração de Planos Museológicos”<sup>20</sup> que indica a matriz SWOT<sup>21</sup>, por ser uma metodologia que observa o ambiente interno e externo, de uma instituição, identificando as fraquezas e fortalezas, bem como as potencialidades e as ameaças.

A fim de sistematizar este trabalho e, para que a leitura seja fluida e os conceitos sejam facilmente identificados no desenvolvimento da pesquisa, foram elaborados quatro capítulos, conforme discriminado a seguir.

O primeiro capítulo, que compõe esta seção, apresenta o tema, o recorte do tema, o problema da pesquisa, os objetivos e a metodologia escolhida para percorrer o caminho entre as perguntas e as respostas desta pesquisa.

O segundo capítulo, intitulado CIBERESPAÇO, partirá para a imersão do conceito de ciberespaço, a fim de identificar o contexto em que o fenômeno do

---

<sup>20</sup>Disponível em: <https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2017/06/Subs%C3%ADdios-para-a-elabora%C3%A7%C3%A3o-de-planos-museol%C3%B3gicos.pdf> . Acesso em 23 out. 2018.

<sup>21</sup>SWOT é a sigla dos termos ingleses *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) que consiste em uma ferramenta de análise. É um importante instrumento utilizado para planejamento estratégico que consiste em recolher dados importantes que caracterizam o ambiente interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças) da empresa.

#MUSEUdeMEMES está inserido, traçando um cunho evolutivo da Internet e refletindo sobre a importância das redes sociais na internet, no que diz respeito a interação dos usuários e o compartilhamento de imagens e vídeos, como no caso do *meme*. Outro aspecto abordado, será sobre a intitulada Geração C, e quais os possíveis novos desafios para o ciberespaço em relação ao nível de interatividade e inovação que esta geração busca.

O terceiro capítulo, intitulado #MUSEUdeMEMES, busca descrever todos os links do menu inicial do webmuseu, a fim de buscar entender as potencialidades e o alcance que o #MUSEUdeMEMES se propõe a oferecer ao visitante.

No último capítulo, onde serão dispostas as considerações finais, são apresentadas as reflexões suscitadas após o acesso aos documentos e informações do #MUSEUdeMEMES, bem como uma reflexão mais aprofundada a partir da revisão bibliográfica aplicada.

Ressaltamos que esta pesquisa, não irá esgotar o assunto ora proposto, mas tem a pretensão de trazer fatos para a atual discussão da Museologia enquanto palco de questões inovadoras e acessíveis.

## 2 CIBERESPAÇO

Vivemos em uma sociedade que se caracteriza pelo uso significativo das tecnologias digitais que, ao longo dos anos, foram se introduzindo em nossas rotinas cotidianas. Tal situação permitiu que o físico e o virtual, coexistissem na cumplicidade e complexidade da configuração do ciberespaço, onde as evoluções são ativadas de acordo com as necessidades. Há uma nova cultura em andamento, especificamente, uma cibercultura

Tão abrangente nos seus significados e símbolos que é capaz de integrar diferentes campos do conhecimento, das artes, da música e da política. É um tempo cultural que se abre a valores universais, repercutindo ao mesmo tempo em diversas partes do mundo. Trata-se, na verdade, de uma relação mais estreita entre a tecnologia e as manifestações culturais. (VIEIRA, 2006, p. 02)

Assim, as possibilidades de configuração transformam a perspectiva de tempo-espaço, colocando-nos à frente de uma nova configuração acerca da organização e da evolução da sociedade. Oliveira (2017) pontua que:

Cada nova conjuntura social, política e econômica afeta e é, ao mesmo tempo, afetada pelos meios de comunicação. Individual ou coletivamente, nos deixamos penetrar progressivamente, ferramenta por ferramenta, interface por interface. (OLIVEIRA, 2017, p. 53).

Para tal, se faz necessário compreender melhor qual o contexto em que estamos inseridos, e as principais mudanças e avanços que usufruímos através do ciberespaço. A palavra ciberespaço:

[...] é de origem americana, empregada pela primeira vez pelo autor de ficção científica William Gibson, em 1984, no romance *Neuromancien*. O ciberespaço designa ali o universo das redes digitais como lugar de encontro e de aventuras, terreno de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural. Existe no mundo, hoje, um fervilhar de correntes literárias, musicais, artísticas, quando não políticas, que falam em nome da cibercultura. (LÉVY, 2010, p. 104).

Dentre as várias extensões que o pensamento humano constrói para entender a vida e a sociedade, o ciberespaço, é sem dúvida este “local”, onde parte da dimensão contemporânea se “materializa”. Dodebei e Gouveia (2008) afirmam que é

da natureza comunicacional do ciberespaço ser um construto da mente humana, que articula diversos vetores como informação, tecnologia e memória. Desse modo, por meio da possibilidade de conectar o computador a *www*, interligando, via interface, dois ou mais sistemas biológicos distintos, Lévy (1999) estabeleceu o termo cibercultura, que para ele: “especifica [...] o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17).

Lévy aborda as múltiplas possibilidades de interação e comunicação, contidas no ciberespaço, atentando para o acesso à distância dos diversos recursos do computador, o *upload/download*, *e-mail*, as conferências eletrônicas, os sistemas avançados de aprendizagem, entre outros. Em graus de complexidade diferentes, Lévy (1999), há mais de 20 anos já se referia ao espaço cibernético como um lugar de interação humana que ao longo dos anos, vem firmando sua importância no universo econômico e científico, e amplia-se cada vez mais, aos campos da economia, educação, da arte, política, e o nosso campo em questão, a Museologia.

Pinheiro (2013) aponta que, com o passar do tempo, as tecnologias foram tomadas por um ato humanizador, advindo das preocupações, entre homem-máquina, e afirma que o ciberespaço pode ser visto como uma dimensão da Sociedade em Rede<sup>22</sup> (CASTELLS, 2000), onde as evoluções cunhadas na Rede moldam novas formas de relações sociais com a internet. Já Santaella (2007), afirma que o ciberespaço representa o conceito de Rede no qual as barreiras geográficas não importam, já que podemos sair de um lugar e chegar a outro através de um *click*. “A habilidade para simular ambientes dentro dos quais os humanos podem interagir” (SANTAELLA, 2007, p. 178) é a característica prioritária do ciberespaço. A autora ainda explica que o acesso ao ciberespaço:

[...] se dá por meio de interfaces que nos permitem penetrar nos seus interiores e navegar a bel-prazer pela informação – consubstanciada em linguagens hipermidiáticas, linguagens mistas, híbridas, escorregadias, feita de misturas de textos, linhas, sinais, imagens, ruídos, sons, músicas e vídeos - que esses interiores disponibilizam em arquiteturas de conteúdo organizado. (SANTAELLA, 2007, p. 178-179).

---

<sup>22</sup> O sociólogo Manuel Castells (2000) cunhou o termo “sociedade em rede” para exprimir sua teoria sobre os efeitos fundamentais do advento da tecnologia informacional nos diferentes níveis da sociedade contemporânea (OLIVEIRA, 2017, p. 57-58).

Esses conteúdos são exibidos numa página, que tem por trás uma infinidade de informações que estão organizadas em diversos *link's*. Santaella (2007) indica que há muitas “palavras de ordem” no ciberespaço, dentre as quais destaca alguns verbos: disponibilizar, expor-se, trocar e colaborar. Todos esses caminhos reiteram o caráter interativo do ciberespaço, que teve um notório crescimento a partir do surgimento das RSI's, como o antigo *Orkut*<sup>23</sup> e o atual *Facebook*. Porém (OLIVEIRA, 2017) destaca que “foi o aparecimento do ciberespaço que possibilitou a imersão dos sujeitos no espaço desterritorializado de representação dos dados que se configura a internet, a rede das redes<sup>24</sup>”. A revolução que possibilitou todos esses pensamentos foi o surgimento da informática e da introdução dos microcomputadores de uso pessoal, lançados a partir dos anos 1980.

O advento da Internet passa a ser discutido pelo campo dos museus nos anos 1990. O primeiro debate *International Conference on Hypermedia and Interactivity in Museums* (ICHIM), ocorreu em 1991, em Pittsburgh, na Pensilvânia, com o tema central: o uso da hipermídia e da interatividade nos museus. No Brasil, em 1996 foi lançado o primeiro website do Museu da Pessoa<sup>25</sup>, a partir do fluxo de informação característico da *web 1.0*, que segundo Ferreira (2017), era constituído por uma página que era renovada semanalmente.

A revolução dos microcomputadores, segundo Oliveira (2017), desencadeou modificações nas telecomunicações e na informática, o que levou a uma gigantesca rede de acesso, de transmissão e de troca de informações, iniciando uma convergência e, portanto, inaugurando a cultura digital. As informações não foram mais distribuídas de forma desigual, mas transversal, conectando os indivíduos e as informações, em um ciberespaço, ou segundo LEMOS (2007, Apud OLIVEIRA, 2017):

---

<sup>23</sup>Tido como a Rede Social dos brasileiros o Orkut foi lançado em janeiro de 2004 e ficou em atividade por 10 anos. A época em que o Orkut estava em voga no Brasil, apenas 12,2 % dos domicílios possuíam internet, 10 anos depois mais de 86 milhões de casas estavam conectadas. A Rede social Orkut, mudou a relação dos brasileiros com a internet, enquanto uma ferramenta de inclusão digital. Em 2011, com o advento da *Timeline* do *Facebook*, arrecadou todas as atenções dos internautas, o que transformou o Facebook em um soberano das Redes sociais. O Facebook foi inovando e se atualizando ao longo dos anos através do *Messenger*, *Marktplace* e propagandas patrocinadas.

<sup>24</sup>A internet é uma rede que conecta a milhões de computadores pelo mundo. É a internet que provê serviços como e-mail, troca de mensagens instantâneas, redes sociais e etc. Assim interpreta-se a internet e a Rede, quase como sinônimos.

<sup>25</sup>Sobre o Museu da Pessoa ver mais detalhes em: <http://www.museudapessoa.net/pt/home>. Acesso em 05 nov. 2018.

A cultura contemporânea, associada às tecnologias digitais (ciberespaço, simulação, tempo real, processos de virtualização, etc.), vai criar uma nova relação entre a técnica e a vida social que chamaremos de cibercultura. (LEMOS, 2007, p. 15, Apud OLIVEIRA, 2017, p. 56)

Para parte dos teóricos<sup>26</sup>, a revolução digital aconteceu no momento em que os indivíduos começaram a intercalar suas redes sociais *on* e *offline*, isto é, tanto na internet quanto nas suas rotinas sociais. Oliveira (2017) assinala que tal contexto foi favorecido graças à distribuição de informação realizada por servidores (aparelhos conectados à internet), interconectados em Rede, bem como a inversão do hipertexto<sup>27</sup> e a comunicação mediada por computador (CMC), assim:

O reflexo do papel que a interface gráfica exerce enquanto tradutora das linguagens sígnicas humanas para a linguagem de máquina, possibilitando que as relações em rede fossem mais intuitivas. Ou seja, a inteligência da rede aplicada aos avanços nos mecanismos de leitura, escrita, aquisição de conhecimento e compartilhamento. (OLIVEIRA, 2017, p.57)

Os avanços obtidos no ciberespaço nem sempre são pontuados como “evolução da grande rede”, também não se trata de uma atualização das técnicas aplicadas, pois segundo o site Portal da Educação (2013): “muitos dos componentes tecnológicos que são atualmente utilizados foram desenvolvidos antes mesmo do surgimento da internet”. Com o crescente número de usuários utilizando a web, foi muito natural que suas necessidades influenciassem diretamente a maneira como as empresas utilizam seus recursos e ferramentas. Essas mudanças nas estratégias e comportamento fizeram surgir uma nova realidade na internet, cuja principal característica é a alta interatividade, que foi classificada como “internet 2.0”.

Sabemos que o ciberespaço e suas ferramentas estão incorporadas nas práticas rotineiras que aderimos ao longo dos anos, mas pouco sabemos da teia

---

<sup>26</sup> Santaella e Lemos (2010), Lemos (2007), Lévy (1993) e Recuero (2009).

<sup>27</sup> “Os primeiros idealizadores do hipertexto foram Vannevar Bush, Douglas Engelbart e Theodor Nelson. Vannevar Bush, em 1945, para lidar com o emergente conhecimento científico no período da Segunda Guerra Mundial, idealizou uma máquina que armazenasse toda memória de um indivíduo, utilizando como modelo a complexa rede de associações e conexões da mente humana.[...]Theodor Nelson que cunhou o termo “hipertexto” para descrever um sistema de escrita não linear dentro do sistema de informática.” (OLIVEIRA, 2017 p.60-61).

evolutiva que foi se montando, para que chegássemos ao nível informativo e de interação em que estamos. Para muitos autores a filosofia da *web 2.0* foi formar um ambiente onde o usuário escolhe e comanda a informação, de acordo com seus interesses e necessidades.

A passagem de tempo e o cunho evolutivo identificado na *web* é tratado por Primo (2006) como uma evolução que soma três gerações, sendo a primeira denominada de *World Wide Web*, quando em 1991, concedeu a internautas o acesso à internet através dos computadores pessoais, em qualquer parte do mundo. Nesse sentido Primo (2006, p. 84), aponta que: “os primeiros anos da *web* foram marcados principalmente pela linguagem HTML<sup>28</sup> e pelo sistema de envio de informações produzidas *offline* via FTP<sup>29</sup> a um servidor”. A fim de elucidar a diferença entre a *web 1.0* e *web 2.0*, Primo (2006) diz:

No que toca à produção, enquanto no primeiro período da *web* os sites (como as *homepages*) eram trabalhados como unidades isoladas, passa-se agora para uma estrutura integrada de funcionalidades e conteúdo. Enfim, a produção colaborativa transforma-se no principal valor, apostando-se que quanto mais interagentes participarem da construção coletiva, mais bens públicos podem ser compartilhados por todos os participantes. (PRIMO, 2006, p. 84)

Na segunda geração, denominada de *web 2.0*, é verificada uma nova roupagem das ferramentas apresentadas na revolução da *web 1.0*, uma vez que apresenta uma perspectiva mais tecnológica e interativa, onde os usuários são capazes de ter mais autonomia e participação no modo *online*, publicando e compartilhando seus conteúdos. Esse avanço na *web 2.0* converte o sistema informático, incorporando os recursos de interconexão e compartilhamento mútuo, servindo de ambiente essencialmente virtual (Primo, 2006), e viabilizando autonomia aos usuários.

---

<sup>28</sup>HTML é uma das linguagens utilizada para a construção e desenvolvimento de websites, reconhecida como a linguagem base da internet. Em inglês significa *Hybertext Markup Language* (Linguagem de marcação de hipertexto). Disponível em: <http://pt-br.html.net/tutoriais/html/introduction.php> Acesso 05 de nov de 2018.

<sup>29</sup> **FTP** em inglês *File Transfer Protocol* (Protocolo de transferência de arquivo) é uma das formas de transferência de arquivo mais utilizadas na internet. Disponível em: <https://www.sempihost.com.br/tutoriais/mostratutorial/1/O-Que-Significa-FTP/> Acesso 05 de nov de 2018.

A interação que ocorre neste ambiente, é caracterizada por Primo (1999) como mútua, pretende a plenitude, enquanto sua antecessora é limitada. Possuindo interação plena, a *web 2.0* é toda virtualidade, sua amplitude não se comporta como oposição ao real, mas ao atual. Assim a *web 2.0* foi feita através da interação ativa dos indivíduos em plataformas de comunicação como os *Weblogs*<sup>30</sup>, *Wikis*<sup>31</sup>, que permitiam a construção de conteúdo, onde o padrão de informação foi modificado, pois permitia-se avaliações, comentários e replicações. Conclui-se então que o principal objetivo da *web 2.0* foi dispor de um ambiente mais social e acessível a todos que o utilizam, permitindo que cada usuário selecione e controle suas informações de interesse, conforme seu gosto e necessidade. Tais mecanismos de busca, como já citado anteriormente, permitiram uma oferta de sociabilidade e, segundo Oliveira (2006), inauguram a era das redes colaborativas como a *Wikipedia*, os *blogs*, o *Youtube*, entre outros, como ambientes de compartilhamento de conteúdo que, são geridos por diferentes indexadores <sup>32</sup> como *tags* e as *hashtags*. Oliveira (2017) especifica que os espaços de maior expressão das RSI's, naquele momento, seriam, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, entre outros.

As RSI's, apresentam-se como um fenômeno muito significativo da evolução da *web 2.0*, uma vez que expressam continuamente a constante atualização que caracteriza os dispositivos (*softwares*, interfaces e *hardwares*) da cultura digital (OLIVEIRA, 2017). O contexto da sociedade contemporânea desencadeia uma relação intensa entre a sociedade e a tecnologia. A evolução da tecnologia em Rede nos faz perceber o desenvolvimento de uma sociedade que está conectada na Rede, onde as pessoas se interligam e se conectam, quebrando as barreiras geográficas, estreitando os laços em torno de situações, gostos ou pessoas em comum. Nesse

---

<sup>30</sup>Segundo Recuero (2003), os *Weblogs* foram criados como um sistema de facilitação para as publicações na internet. Porém foi a interação que ocorrida pelos usuários que “lançou novos usos e novas culturas”, como a que trataremos neste trabalho, a cultura do meme. (RECUERO, 2003).

<sup>31</sup>Os termos wiki (1994) e WikiWiki (1997) são termos utilizados para identificar um tipo específico de coleção de documentos em hipertexto, ou o software colaborativo usado para criá-lo. Essa criação se deu partir do trabalho do programador americano Ward Cunningham. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:O\\_que\\_%C3%A9\\_uma\\_wiki](https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:O_que_%C3%A9_uma_wiki) Acesso em: 08 nov. 2018.

<sup>32</sup> A fim de elucidarmos um pouco sobre a importância da indexadores recentes estudos apontam a “Folksonomia como um novo conceito para a organização de informações na *web*, sendo considerada como o resultado de uma indexação livre do próprio usuário do recurso, pela atribuição de termos” [...] A hashtag é um importante item para a categorização de dados gerados online. A atribuição pelo usuário acontece ao adicionar uma palavra-chave ao símbolo cerquilha (#), transformando-a em um hiperlink dentro da rede, indexáveis pelo mecanismo de busca. (SUSSAI, 2014 p.21). Já as *tags* auxiliam e complementam a descrição dos itens e facilitam a busca posterior pelas informações relacionadas. (SUSSAI, 2014, p.21).

panorama, evidencia-se, sobretudo, o potencial das redes sociais em ambientes virtuais, que cada vez mais se fazem presentes no cotidiano dos seres humanos.

Porém, o desenvolvimento da internet acontece de forma muito rápida e dinâmica, possibilitando que a Rede e o ciberespaço sigam evoluindo, e assim, em 2006, John Markoff, jornalista do *The New York Times* indicou o surgimento da *web* 3.0, a terceira geração. Chamada de *web* semântica, ela pode ser definida como uma base de dados mundial de informações, tendo como sua principal característica: “A definição de uma estrutura onde os links e os dados pesquisados estejam ordenados e cruzados de forma efetiva para que o usuário encontre com facilidade e assertividade o que procura.” (AGHAEI; NEMATBAKHS; FARSANI, 2012 Apud ROSA, 2017, p. 30). Esta estrutura citada acima faz com que a navegação na *web* seja caracterizada por mecanismos de pesquisa como o *Google*, *Facebook*, *Twitter*, entre outros. Assim, as plataformas digitais passam a ser cada vez mais sensíveis a contexto (localização, personalização, dispositivo, etc.) de forma que, gradativamente, agentes computacionais passam a auxiliar o ser humano na tomada de decisões e no acesso à informação.

As redes sociais na internet se mostraram suscetíveis a todas as novidades em que o usuário se propôs a interagir e usufruir no ciberespaço. Compreendemos que a constante atualização das RSI's e dos meios de comunicação, está em consonância com o que o professor e *UX Instructor da Apple Developer*, Franz Figueroa (2017) reconhece como a Era da Inovação, que faz com que as mudanças sejam algo imprescindível, fora e dentro do ciberespaço. Segundo Figueroa (2017) seguimos sendo mediados através da relação com o material e o simbólico. Enquanto seres comunicantes, nos comunicamos através de coisas, sejam elas animadas ou inanimadas. O mundo material e simbólico sempre mediou nossas relações, a diferença é que hoje, também nos comunicamos através de “bens imateriais”, vivenciamos mediações que ocorrem apenas no ciberespaço.

O que nos leva a uma reflexão maior, que é pensarmos se estamos realmente aptos para interpretar as informações do ciberespaço, uma vez que temos diariamente uma avalanche de notícias, *memes*, publicações e etc., percorrendo nossos *feeds* de notícias. Fica o questionamento se, além da Geração C, que possui uma leitura mais irônica das informações e, como apontado por Figueroa (2017), tem mais facilidade em escanear as informações, os outros usuários do ciberespaço, estão aptos a

interpretar e realizar uma leitura dos *memes*, em resumo, destas informações na linguagem da Rede?

Uma vez que nos debruçamos a compreender melhor sobre o ciberespaço, nesse sentido, somos levados a compreender de forma macro, as lacunas históricas e sociais vividas por conta da difusão da internet. Tratando-se de humanidade, vivemos diferentes eras, tais como: A Era Agrícola, a Industrial e a da Informação, que tiveram impactos diferentes nas necessidades pessoais e de consumo da população. Entender a ascensão e a queda da era Industrial e de seus operários, é compreender a transição dessas duas eras, da Industrial para a da Informação.

Figuroa (2017) busca apresentar, através das principais diferenças entre Era Agrícola, Industrial e de Informação, como é a geração atual, denominada de Geração C, que nasce com a Era da Inovação. A palestra proferida pelo professor Figuroa, no 2º Fórum em EAD da Universidade Federal do Rio Grande do Sul no segundo semestre de 2017, através do tema “Processos ativos para a educação na era digital”, explana sobre esse assunto. O cidadão da Geração C, tem como sua principal característica o convívio inerente com a internet, não tendo vivido o momento de transição da sociedade analógica-digital, ocorrido em meados de 1996, quando de forma lenta e gradual, inicia-se o processo de *backbones*<sup>33</sup> próprios, que foram inaugurados por provedores comerciais, que possibilitaram o acesso dos usuários em seus computadores pessoais, iniciando, assim, o desenvolvimento da Rede de Telecomunicações de Internet.

Tratando-se da Geração C, temos um indivíduo que, interage ativamente com a Internet, assim como interagimos com a luz elétrica, tendo sua cognição moldada pelas inovações em rede. Tratando-se de uma era em que a necessidade pela informação já foi suprida pelos dispositivos de pesquisa e busca, o autor afirma que o que move a Geração C, não é mais perguntar e obter as respostas, seu modelo mental criativo leva esses indivíduos a não procurarem respostas prontas, mas sim soluções em que o uso da criatividade seja o fio condutor essencial.

As necessidades da Geração C elevam também a forma como se consome, uma vez que o valor econômico não se estabelece mais na relação compra e venda

---

<sup>33</sup> No contexto de redes de computadores, o backbone, no contexto de redes, backbone significa: rede de transporte. Designa o esquema de ligações centrais de um sistema mais amplo, tipicamente de elevado desempenho.

de produtos, mas sim na busca do consumo de experiências e na não reprodução de produtos e vivências.

A Era da Criatividade nos apresenta um “novo ecossistema” de vida, sendo ela inteiramente conectada, cria e capacita seus indivíduos de maneiras diferentes. O professor Figueiroa cita que a maior significância da chamada Geração C, é que possuem um modelo mental criativo e obtém sua forma de raciocínio moldada pela possibilidade da conectividade com a Rede. Esta geração está sempre conectada, compartilhando, customizando, em comunicação constante, tem facilidade de viver em comunidades e, dentre outras características, está sempre criando conteúdo, de forma coletiva e colaborativa na (e para) a Internet.

Dentre estes conceitos que caracterizam a Geração C, podemos estabelecer uma conexão com o campo Museal, uma vez que compreendemos o campo dinâmico, que se propõe a acompanhar os interesses científicos e culturais da sociedade, bem como o ritmo e as tendências patrimoniais. Porém, há alguns conceitos que se inter-relacionam como: classificar, colecionar, customizar, comunicar e compartilhar. Tal conexão será melhor retratada, no próximo capítulo, quando iremos descrever todos os aspectos disponíveis ao longo dos links de navegação do #MUSEUdeMEMES, sua descrição e seu diagnóstico.

Nesse sentido, salientamos que entendemos o museu virtual/webmuseu como aquele que tem suas ações museológicas aplicadas no espaço virtual, que se caracteriza também por não ter barreiras que limitem ou impeçam o acesso dos visitantes, dentro do espaço museológico, tais como os museus físicos, quando nos detemos a fronteiras geográficas, horários institucionais ou dificuldades de acessibilidade.

A museóloga Janaina Cardoso Mello (2013) afirma que, diferente do museu presencial, o museu virtual é mais democrático, pois oportuniza um acesso que pode se dar a qualquer hora do dia, pelos mais diferentes usuários, além de não medir as distâncias, entre visitante e instituição. Porém, percebemos que o ciberespaço é potencialmente acessível a todos, quando atentamos ao fato de que, não há acesso à internet em 100% da população mundial <sup>34</sup>. Mas retomamos ao fato de que a rede

---

<sup>34</sup>Segundo artigo publicado pelo Repórter Daniel Melo (2018), mais de um terço (39%) dos domicílios brasileiros ainda não tem nenhuma forma de acesso à internet. A pesquisa TIC Domicílios 2017, divulgada em julho de 2018, através do Comitê Gestor da Internet (CGI.br), identifica que são cerca de 27 milhões de residências desconectadas, enquanto outras 42,1 milhões acessam a rede via banda

de acesso à internet, cresce a cada dia, e que o público do #MUSEUdeMEMES, trata-se, prioritariamente, desta porcentagem da população que nasce e convive com a internet.

---

larga ou dispositivos móveis. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/mais-de-um-terco-dos-domicilios-brasileiros-nao-tem-acesso-internet>. Acesso em: 14 nov. 2018.

### 3 MUSEU DE MEMES

A concepção institucional a qual estamos habituados, quando pensamos na estrutura de um Museu está em constante transformação. Viemos acompanhando, ao longo dos séculos, a concepção, missão e o planejamento dos museus se modificarem e, conforme BRUNO (1997):

Tendo sua origem conceitual no colecionismo e sua forma registrada em gabinetes de curiosidades, galerias de arte e centros de ciências, este modelo de instituição que chegou até nós, representa uma das possibilidades de tratamento da herança patrimonial. (BRUNO, 1997, p.37)

Assim, os museus levam em consideração, cada vez mais, os anseios e demandas da sociedade, de uma forma bem diversa dos museus em sua origem.

Rússio Guarnieri, foi uma das primeiras profissionais a discutir Museu e Museologia de forma mais discursiva, compreendendo como objeto de estudo da ciência museológica o fato museal, que é: “a relação do homem, sujeito conhecedor, com o objeto, parte da realidade também integrada pelo homem e sobre a qual ele tem poder de agir.” (GUARNIERI, 1984, p. 51-59). A partir disso, a autora inova com uma outra percepção de Museu no mundo contemporâneo, um museu de relações e ações conjuntas.

A Museologia enquanto ciência constitui-se como um campo transdisciplinar. Nesse sentido, faz parte da concepção desta ciência se inserir em todas as esferas em que o homem também esteja, como Guarnieri (2010 [1981], p.125) completa:

O que caracteriza um museu é a intenção com que foi criado [...] O museu é o local do fato “museal”; mas para que esse fato se verifique com toda a sua força, é necessário “musealizar” os objetos (os objetos materiais tanto quanto os objetos-conceito). (GUARNIERI, 2010 [1981], p.125)

Portanto, Guarnieri nos auxilia a entender como os conceitos da Museologia se revigoram frente às novas possibilidades de contato e preservação dos acervos, que também são fruto das renovações tecnológicas.

Guarnieri foi uma das profissionais pioneiras no mundo a discutir o Museu e a Museologia, a partir de uma perspectiva mais dialética, reconhecendo o museólogo como um trabalhador social, ou seja, com as funções de coletar, preservar, pesquisar e divulgar o patrimônio cultural, uma vez que de nada valeriam a realização de tais

funções, se não fossem realizadas com o intuito de que a sociedade fosse a maior beneficiário.

O Ecomuseu é um dos grandes acontecimentos que se sucederam, das discussões ocorridas na Mesa Redonda em Santiago, no Chile. O termo Ecomuseu foi cunhado por Hugues de Varine-Bohan, na tentativa de distingui-lo do museu tradicional, não apenas pela sua formação administrativa e política na composição do grupo social, mas abrangendo sua territorialidade e, portando seu ecossistema. Dentre os eventos que disseminaram uma nova concepção de Museu, citamos a Mesa Redonda em Santiago do Chile, que foi organizada pela UNESCO e pelo ICOM<sup>35</sup>, e obteve participação de teóricos conceituados como Hugues de Varine-Bohan, na época diretor do ICOM. Naquele evento debateu-se sobre a importância de o museu estar em consonância com a sociedade, e a necessidade de alinhamento entre a instituição Museu com a memória local, para a construção de um espaço ideal que produzisse um sentimento de pertencimento e exercício da cidadania.

A aplicabilidade dos conceitos advinda do Movimento Internacional pela Nova Museologia (MINOM) para as novas formas de se pensar e se fazer Museu, é o ponto chave que representa o alargamento da concepção de Museu que, a partir disso, possibilitou que os mais diversos tipos de instituições pudessem ser pensadas e desenvolvidas, pois a interatividade com a sociedade e a atenção às novas formas de patrimônio e preservação estavam presentes no discurso museológico, assim como podemos perceber nos Princípios de Base de uma Nova Museologia - Documento Final:<sup>36</sup>

A Museologia deve procurar, num mundo contemporâneo que tenta integrar todos os meios de desenvolvimento, estender suas atribuições e funções tradicionais de identificação, de conservação e de educação, a práticas mais vastas que esses objetivos, para melhor inserir sua ação naquelas ligadas ao meio humano e físico. (ICOM, 1989, p. 115)

---

<sup>35</sup> O Conselho Internacional de Museus é uma organização internacional de museus e profissionais de museus, a quem está confiada a conservação, a preservação e a difusão do patrimônio mundial - cultural e natural, presente e futuro, material e imaterial - para a sociedade. Disponível em: <http://www.icom.org.br/>. Acessado em 21 out 2018.

<sup>36</sup> Extraído de: MOUTINHO, Mário C. Museus e sociedade: Reflexões sobre a função do Museu. Museu etnológico de Monte Redondo, 1989, p.115-118 (Cadernos do Patrimônio, 5). Revisão: Marcelo Araujo.

Todo esse alargamento que o advento do MINOM oportunizou para o campo museológico, vem sendo trabalhado através do que chamamos de Sociomuseologia, ainda focados em questões como educação, difusão do conhecimento e a atenção aos mais variados tipos de museus, atentando-se aos modelos que buscam um comprometimento com a comunidade do entorno. Mário Moutinho (2010) afirma que a Sociomuseologia traduz uma parte considerável do esforço de adequação das estruturas museológicas aos condicionalismos da sociedade contemporânea.

Assim, chegamos no presente momento, quando a partir da percepção social e das necessidades que nós indivíduos estamos criando, notamos que os caminhos e os estudos museológicos nos conectam a atualidade, quando nos vemos produzindo e compartilhando conteúdos na Rede. Esse momento de compartilhamento, disponibilização de informações e criação de redes de esforços e de integração de pessoas é apontado pela pesquisadora Marina Reis, no momento que reconhece que os:

[...] bens culturais digitais são criados usando tecnologias digitais, para serem colocados, em ambientes virtuais, e para serem experimentados por indivíduos incluídos no contexto da cibercultura, o que gera comportamentos de interação diferentes dos “tradicionais”. (REIS; SERRES; NUNES, 2015 p.64)

Nesse sentido, vemos a Museologia e as práticas patrimoniais serem gradativamente norteadas pelo uso e fruição do ciberespaço, como meio e ferramenta das novas formas de leitura e utilização dos patrimônios culturais.

### **3.1 Museu virtual / WebMuseu**

Sobre a atualidade do presente objeto de estudo - os museus virtuais - percebe-se um *déficit* vasto no que diz respeito aos estudos científicos na área. Ao mesmo tempo, reconhecemos que há mais de 10 anos, em 2005, Rute Muchacho, em uma publicação no livro “Campos da Comunicação” no artigo “O museu virtual: as novas tecnologias e a reinvenção do espaço museológico”, abordou a importância do uso das TIC’s para uma maior interação do museu com seu público. A autora dedica-se a apontar, brevemente, o quanto são poucos os estudos em que o museu virtual e suas potencialidades são caracterizadas, e complementa que:

O museu virtual é uma realidade nova para a museologia, mas existem poucos estudos sobre essa temática, embora se tivesse assistido nos últimos anos a uma proliferação do uso do conceito. Muitas vezes o que é intitulado como museu virtual, é apenas um site informativo sobre as actividades do museu, esquecendo as potencialidades e novas perspectivas das TIC face aos museus em especial na forma como expõe os objetos e comunicam com o público. (MUCHACHO, 2005, p. 580)

É importante, quando nos detemos no estudo de Muchacho, compreender que a ideia por parte da autora, sobre o museu virtual, já estava vinculada à perspectiva da experiência obtida através da internet, mas também estava ligada ao uso de CD-ROM<sup>37</sup>, como uma ferramenta que permitiria tal acesso. Porém, devemos apontar que o uso de tal mídia (CD-ROM) já se encontra obsoleto em nossa sociedade.

Nesse ponto, estamos atentos a inconstância do campo, quando trata-se das definições associadas aos museus virtuais. Rosali Henriques, em 2004, publicou o artigo “Museus Virtuais e Cibermuseus: a internet e os museus”, como uma tentativa de definir o conceito de museu virtual e o de cibermuseus. Em relação ao conceito de museu virtual Henriques (2004) afirmou que os museus virtuais se distinguem dos sites institucionais, qualificando-se como um “espaço virtual de mediação e de relação do patrimônio com os utilizadores. ” (HENRIQUES, 2004, p.11). Portanto, qualificando-o como um museu paralelo e, por vezes, complementar à instituição edificada. Mas Henriques (2004) fortemente pontuou que, “só pode ser considerado museu virtual, aquele que tem suas ações museológicas ou partes dela trabalhadas, dentro do virtual. ” (HENRIQUES, 2004, p.11).

Assim, o museu enquanto uma instituição que busca também comunicar, tem de usufruir dos aparatos tecnológicos, contidos no ciberespaço, a fim de ampliar e aplicar as inovações do campo. Para Scheiner “o virtual se apresentaria, assim, como potência (virtual no sentido filosófico) e como desvelamento do plano real concreto, relacionado à capacidade de transformação, de produção de novas realidades. ” (SCHEINER Apud MAGALDI 2010, p. 22), onde a técnica independe da matéria. A linguagem virtual surge “entre as novas formas simbólicas geradas pela tecnologia” (IDEM) enquanto síntese criativa de todas as linguagens até hoje conhecidas, representação articulada e dinâmica da convergência e da pluralidade.

---

<sup>37</sup> **CD-ROM** (Sigla para: **Compact Disc Read-Only Memory**. Pt: “Disco Compacto - Memória Somente de Leitura”), foi desenvolvido em [1985](#). Os CD-ROM, podem armazenar qualquer tipo de conteúdo, desde dados genéricos, vídeo e áudio, ou mesmo conteúdo misto. Os leitores de áudio normais, só podem interpretar um CD-ROM, caso este contenha áudio.

É importante que destaquemos aqui, o quanto o caminho percorrido para a aplicabilidade e a pesquisa foram vastos, na tentativa de definir uma terminologia para o fenômeno dos museus virtuais. Parte significativa dos pesquisadores da área entram em consonância quando se trata da construção de tal entendimento. LIMA (2009) complementa que, as variações de associações ao tema unem-se ao tipo de conhecimento dos pesquisadores e profissionais envolvidos na temática.

Nesse sentido, os apontamentos de Pierre Lévy (1999), apresentam que os profissionais não estariam explorando o suficiente todo o potencial da hipermídia<sup>38</sup>. Reconhecemos que a área museológica não está se utilizando das ferramentas digitais para o seu aperfeiçoamento, o melhor seria que, ao invés de apenas reproduzir ambientes museológicos, no meio virtual, fossem criados caminhos personalizados de acordo com as navegações, onde o público poderia dar um retorno à instituição. Assim, Lévy busca potencializar as possibilidades que a instituição e os seus colaboradores podem realizar, com o uso de tais recursos.

Os termos “Digital e Virtual” são usualmente empregados como sinônimos para fazer referência aos padrões e formatos constituídos por *bits* e *bytes*, que: “estabelecem a fisicalidade dos objetos digitais” (SAYÃO, 2010, p.7 Apud FERREIRA, 2017, p.2). Com a internet, os museus não ampliaram apenas numericamente a demanda informacional, mas também, potencializaram as diferentes formas de utilização, o que também resultou nas variadas categorias que representam os segmentos formadores e o público de museus.

A Internet, enquanto novo ambiente a ser utilizado, tornou disponíveis “ações de visitação, consultas, pesquisas e recreação nos sites dos museus. ” (MAGALDI, 2010, p. 20). A Rede permite “fazer a crítica a tudo o que é ponto fixo, suscetível de fazer referência, abalando a crença moderna na identidade como estabilidade. ” (IDEM). O “conceito de Rede permite pensar sob formas inovadoras a proximidade entre consciência, corpo e memória” (IDEM), permitindo estabelecer “novas relações do corpo social com o tempo, o espaço, a matéria, em todas as categorias de pensamento” (MAGALDI, 2010, p. 20). Assim:

---

<sup>38</sup> Hipermídia é um sistema de registro e exibição de informações informatizadas por meio de computador, que permite acesso a determinados documentos (com textos, imagens estáticas ou em movimento, sons, *softwares* etc.) a partir de *links* que acionam outros documentos e assim sucessivamente. Mais adiante no próximo parágrafo, irei explicitar e contextualizar com a fala dos autores.

O museu tradicional não consegue transmitir todo o seu valor através da visita, fechado sobre si próprio e preocupado sobretudo com a coleção e salvaguarda de objectos, não consegue desempenhar a sua função mais enriquecedora e fundamental: comunicar com o público. (MUCHACHO 2005, p. 580)

Desta forma os museus têm a oportunidade de atingir um público que prioriza as experiências do ciberespaço, assim como a Geração C. O acesso às potencialidades de patrimonialização, podem disseminar mais as práticas patrimoniais do ciberespaço. Nesse sentido, Muchacho afirma que a utilização das TIC's pela instituição museológica é importante no processo de comunicação do museu com o seu público, complementando que:

A sua utilização como complemento de uma exposição vem facilitar a transmissão da mensagem pretendida e captar a atenção do visitante, possibilitando uma nova visão do *objecto* museológico. (MACHADO, 2005, p. 580)

Em sua dissertação, Magaldi afirma que o museu virtual é uma das formas de manifestação do fenómeno Museu e que os estudos na área da Museologia apontam para a existência de diferentes tipos de expressões do fenómeno Museu, que para efeito de estudo científico, são organizados em categorias como: museu tradicional, museu de território e museu de interior/museu virtual, baseando-se nos estudos de Scheiner (1998), que caracterizam como um museu sem materialidades, “a não ser através de um possível registro de código informacional” (SCHEINER, 1998, Apud MAGALDI 2010, p.87), que se resguarda e é criado apenas no ciberespaço.

[...] de um tradicional espaço físico relacionado à ocupação de um território material, tangível, o Museu passou a se deparar com o espaço virtual, imaterial, intangível e também identificado por muitos autores como desterritorializado. (LIMA, 2009, p.2)

O advento dos museus virtuais, é apontado pelos autores, como mais uma possibilidade de aproximar-se do público, que não é frequentador de museu, concebendo na virtualidade uma ponte, que durante décadas os museus físicos não conseguiram estruturar. Devemos refletir se, o público que desejamos atingir, está

preparado para usufruir de uma instituição no meio virtual e, mais do isso, se o público é capaz de distinguir como autêntico um museu no ciberespaço.

Com frequência, nos deparamos com diferentes denominações existentes e trabalhadas no campo da Museologia, como: museu digital, webmuseu, cibermuseu e museu virtual assim como Ferreira (2017) destaca. O objeto de estudo do presente trabalho, o #MUSEUdeMEMES, autodenomina-se webmuseu, pois é nativo do digital, bem como o abordado por Loureiro (2004):

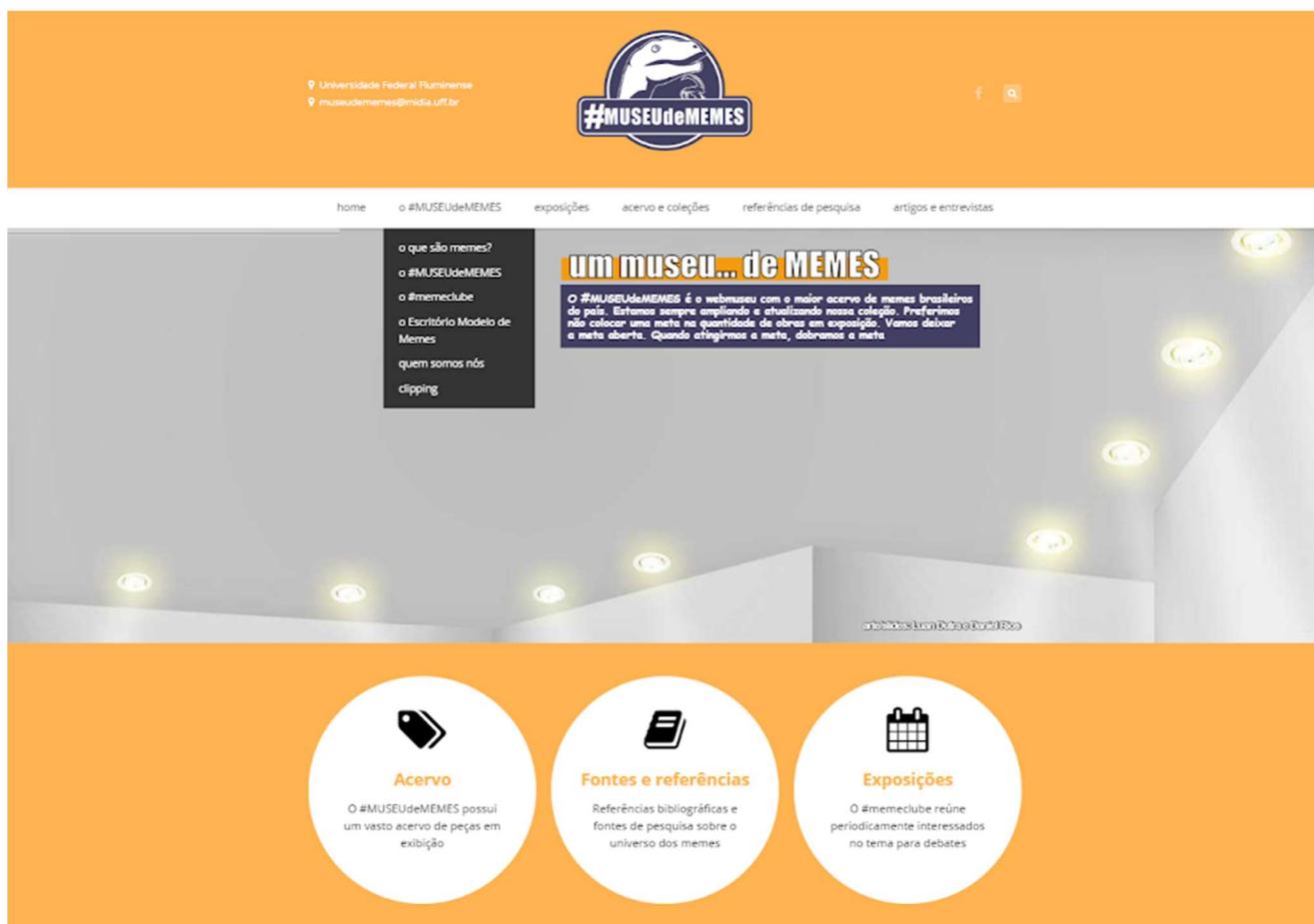
Aparatos informacionais que se diferenciam dos museus físicos - “pelo seu caráter provisório e não necessariamente institucional, e pela imaterialidade inerente à imagem digital”. Propõe três categorias: 1- Webmuseus de arte que possibilitam o acesso a obras que existem (ou existiram) fisicamente; 2- Webmuseus de Arte constituídos por obras originalmente digital e que dependem de contextos tecnológicos para o seu acesso; 3- Webmuseus de Arte híbridos que reúnem obras produzidas originalmente em formato digital e aquelas que sofreram processo de digitalização. (LOUREIRO, 2004, p.191 Apud FERREIRA, 2017, p.10)

Nesse sentido, o Webmuseu se identifica como sendo um espaço que nasce apenas no ciberespaço e não visa criar-se no ambiente físico, criando a atmosfera de preservação do patrimônio, focando apenas no digital, assim como o #MUSEUdeMEMES que tem como base, preservar e pesquisar um acervo existente apenas no digital. Por isso, identificamos que há diferenças entre os autores, pois conforme Ferreira (2017) temos conceitos diferentes para a mesma ideia. A partir da próxima seção descreveremos o #MUSEUdeMEMES através da observação e análise do site e dos aspectos que são de maior interesse desta pesquisa.

### **3.2 institucional**

No menu inicial do site do #MUSEUdeMEMES são apresentadas as seguintes informações: histórico, descrição, as ações do projeto, dispostas através dos links: o que são *memes*?, o #MUSEUdeMEMES, o #memeclub, o Escritório Modelo de Memes, quem somos nós e clipping, conforme Figura n.1.

Figura 1 - “Página inicial do #MUSEUdeMEMES”.



Fonte: Captura de tela #MUSEUdeMEMES. Data 28 de out. 2018

Seguindo pelo menu, através do link “**o que são memes?**” O #MUSEU apresenta ao visitante um texto corrido contínuo, onde perpassa pontos históricos e contemporâneos da concepção dos *memes*, afirmando que:

Memes estão definitivamente na moda. Nós abrimos nossa caixa postal e recebemos uma correntinha de e-mail, acessamos um site de rede social e nos deparamos com uma imagem legendada, dali a uns dois minutos chega um vídeo viral. (Museu de Memes, 2018, documento eletrônico)

Mesmo que o estudo de tal fenômeno seja recente, é enfatizado que “Os *memes* tem História...” e contextualizam isso com uma série de datas e autores que, de alguma forma, utilizaram-se do conceito criado por Dawkins “*The selfish gene*” e reforçam: “Na definição original de Dawkins, *memes* são ideias que se propagam pela sociedade (nossas redes sociais) e sustentam determinados ritos ou padrões culturais” (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico). Outro ponto ressaltado

é a longevidade e o poder de compartilhamento, que pode vir a ser alcançado pelo *meme*, sendo assim, é destacado que

Como os genes, eles disputavam entre si pela própria sobrevivência. A sobrevivência do melhor adaptado. Afinal, os *memes* dispõem de três características que nos ajudam a reconhecê-los, diria o biólogo: sua longevidade, sua fecundidade e sua fidelidade. Isto é, para que vençam a disputa que os move, eles precisam garantir que sua transmissão ao longo das gerações está assegurada (fecundidade), que cada uma de suas unidades tenha vida longa (longevidade), e que suas cópias sejam as mais perfeitas possíveis (fidelidade), de modo a evitar corruptelas no transcorrer do tempo. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

Para o #MUSEUdeMEMES, os *memes* representam de forma objetiva “elementos da cultura popular” nos ambientes virtuais, sendo eles próprios, do universo das comunidades virtuais, são geralmente compreendidos como conteúdos efêmeros, vulgarmente encarados como “besteirol” passageiro ou “cultura inútil”, fruto de sua utilização na linguagem do humor.

Em relação a preservação do *meme* enquanto acervo, conforme o #MUSEUdeMEMES, aponta que:

este projeto se propõe, assim, a quebrar esta barreira de preconceitos, discutindo e teorizando a respeito do universo dos memes, e investigando, a partir de uma experiência lúdico-interativa de produção de conteúdo para o acervo deste “webmuseu”, quais os mecanismos de interação através destes memes, qual a motivação dos usuários em produzi-los e compartilhá-los e quais as principais categorias a que se inscrevem estes fenômenos, evidenciando assim uma discussão, no âmbito das teorias da Comunicação, sobre seu papel na formação de identidades e representações coletivas e seu lugar na cultura contemporânea. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

O Diretor do #MUSEU complementa em resposta ao questionário aplicado:

O acervo é gerido inteiramente por alunos de graduação, participantes do projeto. Alunos de pós-graduação e bolsistas de extensão supervisionam os conteúdos textuais criados por voluntários e treinam a equipe para a pesquisa prévia a respeito dos conteúdos que integrarão o acervo. (CHAGAS, 2018, depoimento)

No link do menu “#MUSEUdeMEMES”, o #MUSEU se apresenta como uma instituição que desenvolve pesquisa, divulgação e ensino científico, tendo como um dos propósitos a implementação de um espaço de discussão, onde os *memes* possam

ser evidenciados como uma cultura e, assim, aumentar e fomentar pesquisas acadêmicas sobre o tema, motivados pelos seguintes objetivos<sup>39</sup>:

- (1) a constituição de um acervo de referência para pesquisadores interessados na investigação sobre o universo dos memes, do humor e das práticas de construção de identidades e representações em comunidades virtuais;
- (2) a realização de eventos abertos ao público para debate sobre temas relacionados aos memes de internet;
- (3) o desenvolvimento de um projeto de experimentação em linguagem midiática voltado para a exploração de temas através de recursos lúdico-interativos e exposições multimidiáticas;
- (4) a orientação em projetos de pesquisa, iniciação científica e inovação tecnológica atravessadas por suas linhas temáticas;
- (5) o compartilhamento de reflexões e dados, brutos e tratados, para aproveitamento ulterior em pesquisas na área; e
- (6) o reconhecimento e testagem de aplicações voltadas à gestão de acervos e coleções em ambiente online de fácil reaproveitamento por projetos congêneres. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

O espaço (site) que foi denominado de webmuseum, é um misto de três etapas distintas de produção, que envolvem alunos, professores, convidados externos, e o grande público, que são: a etapa de planejamento, a etapa de organização do evento físico e a etapa de consolidação das discussões em ambiente virtual. Consta na descrição do #MUSEU:

Tomado como sinônimo de plataforma online, pura e simplesmente, o #MUSEUdeMEMES é representado por um site que procura agregar conteúdo de pesquisa relacionado ao universo dos memes de internet". Sendo assim: "O museu é, na verdade, uma experiência viva, que reúne e coleciona dinâmicas que têm se desenvolvido em ambiente presencial na universidade desde 2011 e procura dispô-las para o público na internet. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

Segundo o Diretor do #MUSEUdeMEMES, Viktor Chagas (CHAGAS, 2018), o #MUSEU é o braço virtual de um conjunto de atividades que se desenvolvem na UFF desde meados de 2011. Ele (IDEM) descreve que: "O #MUSEUdeMEMES nasceu de um interesse em discutir o fenômeno de forma aprofundada. É um projeto que conjuga extensão e pesquisa no âmbito da universidade. " O #MUSEU, segundo Chagas (2018, depoimento), é:

---

<sup>39</sup>Disponível em <http://www.museudememes.com.br/o-museu-de-memes/>. Acesso em: 22 out. 2018

Uma vitrine de divulgação científica”, bem como uma referência importante para pesquisadores de todo o Brasil que se debruçam sobre temas afins. Naturalmente, a ideia do #MUSEU é ser também uma provocação sobre o lugar da cultura popular de Internet, um questionamento sobre o papel dos museus e da memória popular e, claro, uma plataforma lúdica. (CHAGAS, 2018, depoimento)

A denominação de webmuseu foi concebida por conta da natureza de seu acervo, cujas raízes estão na cultura digital. Entretanto, diferentemente de outros webmuseus, o objetivo não é emular um museu físico, ou "tridimensionalizar" a experiência de visita de um museu na *web*.

No link “#memeclub” é apresentado o histórico do programa, que surgiu em 2011. O #memeclub é um espaço voltado para a discussão do fenômeno dos *memes*, bem como as práticas de cooperação e construção de identidades e representações coletivas no ambiente das comunidades virtuais. Desde 2012, o evento #memeclub, vem sendo realizado em datas periódicas na universidade. Trata-se de uma experiência, que relaciona uma espécie de cineclub e seminário acadêmico. Os participantes assistem a uma projeção com um conjunto de *memes* previamente curados e, em seguida, debatem um tema específico.

Segundo o Diretor Viktor Chagas, já foram realizadas várias rodadas, que abordaram temas, como a cultura LBGT, as pessoas que se transformam em celebridades do dia para a noite por causa de *memes*, os *memes* das eleições, os *memes* das olimpíadas, dentre muitos outros. Com o passar do tempo, essas apresentações se transformaram em uma pequena exposição temática, e decidiram então criar o #MUSEU.

Outro desdobramento do #MUSEUdeMEMES é o “**Escritório Modelo de Memes**”, que é uma atividade voltada para a oferta de serviços a parceiros inter-institucionais, como ações de pesquisa e consultoria; formação de profissionais de comunicação, educação, *marketing* e outras áreas para o desenvolvimento de estratégias relacionadas ao universo dos *memes* de internet; planejamento de acervo, roteiro expográfico e curadoria de exposições, físicas e virtuais, sobre conteúdos da cultura popular de Internet que se entrelaçam com temáticas indicadas por eventuais contratantes. Todo o trabalho realizado pelo Escritório Modelo de Memes é acompanhado e supervisionado pelo grupo de pesquisa coLAB/UFF, regularmente cadastrado no CNPq. O grupo opera como braço acadêmico do projeto, fornecendo a expertise teórica necessária para as ações implementadas. O projeto, por seu turno,

contribui com o levantamento de dados que servem de insumo para reflexões e futuros materiais de pesquisa para o grupo.

Na parte **“Quem somos nós”**, o #MUSEU exibe seus integrantes que congregam a equipe, que é composta por discentes e docentes da UFF, sendo os discentes pós-graduandos em comunicação e os graduandos em estudos de mídia, bem como outras áreas de ensino da Universidade. Apontam que os alunos de graduação são responsáveis pela produção de conteúdo do webmuseu bem como pela organização dos ciclos de debates #memeclubes. Os docentes e discentes de pós-graduação encarregaram-se das atividades de pesquisa e produção científica, que são relacionadas ao projeto e estão disponíveis no link do menu **“artigos e entrevistas”**.

Finalizando o descritivo do menu o #MUSEUdeMEMES, o link **“Clipping”** é uma espécie de repositório onde são reunidas notícias, revistas, artigos e etc., onde o #MUSEU ou seus contribuintes já foram citados e são dispostos no site, tal qual a Figura n.2 abaixo. Não há caixa de pesquisa nesta aba, as informações podem ser localizadas de acordo com a data de postagem, bem como explicitado através da observação:

O clipping está organizado de acordo com a data de coleta das reportagens, que, em alguns casos, difere da data de publicação. Além dos veículos que nos informam sobre a publicação de reportagens e matérias citando o #MUSEU e seus membros, o monitoramento automático provê links de outros conteúdos publicados no Brasil e no mundo em que o projeto é referenciado. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

Figura 2 - “Clipping” link de acesso da coleção do acervo.

artigos e entrevistas

## Clipping

O #MUSEUdeMEMES já foi, direta ou indiretamente, assunto em diferentes meios de comunicação e circuitos de sites de redes sociais e comunidades virtuais. Seja pela repercussão do projeto em si e suas atividades, seja pela pesquisa e participação dos integrantes de sua equipe permanente, o projeto se tornou notícia nos seguintes veículos.

### Observação

O clipping está organizado de acordo com a data de coleta das reportagens, que, em alguns casos, difere da data de publicação. Além dos veículos que nos informam sobre a publicação de reportagens e matérias citando o #MUSEU e seus membros, o monitoramento automático provê links de outros conteúdos publicados no Brasil e no mundo em que o projeto é referenciado.



### Muito mais do que diversão e irreverência

Folha de Londrina  
Érika Gonçalves  
25 de agosto de 2018



### Jingles eleitorais: da era do rádio à campanha digital

Nexo / Politiqûês  
Conrado Corsalette  
12 de agosto de 2018



### Política em Rede #06 - O que há de novo nas eleições 2018?

INCT.DD  
17 de agosto de 2018

Fonte: Captura de tela #MUSEUdeMEMES. Data 28 de out. 2018

### 3.3 Exposições e atividades

O #MUSEUdeMEMES explica através da aba “**exposições**” que já realizavam eventos e palestras sobre *memes* através do projeto dos #memeclubes, que eram abertos ao público e compostos por cindebates e seminários, que desencadearam, grande parte do conteúdo do #MUSEUdeMEMES. A realização de exposições, seminários e cindebates, fica a cargo também do Escritório Modelo de Memes.

Figura 3 - “Exposições”.

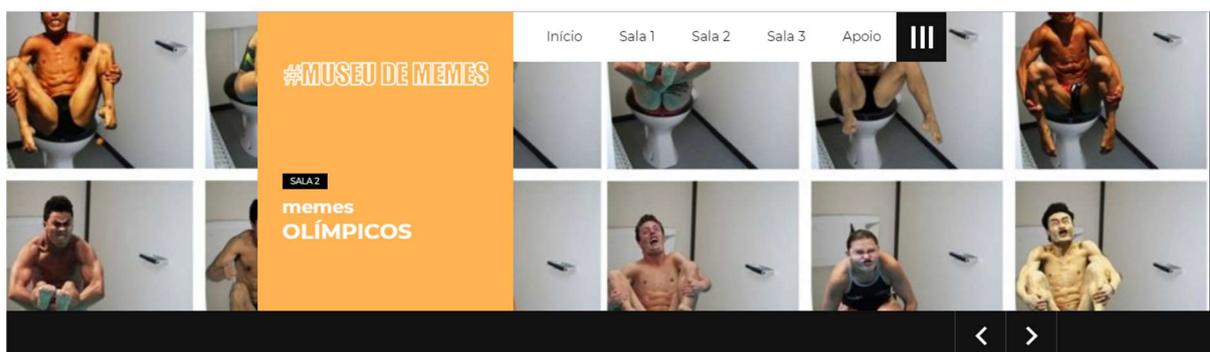


Fonte: Captura de tela #MUSEUdeMEMES. Data: 28 de out. 2018

A partir da Figura n.3 disposta acima é possível visualizar como se dá o acesso aos links do evento ou exposição destacados acima dos cartazes.

Na aba do “#memeclube” ficam expostos os cartazes das exposições junto de um link de acesso, ao clicar no link desejado o visitante é direcionado à aba da exposição. As informações apresentadas são relativas ao tema, o caráter da exposição, se é temporária ou de longa duração, qual a tipologia do acervo, no caso do *meme*, qual foi o desafio pretendido, qual a exibição, e o corpo curatorial da exposição. Para que se visualize a disposição da exposição, o #MUSEU gera outro *link* que direciona para uma espécie de espaço expositivo dividido por salas, assim como mostrado na Figura n.4 abaixo.

Figura 4 - “Exposição Memes Olímpicos, sala 2”.



### Memés Olímpicos.

Participar de variadas competições esportivas e celebrar a união entre os povos sempre foi a força motriz dos Jogos Olímpicos, desde a sua roupagem mais moderna - datada de fins do século XIX.

Ao longo dos anos, muitos foram os países que abriram suas portas e dispuseram de sua hospitalidade para receber as delegações para o evento. Assim, as Olimpíadas se tornaram um dos maiores eventos do planeta, alcançando milhões de espectadores e torcedores nos estádios, na televisão, e, mais

Fonte Captura de tela #MUSEUdeMEMES. Data: 28 de out. 2018

### 3.4 Acervo e coleções

Aqui apresentarei o objeto de estudo da pesquisa o #MUSEUdeMEMES, realizando a análise museológica da instituição, a partir do site. Trabalharei o conceito de *Memés*, problematizando a utilização do humor e ironia empregado nas imagens.

O acervo do #MUSEUdeMEMES é acessível através da aba do menu “coleções”. Todos estão disponíveis por ordem de postagem. Há a possibilidade de se buscar o acervo através do campo de pesquisa e/ou através de outro campo onde se seleciona: criador, categoria, período ou país/região, assim como mostra a Figura n. 5 abaixo:

Figura 5 - “Lista de acervo por ordem de postagem”.

Q Digite aqui o que você pretende pesquisar em nosso acervo Buscar

Criador/Origem:  Categoria:  Período:  País/Região:  FILTRAR



**Barbie e Ken Cidadãos de Bem**

23 de outubro de 2018 Facebook, Twitter

Ação popular, Comportamento social, Image macro, viral 2018

Argentina, Brasil, Espanha Nenhum comentário

VER MEME



**Glória a Deus**

23 de outubro de 2018 Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, YouTube

Catchphrase, viral 2018 Brasil Nenhum comentário

VER MEME



**#elenão**

20 de outubro de 2018 Coletivos Políticos, Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp

Ação popular, Catchphrase, Comportamento social 2018 Brasil

Nenhum comentário

VER MEME

Fonte Captura de tela #MUSEUdeMEMES.Data: 28 de out. 2018

A catalogação do acervo, segundo Viktor Chagas, é realizada por: “um conjunto de procedimentos para selecionar os memes que compõem nosso acervo, mas muito desse processo é empírico e intuitivo. Normalmente, o primeiro passo é a seleção temática para pesquisas específicas.” (CHAGAS, 2018, depoimento). A equipe, então, decide trabalhar com um determinado tema de *meme*, a partir daí são realizadas coletas “sistemáticas” em sites, redes sociais, onde são mapeadas junto da bibliografia existente sobre a obra (*meme*), sendo ela acadêmica ou não. Viktor Chagas (2018) completa que: “os alunos que cuidam da etapa final de produção textual ficam responsáveis por dar forma ao conteúdo.” (CHAGAS, 2018, depoimento)

Todos os *memes* estão com um nome de identificação, data em que foram postados no webmuseu e, categorizados com o nome do criador ou lugar onde se disseminou como: *Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, Youtube, Buzzfeed, Gif animado, Ação popular*, entre outros. A categoria é de cunho mais abrangente, buscando abordar sobre do que se trata o *meme*, assim como: comportamento social, ação popular, *image macro*, viral, *catchphrase*<sup>40</sup>, coletivos políticos, distribuídos em 34 tipos de categorização que são: *All, 3 Pane, 4 Pane, Ação Popular, BioGif, Catchphrase, Comportamento social, Copa do Mundo, Coreografia, Corrente, Corrente de E-mail, Dual Pane, Expectativa-Realidade, Exploitable, Gif Animado, Hashtag, Idioleto, Imagem macro, Imagem em movimento, Look-a-like, Meme autoral, Metameme, Multipane, Pegadinha (Prank), Poster motivacional, Pré internet, Reaction face, Snowclone, Tema musical, Trolling, Vídeo autoral, Vídeo de paranoia, Vídeo de reação e Viral*<sup>41</sup>.

Já o período que pode ser selecionado, diz respeito à temática tratada no *meme*, o dado de quando foi postado no webmuseu está disponível, também, entre as informações.

O *meme* disponível na página está munido de uma imagem que o contextualiza. Ao acessar o link do referido *meme*, mais uma vez é apresentado um quadro informativo contendo as categorizações citadas acima, e um índice de informações disponível sobre o mesmo, como podemos ver na Figura n.5 acima. São disponibilizadas para o visitante informações relevantes a respeito da origem do *meme*, abordando o período em que foi criado, o objetivo, a relação do personagem com a conjuntura política e social do seu país de origem.

A **Difusão e Repercussão** visa apresentar aos visitantes, indicadores do alcance de pessoas e países, apontando as RSI's em que se deu maior repercussão. O **Gênero e Formatos** é referente ao tipo de formato em que o *meme* está enquadrado, podendo ser em imagem-macro, o tipo mais convencional de *meme* que se constitui de uma imagem, obra de arte, fotografia e etc., sobreposta a uma frase,

---

<sup>40</sup> *Catchphrase* são frases e ou expressões comumente repetidas por alguém, e ou como neste caso, muito disseminado nos *memes*.

<sup>41</sup> *All* (tudo), *3 Pane* (3 quadros), *4 Pane* (4 quadros), *Dual Pane* (quadro duplicado), *Exploitable* (explorável), *look-a-like* (parece), *Multipane* (vários quadros), *Prank* (Pegadinha), *Reaction face* (reações faciais), *Snowclone* (clone de neve), *Trolling* ("trolando"). Realizado em 18 de novembro de 2018. Tradução Livre.

ou vídeo, ou em *GIF*<sup>42</sup>, entre outros. Nessa área do site, é disponibilizado: “**Exemplos Notáveis**” da disseminação do *meme*, uma espécie de catálogo, das versões que se espalharam ou difundiram.

Todos os *memes* disponíveis contêm o mesmo nível informacional de categorização e de pesquisa. Ao fim da página, o pesquisador/colaborador que construiu a pesquisa e a colocou no site, identifica-se. Também há um campo onde o visitante tem a possibilidade de enviar um comentário para o site, basta que o visitante se identifique com: nome, e-mail e site (campo não obrigatório).

O teórico Clay Shirky, que é professor do Programa de Telecomunicações Interativas da Universidade de *Nova York*, em seu livro “A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado”, nos leva a refletir sobre as relações arraigadas da cultura participativa, que cria uma cultura da participação, que se refere a uma série de padrões de comportamento particulares dos usuários, seus meios, motivos e oportunidades que, somadas à criatividade do mundo conectado, estão revolucionando as relações midiáticas digitais.

Tratamos, neste trabalho, de um dos meios de cultura participativa, o *meme*, que é um rico exemplo da cultura participativa, pois é constituído de forma totalmente colaborativa, com base na generosidade dos usuários do ciberespaço, uma vez se que identifica como algo relevante e é compartilhado.

Dentro da aba “**Acervo e coleções**”, há um *link* que direciona o visitante para o link exposições e atividades, já explicitadas acima. Outro *link* disponível é “**Políticas de Gestão de Acervo**”, que especialmente nos interessa neste estudo, onde são apresentadas informações como:

**Missão** institucional: “Desenvolver o campo de estudos sobre memes e comunidades virtuais no Brasil, a partir do compartilhamento e da produção de pesquisas acadêmicas sobre o tema.” E a **Visão**: “Constituir-se como pólo de referência nos estudos sobre memes e atuar em favor da internacionalização da pesquisa acadêmica vocacionada à discussão acerca das relações entre internet e culturas políticas no Brasil”. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

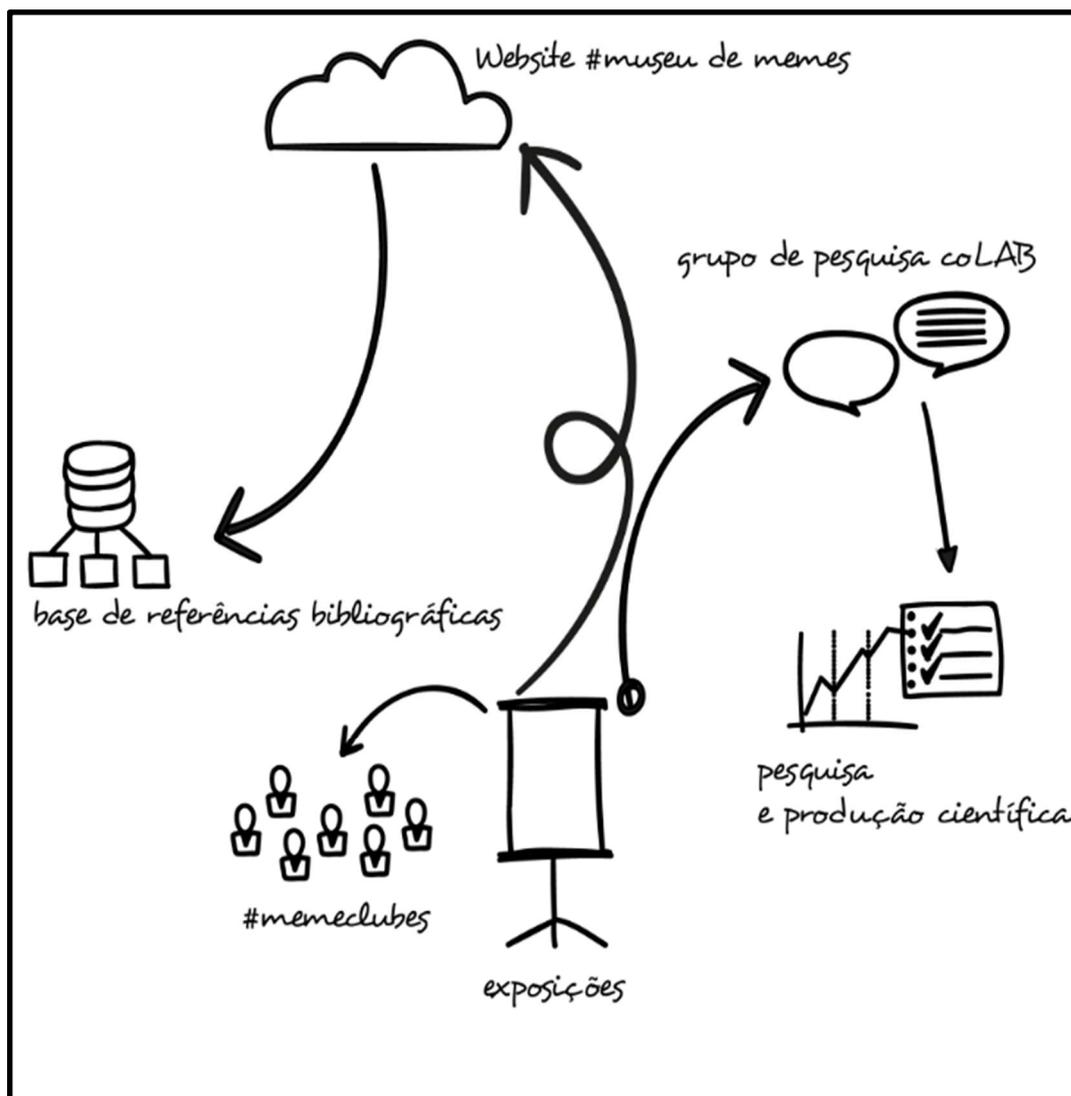
A “**Declaração de autoridade**” e o “**Organograma**” informado no *link* detalha que o projeto #MUSEUdeMEMES integra o Pólo de Produção e Pesquisa Aplicada

---

<sup>42</sup> **GIF** (*Graphics Interchange Format ou formato de intercâmbio de gráficos*) é um formato de imagem muito usado na Internet, e que foi lançado em 1987 pela **CompuServe**, para disponibilizar um formato de imagem com cores em substituição do formato RLE, que era apenas preto e branco.

em Jogos Eletrônicos e Redes Colaborativas (p<sup>3</sup>), que é vinculado ao Departamento de Estudos Culturais e Mídia do Instituto de Arte e Comunicação Social da UFF. Apresentado como sendo a parte administrativa do Museu, junto dos outros projetos e programas já citados acima como o #memeclubes, Cineclubes e o Escritório Modelo de Memes. A Figura n. 6 abaixo, consta no site como o Organograma institucional.

Figura 6 - “Organograma”.



Fonte Captura de tela #MUSEUdeMEMES. Data 31 de out. 2018

Dentro da “Política de Acervo”, o webmuseu apresenta o **Financiamento e Conflito de Interesses**, informando como se dá o processo de custeio do #MUSEUdeMEMES. A manutenção se dá, majoritariamente, através de recursos da Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Inovação da UFF (PROPPi), do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e da Fundação Carlos

Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ), por meio de editais em diferentes modalidades de apoio e fomento. Segundo Viktor Chagas (2018): “O #MUSEU não possui uma ata de criação ou um estatuto, mas ele é oficialmente registrado como um projeto de extensão na Universidade Federal Fluminense” (CHAGAS, 2018, depoimento). O Escopo das Coleções está relacionado a quatro áreas principais de conteúdo:

- (a) Acervos e Coleções · espaço que congrega as peças em exposição no webmuseu. Trata-se, em realidade, de um primeiro banco de dados sobre memes brasileiros, dispostos em categorias e filtros para auxiliar a pesquisa. Os conteúdos são apresentados como breves textos articulados a imagens, áudios e vídeos.
- (b) Eventos · seção que enumera os eventos próximos e ocorridos do #MUSEUdeMEMES no espaço físico da universidade. Os eventos são denominados #memeclubes e são abertos ao público. Informações sobre data e local são apresentados no site e materiais expostos, como slides e fotografias são disponibilizados online.
- (c) Referências de pesquisa · base de referências bibliográficas para pesquisadores, disponível para consultas online e offline.
- (d) Artigos e entrevistas · além do acervo propriamente, o #MUSEUdeMEMES é também alimentado com artigos, ensaios e entrevistas originais. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

#### Sobre as Categorias das Coleções:

- (a) Criador/Origem · que marca o autor, se pessoa física, ou a comunidade que originou o meme, caso seja(m) conhecido(s).
- (b) Categoria · que identifica o gênero e a categoria do meme em questão (image macro, exploitable, photofad, etc.).
- (c) Período · que registra o ano ou período em que o meme se disseminou.
- (d) País/Região · que aponta o país ou região em que o meme se originou ou se disseminou, conforme o caso. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

Englobando a **Aquisição e Avaliação**, o acervo do webmuseu é atualizado semanalmente, baseado nos conteúdos que são disseminados através da Internet brasileira, seguindo as tendências e os fatos mais comentados. O #MUSEUdeMEMES também aceita doações e contribuições dos visitantes, instaurando um acervo, também de gestão colaborativa, pois a abertura, por parte do #MUSEU, para doações fomenta o engajamento e participação de seus usuários. A doação pode ser feita sob forma de sugestão e/ou conteúdos já formatados, que ficam em aberto sob a avaliação do #MUSEU. O diretor Viktor Chagas (2018), informa que uma equipe de curadores do #MUSEU “recebe as sugestões e avalia a sua pertinência” (CHAGAS, 2018,

depoimento), acreditamos que a pertinência das doações, relaciona-se à relevância do tema apresentado, na lógica de tempo, espaço e acontecimentos sociais.

Os conteúdos disponíveis no #MUSEUdeMEMES tem seu **Acesso e Propriedade Intelectual**, habilitados sob uma licença do *Creative Commons*<sup>43</sup> disponibilizando o direito de Compartilhar — copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato bem como, adaptar — remixar, transformar, e criar a partir do material. Para tal uso deve-se dar o crédito apropriado, prover um link para a licença e indicar se mudanças foram feitas. Pode-se fazê-lo em qualquer circunstância razoável, mas de nenhuma maneira que sugira que o licenciante apoia você ou o seu uso. Não é permitido o uso comercial para fins lucrativos, do material divulgado no #MUSEUdeMEMES.

Por se tratar de um acervo que é nativo do ciberespaço, e que não tem nenhuma referência física, questionamos o diretor Viktor Chagas, sobre como se dá a **gestão de risco do acervo** do #MUSEUdeMEMES, já que nenhuma informação desta natureza constava no site. Viktor Chagas (2018) esclarece que medidas de segurança são realizadas na intenção de salvaguardar o acervo do site. Bem como, há um conjunto de providências tomadas no intuito de manter os *backups* atualizados, com todo o conteúdo. Viktor Chagas (2018) também nos informa: “O #MUSEU já foi alvo de uma série de ataques hackers no passado. Já ficamos fora do ar por alguns dias. Mas, até aqui, todo o acervo foi recuperado, sem maiores danos.” (CHAGAS, 2018, depoimento)

Ainda na aba **Acervos e coleções**, o *link Enviar doação ao acervo* informa que o #MUSEUdeMEMES é um webmuseu e que sua coleção é inteiramente imaterial. Segundo a definição de patrimônio imaterial da UNESCO (2003), que é quando a organização reconhece o patrimônio digital: “[...] textos, bases de dados, imagens estáticas e com movimento, áudios, gráficos, softwares, e páginas web, entre uma ampla e crescente variedade de formatos” (UNESCO, 2003, p. 1-2). Sobre as implicações da doação é informado que:

Doar uma peça ao #MUSEU implica em não mais do que ceder parte do seu tempo para contar uma boa história, descrever um fenômeno recente alvo de sua observação mais atenta, sugerir novas abordagens e referências bibliográficas ou debater conosco questões referentes ao universo dos memes,

---

<sup>43</sup>*Creative Commons* é uma organização sem fins lucrativos que permite o compartilhamento e uso da criatividade e do conhecimento através de instrumentos jurídicos gratuitos. Disponível em: <https://br.creativecommons.org/sobre/> Acesso e 29 de outubro de 2018.

das comunidades virtuais e da economia da colaboração na internet de modo geral. (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico)

A doação de acervo para o #MUSEUdeMEMES pode ser realizada através do formulário (Figura n.7) disponibilizado no *link*, solicitando informações como: nome; e-mail; qual o nome da peça que pretende doar? Qual assunto pretende tratar?; descrever a doação ao nosso acervo em poucas palavras. Para o envio do acervo, no formulário, é possível enviar arquivos no formato de *jpg, jpeg, gif, png, pdf*. O termo de aceite é de cunho obrigatório para finalizar a doação, de acordo com a Figura n.7.

Figura 7 – Formulário de Doação

**nome \***  
Ex.: Fulano da Silva.

**email \***  
Ex.: fulano@ossilva.com

   
 DIGITE UM EMAIL CONFIRME O EMAIL
 

**qual o nome da peça que você pretende doar? ou qual assunto pretende tratar conosco? \***

**descreva sua doação ao nosso acervo em poucas palavras: \***

**Para o acervo**  
*Preenchimento opcional*

Solte arquivos aqui ou

**SELECIONE OS ARQUIVOS**

Tipos de arquivos permitidos: jpg, jpeg, gif, png, pdf

**Termo de aceite \***

**ACEITO** doar a(s) peça(s) acima relacionada(s) ao #MUSEUdeMEMES para uso irrestrito em suas galerias e/ou reserva técnica. A peça doada será mantida sob posse de nossa equipe e licenciada de forma não-exclusiva, respeitando-se todos os direitos autorais e conexos, e indicando, sempre que possível, os créditos devidos.

**ENVIAR DOAÇÃO**

**Fonte** Captura de tela #MUSEUdeMEMES. Data 29 de out.2018

Não constam no link do menu “**Acervos e coleções**”, informações sobre estudos de público. Em resposta ao questionário realizado, Viktor Chagas (2018) complementa que:

Existem relatórios internos com “dados sobre o público que acessa através do site ou das mídias sociais” e que tal público é caracterizado por jovens que em sua maioria tem entre 18-35 anos e complementa: “são bastante conectados, interessados em ler mais sobre conteúdos que circulam pela internet ou eventualmente em compreender como a pesquisa científica tem tratado esses objetos.” (CHAGAS, 2018, depoimento)

A informação trazida pelo diretor, nos leva a refletir sobre a Geração C conceituada por Franz Figueroa (2017), uma geração de “jovens”, altamente conectados com o ciberespaço e que se interessam por meios que tragam inovações e onde a interação seja primada.

As “**Referências de Pesquisa**” disponibilizam as referências bibliográficas, que estão relacionadas ao universo de pesquisa sobre os *memes*, comunidades virtuais, assim como livros, artigos publicados em periódicos ou em anais de congressos científicos, teses, dissertações e monografias. Tal material bibliográfico totaliza cerca de 1.036 registros ao longo de 50 páginas. Os materiais estão catalogados por: área temática, categoria, autor, título, ano, in; URL para acesso e últimas edições. É disponibilizado para o usuário um gráfico que informa sobre publicações catalogadas e o número de produções realizadas por área temática. Conforme a Figura n.8 abaixo, é possível também acessar a Base Bibliográfica por: área temática, categoria, autor, título e ano. Em depoimento, o Diretor Viktor Chagas (2018) referência ao presente link do menu como sendo um repositório de referências que foram utilizadas, como inspiração para a concepção teórica e prática do #MUSEUdeMEMES.

Figura 8 – Formulário de Base Bibliográfica

**Base Bibliográfica**

**Área Temática:**

- Comunidades Virtuais e Subculturas
- Estética, Design e Cultura Popular
- Internet e Política
- Marketing e Consumo
- Media Literacy e Educação
- Outros
- Psicologia, Subjetividades e Cognição
- Redes Sociais, Contágio e Difusão
- Sociobiologia e Filosofia
- Sociologia dos Afetos e Emoções
- Teoria da Narrativa e Linguagem

**Categoria:**

**Autor:**

**Título:**

**Ano:**

Fonte Captura de tela #MUSEUdeMEMES. Data 29 de out.2018

Ainda na aba “**Referências de Pesquisas**”, o #MUSEUdeMEMES, disponibiliza no link “**Livro de Códigos**”, publicações de análise qualitativa de dados em pesquisas que envolvem análise de conteúdo. Tal base de dados serve como guia na categorização utilizada no acervo. Há disponível para o visitante uma base de dados com as principais **Fontes** de pesquisa e de espelhamento ao qual o Diretor Viktor Chagas, aponta como as iniciativas semelhantes que inspiraram e indicam como referência. São sites que se dedicam à temática dos *memes*. Tais sites têm formatos de museus, exposições, *memepédias*, *blogs*, entre outros. Na aba “**Blog**” ficam disponíveis as entrevistas e os artigos realizados pelos Mestrandos e Doutorandos que fazem parte do grupo de pesquisa atrelado ao #MUSEU. As entrevistas ocorrem com páginas, *blogs* e *twitters* que trabalham e disseminam os *memes*.

#### 4 DIAGNÓSTICO

A partir da metodologia do planejamento estratégico prevista na publicação do IBRAM “Subsídios para a Elaboração do Plano Museológico”, foram identificados aspectos importantes sobre os Programas Institucionais, de Gestão de Pessoas e de Acervos, que serão destacados a seguir, tomando-se como base de análise e apresentação dos dados, a matriz SWOT.

A análise da matriz SWOT, para o #MUSEUdeMEMES, foi realizada com base nas informações contidas no site e na entrevista semi-estruturada com o então diretor Viktor Chagas. Os pontos que destacamos referem-se a capacidade da instituição em relação à pesquisa, preservação e inovação, buscando traçar um alinhamento com as práticas museais, assim como apresentado na Figura n.9 abaixo.

Inicialmente são destacados os pontos no quadro de análise e, depois, serão comentados cada um dos itens.

Figura N. 09: “Matriz Swot”

	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
AMBIENTE INTERNO	FORÇAS	FRAQUEZAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesquisa científica em torno do acervo;</li> <li>• Intercâmbio de informação entre instituições museológicas e universitárias;</li> <li>• Equipe multidisciplinar;</li> <li>• Interface do (site) #Museu dinâmico;</li> <li>• Compatível com plataformas de Andoid e lmac;</li> <li>• Acessibilidade;</li> <li>• Desmistificação do conceito popular sobre o meme;</li> <li>• Direção compartilhada com curadorias;</li> <li>• Ênfase na pesquisa científica na área de comunicação;</li> <li>• Funções museológicas (aquisição, pesquisa, preservação, comunicação e exposição) realizadas no ciberespaço ou na web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de Plano Museológico;</li> <li>• Ausência de programas e projetos educativos;</li> <li>• Dificuldades no acesso ao menu exposições;</li> <li>• Equipe que não é permanente, pois formada por estudantes que permanecem por pouco tempo ou pelo seu período de estudos.</li> </ul>
AMBIENTE EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inovação a cunho de preservação de acervo estritamente existente no digital;</li> <li>• Referência para futuras instituições museológicas no ciberespaço;</li> <li>• Repositório de referência bibliográfica de memes;</li> <li>• Ser uma instituição referência em preservação de acervos estritamente digitais estudo dos memes;</li> <li>• Exemplo de relação entre programas e pesquisas realizadas dentro das Universidades;</li> <li>• Oportuniza novas formas de preservar o patrimônio imaterial cultural produzido no ciberespaço;</li> <li>• Traz para a discussão do campo museológico novas pautas sobre os novos fenômenos e processos museais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perda de fomento institucional;</li> <li>• Falta de reconhecimento enquanto uma instituição Museal;</li> <li>• Falta de uma resolução que normatize/ o WebMuseu;</li> <li>• Perda do banco de dados do acervo;</li> <li>• Facilidade de desmonte do acervo;</li> <li>• Falta de profissional Museólogo.</li> </ul>

Fonte da Autora. Data 19 de nov. 2018

#### 4.1 Forças

As forças que identificamos no #MUSEUdeMEMES estão intimamente relacionadas com os estudos e as teorias museológicas. Apontamos como um dos pontos fortes do #MUSEUdeMEMES, o fomento e a constante pesquisa realizada, de acordo com a LEI Nº 11.904, DE 14 DE JANEIRO DE 2009, que institui o Estatuto de Museus:

Art. 28. O estudo e a pesquisa fundamentam as ações desenvolvidas em todas as áreas dos museus, no cumprimento das suas múltiplas competências.

§ 1º O estudo e a pesquisa nortearão a política de aquisições e descartes, a identificação e caracterização dos bens culturais incorporados ou incorporáveis e as atividades com fins de documentação, de conservação, de

interpretação e exposição e de educação. (BRASIL, 2009. documento eletrônico)

Sem dúvida, o #MUSEUdeMEMES, se mostra comprometido com a pesquisa sobre o acervo de *memes*, dentro do #MUSEU podemos encontrar um repositório digital que vem sendo construído desde 2011 e que abarca todo o tipo de publicação científica. Outro aspecto que se destaca é o #MUSEU enquanto um objeto de pesquisa científica, que ocorre dentro de uma Universidade, permitindo que essa seja uma construção rica em trocas internas entre cursos, oportunizando uma equipe multidisciplinar. A publicação “Subsídios para elaboração do Plano Museológico” ainda reafirma:

Pesquisa: abrange o processamento e a disseminação de informações, destacando-se as linhas de pesquisa institucionais e os projetos voltados para estudos de público, patrimônio cultural, museologia, história institucional e outros. (IBRAM, 2016, p.36)

É importante que atentemos para o fato de que o #MUSEU tem uma interface dinâmica, que oportuniza ao visitante reconhecer os caminhos, assim como aponta Muchacho:

O visitante deixa de ser sujeito passivo, que apenas reage à mensagem que lhe é transmitida, passando a ser incentivado a participar e interagir com o espaço. Cada visitante pode criar o próprio percurso expositivo de acordo com a sua experiência, gostos e a sua cultura. (MUCHACHO, 2005, p.581)

É através de dinâmicas interativas e de sites que se adaptam aos diferentes aparatos digitais, que um museu virtual poderá alcançar e cortejar novos públicos, assim como a Geração C, cuja população encontra-se inclinada a novas experiências no ciberespaço.

Outro ponto que destacamos enquanto uma força do #MUSEU é seu cunho acessível, como a Museóloga Monique Magaldi (2010, p. 60) aponta: “Antes, as visitas eram presenciais; agora é necessário somente saber o endereço eletrônico e acessar, em um computador conectado à Internet, o museu desejado.” O que potencializa esse museu extra fronteiras, conforme complementa a autora:

Com o hiperlink, cria-se uma nova definição da relação espaço / tempo. Com um clique, o visitante consegue encontrar e visitar museus localizados em diferentes países. Não há uma relação icônica do hiperlink com algo real. Através deste, há um deslocamento espacial considerável, em um curto espaço de tempo. Com um rápido clique podemos estar acessando páginas eletrônicas em diferentes localidades no mundo. (MAGALDI, 2010, p. 60)

O conjunto de forças identificadas no #MUSEU, nos encaminha a repensar esse patrimônio digital cultural que “conecta pessoas independente das fronteiras geográficas” (REIS, SERRES, NUNES, 2015, p. 56) e que nos leva a compreender o desafio de uma prática patrimonial, os autores apontam que: “em especial no que diz respeito aos espaços colaborativos para ativação da memória e acesso à memória coletiva” (REIS, SERRES, NUNES 2015 p. 58) que vem sendo preservada nesta instituição.

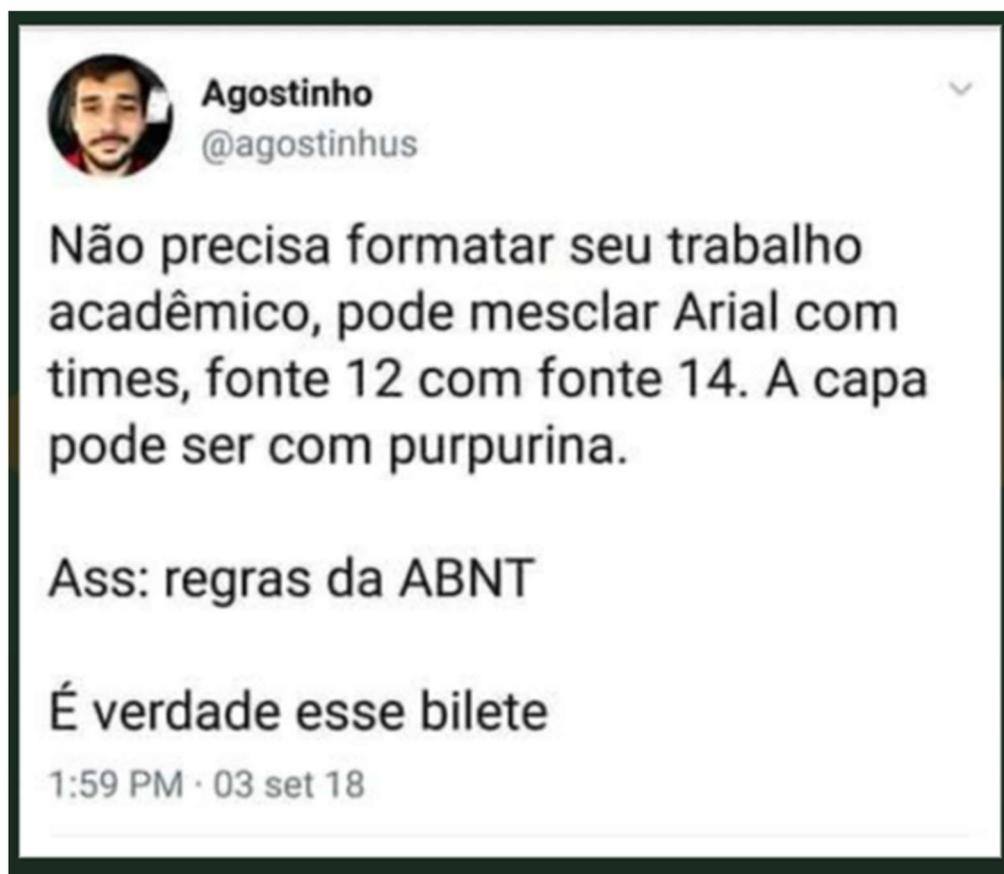
Os *memes*, como já apontado pela #MUSEUdeMEMES, carregam uma conceituação de algo “tolo”, caracterizado como “besteiro”, como se tudo que nele fosse abarcado e popularizado, fosse apenas de cunho depreciativo, ignorando o fato de que na ironia e no sarcasmo, carregam fortes críticas sociais e políticas, apresentando a realidade. Messias Basques, Pós-graduado em Antropologia Social, em um diálogo com o antropólogo Henri Bergson, indica bem esse outro lado do riso:

O riso precisará de eco por que será sempre o riso de um grupo, ao mesmo tempo em que esconde uma segunda intenção de entendimento, quase de cumplicidade, com outros ridentes, reais ou imaginários. Para bem compreendê-lo é preciso "determinar sua função útil, que é uma função social. Essa será – convém dizer desde já – a idéia diretiva de todas as nossas investigações. O riso deve corresponder a certas exigências da vida comum. O riso deve ter uma significação social" (BERGSON, 2004, p. 6). O riso deverá ser uma espécie de gesto social. (BASQUES, 2011, p. 05)

Através dos apontamentos de Basques (2011), notamos que é necessário dominar os códigos de leitura arraigadas nos *memes*, como a reflexão e a ironia, assim como exemplificado na Figura abaixo n.7. O *meme* é “verdade esse bilhete”, nasceu após um menino de 5 anos, na tentativa de ficar em casa, escreveu um bilhete para simular o comunicado da escola, sobre a possibilidade de não ter aula, assim, endereçou o bilhete aos “senhores paes” e o assinou como “tia Paulinha”, sua professora. Além disso, para dar autenticidade ao comunicado, escreveu: “é verdade esse bilhete” (MUSEU DE MEMES, 2018, documento eletrônico). A repercussão deste *meme* tem formatos variados, usado tanto para brincadeiras com bebês e cachorros,

ou bem como qualquer tipo de assunto. Sendo assim, para que se tenha uma leitura completa de um *meme* é necessário obter uma leitura do riso, geralmente causada pela ironia, caso não, o mesmo não consegue passar a informação ao usuário.

Figura 10 – MEME é verdade esse bilhete



Fonte: Captura de tela #MUSEUdeMEMES. Data 20 de nov. 2018

Uma instituição museológica, segundo O Estatuto de Museus, Lei nº 11.904/2009 nas seções I, II, III, IV e V –, deve apresentar as seguintes funções:

Da Preservação, da Conservação, da Restauração e da Segurança”; “Do Estudo, da Pesquisa e da Ação Educativa”; “Da Difusão Cultural e do Acesso aos Museus”; “Dos Acervos dos Museus” e “Do Uso das Imagens e Reproduções dos Bens Culturais dos Museus. (BRASIL, 2016, p. 29).

Os aspectos apresentados acima são de suma importância, para o desenvolvimento de uma instituição museológica, pois eles garantem que o Museu cumpra com a função de preservação e guarda dos bens, bem como, garante que o papel social dos museus seja cumprido, ofertando pesquisa, educação e acesso aos

acervos. Nesse sentido que diagnosticamos como pontos fortes e que estão em consonância com as demais instituições, o aspecto da aquisição, pesquisa, preservação, comunicação e exposição. Atentando ao fato de que o #MUSEU, tem uma política de aquisição e de utilização do *meme* doado, bem como realiza pesquisa de todos os bens a serem doados, antes de aplicar todas as categorias do acervo.

## 4.2 Fraquezas

O plano museológico é tido como uma ferramenta significativa, no que tange ao trabalho do profissional museólogo, bem como para as instituições, uma vez que nele, busca-se solidificar aspectos geradores da instituição. Sua elaboração deve ser realizada a fim de orientar a gestão do museu e estimular a articulação entre diversos setores, visando estratégias de funcionamento. Na referência “Subsídios para a elaboração de um Plano Museológico” (2016), que foi criado com a função de guiar as instituições e os profissionais da área, afirma-se:

O Plano Museológico é conceituado no art. 45 como ferramenta básica de planejamento estratégico, de sentido global e integrador. Fica clara, portanto, a dimensão estratégica do plano, em que se pode encontrar a definição da missão, o diagnóstico e a identificação dos públicos. O termo “integrador” pode ser entendido tanto no aspecto de integração das diversas áreas e atividades de um museu, como de articulação entre a visão estratégica e a operacional. (IBRAM, 2016, p. 35).

É nesse sentido que apontamos como uma fraqueza do #MUSEUdeMEMES, o fato de não terem (ainda) o seu Plano Museológico, uma vez que se definem como um museu e tenham tantas particularidades que se relacionam com instituições físicas. O documento seria benéfico e ampliaria a instituição, podendo vir a ser vista com bons olhos pelos órgãos que formulam as normativas.

O IBRAM (2016) aponta, como um programa que corresponde às áreas de trabalho de um museu, o Educativo e Cultural, que abrangem: “os projetos e as atividades educativo-culturais desenvolvidos pelo museu, destinados a diferentes públicos e articulados com diferentes instituições.” (IBRAM, 2016, p.36). Não foram identificados programas que se definissem como educativos no #MUSEU, dentro do espaço virtual. O que também apontamos como um ponto fraco, pois não oferece subsídios de interação e conteúdo além dos apresentados nos links do menu “**exposições**”. Aliás, as exposições são outro ponto que diagnosticamos como uma

fraqueza, uma vez que os *links* de acesso para as exposições disponíveis, não dispõem de informações que expliquem ao visitante como acessá-las.

A gestão de pessoas deve ser elaborada dentro de uma instituição, para que se mantenham aspectos estruturais (de composição ou organizacionais) como, estrutura funcional (organograma de cargos da instituição), demandas de pessoal (necessidades de contratações), capacitações e atualizações de equipe, entre outras. Quando pensamos em uma instituição, devemos sempre lembrar que seus programas e projetos são pensados e realizados por um quadro funcional, que projeta melhorias do presente para o futuro.

Nesse sentido, identificamos como outra fraqueza, o fato de que o #MUSEU não tenha um profissional museólogo e, tampouco, seja acompanhamento de uma equipe fixa em seu quadro técnico. Tais fatores são identificados por nós como um risco, pois apenas há vínculos de bolsa, destinados aos estudantes de graduação, mestrado e doutorado. A ausência de um museólogo em um museu, bem como um quadro de especialistas, devidamente contratado, não solidifica as necessidades técnicas das instituições, a fim de que sejam perpetuadas, ao longo dos anos na instituição.

### **4.3 Oportunidades**

As oportunidades que diagnosticamos no #MUSEUdeMEMES estão associadas ao cunho inovador que a proposta de um webmuseu possui. Acreditamos que a estrutura e o alcance que o #MUSEUdeMEMES tem tomado, pode servir como uma referência para futuras instituições que busquem preservar e pesquisar acervos que habitem o virtual. A Professora Titular em Museologia no Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo - MAE/USP Maria Cristina Bruno, defende que:

Museus servem para transgredir, isso sempre pensando que, a forma tradicional como a instituição museal, sempre foi creditada. Os museus servem, sobretudo, para avaliar as novas tecnologias à preservação patrimonial, os diferentes tempos de fruição à perspectiva do tempo pautado pela dinâmica da vida cotidiana 'sem tempo'. (BRUNO, 2011, p. 30)

É nesse sentido que o repositório de referências bibliográficas existente no #MUSEU é tão significativo, pois abriga outras diversas experiências de preservação e pesquisa.

A base inovadora que o #MUSEU representa para este trabalho, abre caminho para discussões mais precisas e aplicáveis, sobre a existência e a referência de museus virtuais. Acreditamos que o exemplo do #MUSEUdeMEMES, possa oportunizar a outras instituições meios de elaboração de projetos e pesquisas, que possam vir a ser aplicadas no ciberespaço, ampliando o campo de ação e troca entre universidades e instituições públicas e privadas.

A inovação que identificamos no #MUSEU relaciona-se, também, à elevação das discussões do campo museal, uma vez que o sucesso e a estruturação de uma instituição como o #MUSEUdeMEMES, aponta para novas formas de se preservar o patrimônio no mundo contemporâneo.

#### **4.4 Ameaças**

A relação entre a Universidade Federal Fluminense e o #MUSEUdeMEMES, por vezes nesta pesquisa já foi apontada, como algo positivo e frutífero, no que tange à pesquisa e à vinculação do #MUSEU. Porém, vale ressaltar enquanto uma ameaça, os desafios que as instituições públicas enfrentam quanto ao fomento. As instituições vinculadas à Administração Pública (municipal, estadual ou federal), apesar de possuírem dotação financeira determinada por legislação específica, não tem conseguido manter sustentavelmente todas as atividades a que se propõem, já que o recurso recebido é insuficiente para atender aos gastos necessários para seu funcionamento.

Dentre as ameaças que foram notadas no #MUSEUdeMEMES, cabe ressaltar que o campo, tem uma problemática a ser tratada no que concerne o registro das instituições museais que nascem como museus virtuais, existentes no ciberespaço. Conforme consta no site da ReNIM - Rede Nacional de Identificação de Museus, devem se registrar nos Sistemas de Museus, as instituições que sigam os seguintes pré-requisitos:

Estar a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento;  
Ser instituição de caráter permanente e sem fins lucrativos;  
Preservar bens naturais e culturais, de natureza material ou imaterial;  
Realizar a comunicação dos bens culturais (exposições etc.);

Estar aberto ao público;  
 Não comercializar patrimônio museológico;  
 Não se caracterizar como processo museológico.  
 Em um primeiro momento, serão registrados APENAS os museus tradicionais, ecomuseus/museus de território e museus itinerantes. **O Registro de Museus Virtuais, Parque e Unidades de Conservação da Natureza ainda está em discussão com os membros da ReNIM.** (ReNIM, 2018, documento eletrônico, grifo nosso)

Os pré-requisitos aqui apresentados, notoriamente vão ao encontro das características apresentadas por museus virtuais como o #MUSEUdeMEMES, mesmo assim, há falta de reconhecimento pela legislação para os museus, no âmbito virtual, é a única tipologia de museus que não pode ser registrada nos Sistemas Brasileiro e nem nos Sistemas Estaduais de Museus, de acordo com a Instrução normativa Nº 1, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2016 do MINISTÉRIO DA CULTURA, INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, DOU de 15/12/2016 (nº 240, Seção 1, pág. 33), instituído no Art. 4º, é apresentado: “Não serão registrados os processos museológicos, as coleções visitáveis, as unidades de conservação da natureza e os museus virtuais.” (IBRAM, 2016 documento eletrônico), mesmo tendo 34 museus virtuais <sup>44</sup>, mapeados pela ReNIM.

Em pesquisa ao site Museusbr - Rede nacional de identificação de museus, na aba do link “**Porque o Museu deve se registrar**” encontramos a seguinte explicação:

Aumenta a visibilidade do museu, tanto em âmbito nacional como internacional;  
 Propicia o compartilhamento direto com a sociedade de informações aprofundadas sobre os museus;  
 Auxilia os órgãos a qualificar as políticas públicas voltadas para o setor;  
 Facilita a adesão ao Sistema Brasileiro de Museus;  
 Permite que o museu exerça o direito de preferência em casos de Declaração de Interesse Público;  
 Habilita o museu a participar dos editais do Ibram ou de outras entidades que promovam o fomento aos museus e que exijam seu reconhecimento. (RENIN, 2018, documento eletrônico)

A explicação que consta no site da ReNIN (citada acima), exalta a importância do registro para museus, como uma ferramenta de habilitação para a instituição. De forma contraditória, diagnosticamos que o não registro de museus virtuais e webmuseus, impedem que tais instituições estejam em evidência e aptas a participar e a se estruturarem. Acreditamos que a desvalorização de ambientes culturais no

<sup>44</sup> Disponível em: <https://bit.ly/2TM0qv1>. Acesso em 19 de nov.2018

ciberespaço colabora para o aumento do descrédito e a renegação de fomento e pesquisas científicas para futuros museus virtuais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo de caso do #MUSEUdeMEMES traz para a pauta um fenômeno museal – o webmuseu – do nosso tempo e um acervo – o *meme* – que é representativo das ações desse tempo. Estamos falando da virtualidade, da imaterialidade, da efemeridade, da fluidez, da dinamicidade, todas características da era da inovação, da conectividade e da criatividade que estamos vivenciando.

Há mais de 20 anos, Lévy (1999), já se referia ao espaço cibernético como um lugar de interação humana que, ao longo do tempo, se solidifica e, a cada nova geração, aumenta sua importância no universo econômico, científico e cultural, a fim de que aproveitemos, tanto como usuários, quanto como instituição.

Compreendemos que a Geração C é a geração mais apta a desvendar e aprimorar as capacidades do ciberespaço e, isso, também diz respeito às potencialidades da Museologia, que ao expandir os conceitos de classificação, colecionismo, com o fim de preservação do patrimônio cultural digital, nativo do ciberespaço, poderá se aproximar dos novos anseios da sociedade. Contudo, compreendemos que o espaço virtual não está disponível a todos os públicos, sendo mais preocupante as dificuldades de acesso tecnológico, do que a faixa etária do público usuário.

O estudo da memória do tempo presente, vem se mostrando renegado para muitos estudiosos, vide o fato de conseguirmos compreender o patrimônio imaterial, conceituado pela Unesco, mas não conseguimos compreender o patrimônio imaterial digital (nato ou digitalizado), locado no ciberespaço, o que claramente se mostra importante para a compreensão do momento que estamos vivendo.

Não só o meio virtual, como a cultura criada por ele, não tem sido bem aproveitados pela Ciência. De um lado, vemos uma parcela da sociedade que se utiliza, cada vez mais, das ferramentas digitais e da Rede, mas que, nem sempre, compreende a linguagem existente no meio virtual. Do outro lado, temos a Geração C que, de forma participativa, fomenta e se expressa cada vez mais ativamente no ambiente virtual.

Os conceitos de museu virtual e webmuseu, que trouxemos para elucidar esta pesquisa, vão ao encontro do que diagnosticamos no #MUSEUdeMEMES. Como instituição, o #MUSEU além de trabalhar com um acervo estritamente nativo do

ciberespaço, não tem a intenção de se expandir para espaços físicos e, para além disso, tem a intenção de buscar aprimorar aspectos como: a comunicação, a gestão de acervo e a pesquisa nos ambientes culturais virtuais. Nesse sentido, sentimos que cumprimos com objetivo geral da pesquisa que era compreender o fenômeno do #MUSEUdeMEMES no ciberespaço.

Percebemos que a pesquisa realizada pelo #MUSEUdeMEMES, sobre o *meme*, visa quebrar a barreira do preconceito sobre os conteúdos e as potencialidades que existem e se expandem no ciberespaço. O *meme*, a cada nova perspectiva, se mostra em consonância com a sociedade, representando de forma irônica, uma percepção social e política sobre os acontecimentos.

Outro ponto importante que atentamos nesta pesquisa, foi sobre os códigos de leitura necessários, para que se tenha acesso ao ambiente do *meme* (o meio onde o *meme* se propaga), não bastando que se tenha acesso às redes sociais na internet ou que se esteja conectado à Rede. Compreendemos, com esta pesquisa, que a formação cultural por parte do usuário, é importante para que se possa fazer a correta leitura e apropriação do *meme*.

Nesse sentido, encontramos consonância entre o #MUSEUdeMEMES e as demais instituições museais, que atuam no ambiente físico e que seguem o tripé da Museologia. Identificamos que a pesquisa gerada dentro do #MUSEUdeMEMES, expande as potencialidades sócio-culturais, contidas no acervo. Detectamos, através da confecção do diagnóstico, que o #MUSEU cumpre com o papel de guarda do acervo, através da preservação das coleções e, também, cumpre com a função comunicacional, através dos meios de diálogo com o visitante contidos no site, bem como o empenho em realizar pesquisas sobre o acervo.

A ausência de um profissional museólogo, foi apontada através do diagnóstico aqui apresentado, como uma falha do #MUSEUdeMEMES. Acreditamos que toda instituição deve ser formada por profissionais de vários campos do saber, especialmente museólogos, no caso deste estudo. A falta deste profissional impossibilita a criação e a aplicabilidade de instrumentos de gestão, como, por exemplo, o plano museológico, que serve como um espelho de como a instituição se encontra e, como reflexo do ela pretende vir a ser.

Ainda que não conte com profissional museólogo e nem tenha desenvolvido o plano museológico, o #MUSEUdeMEMES construiu sua missão institucional, que se resume em: pesquisar e compartilhar estudos sobre *memes* e comunidades virtuais

no Brasil. Pela missão constatamos que o webmuseu, vem realizando com êxito suas propostas, pois suas pesquisas vêm tomando visibilidade no campo acadêmico, além de desmistificar a patrimonialização dos *memes* e de seu valor simbólico.

A visão institucional detalha que o #MUSEU busca tornar-se referência nos estudos sobre *memes* e na discussão “das relações entre internet e culturas políticas no Brasil” (Museu de Memes, 2018), o que nos faz voltar a reconhecer, mais uma vez, que o #MUSEUdeMEMES vem cumprindo com aspectos que garantem a preservação e a gestão de acervo.

Identificamos que a preservação do *meme* enquanto patrimônio cultural digital contemporâneo, é extremamente significativa, levando em conta o seu conteúdo e relevância para o campo da Museologia, pois compreendemos que a partir das discussões que iniciaram-se em 1972, em Santiago do Chile, se deu o alargamento das reflexões e do reconhecimento das novas formas de se fazer museu, que se ampliaram ainda mais com as propostas da Sociomuseologia, bem no caminho que Cristina Bruno (1997) trilha ao revelar que tais transformações estão ligadas às próprias mudanças de compreensão das sociedades sobre os seus fenômenos culturais.

Notamos através do #MUSEUdeMEMES que o fenômeno museal na internet, ainda ocorre de forma abreviada e sem reconhecimento dos órgãos competentes. Acreditamos que os resultados na gestão museológica, estão em consonância com os estudos e as práticas até aqui aplicadas, porém, carecem de maiores reflexões sobre o fenômeno e sobre o saber fazer museológico no ciberespaço. A gestão de acervo no #MUSEUdeMEMES, se mostra conectada com as práticas museológicas correntes, buscando meios de catalogação e condições de guarda e compartilhamento, garantido o acesso à informação, no sentido de propiciar a pesquisa por parte dos visitantes e de outras instituições.

Ao longo do estudo e dos apontamentos realizados no diagnóstico deste trabalho, nos deparamos por diversas vezes, com a barreira criada pela impossibilidade de registro de acreditação dos museus virtuais. Tal impedimento, sem dúvida, é um obstáculo para a evolução da gestão museológica dessas instituições, bem como para o incentivo a pesquisas científicas em torno do fenômeno dos museus virtuais, pois, uma vez que o Instituto Brasileiro de Museus que é o órgão responsável pela Política Nacional de Museus, bem como pela proposição de melhorias para os serviços do setor e que é capaz de impulsionar as legislações do campo, não

reconhece tais instituições, isto pode desabonar as instituições já criadas e as que estão por vir.

Chamamos a atenção para a necessidade de uma pesquisa mais profunda, que seja capaz de fortalecer o campo e buscar o reconhecimento na legislação, traçando uma definição mais elaborada e ampliada do significado de museu virtual. Também acreditamos que, para fomentarmos mais as pesquisas em torno do assunto, a própria Museologia, há de se incentivar e fortalecer os estudos e discussões dentro dos cursos em nível de graduação e pós-graduação em Museologia. Especialmente nos cursos de graduação, que formam os profissionais museólogos (as), para que possam enfrentar as incertezas do campo, com uma visão mais ampla das possibilidades de atuação possíveis, bem como estarem preparados para prestar bons serviços às instituições museais e ajudá-los a usufruir das potencialidades do ciberespaço, como um ambiente de preservação patrimonial.

Os museus virtuais/webmuseus, representam a nova forma de nos comunicarmos através de bens imateriais e se encontram em consonância com a era da inovação, representada pela Geração C, que assim como Figueroa (2016) afirma, estão impulsionados à criatividade e a busca da inovação. Assim, notamos que o fenômeno do museu virtual no ciberespaço, representa uma oportunidade, de os museus se mostrarem e se conectarem com essa nova geração e que a interação proveniente das visitas virtuais, também possa se estender para o mundo físico.

Como destacado por Henriques (2004), é considerado museu virtual aquele que tem suas ações museológicas ou partes dela trabalhadas no virtual. Nesse sentido, percebemos que os museus físicos, podem usufruir mais diretamente dos recursos do ciberespaço e buscar se conectar com novas categorias de público. Encaramos a Geração C como um público em potencial para futuros museus virtuais, bem como das instituições físicas, pois através do virtual, vão criando ligações e interesses, que podem levá-los a ser visitantes de museus, físicos e virtuais, tradicionais ou contemporâneos.

Por fim, mesmo que exista a percepção geral, reforça-se a tomada pelo senso comum, de que os *memes* são incapazes de abordar assuntos com seriedade, porém percebemos ao longo desta pesquisa que, os *memes* expressam posicionamentos políticos, de participação popular e engajamento que são evidentes e que, por isso mesmo, são tomados de memórias. Nesse sentido ressaltamos o dever da Museologia de buscar meios de preservar a memória nativa do ciberespaço,

atentando para o fato de que a Rede é um espaço de interação humana e pode ser usufruída como importante ferramenta de trabalho atrelada à Museologia.

O museu virtual é o espaço de ação do momento presente, onde conexão, criação, inovação e informação se entrelaçam e se complementam. O #MUSEUdeMEMES é a possibilidade prática de aplicação dos conceitos teóricos de uma Museologia que se pretende atualizada, ao buscar novas formas de preservar e socializar o patrimônio cultural, especialmente o nativo digital. Esta pesquisa não se esgota aqui. Os novos tempos estão repletos de memórias e patrimônios a serem observados, absorvidos e preservados como acervos, sejam materiais ou imateriais.

## REFERÊNCIAS

- BASQUES, MESSIAS 2011. **O riso como expressão de um modo de entendimento: do bergsonismo à antropologia**. SCIENTIAE STUDIA. V. 9 N. 1 (2011) - Universidade Federal de São Carlos.
- BOURDIEU, P. 1988 (1984). **Questions de Sociologie**. Paris: Les éditions de minuit, 1988. 277p.
- BRASIL. Lei 11.904 de 14 de janeiro de 2009. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm). Acesso em 25 nov. 2018.
- BRUNO, Cristina. Os museus servem para transgredir: um ponto de vista sobre a museologia paulista. In: SISEM SP (org.). **Museus: o que são, para que servem!** São Paulo: ACA Portinari; secretaria de estado da cultura de São Paulo, 2011, p.29-42.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- DESVALÉES, André; MAIRESSE, François. **Conceitos-chave de Museologia**. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus: Pinacoteca do Estado de São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura, 2013. 100p.
- DODEBEI, V. Cultura digital: novo sentido e significado de documento para a memória social? **DataGramZero**, v.12, n.2, 2011. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/10068>. Acesso em: 24 Jan. 2018.
- DODEBEI, V.; GOUVEIA, I. S. Memória do futuro no ciberespaço: entre lembrar e esquecer. **DataGramZero**, v.9, n.5, p.1-12, 2008. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/v/a/5171>. Acesso em: 5 Jan. 2018.
- FERNANDES, José David Campos. **Introdução à Semiótica**. Paraíba: Letras. 2017, p. 161-185. Disponível em: [http://www.cchla.ufpb.br/clv/images/docs/modulos/p8/p8\\_4.pdf](http://www.cchla.ufpb.br/clv/images/docs/modulos/p8/p8_4.pdf). Acesso em 30 out. 2018. (online)
- FERREIRA, Rubens Ramos. **A musealização do patrimônio digital no Museu da Pessoa** - Rio de Janeiro, 2017. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) – Programa de Pós- Graduação em Museologia e Patrimônio, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO; Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <http://www.repositorio-bc.unirio.br:8080/xmlui/handle/unirio/10927>. Acesso em 25 de ago. 2018.
- FIGUEROA, Franz. **Processos Criativos para a Educação na Era Digital**. Palestra ministrada aos alunos do 2º Fórum EaD da UFRGS, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2P4NQDq>. Acesso em: 19 set. 2018.
- Gil, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. - São Paulo : Atlas, 2002.

GUARNIERI, Waldisa Rússio Camargo (1981). A interdisciplinaridade em Museologia. In: BRUNO, M. C. O. (Org.). **Waldisa Rússio Camargo Guarnieri: textos e contextos de uma trajetória profissional**. São Paulo: Pinacoteca do Estado: Secretaria de Estado da Cultura: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2010. Vol.1. p.123-126.

GUARNIERI, Waldisa Rússio. [untitled]. In: SYMPOSIUM COLLECTING TODAY FOR TOMORROW. Leiden: ICOM, International Committee for Museology/ICOFOM, 1984. p. 51-59. (ISS: ICOFOM STUDY SERIES, n. 6).

GUARNIERI, Waldisa Rússio.[untitled]. **MuWoP: Museological Working Papers = DoTraM: Documents de Travail en Muséologie**. Interdisciplinarity In: Museology, Stockholm, ICOM, International Committee for Museology/ICOFOM, Museum of National Antiquities, v. 2, p. 56-57, 1981.

HENRIQUES, Rosali. **Museus Virtuais e Cibermuseus: a internet e os museus**, 2004. Disponível em: [http://www.museudapessoa.net/public/editor/museus\\_virtuais\\_e\\_cibermuseus\\_a\\_internet\\_e\\_os\\_museus.pd](http://www.museudapessoa.net/public/editor/museus_virtuais_e_cibermuseus_a_internet_e_os_museus.pd). Acesso em: 18 de jan.2018.

ICOM (1984), Declaração de Quebec. Princípios de base de uma Nova Museologia. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3832584/mod\\_resource/content/1/Declara%C3%A7%C3%A3o%20de%20Quebec%20-%20princ%C3%ADpios.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3832584/mod_resource/content/1/Declara%C3%A7%C3%A3o%20de%20Quebec%20-%20princ%C3%ADpios.pdf). Acesso em 27 de nov. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **O que é museu**. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/os-museus/o-que-e-museu/>. Acesso em: 16 de out. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Subsídios para a elaboração de planos museológicos**. 2016.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 6.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: 34,1999.

LIMA, Diana Farjalla Correia. O que se pode designar como Museu Virtual segundo os museus que assim se apresentam... In: **ENANCIB (10) - Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação. Responsabilidade Social da Ciência da Informação**. 25 a 28 outubro 2009. João Pessoa: UFPB, ANCIB. 2009. Disponível em: Acesso em: 11 Dez. 2018.

MAGALDI, Monique. **Navegando no Museu Virtual: um olhar sobre formas criativas de manifestação do fenômeno museu**. 253f, Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós Graduação em Museologia e Patrimônio, Universidade do Estado do Rio de Janeiro/Museu de Astronomia e Ciências Afins, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: [http://eprints.rclis.org/24862/3/dissertacao\\_monique\\_magaldi.pdf](http://eprints.rclis.org/24862/3/dissertacao_monique_magaldi.pdf). Acesso em: 16 nov. 2018.

MELLO, Janaina Cardoso. Museus e Ciberespaço: novas linguagens da comunicação na era digital. **Cultura Histórica e Patrimônio**, Alfenas, v. 1, n. 2, p.6-29, set.2013. Disponível em: [https://publicacoes.unifalq.edu.br/revistas/index.php/cultura\\_historicapatrimonio/articloe/view/01\\_art\\_v1n2](https://publicacoes.unifalq.edu.br/revistas/index.php/cultura_historicapatrimonio/articloe/view/01_art_v1n2)>. Acesso em: 5 ago. 2018.

MOUTINHO, M. C. **A Declaração de Quebec em 1984**. In: ARAÚJO, M. M.; BRUNO, M. C. O. (Org.). A memória do pensamento museológico contemporâneo. São Paulo: Comitê Brasileiro do Icom, 1995. P. 26-31.

MOUTINHO, Mário C. Sobre o conceito de museologia social. In: **Cadernos de Sociomuseologia**. vol. 1, nº 1. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, 1993, p. 7-9.

MUCHACHO, Rute. **O Museu virtual: as novas tecnologias e a reinvenção do espaço museológico**. Actas – 3º SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO -Estética, Arte e Design. Vol 1. Pg 579 a 583.

**MUSEU DE MEMES**. Diagnóstico. 2018. Disponível em: <http://www.museudememes.com.br/>. Acesso em: 20 agost. 2018.

OLIVEIRA, Priscila Chagas. **Interfaces da memória social: análise do compartilhamento do conjunto de imagens digitais do Acervo Digital Bar Ocidente no Facebook**,2017. 146f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2AshRaX>. Acesso em:17 de agost.2018.

OLIVEIRA, Priscila Chagas. Museu difuso: interface da memória, **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**, abr.-jun. 2016. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/cccss/2016/02/museo.html>. Acesso em 16 de set.2018.

OLIVEIRA, Priscila Chagas; REIS, Marina Gowert dos. Preservação Participativa na Cultura Digital: estudo do acervo digital bar ocidente. In: **Encontro Internacional Fronteiras e Identidades**, 3, 2016, Pelotas. Anais...Pelotas: UFPEL, 2016.

PINHEIRO, Lena Vânia Ribeiro. Fronteiras e horizontes da pesquisa em Ciência da Informação no Brasil. In: ALBAGLI, Sarita (Org.). **Fronteiras da Ciência da Informação**. Brasília: IBICT, 2013. p. 7-33. Disponível em: <http://livroaberto.ibict.br/handle/1/1020>. Acesso em: 11 out. 2018.

PORTAL DA EDUCAÇÃO. **O que é Web 2.0**. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/esporte/o-que-e-web-20/46028>. Acesso em: 03 de out. 2018.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel da Cunha. A terceira geração da hipertextualidade: cooperação e conflito na escrita coletiva de hipertextos com links multidirecionais. **Líbero (FACASPER)**, v. IX, p. 83-93, 2006. Disponível em: [http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/links\\_multi.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/links_multi.pdf). Acesso em 29 de out. 2018.

RECUERO, Raquel da C. Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais. **Revista 404notfound** - Revista Eletrônica do Grupo Ciberpesquisa. Edição 31, agosto de 2003. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/webrings.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2018.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, **Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando.. (Org.). Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009, v, p. 1-269.

RECUERO, Raquel. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais** - Trabalho apresentado no GT de Comunicação e Cultura do VII Seminário Internacional de Comunicação, em Setembro de 2002. Trabalho publicado na revista 404notFound, v1. número 31, 2003.

REIS, M. G; SERRES, J. C. P; NUNES, J. F. I. **Bens culturais digitais: reflexões conceituais a partir do contexto virtual**. Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, v. 21, n. 45, p.54-69, jan./abr., 2016.

RENIM - **Rede Nacional de Identificação de Museus**. Registro de instituições no sistema de museus. 2018. Disponível em: <http://renim.museus.gov.br/renim/o-que-e-a-renim/>. Acesso em: 20 nov. 2018.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, Alahna Santos da. **CRESCENTE TECNOLÓGICA NOS MUSEUS: estratégias digitais aplicadas às experiências museais**. 2017. 109f. Trabalho de conclusão de curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

SCHEINER, Teresa Cristina M. Apolo e Dioniso no Templo das Musas. **Museu: gênese, ideia e representações nos sistemas de pensamento da sociedade ocidental**. Dissertação de Mestrado. RJ: UFRJ/ECO, 1998. 152p.

SCHEINER, Teresa Cristina M.. **As bases ontológicas do Museu e da Museologia**. In: Simpósio Museologia, Filosofia e Identidade na América Latina e Caribe. ICOFOM LAM, Coro, Venezuela, Subcomitê Regional para a América Latina e Caribe/ICOFOM LAM, p. 133-164, nov/dez 1999.

SCHEINER, Tereza Cristina. O Museu Como Processo. In: Saha Fassa Benchetrit; Rafael Zamorano Bezerra; Aline Montenegro Magalhães. (Org.). **Museus e Comunicação: exposições como objeto de estudo**. 1.ed. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010, v.1, p. 47-68.

SCHEINER, Tereza. Apolo e Dionísio no templo das musas – Museu: gênese, ideia e representações na cultura ocidental. 1998. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. 2010. Disponível em:

<https://cadernoselivros.files.wordpress.com/2015/11/a-cultura-da-participac3a7c3a3o-clay-shirky.pdf>. Acesso em: 30 out. 2018.

SUSSAI, Andressa de Oliveira. **Análise da atribuição das hashtags no Instagram para a representação de imagens**. 2014. 60f. Trabalho de conclusão de curso - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2014.

UNESCO. **Carta sobre a Preservação do Patrimônio Digital**. 2003. Disponível em: [http://www2.dem.inpe.br/ijar/UNESCOCartaPreservacaoDigital\\_PTfinal.pdf](http://www2.dem.inpe.br/ijar/UNESCOCartaPreservacaoDigital_PTfinal.pdf). Acesso em 22 de nov.2018

VIEIRA, Euripedes Falcão. A sociedade Cibernética. **Cadernos ABAPEBR**, v.4, nº2, jun.2006.

VIKTOR, ChagaS <v\*\*\*\*@midia.uff.br> Entrevista sobre a gestão de acervo e outras dúvidas sobre o #MUSEUdeMEMES [27 de outubro.2018]. Trabalho de conclusão de curso. Entrevista concedida a Caroline Grasel).

## APÊNDICE A

### Instrumento de Coleta de Dados

Roteiro de entrevista com corpo diretivo e técnico do Webmuseu #MUSEUdeMEMES

Este instrumento de pesquisa, constando das técnicas de entrevista semi-estruturada, foi desenvolvido visando à coleta de dados para o Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Museologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre / RS.

O questionário é de responsabilidade da graduanda Caroline Grasel, sob orientação da Professora Márcia Bertotto.

Nome \_\_\_\_\_

Formação \_\_\_\_\_

Função no #MUSEUdeMEMES \_\_\_\_\_

Há quanto tempo atua no Museu \_\_\_\_\_

1. Como foi o processo de criação do Museu e quais os motivos para a auto definição para WebMuseu?
2. Quais foram as referências teóricas e práticas para a criação do Museu?
3. Quais foram os sucessos e dificuldades no momento da criação?
4. Há instrumentos legais de criação do museu? (ata, estatuto, regimento??)
5. Existem estudos de público?
6. Como se caracteriza a comunidade (freqüentadores e Visitantes) que acompanha o museu?
7. Já foram estabelecidas a visão e a missão do museu?
8. Há um plano museológico ou em andamento? Em caso positivo, quais são seus objetivos, metas e projetos?
9. Há uma política de gestão de acervos? (aquisição e descarte) Em caso negativo, como se dá o ingresso de acervo? (compra, doação??)

10. Existe comissão de acervos? Quem faz parte dela? Quais são as atribuições da comissão? Se não existe comissão, quem faz a avaliação do que é aceito como acervo? (aqui eu quero entender como a comissão atua e, se não tem comissão, quem seleciona o acervo)
11. Existem pesquisas sobre o perfil do público do qual se obtém o acervo ?
12. O meme é preservado pelo museu como um patrimônio virtual?
13. Como é feita a catalogação e inventário do acervo?
14. Existem estudos sobre os tipos de coleções que precisam ser ampliadas?
15. Como o museu se mantém? Quais os recursos financeiros? Há parcerias?
16. Quais são as prioridades do Museu neste momento?

## APÊNDICE B

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO ATENÇÃO:** *Este é um modelo a ser adaptado segundo as necessidades de cada protocolo de pesquisa. Lembre-se de que o consentimento deve ser feito em forma de convite, esclarecendo da melhor maneira possível todos os procedimentos e garantias relativas à pesquisa. Mais ainda, o termo deve ter uma linguagem adequada de acordo com o público a que se destina, bem como se adaptar à realidade do tipo de entrevistado.*

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário, do Trabalho de conclusão de curso intitulado MUSEOLOGIA NA CONTEMPORANEIDADE: Um estudo de caso do Museu de Memes, conduzida por Caroline Grasel Oliveira. Este estudo tem por objetivo analisar o webmuseu #MUSEUdeMEMES, através de um viés Museológico.

Você foi selecionado por ser o Diretor e coordenador geral do #MUSEU. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

Sua participação nesta pesquisa consistirá em elaborações de respostas obtidas através de um questionário estruturado, previamente enviado. A utilização se dará apenas pela solicitante Caroline Grasel.

Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação.

O pesquisador responsável se comprometeu a tornar públicos nos meios acadêmicos e científicos os resultados obtidos de forma consolidada sem qualquer identificação de indivíduos [ou instituições] participantes.

Caso você concorde em participar desta pesquisa, assine ao final deste documento, que possui duas vias, sendo uma delas sua, e a outra, do pesquisador responsável / coordenador da pesquisa. Seguem os telefones e o endereço institucional do pesquisador responsável e do Comitê de Ética em Pesquisa – CEP, onde você poderá tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação nele, agora ou a qualquer momento.

Contatos do pesquisador responsável: Caroline Grasel Oliveira, Estudante de Museologia, reside no endereço Dr Pereira Neto, 2217 -Porto Alegre. E-mail: [Grasel.museu@gmail.com](mailto:Grasel.museu@gmail.com).

Caso você tenha dificuldade em entrar em contato com o pesquisador responsável, comunique o fato à ComGrad/MSL da Museologia/UFRGS: Rua Ramiro Barcelos, 2705 - Campus Saúde Anexo - Porto Alegre. E-mail: [museologia@ufrgs.br](mailto:museologia@ufrgs.br) - Telefone: (051) 3308.5105.

Declaro que entendi os objetivos, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa, e que concordo em participar.

Porto alegre 14 de novembro de 2018.

Assinatura do(a) participante: \_\_\_\_\_ 

Assinatura do(a) pesquisador(a): \_\_\_\_\_

Rubrica do participante Rubrica do pesquisador