

Os Museus da Imagem e do Som Brasileiros e a sua Presença na Web

The Brazilian Museums of Image and Sound and Their Web Presence

*Los Museos Brasileños de Imagen y Sonido y sus
Presencia Web*

*Isac Daniel Santana¹
Ana Cecília Rocha Veiga²*

Resumo: Este artigo objetiva compreender como os Museus da Imagem e do Som (MISes) estão implementando e gerindo a sua presença na Web, destacando as ações de difusão dos acervos audiovisuais digitais. Empreendemos reflexões sobre memória e o patrimônio audiovisual brasileiro, bem como o impacto que a revolução digital provocou nos museus com esta tipologia. Dentro deste cenário, objetivamos identificar a relação dos MISes com os ambientes on-line, avaliando a difusão dos acervos digitalizados e nativo digitais por meio de plataformas próprias, como websites, ou comerciais, como as redes sociais. Os recursos metodológicos foram a revisão bibliográfica, coleta ativa de dados e questionários on-line. Os resultados apontam para usos menos estruturados de divulgação deste acervo, concentrando-se mais em redes sociais e menos em recursos cuja recuperação da informação seja mais profissional e efetiva, como os repositórios digitais. As ações on-line foram diversificadas, indo desde *web* rádio a *tour* virtuais. Esperamos que este trabalho possa servir de subsídio decisório e de inspiração para os profissionais do campo museal, tanto por meio das lacunas que identifica, quanto pelas boas práticas que destaca na gestão e na preservação do nosso precioso patrimônio audiovisual brasileiro.

Palavras-chave: Museus da imagem e do som. Patrimônio audiovisual. Gestão de acervos digitais. Websites. Redes sociais.

Abstract: This article aims to understand how the Museums of Image and Sound are implementing and managing their presence on the Web, highlighting the actions of digital media (audio and video) collections' dissemination. We undertook reflections on memory, the Brazilian media heritage, and the digital revolution's impact on museums with this typology. Within this scenario, we aim to identify the relationship between museums and online environments, evaluating the diffusion of digitized and digital native collections through their

¹ Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. E-mail: isacdanielsantana@gmail.com.

² Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil. E-mail: anacecilia@ufmg.br.

own platforms, such as websites, or commercial ones, such as social networks. The methodological resources included the bibliographic review, active data collection, and online questionnaires. The results point to less structured uses for disseminating the collections, focusing more on social networks and less on resources whose information retrieval is more professional and effective, such as digital repositories. Online actions were diversified, ranging from web radio to virtual tours. We hope that this work can serve as a decision-making subsidy and inspiration for professionals in the museum field, both through the gaps it identifies and the good practices it highlights in the management and preservation of our precious Brazilian heritage.

Keywords: Image and Sound Museums. Audio and video heritage. Management of digital collections. Websites. Social networks.

Resumen: Este artículo tiene como objetivo comprender cómo los Museos de Imagen y Sonido están implementando y gestionando su presencia en la Web, destacando las acciones de difusión de las colecciones audiovisuales digitales. Realizamos reflexiones sobre la memoria y el patrimonio audiovisual brasileño, así como sobre el impacto que la revolución digital tuvo en los museos con esta tipología. Dentro de este escenario, nuestro objetivo es identificar la relación entre los museos y los entornos en línea, evaluando la difusión de colecciones digitalizadas y nativas digitales a través de plataformas propias, como sitios web, o comerciales, como redes sociales. Los recursos metodológicos fueron la revisión bibliográfica, la recogida activa de datos y los cuestionarios online. Los resultados apuntan a usos menos estructurados para la difusión de esta colección, centrándose más en las redes sociales y menos en recursos cuya recuperación de la información sea más profesional y eficaz, como los repositorios digitales. Las acciones en línea se diversificaron, desde radio web hasta tour virtuales. Esperamos que este trabajo pueda servir como subsidio para la toma de decisiones e inspiración para los profesionales del campo de los museos, tanto por los vacíos que identifica como por las buenas prácticas que destaca en la gestión y preservación de nuestro preciado patrimonio audiovisual brasileño.

Palabras clave: Museos de imagen y sonido. Patrimonio audiovisual. Gestión de colecciones digitales. Sitios web. Redes sociales.

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa apresentada neste artigo objetiva compreender como os Museus da Imagem e do Som (MISes) estão implementando e gerindo a sua presença on-line por meio da disponibilização do seu acervo na *World Wide Web* (ou simplesmente *Web*), com destaque para as ações de difusão dos acervos audiovisuais digitais.

O avanço das tecnologias digitais, a popularização da internet e o surgimento da *Web* têm provocado profundas transformações em nossa sociedade. Essas transformações tecnológicas têm afetado também os estudos sobre a preservação do patrimônio e da memória,

fazendo com que novos termos sejam cunhados, como patrimônio digital e memória digital. As instituições que preservam o patrimônio cultural, diante deste cenário, procuram novas formas de gerir seus acervos em ambientes digitais.

Nos últimos anos, assistimos uma explosão da produção e consumo de conteúdos audiovisuais, em especial aqueles nativo-digitais, o que impõe enormes desafios aos MISEs. Agora, estes precisam administrar coleções prioritariamente digitais, bem como lidar com as questões associadas aos direitos autorais de reprodução desses novos acervos.

Tendo em vista todos esses desafios, as questões que norteiam essa pesquisa são: qual a relação dos MISEs com os ambientes on-line? Como esses museus estão implementando sua presença on-line a partir de seus acervos digitalizados e nativos digitais?

Tais questionamentos se ancoram no fato de que, segundo pesquisa de Mendonça (2012), a ação de comunicação que os Museus da Imagem e do Som consideram efetiva é através da Web. Segundo a autora, 92% possuem presença na internet e utilizam comunicação virtual³, através de websites e de redes sociais.

A internet também se tornou um dos meios de comunicação mais utilizados pela população brasileira. Cabe a nós, neste projeto, entender como é feita essa interação entre acervo digital dos MISEs e a *Web*, levando em consideração a função social dos museus, a preservação do patrimônio e da memória através do conteúdo publicado.

O resultado desse trabalho apresenta métodos, técnicas e ferramentas que estão sendo utilizados por MISEs para catalogação, gestão e difusão de seu acervo museológico digital. Estes dados podem servir de norte ou inspiração para outros museus, tanto instituições que já possuem acervos na *Web* e desejam ampliar sua atuação no ciberespaço, quanto para aquelas que pretendem começar a implementar seus acervos em ambientes digitais e, por isto, demandam referências.

Antes, contudo, de apresentarmos os resultados obtidos com os levantamentos, cabe pontuarmos alguns conceitos basilares.

³ No âmbito acadêmico e museal, a palavra “virtual” possui geralmente uma conotação diferente, estando associada ao real em potencial, de acordo com pensadores como Pierre Lévy. Contudo, no léxico coloquial, já se consolidou o “virtual” como sinônimo de tecnologias digitais on-line, *Web* ou ciberespaço. E é neste segundo sentido, já acrescentado ao vocabulário cotidiano, que utilizamos esta terminologia.

2 MEMÓRIA, PATRIMÔNIO E AUDIOVISUAL

2.1 A expansão do conceito de patrimônio cultural

O conceito de patrimônio cultural se ampliou ao longo do tempo. As discussões sobre o patrimônio imaterial e sobre o audiovisual tomaram novos contornos especialmente após a Segunda Guerra Mundial, com destaque para os debates ocorridos no âmbito da UNESCO.

No Brasil, as discussões começaram a ganhar mais espaço nas décadas de 1920 e 1930. Observamos, nesse período, iniciativas importantes para a expansão do que era considerado cultura nacional, que serviram de subsídio para a criação de políticas públicas para a preservação do patrimônio cultural. Durante esse período, ressaltamos as iniciativas de Mario de Andrade, que procurou construir uma imagem da nossa cultura brasileira. Por meio de suas viagens pelo Brasil, registrava festas populares, lendas, ritmos musicais, canções, danças, dentre outras expressões. Defendia, por fim, que a cultura nacional ia muito além da cultura europeia e erudita, aqui largamente disseminadas. Os registros de Mário de Andrade geraram um acervo audiovisual riquíssimo, que veio a se tornar parte do patrimônio cultural brasileiro.

Do ponto de vista dos museus, observamos alguns momentos importantes para estabelecer a consolidação de tipologias, abrindo caminhos para as discussões que estabeleceram novas formas de pensar o fazer museológico. Por exemplo, a Nova Museologia, na qual o patrimônio vai muito além do edificado, relacionando as suas dimensões físicas com as simbólicas, o tangível com o intangível. Nesta corrente, o papel dos visitantes também assume outras dimensões, deixando um lugar de passividade para alcançar o protagonismo.

Com o advento das novas definições decorrentes destes intensos debates, que marcaram o século XX e consolidaram os instrumentos normativos acerca do patrimônio imaterial, a museologia contemporânea galgou vários avanços. Provocou-se, assim, reflexões e transformações em museus tradicionais, nos quais não apenas os monumentos e artefatos tridimensionais seriam musealizados, mas também manifestações artísticas, manifestações populares, as crenças e demais elementos que compõem a memória cultural.

No que tange ao conceito de *museu* em si, quando avaliamos o cenário mundial, em especial após a fundação do *International Council of Museums* (ICOM), em 1946, percebemos a crescente preocupação com as diversas dimensões do patrimônio cultural a ser musealizado e preservado. Esta preocupação fica expressa na evolução do próprio termo *museu* definido pelo ICOM que, gradativamente, incorporou a dimensão intangível do patrimônio. Em 2022, após

ampla discussão, o ICOM aprovou uma nova definição de museu, que não só contempla temas contemporâneos relevantes – como a inclusão, diversidade e sustentabilidade – mas como também ressalta o papel do museu ao proporcionar experiências. Este papel possui direta correlação com os MISEs e suas atuações híbridas, conforme veremos mais adiante neste artigo.

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos. (ICOM, 2022).

2.2 Patrimônio Audiovisual e os Museus da Imagem e do Som

Um dos primeiros documentos a referir-se a acervos audiovisuais como patrimônio foi a Recomendação para a Salvaguarda e Preservação das Imagens em Movimento, elaborada pela UNESCO e aprovada na sua 21ª Conferência Geral, em Belgrado, 1980. A recomendação considera que “imagens em movimento são novas formas de expressão, particularmente características da sociedade atual, e nas quais se refletem uma parte importante e cada vez maior da cultura contemporânea” (UNESCO, 1989).

O audiovisual foi alvo de vários debates até ser contemplado pelas políticas de patrimônio. Por um longo período, foi considerado por arquivos e bibliotecas como "documentos especiais", "não textuais" ou "não convencionais" (VIEIRA, 2016). Por exigir tratamentos específicos, diversas vezes foram colocados de lado, especialmente por demandarem uma série de detalhes e cuidados que dificultam a sua preservação.

O tema se tornou alvo de intensos debates na Câmara Técnica de Documentos Audiovisuais, Iconográficos e Sonoros (CTDAIS) do Arquivo Nacional. As discussões envolviam não somente as formas de preservação desta tipologia de acervo, mas como também suas definições, culminando na consolidação do termo *audiovisual*. Mendonça destrincha os conceitos principais em definições detalhadas a seguir, adotadas por nós como referência:

a) acervo sonoro, acervo de áudio e/ou acervo fonográfico – conjuntos de sons/áudios representativos do patrimônio material e imaterial gravados em suportes e formatos diversos, tais como, fitas magnéticas analógicas em formato cassete/fitas de rolo; discos de goma laca de 78 rotações; discos de vinil – LP, EP, Compacto e Maxi -; sons/áudios gravados em formatos

digitais, como CDs, DVDS, MP3, dentre outros;

b) acervo videográfico – conjuntos de sons e imagens representativos do patrimônio material e imaterial gravados em suportes e formatos que abrangem as fitas magnéticas analógicas em formato quadruplex e fitas magnéticas analógicas em formato cassetes como as fitas Umatic, VHS, Betacam, S-VHS, SVHS-C, Vídeo 8, Hi8; e os formatos digitais, como Dvcam, Mini DV, DVD, dentre outros;

c) acervo cinematográfico – conjunto de sons e imagens representativos do patrimônio material e imaterial gravados em filme cinematográfico ou película cinematográfica preto e branco e em cores, nos formatos 35 milímetros, 16 milímetros e Super 8, dentre outros;

d) acervo fotográfico – conjunto de imagens representativas do patrimônio material e imaterial gravados em filme fotográfico ou película fotográfica, em placas de vidro, em negativos, diapositivos/‘slides’ ou em processos e arquivos digitais, dentre outros. (MENDONÇA, 2012, p. 43-44).

Cada museu que abarca essa tipologia possui características distintas, justamente devido às particularidades de seus acervos. Em alguns museus, o acervo mais expressivo vai estar relacionado à televisão e ao rádio. Em outros, o cinema, a música etc. Essas características influenciam nos tipos de suportes que são predominantes na instituição e, conseqüentemente, nos processos de preservação adotados.

É preciso considerar, ainda, a importância que o audiovisual possui para difusão e suporte de outras formas de patrimônio, como fica evidenciado nos registros coletados pelos Modernistas, à exemplo das caravanas e viagens de Mário de Andrade.

Por muito tempo, os registros audiovisuais foram considerados como documentos secundários dentro dos museus brasileiros. Com a criação dos Museus da Imagem e do Som – MIS (MISes no plural), é que segundo Mendonça (2012, p. 189), “as imagens e os sons de indivíduos ou grupos e de manifestações históricas e artísticas gravados nos suportes e nos formatos mais diversos, passaram a se constituir em acervos desses museus, e, como tal, submetidos a processos de musealização.”

Em 1965, nasceu o Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro (MIS-RJ), um museu novo no Brasil. Novo não apenas por estar sendo inaugurado e suas portas recém-abertas para o público, mas pelo que era proposto, pelo que representava e pelo que expunha: um museu que constituiu o seu acervo com objetos diferentes daqueles que eram tradicionais, provocando curiosidade e estranheza.

Esse novo museu abrigava, desde sua origem, documentos iconográficos e audiovisuais em diversos tipos de formatos. Nos suportes como os discos, filmes, partituras etc. estavam registrados partes da história e do patrimônio do Rio de Janeiro. O objetivo dos idealizadores do MIS-RJ era eternizar a memória e a identidade desta cidade, que outrora fora a capital do Brasil. Consolidava-se ali uma instituição para preservar, com imagens e sons, as memórias da musa inspiradora de sua criação, o próprio Rio.

Esta vocação regional do MIS-RJ inspirou a criação de outros museus da imagem e do som no país, voltados para o registro também da história local. Outra grande contribuição consistiu no *Programa Depoimentos para a Posteridade*, que trouxe para o MIS uma considerável repercussão e, ainda hoje, serve de modelo para a estruturação de programas similares. A iniciativa pode ser considerada pioneira no que se refere a essa marca dos MISEs, que os diferenciam de outras tipologias de museu: o fato de serem, eles próprios, produtores de parte relevante de seu acervo.

Por fim, difusão e suporte se misturam nos MISEs, tendo em vista que inúmeros de seus acervos já nascem digitais.

Sobre esta questão da difusão, Carvalho vai pontuar a importância desses museus estarem ativos nas redes sociais e internet. Tomando como exemplo o MIS de Campinas, este autor reforça a importância e a falta que faz ao MIS deter um website próprio. Embora o museu realize ações para disponibilizar seu acervo na internet, as informações acabam se tornando dispersas. E isto, segundo Carvalho, restringe a comunicação do museu. Para o autor:

Esse museu público precisa estar envolvido em um estudo do público, adaptar mais a sua museografia de acordo com as suas especificidades para diferentes interessados. A análise desses distintos públicos, dos quais tenta se aproximar por meio de disponibilização de seu acervo e de suas coleções de maneira on-line, é preocupação de um museu que busca estar disponível a todos. Então se reconhece, valoriza e dispõe o acesso on-line às suas coleções. Esse museu polimórfico atua como um museu fórum, que ocupa um lugar importante para o debate sobre os desafios da sociedade, oportunizando à comunidade espaços de construção de conhecimento, para que se ampliem a visão e a reflexão com os muitos debates feitos nessa unidade. (CARVALHO, 2021, p. 30).

É sobre isto que discutiremos a seguir, ao analisarmos o impacto da Era Digital no patrimônio audiovisual.

2.2 A Era do Digital e o Audiovisual

As constantes mudanças dos suportes audiovisuais redundam em desafios para a preservação e difusão do patrimônio, abrigado em tantas diferentes mídias, à medida em que a revolução digital providencia um rápido avanço tecnológico.

Neste cenário, não é apenas o suporte que deve ser preservado, mas também os dispositivos de reprodução desses suportes, que são cada vez mais difíceis de serem encontrados, principalmente devido às alterações e obsolescência de padrões de dispositivos comerciais.

Buarque (2008) pondera que os documentos audiovisuais só alcançam uma preservação plena, a longo prazo, quando se inserem no campo digital, considerando que os arquivos digitais podem ser copiados com precisão matemática. Para o autor, isso faz com que não ocorram perdas de informação quando estas são passadas de um sistema para outro. Os dados digitais podem, ainda, ter a sua integridade verificada e, dentro de certo limite de erros, serem recuperados.

Entretanto, o digital também apresenta inúmeros desafios: demanda por *backups*, procedimentos de cibersegurança, atualização de formatos para suplantarem esta obsolescência tecnológica, erros no processo de reprodução ou cópia, modificações indesejadas, manipulações incorretas dos dados, demanda por garantia de espaço nos equipamentos adequados para armazenamento, processos dispendiosos e demorados de digitalização, para mencionarmos apenas alguns obstáculos.

Não obstante estas questões, Mello (2015, p.3) considera que: “Frente às inovações tecnológicas e a necessidade de tornar a técnica fria um processo humanizado para servir ao social, os museus apreendem os recursos digitais como meio de preservação da memória patrimonial.”

A inserção de acervos audiovisuais nos ambientes digitais através da digitalização, e o surgimento de acervos *nato digitais* (documentos que são criados no formato digital), gerou a necessidade de um tratamento específico para esses acervos. Em relação a esse tema, o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) considera que:

Em ambos os casos, para que seja possível recuperar a informação sobre o acervo digital, é necessário tratá-lo, documentá-lo e armazená-lo, juntamente com as informações que permitem sua identificação. São essas informações que, associadas, fornecem o contexto daquele item: quem o criou, quando foi criado, se possui direitos autorais ou de imagem, em que contexto pode ser

usado, etc. Tanto a descrição, como o item digitalizado devem estar vinculados e armazenados em um local adequado, chamado, comumente, de “repositório digital de acervos”. (IBRAM, 2020, p. 19).

Faz-se importante, então, compreender os rumos do patrimônio cultural a partir do campo digital, e todos os processos que envolvem a prática de preservação dos acervos que estão nesse meio. Deparamo-nos, então, com a ressignificação de palavras como “curadoria”, “museu”, “patrimônio”, “acervo”. Tais termos recebem novas conotações ao adicionarmos palavras como “virtual” ou “digital”, conformando conceitos como “patrimônio digital”, “museu virtual” ou “acervo digital” (CESCHIN, 2015). Sobre isto, a UNESCO declara:

O patrimônio digital consiste em recursos únicos de conhecimento e expressão humana. Abrange recursos culturais, educacionais, científicos e administrativos, bem como informações técnicas, jurídicas, médicas e outros tipos de informações criadas digitalmente ou convertidas em formato digital a partir de recursos analógicos existentes. Quando os recursos são “nato digitais”, não há outro formato além do objeto digital.

Os materiais digitais incluem textos, bancos de dados, imagens estáticas e em movimento, áudio, gráficos, softwares e páginas da Web, entre uma ampla e crescente gama de formatos. São frequentemente efêmeros e exigem produção, manutenção e gerenciamento propositais para serem mantidos. Muitos desses recursos têm valor e significado duradouros e, portanto, constituem um patrimônio que deve ser protegido e preservado para as gerações atuais e futuras (UNESCO, 2003, p. 1-2, tradução nossa⁴).

Consolidada esta demanda por preservação, os museus contemporâneos, em interlocução com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), têm buscado novas maneiras de disseminar o conhecimento, seja por meio de “acervos museológicos virtualizados, sites na internet ou aplicativos que permitem um *tour* pelos espaços de um museu, bem como acesso a informações sobre coleções de objetos ou documentos em bancos de dados” (MARÇAL e MANGAN, 2019, p. 108).

⁴ The digital heritage consists of unique resources of human knowledge and expression. It embraces cultural, educational, scientific and administrative resources, as well as technical, legal, medical and other kinds of information created digitally, or converted into digital form from existing analogue resources. Where resources are “born digital”, there is no other format but the digital object. Digital materials include texts, databases, still and moving images, audio, graphics, software and web pages, among a wide and growing range of formats. They are frequently ephemeral, and require purposeful production, maintenance and management to be retained. Many of these resources have lasting value and significance, and therefore constitute a heritage that should be protected and preserved for current and future generations.

Mais do que suporte da informação e do conhecimento, o digital é também transformador da própria informação que carrega, como eternizou Marshal McLuhan, ao afirmar que “o meio é a mensagem”. O meio, que envolve o suporte e, também, a indústria do audiovisual, atuam sobre este conteúdo, transformando-o de acordo com o funcionamento vigente deste mercado. "Quando a comunicação cultural se submete a tais lógicas de mercado ela sofre uma modificação em sua própria essência e prejudica diretamente o seu caráter de bem público, identidade cultural e livre expressão emancipadora." (BARROS, 2008, p.202)

Para além do impacto que o continente possui no conteúdo, a própria conceituação de memória se modifica. Mangan (2010) conclui:

Seria possível definir uma memória digital (determinada pelo suporte computacional – está associada a questões técnicas e às tecnologias de informação) e uma memória virtual (determinada pela conexão e dispersão da Internet – transcende o espaço físico, estando associada também às tecnologias de comunicação). A memória virtual precisa da memória digital para existir, mas um registro digital somente tem significado com memória coletiva e/ou social ao se tornar virtual. (MANGAN, 2010, p. 176 apud MARÇAL e MANGAN, 2019, p. 113).

Na contemporaneidade, a produção e distribuição democratizada de conteúdo via internet, provoca um aumento explosivo do volume de informações em circulação. Disto decorrem problemas: com a mesma facilidade e velocidade que se produz e distribui, também se exclui ou esquece, criando um processo de apagamento e omissão de memórias no ciberespaço.

Hollós e Paternot (2020) afirmam que temas como memória, patrimônio cultural, identidade e pertencimento têm sido cada vez mais recorrentes em matérias e publicações na Web. E que o medo do esquecimento pode estar sendo causado justamente por esse aumento de produção e distribuição de conteúdo informacional.

No início dos anos 2000, Huysen (2000), em sua série de ensaios intitulada “*Seduzidos pela memória*”, apresentou a hipótese da existência de uma amnésia provocada pela própria cultura da memória que circula nas mídias. O autor acredita que o aumento explosivo da memória pode estar sendo acompanhado por um aumento igualmente impactante do esquecimento, no qual as relações entre ambos (memória e esquecimento) podem estar sendo transformadas pelas tecnologias da informação, pelas políticas midiáticas e pelo consumismo desenfreado. Huysen alerta para o fato alarmante de que muitas das memórias que circulam e

são comercializadas atualmente configuram-se como memórias imaginadas. E que esse tipo de memória é mais fácil de se esquecer do que as memórias vividas.

Outro agravante é que grande parte dessas memórias em meio digital estão sendo armazenadas em plataformas proprietárias, como as redes sociais. E o desaparecimento ou modificação dos critérios de exibição dessa memória causarão impactos, algumas vezes irreversíveis, na preservação desse patrimônio. Hollós e Paternot (2020) chegam a falar, inclusive, em uma *amnésia digital*.

Neste contexto desafiador, no qual a produção de conteúdo se intensifica drasticamente, fica evidenciada a relevância de projetos como o Internet Archive (2022), que desde 1996 documenta para a posteridade uma parcela significativa da Web, bem como dos próprios MISes e de sua presença on-line.

E é esta presença, portanto, que pretendemos conhecer melhor com nossa investigação.

3 METODOLOGIA

Tomando como ponto chave o aumento de acervos audiovisuais em formato digital e a popularização do uso da internet, o objetivo geral deste estudo consiste em investigar os acervos dos MISes brasileiros e a sua presença na Web.

As problemáticas que norteiam a pesquisa são: qual a relação do MISes com os ambientes on-line? Como esses museus estão implementando sua presença on-line a partir de seus acervos digitalizados e nativos digitais?

Para tanto, foram utilizadas as seguintes metodologias: revisão bibliográfica, coleta ativa dos dados nos websites dos MISes, coleta passiva de dados por meio de questionário on-line. Por fim, estudos de caso de MISes, definidos por amostra intencional, destacando algumas experiências que possam servir de referência e/ou reflexão para o tema do audiovisual e da preservação museal.

3.1 Coleta Ativa dos Dados: Levantamento dos MISes na Web

A etapa de coleta de dados teve como ponto de partida o Cadastro Nacional de Museus (CNM) disponível na plataforma Museusbr (2022), coordenada pelo IBRAM. “A plataforma Museusbr terá como finalidade disponibilizar, por meio eletrônico, informações atualizadas

sobre os museus brasileiros, em toda sua diversidade, para a produção de conhecimentos sobre o setor de museus no Brasil.” (IBRAM, 2021).

A plataforma integra os dados do CNM e do Registro Nacional de Museus (RM), podendo também abrigar informações de novas políticas para museus. Recebe, inclusive, a colaboração dos usuários, que podem indicar museus não cadastrados ou atualizar os dados já veiculados. Escolhemos a plataforma Museusbr como amostra intencional para o levantamento dos MISEs, pois esta pode ser considerada a fonte de informação mais atualizada e completa sobre os museus brasileiros na contemporaneidade.

A partir dessa listagem, foram mapeados quais desses museus possuem presença on-line, através dos mecanismos de busca Google, campos de pesquisa das principais redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube), plataformas de *streaming* (Spotify, Deezer), além da Wikipedia, TripAdvisor e dos próprios dados fornecidos na plataforma Museusbr.

Esta coleta objetivou identificar se os MISEs possuíam websites e blogs, bem como conta ativa nas respectivas redes sociais e plataformas de *streaming* pesquisadas. Uma vez constatado que sim, o conteúdo disponibilizado pelos MISEs foi investigado, em especial no que se refere aos websites institucionais.

Levantou-se dados tais como: informações básicas da instituição, histórico e missão, descrição do acervo, existência de repositórios digitais (base de dados para pesquisa com recursos avançados de recuperação da informação), coleções e/ou exposições on-line (galerias de imagens, etc.), *tour* virtual, ações educativas, agenda de programação e divulgações diversas.

3.2 Coleta Passiva dos Dados: Questionário On-line

Nesta etapa, foram encaminhados para os MISEs levantados na plataforma Museusbr um questionário eletrônico com estrutura semiaberta, intencionando aprofundar os diversos conteúdos levantados na coleta ativa. Com 53 questões (20 abertas e 33 fechadas), o questionário abrigou sete blocos, a saber:

1. Identificação e contato.
2. Acervo digital (digitalizado ou nato-digital).
3. Infraestrutura em TI (*hardware* e seu impacto na presença on-line).
4. Gestão dos acervos digitais (*software*, processos, equipes, etc.).

5. Recursos humanos e financeiros.
6. Presença na Web (dificuldades, objetivos, ferramentas de comunicação, etc.)
7. Identificação do profissional respondente.

Não obstante as inúmeras tentativas de obter retorno, apenas 8 das 33 instituições responderam em tempo hábil para o encerramento da dissertação que originou esta pesquisa. Ainda que este resultado não permita generalizações, em termos estatísticos, as informações coletadas ensejaram reflexões importantes, além de subsidiarem a etapa seguinte desta investigação: os estudos de caso.

3.3 Estudos de Caso de MISEs Brasileiros

Tendo como referência os dados obtidos na coleta ativa, retirados dos websites e redes sociais dos MISEs brasileiros, bem como as respostas obtidas nos questionários, selecionamos algumas experiências e projetos a serem detalhados e analisados a fundo.

Esta seleção tomou por base critérios como ineditismo, impacto social e cultural, relevância para a divulgação do conhecimento e/ou preservação do acervo audiovisual nos MISEs.

Além dos websites, foram investigadas as redes sociais de três MISEs, selecionados por sua presença ativa nestas plataformas. Avaliando publicações recentes, bem como aquelas realizadas no período do início do isolamento social provocado pela Covid-19, pretendeu-se identificar e analisar o tipo de conteúdo que tem sido veiculado nestas redes.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na plataforma Museusbr do IBRAM, foram listadas as instituições que se auto classificam como *Museu da Imagem e do Som*, somando 33 ao todo. A região do país que mais concentra MISEs é a Sudeste, com 14 instituições.

Segundo Santos (2004), a distribuição de museus no Brasil parece obedecer a critérios do poder financeiro e cultural. Para a autora, a região com mais museus é aquela que possui maior PIB, maior índice de urbanização e menor taxa de analfabetismo. Esta avaliação de cenário vai ao encontro dos dados apresentados, uma vez que a região Sudeste é considerada a

mais rica economicamente, a mais populosa e a que possui o menor índice de pessoas analfabetas, de acordo com o último censo do IBGE, dados de 2010 (IBGE, 2023).

4.1 Mapeamento da Presença dos MISEs na Web

Após levantamento dos dados supracitados, encontramos os seguintes quantitativos, resumidos na tabela a seguir:

Quadro 1 – Mapeamento da Presença On-line dos MISEs Brasileiros

Tipo de Presença	Nº
Websites e Blogs	
Website Próprio	8
Website de Terceiros	15
Blog	2
Plataformas de Mídias e Redes Sociais	
Facebook	14
Instagram	12
Twitter	2
TikTok	1
YouTube	7
Streaming de áudio	2
Não usuários	14
Outros	
Wikipedia	8
TripAdvisor	14

Fonte: SANTANA, 2022.

Comparemos, agora, estes dados dos MISEs com os museus de diversas tipologias, utilizando os resultados apresentados pela pesquisa TIC CULTURA (2021), desenvolvida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Esta pesquisa tem por objetivo compreender a presença e a adoção das TICs nos equipamentos culturais brasileiros.

Os primeiros itens que mapeamos foram os Websites Próprios, ou seja, aqueles que versam exclusivamente sobre o museu, não sendo apenas uma parte de outros websites, a exemplo de portais de secretarias governamentais ou universidades. Dos 33 MISEs,

encontramos oito (24%) com Websites próprios. Esse número é menor do que a média geral dos museus brasileiros (33%), de acordo com o TIC CULTURA (2021).

Essa diferença vai se inverter ao procurarmos as páginas em Websites de Terceiros. Em nosso mapeamento, encontramos 15 endereços eletrônicos (45%) dos Museus da Imagem e do Som em sites de terceiros, à exemplo de secretarias e fundações de cultura municipais e estaduais. Na média geral de museus brasileiros, apenas 24% possuem páginas em website de terceiros.

Tecendo possíveis explicações para essas diferenças, propomos as seguintes hipóteses: os MISes possuem menos sites do que a média geral de museus, por que são em sua grande maioria (88%) pertencentes à esfera pública. Já os dados do TIC Cultura apontam que 29% dos museus brasileiros são privados. As instituições privadas teriam mais facilidade e menos burocracia para criar um website para seus museus.

Um outro ponto que observamos, é que todos os MISes que possuem sites próprios são estaduais, sendo que geralmente a máquina pública do Estado possui mais recursos do que os municípios.

Ao mapearmos as redes sociais, encontramos o total de 19 instituições que possuem perfil em pelo menos uma das redes mapeadas, o que corresponde a 57% dos MISes. Esse número é semelhante à média geral dos museus brasileiros (56%). Podemos destacar uma maior presença nas redes sociais do que em websites. A pesquisa TIC Cultura aponta que o uso das redes sociais entre museus aumentou de 48% para 56%, de 2018 para 2020. A atividade mais realizada consiste na divulgação de programação, acervo e notícias sobre as instituições de cultura.

Uma das hipóteses, inclusive, para o desinteresse em se manter e desenvolver um website para os MISes pode ser a percepção (equivocada) de que as redes sociais substituiriam as funcionalidades de um website. Por fim, a criação e manutenção de um website demanda pessoal, investimento em capacitação e tempo, recursos escassos nos museus brasileiros.

Entretanto, websites permitem a criação de inúmeros recursos específicos que não podem ser replicados nas redes sociais. Por exemplo, coleções on-line e repositórios digitais profissionais, com sistemas de busca avançados, filtros, taxonomias e esquemas de metadados detalhados do acervo. Além disto, as redes sociais consistem em plataformas privadas, proprietárias, que podem desaparecer ou mudar suas regras de uso como quiserem, sem aviso

prévio. Já os websites, quando desenvolvidos em plataformas autônomas e código aberto, a exemplo do WordPress (2022), pertencem aos museus, que têm total controle das suas funcionalidades, aparência, coleta de dados, privacidade do usuário e conteúdo.

Dos 8 endereços eletrônicos identificados como websites próprios, 4 puderam ser acessados por nossa pesquisa e 4 não se encontravam disponíveis no momento do levantamento.

A Figura 1 apresenta a distribuição do conteúdo nestes websites.

Figura 1 – Conteúdo dos Websites Próprios dos MISes Pesquisados.



Fonte: SANTANA, 2022.

Já no que se refere aos websites hospedados em plataformas e portais de terceiros (15 instituições), a exemplo de secretarias de governos, temos o seguinte resultado (Figura 2).

Fica evidente, portanto, pelos gráficos acima, como um website próprio permite maior autonomia, produção de conteúdo variado e, por consequência, maior difusão, impacto e presença na Web.

Na dissertação homônima deste artigo, elaborada pelo primeiro autor e orientada pela segunda autora, uma amostra intencional de websites dos MISes pesquisados foi descrita com mais detalhes, realizando, ainda, comparações com suas versões antigas, recuperadas via Internet Archive (2022).

Figura 2 – Conteúdo e Recursos dos MISEs Pesquisados em Websites de Terceiros.



Fonte: SANTANA, 2022.

Não sendo possível replicar aqui todas as informações de cada MIS investigado, destacamos algumas iniciativas dignas de nota:

• **Tour virtual no Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP, 2022):**

A exposição *Portinari Para Todos* está disponível no website da instituição, podendo ser visitada de modo interativo com imersão 360°. Para aqueles que possuem óculos de Realidade Virtual (RV) é possível ainda vivenciar a visita de modo imersivo.

• **Tour virtual no Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte (MIS-BH, 2022):**

Também uma experiência imersiva 360°, o *tour* virtual apresenta uma exposição do museu, na qual é possível clicar em pontos de informação que exibem as legendas das peças expostas. As legendas também acionam, além de textos, conteúdos em audiovisual, como vídeos de YouTube. O recurso de embedar o vídeo dentro do próprio *tour* virtual apresenta-se como uma solução interessante, pois mantém o usuário dentro do *tour*.

• **Web Rádio do Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro (MIS-RJ, 2022):**

em abril de 2022, o MIS-RJ inaugurou a Web Rádio MIS RJ. De acordo com a

Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Rio de Janeiro, essa é a primeira web rádio de um museu deste Estado. Através dos programas da rádio, notícias, eventos e *playlists*, o museu conseguiu conectar o seu público ao acervo, inspirando iniciativas similares em outros locais.

- **MIS-RJ 3D Interativo:** Itens raros da coleção podem ser manipulados de forma virtual, em digitalização 360°, proporcionando uma exploração interativa deste acervo, que nem sempre se encontra disponível para manipulação presencial.

- **Legendas Coletivas no Museu da Imagem e do Som de Paraná (MIS-PR):** Na exposição *As Histórias que o Museu Conta*, sobre a memória da cidade de Curitiba e do Estado do Paraná, o MIS-PR apresenta o recurso de legenda coletiva. Os visitantes do website podem contribuir com informações acerca do acervo, por meio de um formulário on-line. Este tipo de recurso incentiva a conexão do público virtual com o museu, a comunicação entre instituição e visitante, contribuindo para o protagonismo do usuário e, por consequência, estimulando a visitação presencial.

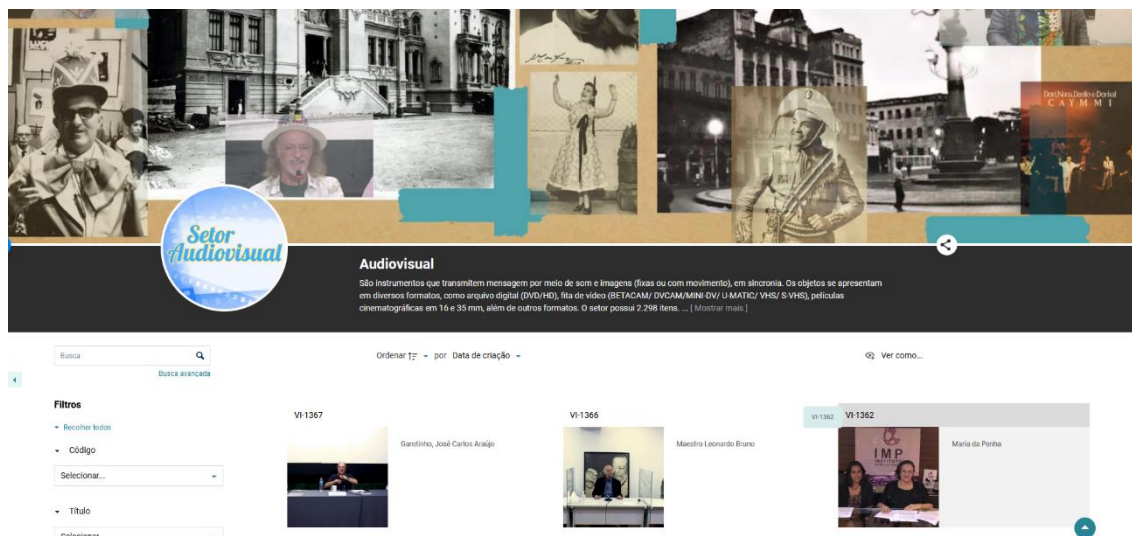
- **Repositório Digital do Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro (MIS-RJ) no Tainacan:** O repositório (Figura 3), lançado em 2022, conta até o momento com seis coleções, a saber: tridimensional (troféus, instrumentos musicais, etc.), bibliográfico (revistas, folhetos, etc.), textual (manuscritos, documentos pessoais, contratos, etc.), sonoro (dispositivos que emitem som, analógicos ou digitais), iconográfico (fotografias, negativos, cartazes, etc.), audiovisual (suportes como fitas de vídeo, DVDs, etc.). O Tainacan (2022) é uma plataforma brasileira para WordPress (temas e plugins), que permite, de forma facilitada e eficiente, o desenvolvimento de repositórios digitais profissionais, com sistemas de recuperação avançados da informação.

Por fim, no que se refere às redes sociais, temos os seguintes resultados, disponibilizados no gráfico da Figura 4.

As redes sociais têm sido as plataformas digitais nas quais a maior parte da presença on-line dos MISes toma curso. No Instagram, a hashtag #museudaimagemedosom apresenta mais de 22 mil publicações.

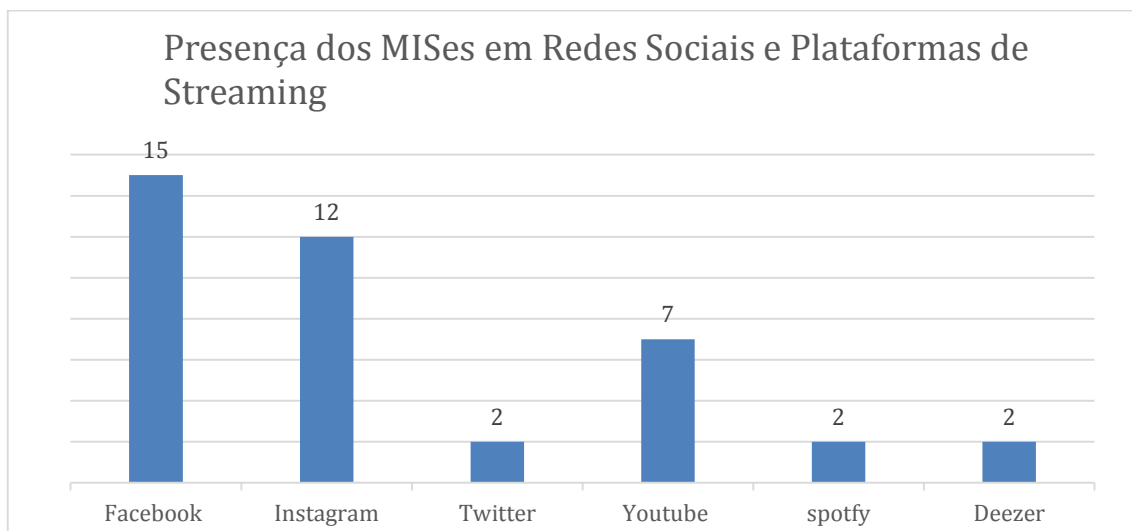
O Facebook é a rede social mais utilizada pelos MISes pesquisados, com o total de 15 perfis, seguido pelo Instagram com 13 perfis e YouTube com 7.

Figura 3 – Repositório Digital do MIS-RJ no Tainacan.



Fonte: Captura de tela do Repositório Digital do MIS-RJ no Tainacan, 2022.

Figura 4 – Presença dos MISEs em Redes Sociais e Plataformas de Streaming.



Fonte: SANTANA, 2022.

Embora o YouTube seja a rede social mais utilizada pelos brasileiros, de acordo com a pesquisa da *We Are Social e Hootsuite*, (DIGITAL, 2022), o levantamento mostra que a relação dos MISEs com essa plataforma é bastante reduzida em comparação com as demais. Uma das hipóteses seria a dificuldade e o custo de se produzir conteúdo em formato de vídeo. Outra

possibilidade seriam as dificuldades de se obter autorização para postagem de vídeos, devido aos direitos autorais ainda incidentes sobre parte do acervo.

Um outro aspecto a ser considerado é a frequência de atualização destes perfis. Enquanto alguns MISes possuem uma presença ativa e frequente, outras contas nestas redes foram atualizadas pela última vez anos atrás.

Visando conhecer um pouco mais acerca das possibilidades de uso das redes sociais pelos MISes, selecionamos para avaliação, como amostra intencional, três instituições com forte presença nestas plataformas: Museu da imagem e do Som do Rio de Janeiro (MIS-RJ), o Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS-SP) e o Museu da Imagem e do Som de Campinas (MIS Campinas).

Foram analisadas as 50 postagens mais recentes destes três museus no Facebook e no Instagram, bem como as 50 postagens efetuadas logo após o início do isolamento social em decorrência da pandemia de Covid-19, dentre os anos 2020 e 2022.⁵

Na ocasião da redação deste artigo, em novembro de 2022, o MIS-RJ conta com cerca de 54 mil seguidores no Facebook e 9 mil seguidores no Instagram. O MIS-SP, com 361 mil e 293 mil, respectivamente. Por último, o MIS Campinas, com cerca de 12 mil e quase 2 mil, respectivamente.

No caso do MIS-RJ, mais de 80% das postagens recentes foram realizadas em ambas as plataformas, sendo mais da metade delas referentes à divulgação do seu acervo. Estas informações sobre as coleções e seus itens envolvem datas importantes para o meio musical, homenagem às personalidades que fazem parte da memória e do imaginário carioca, curiosidades e conhecimentos relevantes sobre os itens do MIS, programações da Web Rádio MIS-RJ, dentre outras postagens.

No início do isolamento provocado pela Covid-19, a grande mudança no fluxo das postagens abarcou a inserção de informações sobre a pandemia, além da supressão da programação presencial, anteriormente divulgada em ambas as redes.

⁵ MIS-SP: Facebook (26 de agosto a 07 de outubro de 2022), Instagram (26 de agosto a 07 de outubro de 2022). Instagram no período da pandemia (16 de março de 2020 a 13 de abril de 2020). MIS campinas: Facebook (27 de maio de 2021 a 6 de outubro de 2022). Instagram (04 de maio de 2022 a 06 de outubro de 2022). MIS-RJ: Facebook (23 de junho de 2022 a 07 de outubro de 2022). Instagram (09 de agosto de 2022 a 07 de outubro de 2022). Instagram no período de pandemia (20 de março de 2020 a 22 de julho de 2020).

Se o MIS-RJ foca geralmente no acervo, o MIS Campinas tem como prioridade a programação do museu, temática que ocupa mais de 60% das postagens no Facebook e Instagram. A divulgação do acervo quase não aparece neste MIS, que se concentra nos convites para eventos, exposições e outras atividades diversas.

Divulgação das mostras de cinema deste MIS são constantes, exemplificando como os MISes podem atuar tanto na preservação dos acervos, quanto como centro cultural, divulgando e proporcionando oportunidades de consumo destes produtos audiovisuais. Se no MIS-RJ a música e o rádio são protagonistas, no MIS Campinas, o cinema assume este papel. Por fim, no período do início do isolamento pela Covid-19, o MIS Campinas quase não utilizou suas plataformas sociais, tendo sido identificadas apenas 5 postagens em 2020.

Por último, temos o MIS-SP, com mais da metade das postagens referentes à convites para eventos. Convites para exposições ocupam 21% das postagens no Instagram e 22% no Facebook. Divulgação do acervo ocupam 12% e 10%, respectivamente. Destaque para cursos on-line, que respondem a 8% e 6%.

O hibridismo entre museu e centro cultural é marcante no MIS-SP, com um leque bem diversificado de atividades oferecidas ao público geral. No período do isolamento, contudo, a maior parte das postagens referiam-se à divulgação dos seus acervos on-line, além de informações sobre a pandemia e sobre os eventos remotos. Produções próprias, como entrevistas e bate-papos com artistas, povoaram as redes neste período, com conteúdo disponibilizados via YouTube.

Não poderíamos deixar de pontuar que todo este conteúdo veiculado nas redes sociais também precisaria ser preservado, um desafio trazido pela contemporaneidade, com o uso extensivo destas plataformas sociais proprietárias.

4.2 Questionários on-line: principais reflexões suscitadas

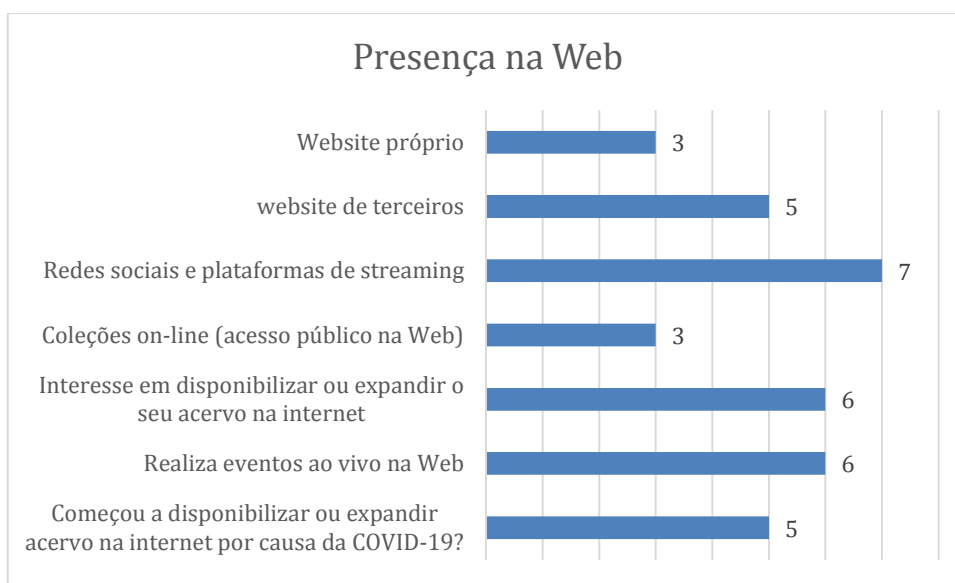
Conforme explicitado no item Metodologia deste artigo, o questionário possuía 53 questões e as perguntas foram divididas em cinco blocos temáticos: acervo digital, infraestrutura e TI, gestão dos acervos digitais, recursos humanos e financeiros, presença dos museus na Web.

Oito MISes responderam ao questionário, o que não permitiria, em termos estatísticos, generalizações com margem de erro confiável. Neste sentido, nossa análise destacará algumas

reflexões relevantes para o debate em questão, a partir dos dados coletados. Outras avaliações detalhadas se encontram no trabalho que originou esta publicação (SANTANA, 2022).

O gráfico da Figura 5 resume os principais dados coletados via questionário, no que se refere à Presença na Web.

Figura 5 – Informações extraídas dos Questionários On-line



Fonte: SANTANA, 2022.

Nas questões abertas, alguns temas apareceram com frequência, como a ausência de verbas suficientes, falta de pessoal especializado em TI, as deficiências da infraestrutura tecnológica e dificuldades com a qualidade do acesso à internet.

O uso de servidores institucionais (prefeituras, secretarias de estado etc.) compromete, em alguns casos, a independência e autonomia decisória dos MISEs, no que tange à gestão de acervos digitais. Estas questões vão ao encontro das estatísticas apontadas pela pesquisa TIC Cultura, já apresentada neste artigo, bem como da coleta ativa aqui empreendida.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou uma pesquisa que objetivou compreender como os Museus da Imagem e do Som no Brasil estão conduzindo a sua presença on-line por meio da disponibilização do seu acervo na Web. Procurou investigar a relação dos MISEs com os

ambientes on-line, destacando-se as ações de difusão dos acervos audiovisuais digitalizados e nativos digitais.

Antes de apresentarmos os dados dos levantamentos, iniciamos os trabalhos com reflexões acerca da expansão dos conceitos de patrimônio cultural, patrimônio imaterial e patrimônio audiovisual. Traçamos, ainda, brevemente, a trajetória dos MISEs na preservação deste patrimônio de tipologia peculiar, largamente influenciada por esta expansão.

Para além dos conceitos, exploramos as dificuldades de se preservar um patrimônio em constante expansão e evolução. Tocamos em pontos nevrálgicos, como uma possível *amnésia digital*, resultante da volatilidade do conteúdo postado na Web, em especial pelos MISEs.

Tendo estes como foco, apresentamos os resultados de nossa pesquisa, que envolveu revisão bibliográfica, coleta ativa dos dados nos websites dos MISEs brasileiros, coleta passiva por meio de questionários on-line e, por fim, estudos de caso de amostras intencionais. Objetivou-se destacar, ainda, experiências relevantes nos MISEs estudados, relatos estes que certamente poderão servir de referência para outras instituições com a mesma tipologia.

Os resultados da pesquisa apontam para uma deficiência na estruturação de plataformas proprietárias, como os websites. A presença dos MISEs brasileiros em plataformas comerciais também nos parece deficitária, já que mais de 40% não contam com perfil cadastrado nas redes sociais pesquisadas.

Fica evidente como possuir um website próprio, e não hospedado em portais de terceiros, impacta a extensão do conteúdo publicado, contribuindo para uma maior difusão do conhecimento e presença na Web.

No que se refere às redes sociais, percebe-se como a divulgação dos acervos ocupa um papel preponderante em alguns MISEs, enquanto outros focam mais na difusão da programação. Faz parte da natureza desta tipologia museal o “hibridismo” entre instituição que coleta e preserva acervos e centro cultural. Portanto, além de preservar, os MISEs também proporcionam experiências e oportunidades para geração e/ou consumo de produtos audiovisuais.

Não poderíamos deixar de pontuar aqui como todo este conteúdo veiculado nas redes sociais também precisaria ser preservado, um desafio trazido pela contemporaneidade, com o uso extensivo destas plataformas sociais proprietárias.

Em termos gerais, apesar dos inúmeros obstáculos pontuados pelos MISes nos questionários on-line, identificamos diversas experiências e projetos relevantes, que vão desde repositórios digitais até *tour* virtuais. Com estas, encerramos este artigo.

Que este trabalho sirva de subsídio para compreendermos mais como os MISes podem atuar na Web, tanto por meio das lacunas que identifica, a serem sanadas ao longo do tempo, quanto pelas boas práticas que destaca. Que estas práticas exitosas, dentre outras futuras, possam servir de inspiração na preservação do nosso precioso patrimônio audiovisual brasileiro.

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCI-UFMG), onde esta pesquisa tomou curso. Ao Luiz Henrique Assis Garcia (ECI-UFMG) e Soraia Nogueira Garabini (MIS-BH), pelas preciosas contribuições nas bancas desta dissertação. A todos os profissionais dos MISes que responderam ao questionário on-line e/ou repassaram informações indispensáveis para a realização desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

BARROS, Chalini. Distribuição de conteúdo audiovisual: configurações de fronteiras em escala mundial. **Comunicação & Informação**, v.11, n. 2, p.197-207, 2008.

BUARQUE, Marco Dreer. Estratégias de preservação de longo prazo em acervos sonoros e audiovisuais. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA ORAL, 9., 2008; São Leopoldo. Anais... [...] Rio de Janeiro: Associação Brasileira de História Oral; São Leopoldo, 2008, p.9.

CARVALHO, Alexandre Sonego de. **História, arte, cinema e educação! Museu polimorfo e futuro possível para os Museus da Imagem e do Som: o caso do MIS de Campinas**. 2021. Tese (Educação, Arte e História da Cultura) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2021.

CESCHIN, Luciana. **Acervos digitais, memória e patrimônio: discursos, técnicas e tecnologias no processo de musealização do Acervo Bar ocidente em Porto Alegre/RS**. 2015. Dissertação (Programa de pós-graduação em tecnologia) - Universidade Tecnológica Federal do Pará, Curitiba, 2015.

CETIC.BR. **TIC Cultura**. Disponível em: <https://www.cetic.br/pesquisa/cultura/> Acesso em: 08 mar. 2023.

DIGITAL 2022. **Digital 2022 July Global Statshot Report v02. 2022**. Disponível em: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-july-global-statshot-report-jul-2022-v02>. Acesso em: 18 ago. 2022.

HOLLÓS, Adriana Cox; PATERNOT, Vivian Fava. Futuro da memória digital audiovisual. **Revista Eletrônica da ABDF**, Brasília, v. 4, n. Especial, p. 270-286, 2020.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

ICOM. Disponível em: <https://icom.museum/en/> Acesso em: 08 mar. 2023.

IBGE. **Produto Interno Bruto – PIB**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php> Acesso em: 08 mar. 2023.

IBRAM. **Acervos digitais nos museus**: manual para realização de projetos. Brasília, DF: Instituto Brasileiro de Museus, 2020.

IBRAM. **Portaria Ibram nº 215 de 4 de março de 2021**. Dispõe sobre a instituição da plataforma Museusbr como sistema nacional de identificação de museus e plataforma para mapeamento colaborativo, gestão e compartilhamento de informações sobre os museus brasileiros. Brasília: Presidência do Instituto Brasileiro de Museus, 2021.

INTERNET ARCHIVE. Disponível em: <https://archive.org/> Acesso em: 08 mar. 2023.

MARÇAL, Carolina Schwaab; MANGAN, Patrícia Kayser Vargas. Gestão de acervos museológicos no contexto da cibercultura. **Revista Confluências Culturais**, Joinville, v.8, n. 3, p.12, 2019.

MENDONÇA, Tânia Mara Quinta Aguiar de Mendonça. **Museu da Imagem e do Som: O desafio do processo de musealização dos acervos audiovisuais no Brasil**. 2012. Tese (Doutorado em Museologia) - Departamento de Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2012.

MELLO, Janaina Cardoso de et al. A Museologia na web: sistema de informação sobre patrimônio cultural na era digital. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 20, p.171-188, 2015.

MIS-BH. **Museu da Imagem e do Som de Belo Horizonte**. Disponível em: <https://www.mis-sp.org.br>. Acesso em: 08 nov. 2022.

MIS-RJ. **Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro**. Disponível em: <http://www.mis.rj.gov.br> Acesso em: 08 nov. 2022.

MIS-PR. **Museu da Imagem e do Som de Paraná**. Disponível em: <https://www.mis.pr.gov.br>. Acesso em: 08 nov. 2022.

MIS-SP. **Museu da Imagem e do Som de São Paulo**. Disponível em: <https://www.mis->

sp.org.br. Acesso em: 08 mar. 2023.

MUSEUSBR. Disponível em: <http://museus.cultura.gov.br/> Acesso em: 08 mar. 2023.

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. Museus brasileiros e política cultural. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 19, p. 53-72, 2004.

SANTANA, Isac Daniel. **MA Os Museus da Imagem e do Som e sua Presença na Web.** 2022. Mestrado (Ciência da Informação) - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

TAINACAN. Disponível em: <http://tainacan.org/> Acesso em: 08 mar. 2023.

UNESCO, Recomendação sobre a salvaguarda da cultura tradicional e popular, 1989.

UNESCO. **Charter on the Preservation of the Digital Heritage.** Paris, 2003. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000179529.page=2> Acesso em: 08 mar. 2023.

WORDPRESS. Disponível em: <https://br.wordpress.org/> Acesso em: 08 mar. 2023.