Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Práticas comunicacionais museológicas em um contexto midiatizado: reflexões sobre a aplicação de tecnologias digitais em museus locais [1]

Museum communication practices in a mediatised context: reflections on the application of digital technologies in local museums.

Luiza Gutheil Bayer
Ada Cristina Machado Silveira

Palavras-chave: Midiatização; Museus; Comunicação museológica.

1. Introdução

A presença de tecnologias digitais nos processos comunicacionais é crescente e, como reflexos da sociedade e ambientes comunicacionais, os espaços museológicos têm utilizado esses meios para reconfigurar suas formas de produzir conteúdo, para gerir seus acervos e para conectar-se com o público. As práticas refletem as exigências que instituições tradicionalmente reconhecidas como produtoras de conhecimento, caso dos museus, passam no contexto midiatizado (Drotner *et al*., 2019), tornando-se dependentes de lógicas midiáticas. Sob esse mesmo aspecto, apesar de questões como a gestão de acervo e sua relação com a inteligência artificial passarem a ser mais discutidas (Beiguelman, 2021), outras questões relacionadas à inserção de novas tecnologias no

[1] Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

ambiente museológico se fazem relevantes, como seus usos e aplicações na produção de conteúdo e na mediação.

O presente trabalho, inserido em uma pesquisa em desenvolvimento no âmbito da comunicação museológica, parte de uma reflexão teórica para pensar as transformações nas práticas comunicacionais de museus locais gaúchos em um ambiente midiatizado, com ênfase no papel da IA na reconfiguração das mediações e produção de conteúdo. Para apoiar a reflexão, foi realizada breve revisão sobre midiatização, comunicação museológica e novas tecnologias digitais no cenário museológico, o que deu suporte para as considerações sobre como as instituições museológicas locais precisam desenvolver estratégias críticas para apropriação das tecnologias e redefinir suas interações com os visitantes e seu lugar na produção social do conhecimento.

2. Dispositivo interacional, instituição e meio midiático: midiatização e museus

Evidencia-se a relevância da pesquisa em midiatização no panorama de aumento dos meios de comunicação de base tecnológica nas culturas e sociedades (Hepp e Couldry, 2020), colaborando para a transformação nas formas de interagir, nas instituições e na produção de sentido, processo que se insere também no ambiente museológico e evidencia a relevância da perspectiva para análise da realidade contemporânea (Gomes, 2016). Dentre as óticas de pesquisa em midiatização, a de Hjarvard (2014) evidencia o entendimento de midiatização da cultura e sociedade como o processo pelo qual ambas se tornam mais dependentes da mídia e sua lógica; já para Hepp (2014), esse processo seria o de aprofundamento da midiatização; enquanto Verón (2014) entende que algumas das consequências da midiatização estão presentes na história da evolução humana desde o princípio, afetando profundamente organizações sociais, muito antes da modernidade. A perspectiva de Verón (2014) colabora para a compreensão de que as ocorrências atuais tiveram início há muito tempo, mas com o

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

entendimento de que o momento crucial de cada estágio da midiatização pode ser datado a partir do surgimento e estabilização de um dispositivo técnico-comunicacional em comunidades humanas identificáveis.

Dentre os diversos exemplos de aceleração do tempo histórico decorrentes do crescimento dos fenômenos midiáticos, especialmente nos setores socioculturais (Verón, 2014, p.17), observamos o ambiente museológico. Ao entender o museu como um dispositivo interacional de referência (Braga, 2020) e também como uma instituição e meio midiático (Ferreira, 2020; Icom, 1992), destaca-se a existência de ações comunicacionais nos ambientes museais. Evidencia-se que os museus podem ser entendidos como dispositivos interacionais de referência, conceito ligado às práticas que promovem interações sociais em um espaço comunicacional, por serem espaços onde se desenrolam as interações. Pode-se pensar nas instituições museológicas, por meio de suas práticas, como um local de troca e reflexão.

No âmbito de uma midiatização social, os museus precisam adaptar-se por meio da presença em redes sociais, de visitas digitais e do uso de tecnologias no espaço físico, demonstrando que a sua inserção em uma sociedade midiatizada vai além de um contexto, mas é a estrutura como a vida é conduzida (Drotner *et al*., 2019, pág. 10). Fator que reforça a ideia de que os novos museus, além de ambientes de proteção de objetos, são também máquinas de produção cultural, que incorporam tecnologias, transformando-se para atender às demandas do público.

Do mesmo modo, pode-se compreender a exposição como mídia ao caracterizarmos mídia como o que é de acesso público em diversos níveis, de uma mesma mensagem ou conjunto de mensagens. “Assim, o que caracteriza um meio midiático, em geral, ou massivo, em particular, é a forma de uso social (público ou privado)” (Ferreira, 2020, p.6). No âmbito das transformações ocorridas nos museus, refletimos sobre os desdobramentos em museus locais.

3. Museus locais e comunicação: reconfiguração das mediações e produção de conteúdo

Além do entendimento de museu como dispositivo interacional e exposição como mídia, parte-se do entendimento de que a comunicação é uma das funções dos museus (Desvallées e Mairesse, 2013) e de que o próprio museu é considerado um meio de comunicação (Icom, 1992), para a compreensão de que, além de ser a instituição um meio midiático, ações comunicacionais são realizadas nos museus. Evidencia-se que as ações de comunicação vão além de divulgação por meio de sites, redes sociais, entre outros, incluindo exposições, ações educacionais e mediação da informação com o visitante (Cury, 2005). As mudanças nos museus quanto às formas de comunicar revelam a sua busca em se comunicarem com o mundo ao seu redor, desde os folhetos e sinalização até a inserção de novas tecnologias de mídia (Drotner *et al*., 2019, p. 1), o que reflete a complexidade cada vez maior da comunicação nesses espaços. Nos museus locais (Varine-Bohan, 2008), em razão da falta de recursos para sua atualização e de seus profissionais, as mudanças são ainda mais difíceis de acompanhar.

É interessante ressaltar que o digital e o tecnológico têm sido cada vez mais inseridos como objetos mediadores na comunicação museal; são exemplos totens, hologramas, realidade aumentada e outras mídias interativas. Os objetos mediadores tecnológicos colaboram para uma transformação na forma como o público estabelece sua relação com o acervo e com a narrativa do museu, tornando o visitante também um produtor de sentido ao explorar e escolher as opções disponíveis. A figura do mediador, no enquadramento museal, assume papel central no processo comunicacional, o que é reforçado sob a perspectiva da midiatização, em que o mediador não é apenas o sujeito que conduz a visita, mas todo dispositivo que participa da produção de sentidos. Por essa linha de raciocínio, totens interativos, vídeos e narrativas digitais atuam como mediadores

técnicos, reconfigurando as formas de acesso e interpretação do acervo, assim como produção do conhecimento.

Evidencia-se que a mediação humana, também nomeada de mediação cultural (Fernandes, 2019), em razão da interação social-humana, contribui para a identidade e interpretação do visitante ao vincular a cultura e patrimônio com as vivências do visitante e realidade atual. A partir do entendimento de que a mediação cultural é relevante por estabelecer um diálogo direto com o visitante, com retorno imediato do público, surge o questionamento de como a interação ocorre em ambientes em que os mediadores são tecnológicos. No âmbito da inserção tecnológica, ao refletir sobre como os museus estão usando a tecnologia digital, evidencia-se o crescimento do uso da inteligência artificial em exposições. Na percepção de Styx (2024), a IA está transformando a maneira como os museus "interagem com o público e gerenciam seus acervos, garantindo um futuro mais dinâmico e eficiente para o setor". Por este mesmo viés, Beiguelman (2021) afirma que os sistemas de Inteligência artificial vão revolucionar os museus e, com diferentes métodos de gestão, além das equipes institucionais, os pesquisadores que utilizam estes acervos também serão afetados. Demonstrando que a IA afeta desde a experiência do visitante até os bastidores.

É possível também citar os desafios encontrados pelos espaços museológicos no campo da interatividade digital, a exemplo do observado por Vilas-Lobo e Lupo (2024) ao analisar a IRIS+, criada pelo Museu do Amanhã, em 2017. Os desafios foram refletidos na baixa atratividade observada, a qual os autores relacionam como limitações na interface, na localização da IA no percurso expositivo e na falta de interação social. O referido problema pode ter relação com a dificuldade encontrada pelos museus para "sobreviver em um mundo repleto de fontes de informação e de lazer, ao desafio para implementação de novas tecnologias como estratégia expográfica e à interação social" (Cheline, 2012, *apud* Vilas-Lobo e Lupo, 2024, p.5). A inserção da IA nos bastidores dos museus também é discutida por Styx (2024), mencionando a *Smithsonian Institution*, que

utiliza IA para manutenção preditiva, empregando sensores e algoritmos de aprendizado de máquina para prever falhas em equipamentos e agendar reparos em tempo hábil. Aponta-se ainda o potencial da IA de interpretar comentários dos visitantes de forma ágil no fornecimento de informação.

A inserção das tecnologias digitais e da inteligência artificial no cotidiano é refletida, além dos museus físicos, nos virtuais, a exemplo do *Museo Virtual de Paso de Los Libres,* apresentado por Soares e Zanella (2025), que busca valorizar o patrimônio cultural fronteiriço ao evidenciar situações e personagens da região fronteiriça entre Brasil e Argentina. Para a construção do museu, que segue em desenvolvimento, realizaram-se visitas de campo, "registros fotográficos, capturas em 3D e levantamento documental em espaços culturais e históricos de Uruguaiana e Paso de Los Libres" (Soares e Zanella, 2025, p.1). A construção do ambiente tridimensional interativo colabora para o resgate da história local, amplia as opções de educação não formal e possibilita que o passado deixe de ser apenas registro (Soares e Zanella, 2025).

Considerando os exemplos apresentados, observa-se que os museus têm utilizado as tecnologias para envolver mais seu público e tornar suas práticas administrativas e ações comunicacionais mais eficientes. No entanto, permanecem os debates éticos dos espaços museológicos. No âmbito dessa reflexão, podemos incluir a produção de conteúdo em plataformas como o *Instagram* que, devido ao aumento significativo do uso de ferramentas de IA generativa entre criadores de conteúdo, além do sistema de identificação automática "informações de IA", desde maio de 2026 passou a testar um selo voluntário para identificação de contas que utilizam IA na criação de conteúdo, a fim de aumentar a transparência quanto às publicações geradas por inteligência artificial (CNN, 2026). Essas questões demonstram a amplitude do uso das tecnologias, que se inserem até mesmo em espaços com poucos recursos, como são os casos de grande parte dos museus gaúchos.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

A partir das questões citadas, reflete-se sobre como estes fatores se aplicam ao cenário dos museus locais, à luz da perspectiva da midiatização, que colabora para o entendimento da IA como um novo agente de mediação. A partir da pesquisa em desenvolvimento, que analisa comunicação em museus das 7 regiões museológicas do Rio Grande do Sul, pode ser observado por meio de aplicação de questionário e visitas realizadas entre 2025 e 2026, que as redes sociais têm sido mais consideradas que as exposições como forma de comunicarem-se com seu público. Quanto às tecnologias observadas nas exposições, destaca-se o apoio de Qr Codes para complementar a interação, mas ainda com baixa utilização tecnológica.

A comunicação institucional dos museus locais passa a operar em uma lógica midiática, mas a transformação apresenta ambivalências, pois ao mesmo tempo que a IA pode ampliar o alcance das narrativas, pode contribuir para a fragilização do que os torna singulares. Se considerarmos o baixo orçamento de museus locais públicos municipais e a sobrecarga de demandas em alguns trabalhadores, algumas ferramentas gratuitas de geração de conteúdo, o uso de *chats* para a criação de experiência interativa ou para aprimorar a exposição podem ser utilizadas e integrar as práticas comunicativas. São exemplos aplicações de *chatbots* para dar vida a figuras históricas, a partir do uso de documentações (Styx, 2024), o que pode reforçar até mesmo a comunicação institucional nesses espaços que, considerando o papel fundamental na preservação das narrativas identitárias e memórias locais, não se limita à divulgação de atividades, mas constitui um espaço de produção de conhecimento e de negociação de sentidos.

Diante do exposto, a principal questão não é se novas tecnologias digitais, em especial as IAs, devem ou não ser utilizadas, mas como elas podem ser incorporadas sem comprometer a autenticidade das narrativas locais. Podem auxiliar na produção de textos institucionais, legendas de exposições, materiais educativos e postagens para redes sociais. Contudo, a curadoria deve permanecer sob responsabilidade humana, garantindo que a produção de conteúdo preserve as especificidades locais. As ferramentas citadas já

podem ampliar significativamente a comunicação com o público. No entanto, não basta apenas adotar novas ferramentas, é preciso compreender seus impactos. Para essas questões, em reflexão inicial, acredita-se que capacitações continuadas dos profissionais sobre IA, comunicação digital e preservação de dados ajudam a evitar usos equivocados e fortalecem a autonomia institucional diante das plataformas tecnológicas.

4. Considerações finais

A análise desenvolvida evidencia que a midiatização reconfigura as mediações em museus, o que se intensifica com tecnologias como as de IA. O processo amplia as possibilidades de acesso e circulação do conhecimento, ao mesmo tempo que torna os espaços dependentes da tecnologia e neutros quanto à identidade local, o que nos museus locais precisa ser visto com mais cautela. Os museus de caráter local, ao operarem em um ambiente marcado pela lógica midiática, têm sua autoridade institucional e modos de produção e legitimação do conhecimento tensionados. Diante das reflexões apresentadas, torna-se fundamental que os espaços museais desenvolvam estratégias críticas de apropriação das tecnologias, equilibrando a transformação tecnológica e o fortalecimento da identidade local. Desta forma, o ambiente museológico, especialmente no âmbito dos museus locais, precisa repensar suas práticas de mediação e produção de conteúdo e seu lugar na produção social do conhecimento em mundo midiatizado, considerando a inserção das tecnologias sem perder as características principais. A capacitação continuada de profissionais se mostra uma das principais soluções nesse debate de maneira inicial, mas pretende-se aprofundar a reflexão, com exemplos empíricos, em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

BEIGUELMAN, Giselle. Jornal da Usp. **A Inteligência Artificial vai revolucionar os museus**, Março de 2021. Disponível em https://shre.ink/LrWK Acesso em 10 abr 2026.

BRAGA, José Luiz. **Uma conversa sobre dispositivos**. [recurso eletrônico]. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2020.

CNN Brasil. Instagram testa selo que identifica contas que criam conteúdo com IA. Maio 2026. Disponível em https://shre.ink/7nyh Acesso em 29 mai 2026

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

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. **Conceitos-chave de Museologia**. Tradução e comentários: Bruno Brulon Soares e Marília Xavier Cury. 1ª ed. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2013.

DROTNER, Kirsten; DZIEKAN, Vince; PARRY, Ross; SCHRØDER, Kim Christian. Media, mediatisation and museums: A new ensemble. In: DROTNER, Kirsten, et. Al. (Org.) **The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication.** 1ª ed. New York, Routledge, 2019, p. 1-12.

FERNANDES, Aline Portella. **Comunicação Museológica em museus de ciências**: o Museu de Ciências Naturais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (MUCIN/UFRGS). 2019. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

FERREIRA, Jairo Getúlio. O objeto, o método e a metodologia na pesquisa da circulação e midiatização (inferências a partir da obra Ethnographie de l'exposition). **Revista FAMECOS**, v. 27, p. 1-17, jan.-dez. 2020.

GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. **Revista FAMECOS**, v.23, n.2, 2016.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". **Revista MATRIZes**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HEPP, Andreas; COULDRY, Niklas. **A construção mediada da realidade**. Tradução: Luzia Araújo. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2020.

HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Revista Matrizes**,v. 8, n. 1, p. 21-44, jan./jun. 2014.

ICOM. DECLARAÇÃO DE CARACAS - ICOM, 1992. **Cadernos De Sociomuseologia** v.15, n. 15, pp.243-265, 1999.

REMELGADO, Ana Patrícia Soares Lapa. **Estratégias de Comunicação em Museus:** Instrumentos de Gestão em Instituições Museológicas. 2014. Tese (Doutorado em Museologia) – Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, 2014.

VARINE-BOHAN, Hughes de. Museus e Desenvolvimento Social: um balanço crítico. In: BRUNO, Maria Cristina Oliveira Bruno; NEVES, Katina Regina Felipini. (Coord) **Museus como agentes de mudança social e desenvolvimento**: propostas e reflexões museológicas. 1ª ed. São Cristóvão: Museu de Arqueologia de Xingó, 2008, p.11-20.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Revista MATRIZes,** v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014.

VILAS-LOBO, Wesley Ribeiro; LUPO, Bianca Manzon. Inteligência Artificial em museus: o caso do Museu do Amanhã e a problemática de engajamento. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.10, n.10, p.01-08, 2024 Disponível em: https://shre.ink/LsYg Acesso em: 14 abr 2026.

SOARES, Rodrigo Ranzan; ZANELLA, Diego Carlos. Memórias transfonteiriças e inteligência artificial: o caso do Museu Virtual de Paso de Los Libres. *In*: XXIX Simpósio de Ensino, Pesquisa e Extensão (SEPE), 2025, Santa Maria. **Anais** […]. Santa Maria: Universidade Franciscana, sepebr, 2025. v. 1. p. 1-13. Disponível em https://shre.ink/LrWX Acesso em 10 abr 2026

STYX, Lauren. Museum next. **How Are Museums Using Artificial Intelligence?** Maio de 2024. Disponível em https://shre.ink/LrWN Acesso em 10 abr 2026