



**INSTITUTO  
FEDERAL**  
Rio de Janeiro

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

*Campus Niterói*

Programa de Pós-graduação Lato Sensu Educação e Novas Tecnologias

Wesley de Souza Ribeiro

E o Educativo, onde está?: Reflexões sobre presença e atuação do setor educacional dos museus nas plataformas digitais durante a pandemia do Covid-19

Niterói  
2023

WESLEY DE SOUZA RIBEIRO

E O EDUCATIVO, ONDE ESTÁ? REFLEXÕES SOBRE A PRESENÇA E ATUAÇÃO  
DO SETOR EDUCACIONAL DOS MUSEUS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS  
DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19

Artigo apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do grau de Especialista em Educação e Novas Tecnologias.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Andréa Rizzotto Falcão

Niterói  
2023

R484e Ribeiro, Wesley de Souza.

E o Educativo, onde está? Reflexões sobre a presença e atuação do setor educacional dos museus nas plataformas digitais durante a pandemia do Covid-19 / Wesley de Souza Ribeiro. – Niterói, RJ, 2022.

60 p. : il.

Orientação: Andréa Rizzotto Falcão

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Educação e Novas Tecnologias) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro, 2022.

1. Educação museal. 2. plataformas digitais. 3. pandemia Covid-19. 4. Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. I. Falcão, Andréa Rizzotto. II. Título

IFRJ/CNIt/Biblioteca

CDU 069.12:004

WESLEY DE SOUZA RIBEIRO

E O EDUCATIVO, ONDE ESTÁ? REFLEXÕES SOBRE A PRESENÇA E ATUAÇÃO  
DO SETOR EDUCACIONAL DOS MUSEUS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS  
DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19

Artigo apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do grau de Especialista em Educação e Novas Tecnologias.

Aprovado em \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_.

Banca examinadora

---

Andréa Rizzotto Falcão  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

---

Antonio Gonzaga Amador  
Escola de Artes Visuais do Parque Lage

---

Etiane Araldi  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

---

Milla Benicio Ribeiro de Almeida Câmara  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE  
JANEIRO – CAMPUS NITERÓI  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EDUCAÇÃO E NOVAS  
TECNOLOGIAS**

**E O EDUCATIVO, ONDE ESTÁ? REFLEXÕES SOBRE A PRESENÇA E  
ATUAÇÃO DO SETOR EDUCACIONAL DOS MUSEUS NAS PLATAFORMAS  
DIGITAIS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19**

**Wesley de Souza Ribeiro<sup>1</sup>**

Resumo: Este artigo visa apresentar o processo e os resultados de uma pesquisa que buscou compreender o fenômeno de migração das atividades educativas das instituições culturais do modo presencial para o virtual, no início da pandemia do Covid-19, tendo como base um estudo de caso das ações propostas pelo Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro - MAM-RJ, neste período. O objetivo geral do trabalho foi produzir uma reflexão sobre a utilização das plataformas digitais como suporte para as atividades educativas e ao mesmo tempo avaliar o impacto e as consequências da pandemia na atuação dos educadores e na relação deste setor com o público e com a instituição.

Palavras-chave: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, Educação, Plataformas digitais, Pandemia.

Abstract: This article aims to present the process and results of a research that seeks to understand the phenomenon of migration of educational activities of cultural institutions from face-to-face to virtual mode, at the beginning of the Covid-19 pandemic, based on a case study of the actions proposed by the Museum of Modern Art of Rio de Janeiro - MAM-RJ, in this period. The general objective of the work was to produce a reflection on the use of digital platforms as a support for educational activities and at the same time evaluate the impact and consequences of the pandemic on the performance of educators and on the relationship of this sector with the public and the institution.

Keyword: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, Education, Digital platforms, Pandemic.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Sociologia pela Universidade Federal Fluminense - UFF, atualmente atuando como Educador do eixo de Formação no Galpão Bela Maré.

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos meses de 2019, os meios de comunicação pautavam o surgimento de um novo vírus em território asiático e que começava a se espalhar por outras partes do mundo. Neste mesmo período, aqui no Brasil, mais especificamente na cidade do Rio de Janeiro, o Museu de Arte do Rio - MAR enfrentava uma de suas piores crises financeiras. Neste momento, todas as atenções dos funcionários da instituição, grupo do qual fiz parte durante quatro anos como Educador, estavam voltadas para a manutenção dos seus cargos e não tanto nos números de mortos e infectados pelo coronavírus. Entretanto, tudo mudou em março de 2020 quando o então governador do Rio de Janeiro, Wilson Witzel, anunciou um rigoroso plano de combate à pandemia que naquele momento passou a ser um assunto de preocupação mundial.

O decreto Nº 46.973, de 16 de Março de 2020 trouxe inúmeras restrições e a principal delas, a suspensão das “atividades coletivas de cinema, teatro e afins.”(Rio de Janeiro, 2020), causou impacto direto na atuação dos Educadores e Educadoras do MAR. Não que as demais instituições culturais da cidade e do Estado do Rio de Janeiro não tenham sofrido com a suspensão de suas atividades, mas tendo em vista a situação econômica do Museu de Arte do Rio, ficar sem qualquer tipo de atividade poderia ter um efeito desastroso, nos colocando a um passo para um fechamento total, por tempo indeterminado. Sendo assim, para dar continuidade ao trabalho feito pela instituição e buscando uma forma de justificar a manutenção dos cargos de todos os membros da equipe de educação, o museu passou a ocupar as plataformas digitais criando no ambiente virtual uma extensão das ações presenciais do museu.

Foi a partir desse momento que este projeto de pesquisa começou a ganhar forma. Como mencionado anteriormente, tive a oportunidade de trabalhar no MAR atuando diretamente com atividades que lidavam com o público a partir do viés educativo, com a mudança do espaço de atuação do presencial para o virtual me vi lançado, juntamente com os demais membros da equipe, em um grande desafio. Nas semanas que antecederam à publicação do decreto Nº 46.973, realizamos diversas reuniões com o propósito de criar uma rotina de trabalho remoto, porém, ao longo desses encontros ficou perceptível que precisávamos primeiramente aprender a atuar nos espaços on-line. Logo, as primeiras semanas de lockdown serviram para que a equipe

produzisse estudos sobre os possíveis usos das plataformas digitais disponíveis. No fim deste processo, produziu-se uma série de vídeos onde apresentamos as exposições que estavam em cartaz naquele ano, realizando uma espécie de visita mediada para o Youtube. Poucos dias depois de todo o material ter sido gravado, fomos informados que os contratos de trabalho dos Educadores seriam encerrados, dos doze membros da equipe, apenas dois permaneceram em suas funções.

O tempo que passei longe do museu me permitiu refletir sobre a prática educacional em espaços culturais, levando-me a um oceano de dúvidas: Como será que foi para os demais Educadores enfrentar a suspensão de suas atividades? Como o setor educativo dos outros espaços culturais se relacionaram com as plataformas digitais? É possível mediar uma exposição sem estar, de fato, presencialmente no espaço? De que maneira a tecnologia pode ser utilizada por nós, educadores museais?

Partindo dessas inquietações e do desejo de compreender o fenômeno de migração das atividades educativas das instituições culturais do modo presencial para o virtual no início da pandemia do Covid-19 foi se construindo a ideia para este projeto. Sendo assim, é possível afirmar que esta pesquisa tem como tema a educação em museus, e o nosso objeto de análise foi investigar a presença dos setores educativos dos museus no ambiente virtual tendo como base o estudo das ações propostas pelo Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, na tentativa de perceber como, em uma instituição semelhante à qual atuei, o setor educativo se fez presente no universo online. no contexto da pandemia.

Assim, o objetivo geral do trabalho foi produzir uma reflexão sobre a utilização das plataformas digitais como suporte para as atividades educativas, buscando avaliar o impacto e as consequências da pandemia na atuação dos educadores e na relação deste setor com o público e com a instituição em si.

Dentre os objetivos específicos podemos listar: Identificar como se dá a presença das instituições culturais, principalmente os museus, nas redes sociais; Analisar os conteúdos divulgados pela instituição escolhida para o estudo de caso antes e durante o período de pandemia; Mapear e identificar as propostas educativas realizadas no período inicial da pandemia; Observar a recepção do público a essas propostas; Compreender o papel do setor educativo na manutenção do vínculo da instituição com o público; Compreender o papel social dos museus no contexto pandêmico; Produzir uma reflexão sobre as potencialidades, ou incapacidades, das plataformas digitais

para as instituições culturais; refletir sobre a importância das atividades educativas em museus durante a pandemia

De maneira sintética posso dizer que a educação em espaços culturais está presente em minha trajetória profissional desde 2015. Foi neste o ano que iniciei o estágio no Museu de Arte do Rio (MAR) como *educador*. Desde então, a minha atuação na instituição passou por diversas fases, indo de Educador Estagiário para Educador I e encerrando o ciclo como Orientador de Público. Entretanto, foi nos meses entre o final de 2019 e o início de 2020 que alguns acontecimentos fizeram emergir questões internas e coletivas sobre a prática de mediação num espaço museológico. Foi ao longo desse período que sou o alerta sobre a importância de produzir academicamente uma reflexão sobre a relação do setor educativo com as novas tecnologias de informação e comunicação.

A realização conjunta do livro “Dispositivos Artísticos-Pedagógicos” no final de 2019 marca o primeiro movimento de autoavaliação da equipe de educação do MAR, o livro foi uma proposta da Coordenação de Educação do museu e tinha como intenção fazer com que nós, educadores, olhássemos para a nossa prática de produzir objetos para auxiliar nas atividades de mediação e que, a partir disso, pudéssemos sistematizar uma metodologia, tornando-a compreensível para os demais colegas de profissão. No período de produção do livro, tivemos a oportunidade de debater sobre a prática de mediação e o papel dos educadores na relação do público com a instituição. Meses depois, com a chegada do vírus Sars-Cov-2, tivemos um segundo momento para avaliar a prática educativa. No contexto de suspensão das atividades presenciais, a equipe foi convocada a produzir um documento que justificaria o trabalho remoto dos educadores, explicando para a instituição quais atividades poderiam ser feitas no formato on-line. Foi neste momento que percebemos como a nossa prática até então estava pautada apenas na relação presencial, levando-nos a questionar quais os impactos disso no propósito do setor educativo.

Daí surgiram algumas questões: se tomarmos os museus como espaços de educação não-formais partindo da compreensão de que “a sociedade possui vários espaços potencialmente educativos que cumprem junto com a escola a tarefa de formação dos sujeitos” (SOUZA, 2016, p.36), de que maneira o setor educativo dessas instituições contribui para essa formação estando apartado das novas tecnologias? Quais os motivos para esse distanciamento?

Os museus são instituições seculares e por mais que ocorra movimentos de atualização e transformação desses espaços, como a própria disseminação dos “Centros Culturais” (DABUL, 2008) que aglutinam em um único espaço diversas funções com teatro, cinema, museu, e etc., ainda é possível perceber que muitos desses espaços encontram-se distantes do tempo presente, ou seja, seguem padrões de atuação que não correspondem mais a atual sociedade “midiatizada, fascinada pela incitação à visibilidade e instada a adotar com rapidez os mais surpreendentes avanços tecnocientíficos” (SIBILIA, 2012, P.203). Em um de seus trabalhos, Paulo Freire (apud STRECK, 2016, p. 59) afirma que não há nada mais lastimável para um ser humano que não pertencer ao seu tempo e, se tomarmos de empréstimo esse pensamento, aplicando-o aos museus, podemos dizer que não há nada mais lastimável do que uma instituição que não está conectada, literalmente, ao tempo presente.

Assim, o trabalho aqui apresentado é uma pesquisa que surgiu das inquietações que foram despertadas a partir das minhas experiências atuando como Educador em uma grande instituição de arte no Rio de Janeiro, e teve como objetivo investigar como os espaços museológicos lidam com as mídias sociais e estão presentes no ambiente digital. A intenção desta pesquisa foi de produzir conhecimento acadêmico sobre o campo da educação museal e a sua relação com as novas tecnologias, fomentando o debate sobre questões que, até então, foram muito pouco exploradas.

## **2 METODOLOGIA**

Tomando como base as referências dos principais autores de Metodologia Científica, a saber: Marconi e Lakatos (1985), e Yin (1984), podemos afirmar que este projeto caracteriza-se quanto à sua natureza tanto como uma pesquisa básica na medida que propomos realizar um aprofundamento sobre a dinâmica dos espaços não-formais de educação, tais como os museus como como uma pesquisa aplicada uma vez que buscamos gerar conhecimento a partir do estudo de uma situação específica. No que se refere à abordagem, a pesquisa se classifica como quali-quantitativa, ou seja, uma pesquisa qualitativa, associada ao uso de dados quantitativos, visando produzir reflexões sobre o tema. A pesquisa se caracteriza ainda como um estudo de caso onde, a partir de estudo e levantamento de dados de uma instituição museológica, pretende-se compreender o impacto da pandemia do Covid-19 na

prática educacional dos espaços culturais.

Sendo assim, para a realização deste projeto definiu-se cinco etapas essenciais; a primeira delas teve como propósito a criação do referencial teórico. Por meio de plataformas acadêmicas de buscas foram selecionados artigos, livros e demais produções relacionadas ao tema desta pesquisa. A partir dessa seleção, demos início à leitura, fichamento e revisão bibliográfica, sendo este último passo uma atividade que ocorreu ao longo de todo o processo de produção da pesquisa.

A segunda etapa realizada foi o levantamento das instituições culturais presentes em dois Estados: Rio de Janeiro e São Paulo. O propósito deste levantamento foi o de identificar as instituições atuantes para, em seguida, selecionar cinco instituições, em cada estado, que atuem nos campos das artes, ciências e tecnologias para uma observação geral, visando perceber de que modo essas instituições, e os seus setores educativos, estão presentes no ambiente virtual. Para chegar a esse número, foi considerada a frequência de atualização das plataformas digitais e, posteriormente, após a observação das dez instituições, destacam-se apenas duas para conformar o nosso objeto de análise, escolhidas considerando as suas proposições e relação com o público.

Para o mapeamento dos espaços culturais foi utilizado o buscador “Museusbr”, uma plataforma digital que organiza, de modo colaborativo, dados de instituições culturais do território nacional e que foi criada a partir da portaria nº de 9 de janeiro de 2017. A plataforma conta com dados “provenientes do Cadastro Nacional de Museus (CNM) e do Registro de Museus” (PORTAL BRASILEIRO DE DADOS ABERTOS, 2021) e permite realizar buscas a partir da tipologia de acervo (Antropologia e Etnografia, Artes visuais, virtual, etc.). Nesta busca, encontramos 311 museus no Estado do Rio de Janeiro e 687 no Estado de São Paulo<sup>2</sup>. Como podemos perceber, há cerca de 998 museus para serem analisados, logo, foi preciso afunilar os dados a partir do tipo de acervo, criando um recorte de interesse, como citado anteriormente.

Utilizando a categoria temática “Artes, arquitetura e linguística” temos 63 instituições no Rio de Janeiro e 100 em São Paulo. Já na categoria temática “História” foram encontrados 102 resultados para o Rio de Janeiro e 301 para São Paulo. Na plataforma “Museusbr” é possível encontrar quais instituições estão abertas ao

---

<sup>2</sup> Dados coletados no site <http://museus.cultura.gov.br/> no dia 05/10/21.

público, os dados obtidos em pesquisa no dia 05 de outubro de 2021, indicam que no Rio de Janeiro há 267 museus abertos e 600 em São Paulo, sendo 155 museus públicos e 97 privados, para 412 e 175, respectivamente.

O que esses dados comprovam é o grande número de museus concentrados nestas duas regiões e indicam como a tarefa de, a partir dessas informações, identificar qual destas instituições estão atuantes nas plataformas digitais, exigiria um extenso tempo de observação. Sendo assim, buscando otimizar o trabalho, localizamos na plataforma regiões, dentro dos estados escolhidos, com maior concentração de museus classificados na categoria temática “artes, arquitetura e linguística”. Como resultado, nos deparamos com grandes museus reconhecidos nacional e internacionalmente como Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, Museu de Arte do Rio, Museu de Arte Moderna de São Paulo e Rio de Janeiro. A partir do mapeamento realizado na plataforma “Museusbr”, foi realizado o cruzamento de dados com os perfis por mim seguidos no Instagram e Facebook despertando o interesse pelos seguintes museus: Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand - SP, Museu do Futebol - SP, Museu da Língua Portuguesa - SP, Museu de Arte Moderna de São Paulo, Pinacoteca de São Paulo, Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, Museu Nacional de Belas Artes - RJ, Museu de Arte do Rio, Museu da Chácara do Céu - RJ e Centro Sebrae de Artesanato Brasileiro - RJ. Dentre essas opções, selecionamos para o passo seguinte o Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand - SP e o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, a escolha considerou o histórico das duas instituições e as produções realizadas por elas no período inicial da pandemia.

A etapa seguinte ao mapeamento e observação das instituições, esteve voltada para a escolha daquelas que seriam, de fato, observadas de modo mais aprofundado. Entretanto, neste momento da pesquisa, compreendemos que a construção de um estudo comparativo exigiria um tempo maior para a pesquisa, sendo assim, a partir de conversas com a orientação, ficou decidido a análise de apenas uma instituição, caracterizando este trabalho como uma possível primeira fase de uma pesquisa com desdobramentos por vir. Considerando os dados obtidos na etapa anterior e o histórico da instituição, o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro foi o escolhido como objeto de análise.

Dando seguimento ao projeto, realizamos a observação e a análise dos conteúdos

compartilhados pelo MAM Rio a fim de produzir dados para construir a descrição dos usos das plataformas digitais. Para a realização dessa descrição foi definido como recorte temporal os seis primeiros meses do ano de 2020 e os seis últimos meses de 2019. A escolha desse recorte específico se deu em função das mudanças decorrentes do início da pandemia em março de 2020 quando as primeiras medidas de isolamento foram adotadas, fazendo com que inúmeras instituições fechassem as portas, sendo este um divisor de águas nas práticas e rotinas das instituições museológicas. Além disso, o mapeamento do comportamento das redes sociais das instituições culturais seguindo esse recorte temporal, nos auxilia a elucidar como, e em que momento, as práticas educativas se fizeram presentes nas plataformas digitais.

Por fim, tendo coletado as informações necessárias para construção deste trabalho, a última etapa esteve voltada para a organização de todo o conteúdo obtido, priorizando a revisão do referencial teórico, coleta e análise dos dados produzidos a partir da observação dos usos das redes sociais. Ao longo deste processo, produzimos reflexões sobre os principais desafios e os impactos trazidos pela pandemia para a instituição cultural estudada e o seu setor educativo.

Nas páginas a seguir, apresentamos os resultados dessas etapas, iniciando com uma breve apresentação da relação entre os museus e a educação, a história do MAM Rio seguidas por uma análise da presença desta instituição nas plataformas digitais para, enfim, apresentar como se deu a proposta de interação com o público, por meio das plataformas digitais, nos meses mais graves da pandemia.

### **3 UM BREVE HISTÓRICO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE MUSEUS E EDUCAÇÃO**

Como apresentado anteriormente neste trabalho, a minha relação com o campo museal se dá por meio da atuação da educação em museus, logo falar sobre a relação entre museus (e demais instituições culturais) e educação traz à memória algumas mediações realizadas que partiam de uma questão que para alguns parece banal, mas é de grande importância: O que é um museu?

Em uma aula aberta realizada no “Curso de Formação de Mediadores Culturais - Edição Praças, Ruas e Galerias: Por uma mediação consigo e com o mundo” realizado no Museu de Arte do Rio em 2022, o poeta, museólogo e cientista social Mário Chagas

definiu o museu como um “código social partilhado”(informação verbal)<sup>3</sup>, ou seja, a sua existência e função decorre dos acordos feitos no coletivo. Se um determinado grupo compreende que um determinado espaço é um museu e cumpre a função pactuada para essa instituição, então aquilo que está sendo entendido como um museu é, de fato, um museu.

O que a definição proposta por Mário Chagas nos diz é que cabe a nós, enquanto coletivo definir o que é um museu e o seu papel, e isso é algo que vêm sendo feito principalmente por profissionais da área. Entretanto, é importante termos em mente que as definições que embasam a ideia do que é um museu surgem há algumas centenas de anos. “Alguns autores sugerem que deveríamos considerar que os museus teriam começado com a lendária Biblioteca de Alexandria[...]”(FALCÃO, 2009, p. 10), entretanto, essa ideia não costuma ser um consenso entre pesquisadores do campo, muitos associam a compreensão sobre o papel e função do museu com a criação do Museu do Louvre em 1793. Isso acontece por conta do acesso aos itens que conformam a coleção do espaço, até o momento em que o Museu do Louvre abre as suas portas, os objetos e artefatos artísticos estavam restritos a pequenos grupos sociais, restringindo esses objetos a apenas uma parcela da população. O colecionismo é um hábito praticado há tempos e durante o período de expansão territorial de determinados países, causado pelo colonialismos, isso se tornou ainda mais comum é impulsionado, dando origem a coleções que receberam o nome de “Gabinetes de Curiosidades ou Câmaras de Maravilhas, em alemão Kunst und Wunderkammer” (RAFFAINE, 1993, p. 159) e que estavam sob o poder das casas reais, burguesas artistas e estudiosos, excluindo as demais camadas sociais.

Entretanto, a Revolução Francesa alterou esse cenário fazendo com que o acesso do público, no seu sentido mais amplo, tivesse acesso a essas coleções. Desta maneira, “as coleções passaram a ser gradualmente abertas ao público, de forma organizada, para a formação do gosto e do espírito de nação.” (LIMA, 2018, p.64). O que a revolução francesa faz é alterar a concepção do que é uma coleção, mais precisamente, a sua função, a partir desse marco histórico a coleção se torna uma “Instituição pública” (FALCÃO, 2009). Neste período o museu era compreendido como ferramenta de educação do “povo” auxiliando na construção de uma identidade

---

<sup>3</sup> Fala do Prof. Dr. Mario Chagas em aula aberta no “Curso de Formação de Mediadores Culturais - Edição Praças, Ruas e Galerias: Por uma mediação consigo e com o mundo” no dia 22 de julho de 2022 no Museu de Arte do Rio - MAR

nacional, a acumulação de objetos deixa de ser o objetivo principal destes espaços que passam a assumir “um papel importante na interpretação da cultura, da memória e na educação dos indivíduos, no fortalecimento da cidadania, no respeito à diversidade cultural e no incremento da qualidade de vida na contemporaneidade.” (IBRAM, 2019, p.13.). Naturalmente, esse pensamento do papel educacional dos museus altera-se ao longo dos anos.

No Brasil, a primeira instituição a criar um setor voltado para a produção e realização de atividades educativas foi o Museu Nacional, no Rio de Janeiro. O Serviço de Assistência ao Ensino do Museu Nacional foi criado em 1927 por Roquete Pinto, membro da Academia Brasileira de Letras, médico, etnólogo e educador. Sua contribuição para o setor museal tem inspiração nas mudanças ocorridas na Europa e nos Estados Unidos ao final do século XIX. Nesse período surgem, em acordo com Lima (2018), diferentes tendências pedagógicas que dão origem às “Pedagogias Renovadas” (MARTINS, 2011 apud LIMA, 2018). Estas, por sua vez, têm como ponto em comum a modernização da educação. E, é essa visão que, além de influenciar, em solo brasileiro, o “Movimento da Escola Nova”, produz um novo olhar sobre o museu, entendendo-o como um espaço complementar e incluindo a visita a exposições como parte da rotina escolar.

Apesar do viés moderno das novas pedagogias, a educação realizada pelos museus estava pautada no pensamento tradicional. Ou seja, essas atividades educativas tomavam como base o “modelo de transmissão do conhecimento sobre os fatos da ciência, da técnica, das escolas artísticas [...]” (LIMA, 2018, p.66), dentre outros elementos. Logo, o que temos é a prevalência do modelo de transmissão da “verdade”. Porém, é no período pós-segunda guerra mundial, que a visão educacional nos museus passa por mudanças significativas.

A partir de 1946, com a criação do ICOM (International Council of Museums), órgão responsável por promover relações entre os países com o interesse de debater questões relacionadas ao campo museológico, tivemos uma série de eventos que culminaram na transformação gradual da educação nos museus. Dentre esses encontros, destacam-se o de Nova Iorque, em 1952, o de Atenas, em 1954, e o do Rio de Janeiro, em 1958. Entretanto, a Mesa-Redonda de Santiago, de 1972, é considerada como o ponto de clivagem na história da educação museal. É a partir deste evento que se delineia uma nova prática social do museu tendo como principal

influência a filosofia de Paulo Freire. A partir daí, os museus começam a ser entendidos como instrumentos de transformação social. Sendo,

O museu como finalidade, o museu como objetivo, é a universidade popular, a universidade para o povo através dos objetos. O que numa universidade normal é linguagem das palavras e em última instância a linguagem dos sinais escritos, no caso do museu converte-se em linguagem dos objetos, do concreto (SALVAT, 1979, p.19 apud IBRAM, 2018 p.17)

Recentemente, essa compreensão sobre os museus passou por algumas revisões com o objetivo de tornar esses espaços presentes no tempo atual, considerando questões importantes socialmente. Desde 2019, o Conselho Internacional de Museus - ICOM busca alterar a sua definição para os museus e em 2022 termos como “inclusão”, “acessibilidade” foram adicionados à definição dessa instituição. Assim, temos que:

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade, que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe patrimônio material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus promovem a diversidade e a sustentabilidade. Atuam e se comunicam de forma ética, profissional e com a participação das comunidades, oferecendo experiências variadas de educação, entretenimento, reflexão e compartilhamento de conhecimento. (ICOM - Conselho Internacional de Museus, 2022)

Como vimos, a educação está associada ao museu desde o momento em que o grande público passa a acessar este espaço, logo, podemos compreendê-lo como um espaço educacional e, seguindo o que nos diz Souza (2016), um espaço não formal de educação, uma vez que o ensino e a aprendizagem acontecem também fora dos limites do espaço da escola. Essa classificação ocorre se partirmos do pressuposto de que,

[...] as ações educativas museais possuem objetivos explícitos e acontecem de maneira diferenciada e específica em relação aos outros processos sociais, porém, essa instituição não está comprometida com a tarefa de conceder títulos acadêmicos aos seus visitantes, não integra os sistemas oficiais de ensino do país. (SOUZA, 2016, p.42)

Apesar da relação histórica entre educação e espaços culturais como os museus, a construção e atuação dos setores educativos nos museus acontece de forma diferente em cada instituição, isso por conta do propósito dado à função da educação dentro do museu. Como vimos, há, de fato, um movimento que rompe com a ideia do ensino tradicional, mas cabe à instituição, na maioria das vezes, formatar a prática educacional. Uma síntese deste pensamento pode ser exemplificada por meio do trabalho realizado por Carmen Morsch no texto “Numa encruzilhada de quatro

discursos. Mediação e educação da Documenta 12: entre Afirmação, Reprodução e Transformação”. A partir de sua experiência como coordenadora do programa do educativo na “Documenta 12”, uma prestigiada exposição de arte que ocorre a cada cinco anos em Kassel, Morsch apresenta a presença de quatro tipos de discursos institucionais. O Afirmativo, que está ligado com o ideal de afirmação do espaço, tendo como “público alvo” pessoas que já circulam pelo meio das artes. O Reprodutivo, onde a prática de mediação cumpriria a função de “educar o público do amanhã e, no caso de indivíduos que não vêm por vontade própria, encontrar meios de introduzi-los à arte.”(MÖRSCH, 2016, p.03). O Desconstrutivo, com o foco em produzir um exame crítico do museu e do campo da arte, entendendo o museu enquanto um espaço com ares “disciplinador” e “civilizatório”, porém, vendo na arte o poder da desconstrução. E, por fim, o discurso Transformador, onde há a tentativa de expandir a instituição, neste o museu teria a função de agente de mudança social, com o olhar para o entorno.

Apesar de o trabalho de Morsch nos apresentar caminhos possíveis para compreender como determinadas instituições lidam com os seus setores educativos, é preciso ter em mente a possibilidade da presença de mais de um discurso em um único museu, por exemplo. O que este trabalho nos mostra é como um único espaço pode estar pautado em uma lógica de educação mais formal ao mesmo tempo em que bebe da fonte da educação informal. Entretanto, para esta pesquisa, o que mais interessa é compreender como a função educativa dos museus aparece, também, no ambiente virtual.

Ao tempo em que os educativos iam tornando-se cada vez mais consolidados, um outro fenômeno acontecia, a difusão da internet. Se hoje é possível acessar aplicativos utilizando um aparelho smartphone, isso se dá pelo rápido avanço das ferramentas tecnológicas, mas principalmente da conexão via internet. O que começou como um produto militar e de uso exclusivo ao círculo acadêmico, hoje tornou-se ferramenta essencial para grande parte da população. A internet é “mais do que um mundo virtual, tomado como oposto do mundo real, estamos diante da contínua produção humana de novos mundos [...] por meio de produções de conexões e de sua ordenação.” (RAMOS, 2015, p. 59).

Naturalmente, ao falarmos sobre as possibilidades alcançadas a partir da conexão através da internet, pensamos em inovação, como se as plataformas digitais e as redes sociais fossem um feito exclusivo da internet, entretanto, essa não é uma

afirmação totalmente correta, afinal, as plataformas digitais “potencializam e transformam meios anteriores de comunicação, os quais, por sua vez já foram inovadores e causaram grandes mudanças sociais e subjetivas” (MISKOLCI, 2011, p.10). Para Jair Souza Ramos (2015), a internet pode ser compreendida como extensão de práticas coloniais, onde a construção de vias de comunicação era fundamental para a manutenção da dominação, logo era preciso estabelecer uma comunicação integrada em uma rede, como foi no caso dos correios e dos telégrafos (MISKOLCI, 2011). Logo, apesar de diferente, a construção de redes de comunicação através da internet é um movimento de continuidade ao que já estava ocorrendo. De certo, não podemos negar que o poder de expansão e comunicação atualmente é muito maior do que em épocas passadas e a comunicação por meio destas redes constroem novos modelos de comunicação e interação, até mesmo para instituições como os museus.

Por isso, nas páginas a seguir, iremos apresentar como um dos principais museus de arte do Estado do Rio de Janeiro, estabeleceu uma comunicação com viés educacional em suas redes digitais durante o período mais crítico da pandemia causada pelo Covid-19.

#### **4 O MUSEU DE ARTE DO MODERNA DO RIO DE JANEIRO**

O Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM Rio), instituição cultural criada em 1948, é dedicado à vanguarda e ao experimentalismo nas artes visuais, conforme nos indicam os textos presentes em suas mídias sociais, como LinkedIn e o próprio site da instituição<sup>4</sup>.

Instalado em prédio construído no aterro do Flamengo<sup>5</sup>, zona sul da cidade do Rio de Janeiro, ocupa uma área de quarenta mil metros quadrados. A sua estrutura foi planejada pelo arquiteto Affonso Eduardo Reidy e é considerada uma das maiores obras da arquitetura brasileira e do modernismo. Entretanto, o icônico prédio que abriga o museu não é, de fato, o local de origem da instituição. O primeiro espaço expositivo do MAM-RJ foi o andar superior do prédio onde, em 1949, funcionava o banco Boa Vista, no centro do Rio. Em seu primeiro ano aberto ao público, o museu,

---

<sup>4</sup> Página institucional no LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/museu-de-arte-moderna-do-rio-de-janeiro/?originalSubdomain=br>) Sessão “histórico” no site oficial (<https://mam.rio/sobre/>)

<sup>5</sup> Informações obtidas através do site do MAM-RJ (<https://mam.rio/historia/>)

como aponta Parada (1993) reforçou o desejo de apresentar a “arte moderna” à população carioca (e nacional) através de obras de artistas como Henri Matisse, Pablo Picasso, Wassily Kandinsky e Marc Chagall na exposição “Pintura Européia Contemporânea”.

Em 1952, o museu passou a ocupar o pilotis do prédio do Ministério da Educação, uma edificação, como o edifício do Banco Boa Vista, projetada por Oscar Niemeyer. Foi neste mesmo período que a Câmara dos Deputados aprovou a doação de um terreno com grandes dimensões no aterro do Flamengo para que fosse construída uma sede própria para o museu. O projeto da nova sede do MAM-RJ seguiu, nas palavras do próprio Reidy (1959), o movimento de transformação do conceito de museu, que deixou de ser um espaço de passividade e ganhou uma função educacional. Logo, o caráter dinâmico do museu, requeria um prédio com dimensões diversas permitindo o uso flexível do espaço.

Em 1958, é finalizada a construção do bloco escola e aberta a nova sede do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Os demais “blocos” da estrutura, exposição e teatro foram finalizados após o falecimento de Eduardo Reidy, nos anos de 1967 e 1990, respectivamente.

Além de sua admirável arquitetura, o MAM-RJ pode ser considerado um dos principais polos de arte (e educação) do Brasil. Surgido no período do pós-guerra e tendo como inspiração o Museu de Arte Moderna de Nova York - MoMa (SANT’ANNA, 2008), o museu carioca foi palco de grandes manifestações culturais, como a mostra “Opinião 65”, inaugurada nos anos seguintes ao início da Ditadura Militar e que como aponta Palmeira (2015) pode ser considerada como “mais uma ruptura na arte brasileira, em simultânea confrontação e conexão com o que se passava na Europa”, e os “Domingos de Criação”, ações que convidavam o público a interagir com o museu a partir de proposições artísticas. Além disso, o museu foi abrigo para movimentos que romperam com os paradigmas do campo da arte como, por exemplo, o Grupo Frente (1954), um dos precursores do abstracionismo geométrico cujo elo de ligação entre os membros do grupo era a “rejeição à pintura modernista brasileira de caráter figurativo e nacionalista” (CULTURAL, 2022). O grupo foi liderado por Ivan Serpa, professor dos cursos do próprio MAM-RJ e teve em sua formação grandes nomes como Lygia Clark, Lygia Pape, Hélio Oiticica e Abraham Palatnik. Destaca-se ainda sua importância para os movimentos artísticos como o Neoconcretismo, de 1959, a

Nova Objetividade Brasileira, de 1967, além do Cinema Novo, dos anos de 1960, e o Cinema Marginal, dos anos 1970.

Além desses movimentos, é importante destacar a importância do acervo de obras que dão ao museu lugar de destaque no cenário nacional e internacional. Possuindo, atualmente, cerca de 7.137 peças, o acervo do MAM-RJ começou a se constituir a partir de sua primeira exposição, ainda na sede do Banco Boa Vista. Desde a primeira exibição, grandes nomes do campo da arte fizeram-se presentes na coleção da instituição. No entanto, em 1978, o museu enfrentou uma grande tragédia, um incêndio de grandes proporções acarretou a perda de praticamente todas as obras do acervo. Como comenta Leal (2021) “das cerca de mil obras da coleção do museu, apenas 50 sobreviveram e a exposição temporária que estava em cartaz, “Arte Agora III – América Latina: Geometria sensível”, com 205 obras expostas, queimou por completo”. Trabalhos de artistas famosos como Salvador Dalí, Di Cavalcanti, Joan Miró e Pablo Picasso perderam-se nas chamas desse incêndio sem causas definidas até os dias de hoje.

Permanecendo fechado até 1981, o museu foi se reerguendo aos poucos e, passo a passo, foi retomando o lugar de importância no circuito nacional das artes, principalmente após receber em comodato, em 1993, a Coleção de Gilberto Chateaubriand que conta com trabalhos de Tarsila do Amaral, Di Cavalcanti e Anita Malfatti.

Em 2014, com a mostra do artista australiano Ron Mueck, o museu viu o seu espaço expositivo lotado outra vez, batendo recorde de visitação e ultrapassando a marca de 210 mil visitantes, superando a exposição “Picasso: Anos de Guerra 1937-1945”, de 1999 que, até então, havia recebido um total de 134.640 visitantes<sup>6</sup>. Apesar de todo o sucesso, em 2019 a instituição tomou uma decisão polêmica ao leiloar a obra “Número 16”, produzida em 1950 por Jackson Pollock, recebida pelo MAM-RJ como presente de Nelson Rockefeller, ex-presidente do MoMa. A decisão tinha como propósito a criação de um fundo patrimonial para cobrir os gastos e manter a instituição em funcionamento. A obra, de acordo com o jornal A Folha de São Paulo (2018), não atingiu o valor mínimo desejado durante o leilão realizado na cidade de Nova York no dia 15 de Novembro de 2018, entretanto, no ano seguinte, a casa de

---

<sup>6</sup> Informações obtidas através do site da instituição (<https://mam.rio/historia/>)

leilões responsável pela venda da obra, informou que o quadro havia sido vendido sem repassar ao público a quantia paga pelo trabalho de Pollock.

Recentemente, no ano de 2020, sob a gestão de Fábio Szwarcwald na direção executiva, o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro adotou uma política de ingresso voluntário, ou seja, a entrada no espaço é gratuita cabendo ao visitante a escolha de contribuir com os valores indicados pela instituição. Essa ação pode ser entendida como uma forma de tornar o espaço, de fato, aberto ao público atraindo um número maior de visitantes. Além dessa prática, em 2021 Pablo Lafuente e Keyna Eleison assumem, em conjunto, o cargo de direção artística, um movimento inovador e que, de acordo com matéria publicada pelo jornal El País (2020), está em sintonia com os tempos em que o feminismo, o antirracismo e a transparência são requeridos. Lafuente é espanhol e foi co-curador da 31ª Bienal de São Paulo, além de ter coordenado o programa educativo do Centro Cultural Banco do Brasil - RJ, Já Eleison é curadora e pesquisadora, tendo sido professora da Escola de Artes Visuais do Parque Lage.<sup>7</sup>

Apesar dos seus altos e baixos, o MAM-RJ é uma instituição de grande potência para o campo da arte e da educação. A sua história está ligada aos principais movimentos artísticos que transformaram o campo das artes no Brasil e seus paradigmas.

## **5 O MAM RIO NA REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES**

Em pesquisa realizada entre os meses de maio e setembro de 2022, identificamos que a presença do museu no meio digital se dá, principalmente, por meio das redes sociais, além do site oficial. A instituição conta com um perfil no LinkedIn, rede social voltada para a construção de conexões profissionais, com 9.727 seguidores. Já nas plataformas da empresa Meta<sup>8</sup>, o museu conta com uma página no Facebook, com 77.000 seguidores, e outra no Instagram com, aproximadamente, 124 mil seguidores. Há ainda um canal no Youtube (2.095 mil inscritos) e na plataforma Vimeo, com 719

---

<sup>7</sup> Eleison, é a primeira mulher negra a assumir esta posição no museu. Para mais informações: <https://artebrasileiros.com.br/arte/instituicao/mam-rio-anuncia-keyna-eleison-e-pablo-lafuente-como-novos-diretores-artisticos/>

<sup>8</sup> Companhia responsável pela gestão de plataformas como Facebook, Instagram, Whatsapp e conhecida anteriormente como "Fcebook", mesmo nome da rede social criada por Mark Zuckerberg, atual diretor executivo da Meta. Fonte: <https://about.facebook.com/br/company-info/>

seguidores no perfil do museu e 739 seguidores no perfil da Cinemateca. Um perfil no Twitter (3.618 mil inscritos) e outro no TikTok (1.081 seguidores)<sup>9</sup>. Além de ter a sua coleção disponível no Google Arts & Culture<sup>10</sup>.

**Tabela 01 - Presença do Museu de Arte Moderna (RJ) nas plataformas digitais**

Plataforma	Ano de criação	Seguidores	Endereço eletrônico
Site	(*)	(**)	<a href="https://mam.rio/">https://mam.rio/</a>
LinkedIn	(*)	9.727	<a href="https://www.linkedin.com/company/museu-de-arte-moderna-do-rio-de-janeiro/?originalSubdomain=br">https://www.linkedin.com/company/museu-de-arte-moderna-do-rio-de-janeiro/?originalSubdomain=br</a>
Facebook	03/12/2012	77.000	<a href="https://www.facebook.com/museudeartemodernarj/">https://www.facebook.com/museudeartemodernarj/</a>
Instagram	(*)	124.000	<a href="https://www.instagram.com/mam.rio/">https://www.instagram.com/mam.rio/</a>
YouTube	30/09/2011	2.095	<a href="https://www.youtube.com/mamrio">https://www.youtube.com/mamrio</a>
Twitter	12/2012	3.618	<a href="https://twitter.com/mam_rio">https://twitter.com/mam_rio</a>
TikTok	(*)	1.081	<a href="https://www.tiktok.com/@mam.rio">https://www.tiktok.com/@mam.rio</a>
Vimeo	06/2020	719	<a href="https://vimeo.com/mamrio">https://vimeo.com/mamrio</a>
Vimeo Cinemateca	29/06/2020	739	<a href="https://vimeo.com/channels/cinematecadomam">https://vimeo.com/channels/cinematecadomam</a>

Fonte: Produção do autor

(\*) Não houve como identificar a data de criação dos perfis do museu nestas plataformas.

(\*\*) Não há como mensurar o número de acessos ao site

## 6 MAM RIO - PÁGINAS, PERFIS E CANAIS

Como é possível visualizar na tabela anterior, o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro está presente em diversas plataformas, mesmo naquelas onde os conteúdos se assemelham, como é o caso do Vimeo, Youtube e TikTok, espaços onde as produções audiovisuais se configuram como principal conteúdo. Ao analisarmos de maneira mais atenta essas plataformas, percebemos que elas se apresentam ao público de formas diferentes. Por mais que as publicações possuam o mesmo tema, cada rede social dialoga com públicos diferentes. Para compreendermos melhor o

<sup>9</sup> O número de seguidores apresentados acima para cada uma das plataformas corresponde a pesquisa realizada em 26 de setembro de 2022.

<sup>10</sup> Página do Mam Rio no Google Arts & Culture - <https://artsandculture.google.com/partner/mam-rio-de-janeiro>

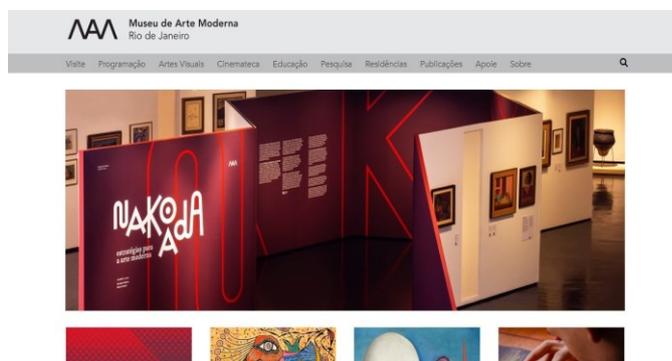
funcionamento e a estrutura das plataformas digitais onde o MAM Rio está presente, apresentaremos a seguir breve descrição das redes sociais pesquisadas.

## 6.1 O site do museu

Ao acessar o site do MAM-RJ, entre os meses de Julho e Setembro de 2022, a nossa atenção foi atraída pelas imagens em grandes proporções que estão em constante movimento de alternância entre si. Logo abaixo do cabeçalho encontramos um carrossel de imagens que funciona como área de “destaque”, apresentado ao público informações consideradas importantes, na data do nosso acesso, o site do museu apresentava como informação relevante a exposição “Nakoada: Estratégias para a arte moderna”, com curadoria de Beatriz Lemos e Denilson Baniwa, e a programação da Cinemateca.

Na linha acima do carrossel, encontra-se a barra do menu principal representada por palavras chaves. Ao clicarmos nestas palavras somos direcionados para outras páginas. Por exemplo, o primeiro submenu do site do MAM-RJ “visite”, nos direciona à página com informações referentes aos horários de funcionamento e às modalidades de ingresso. Já o submenu “Programação”, apresenta as ações que estão ocorrendo no museu naquele mês. Do lado esquerdo desta página temos os submenus “exposição”, “cinemateca” e “educação”. Cada um deles apresenta a programação destes setores.

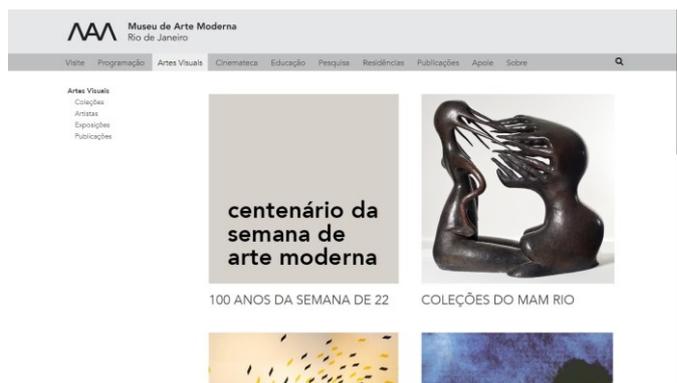
Figura 1 - Página inicial do site do MAM-Rio



Fonte: Captura de tela do site

No submenu “Artes visuais”, do lado esquerdo da página encontramos os submenus “coleções”, “artistas”, “exposições” e “publicações”. Neles são apresentadas as coleções que compõem o acervo do museu, assim como os artistas presentes nelas, temos acesso também a informações sobre exposições anteriores e versões digitais de algumas delas em 360°.

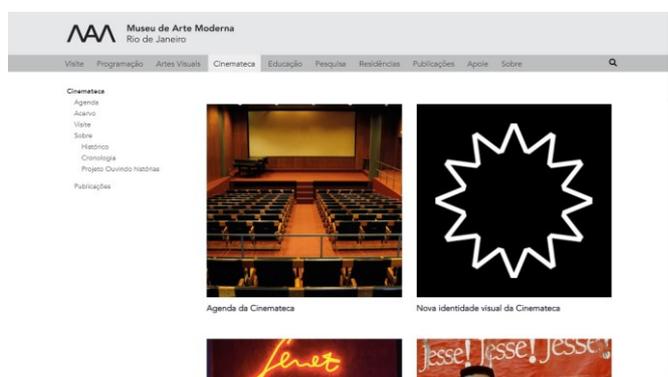
Figura 2 - Submenu Artes visuais



Fonte: Captura de tela do site

O item “Cinemateca”, está dividido em 5 subtópicos, sendo eles: “Agenda”, “Acervo”, “Visite”, “Sobre” e “publicações”. Entretanto, no submenu “Sobre” temos outros três submenus que organizam a história da cinemateca, são eles: “Histórico”, “Cronologia” e “Projeto ouvindo histórias”. De modo geral, temos acesso à história da cinemateca, seu acervo, programação e informações complementares.

Figura 03 - Item Cinemateca



Fonte: Captura de tela do site

O item “Educação” nos leva para a página do núcleo de “educação e participação” do MAM Rio. Este submenu divide-se em seis subtópicos: “Programação”, “Infância”, “Territórios”, “Acessibilidade”, “Visitas” e “Projetos anteriores” Através deles temos acesso a todas as ações realizadas pelo núcleo de educação do museu.

Figura 04 - Item Educação



Fonte: Captura de tela do site

O item “Pesquisa” está dividido em 6 subtópicos, sendo eles: “Arquivo”, “Biblioteca”, “Pesquisas relacionadas” e “Publicações” Nele encontramos o acervo digitalizado da biblioteca do MAM-RJ, especializado em arte moderna e contemporânea, além de salvaguardar a memória da própria instituição.

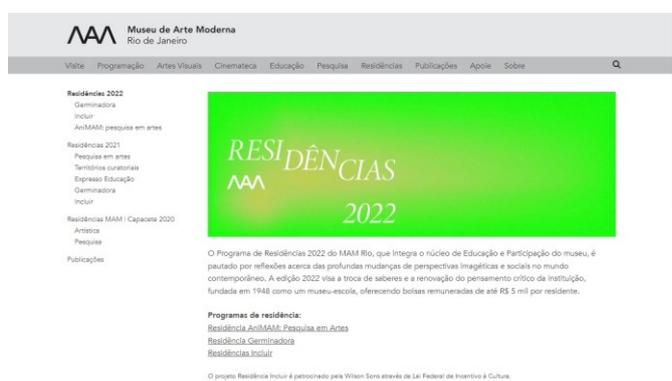
Figura 05 - Item pesquisa



Fonte: Captura de tela do site <https://mam.rio/pesquisa-documentacao/>

O item "Residências" está dividido em 4 subtópicos maiores, sendo eles: "Residências 2022", "Residências 2021", "Residências MAM| Capacete 2020" e "Publicações". Cada um desses itens, desdobram-se em subitens. No que se refere às residências de 2020 temos: "Germinadora", "Incluir" e "AniMAM - pesquisa em artes". Em residências 2021 temos: "Pesquisa em artes", "Territórios curatoriais", "Expresso educação", "Germinadora" e "Incluir". No terceiro item, residências MAM | Capacete 2020 temos: "Artística" e "Pesquisa". Por fim, o item destinado a publicações. Nesta seção do site, podemos encontrar informações sobre os programas de formação e residência da instituição ao longo dos anos.

Figura 06 - Item residências



Fonte: Captura de tela do site:

Já o item "Publicações", é um espaço destinado para a disponibilização de livros e demais publicações realizadas pelo MAM-RJ. Entretanto, vale ressaltar que o item publicação aparece enquanto subitens de outras duas sessões, "pesquisa" e "residências". Em ambos os casos, somos direcionados para a mesma página que surge ao clicarmos na barra de menu.

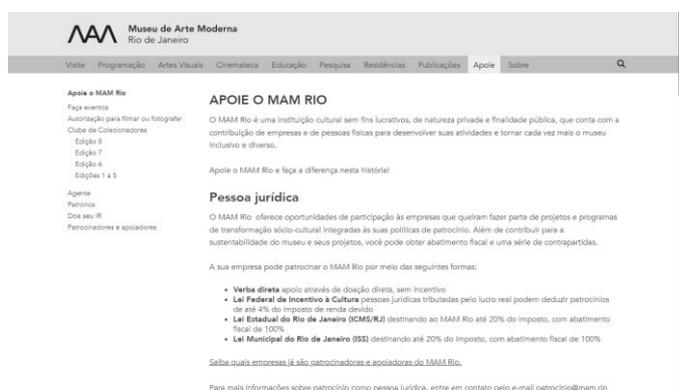
Figura 07 - item publicações



Fonte: Captura de tela do site

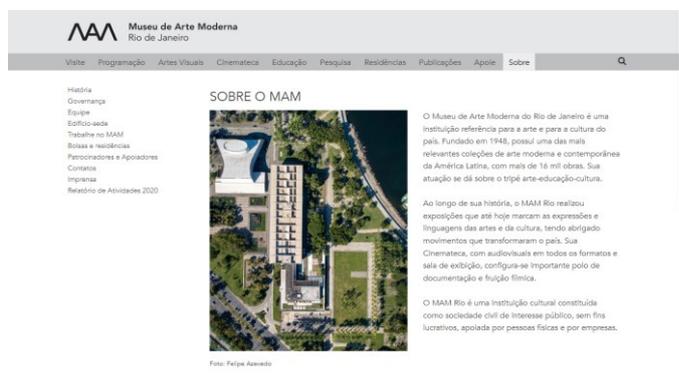
Por fim, encontramos os itens “Apoie” e “Sobre”. No primeiro encontramos informações sobre como contribuir financeiramente com os projetos do museu por meio das leis de incentivo ou doação direta. O último item “Sobre” está dividido em 10 subtópicos, sendo eles: “História”, “Governança”, “Equipe”, “Edifício-sede”, “Trabalhe no MAM”, “Bolsas e residências”, “Patrocinadores e apoiadores”, “Contato”, “Imprensa” e “Relatório de atividades 2020”. Nesses subtópicos encontramos dados sobre toda a história do museu, lista de patrocinadores, lista de funcionários e demais informações.

Figura 08 - Item apoie



Fonte: Captura de tela do site

Figura 09 - Item sobre



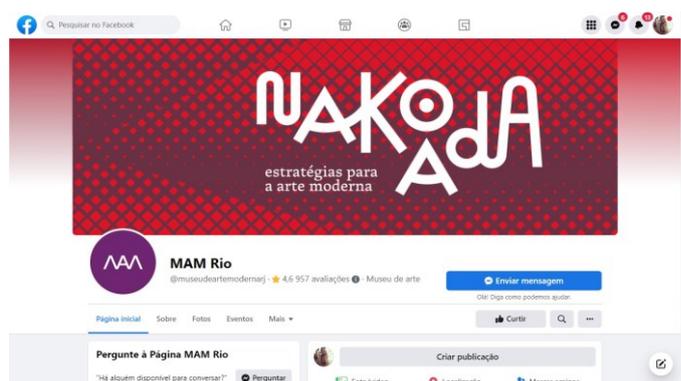
Fonte: Captura de tela do site

## 6.2 A página do museu no Facebook

A página do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro no Facebook, segue o modelo padrão utilizado pela plataforma. Na parte superior, uma imagem de “capa” e uma foto de “perfil”. Ao lado do círculo destinado para a foto de perfil, temos o nome da instituição e logo abaixo informações como o endereço da página, identificado pelo símbolo da arroba, o número de estrelas e avaliações da página e da instituição em si. Finalizando a parte superior da página, temos um botão destinado para enviar mensagens para a página através do chat.

Na parte inferior a essa, temos os itens “Página inicial”, “Sobre”, “Fotos”, “Eventos” e “Mais”. As informações de cada um desses itens aparecem de forma reduzida no lado esquerdo da tela ao navegarmos pela tela inicial, entretanto para ver as informações por completo, é necessário acessar os menus individualmente.

Figura 10 - Página do MAM Rio no Facebook



Fonte: Captura de tela

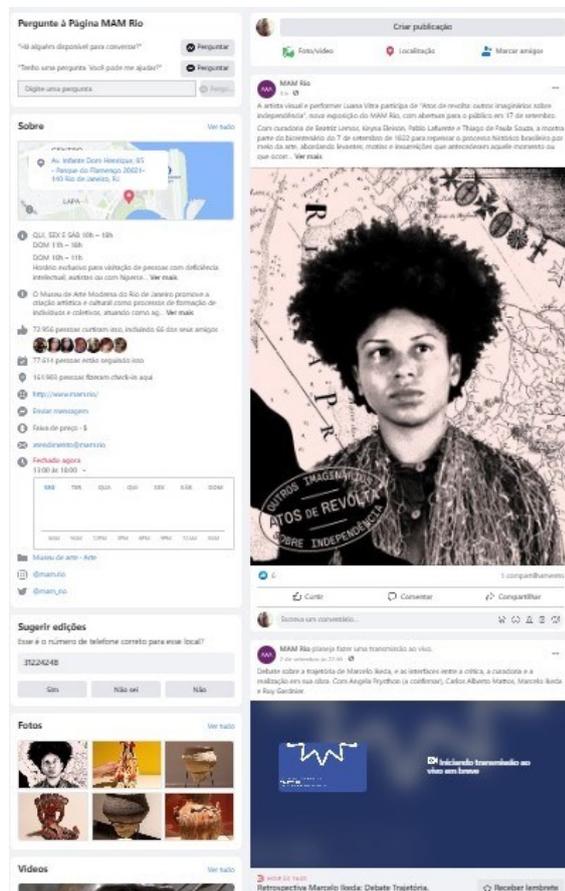
Em sua página inicial, temos no lado esquerdo os menus flutuantes onde podemos enviar mensagens para a página, identificar o endereço do museu, horário de funcionamento, e-mail para contato, link de direcionamento para o Instagram e para o Twitter no menu “sobre”. É possível, ainda, visualizar quais amigos que possuímos em nossa rede e que “curtem” a página do museu. Abaixo, temos as fotografias dos vídeos que em algum momento já foram postados na página.

Ao lado desses menus, temos o “feed”, espaço destinado para o fluxo de conteúdos postados, organizando-se em blocos. Em cada bloco de mensagem, é possível interagir por meio de comentários, curtidas e pelo compartilhamento.

É possível afirmar que todas as postagens estão acompanhadas de uma imagem, ou fotografia. Acima delas, um texto informativo relacionado a imagem. Na captura de

tela a seguir, é possível perceber essa característica na postagem realizada sobre a participação de uma artista em uma exposição futura.

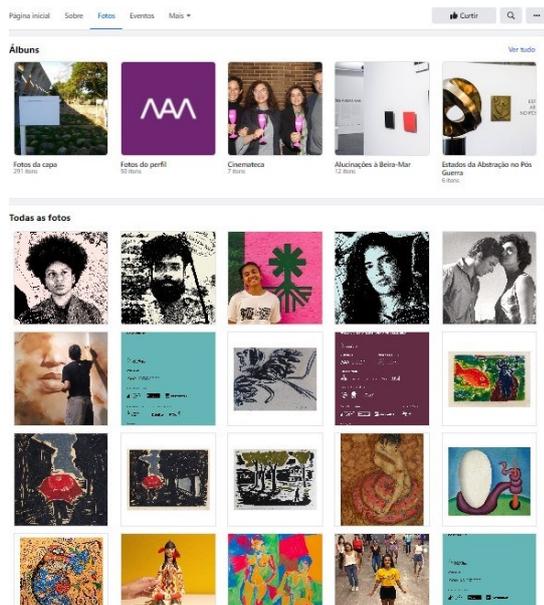
Figura 11 - Feed do Facebook



Fonte: Captura de tela

Clicando no menu “sobre”, vemos de forma ampliada as informações supracitadas. Já no item “Fotos” somos direcionados para uma página onde temos acesso às fotografias de forma organizada em álbuns ou podemos visualizá-las de um modo geral, todas em um único espaço. Ao todo, são 35 álbuns, dentre eles as fotos utilizadas como “perfil”, as fotos de capa e das exposições que já estiveram em cartaz.

Figura 12 - Item fotos



Fonte: Captura de tela

Já no menu “Eventos”, podemos ver quais os próximos eventos irão ocorrer na instituição. Para além de aberturas de exposição, este menu apresenta conversas com artistas e curadores, lançamento de catálogo e livros, estreia de filmes, entre outras ações<sup>11</sup>.

No menu “Mais”, temos três submenus, são eles: “Comunidade”, “Avaliações” e “Vídeos” que podem ser acessados através deste [link](#). Em comunidades, temos acesso às postagens públicas feitas pelos usuários onde o MAM Rio é mencionado. Em avaliações, temos as percepções dos usuários sobre a instituição. E, por fim, em vídeos, vemos as produções visuais publicadas pela página.

### 6.3 O perfil do museu no Instagram

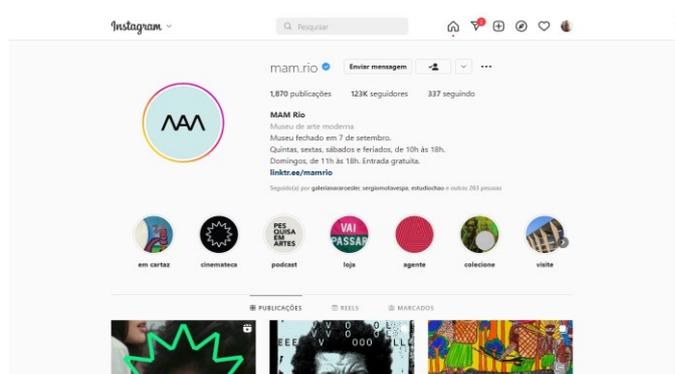
O Instagram é um aplicativo voltado, principalmente, para o uso em aparelhos smartphones. Entretanto, há uma versão para ser utilizada em computadores e notebook e, para fins desta pesquisa, essa foi a versão escolhida para análise. Vale ressaltar que as diferenças entre as versões são mínimas, alterando-se apenas as disposições de textos.

Na versão “desktop” temos, no lado esquerdo um círculo com uma imagem apresentando a identidade visual da instituição, ou seja, a foto de perfil. Se, ao redor

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/museudeartemodernarj/>

deste círculo estiver uma borda colorida, podemos clicar na imagem para ter acesso aos “stories”, conteúdos de até trinta segundos que ficam disponíveis para visualização por um período de 24 horas. Ao lado da imagem de perfil temos um pequeno texto que, no dia em que esta pesquisa foi realizada, informava sobre o não funcionamento do museu durante o feriado de 07 de setembro. Junto a isso, os horários de funcionamento e um link que nos direciona para uma página na internet onde estão hospedados outros links. Estes, por sua vez, foram mencionados nas postagens do perfil. Já que não é possível adicionar links em legendas do Instagram, o site Link Tree<sup>12</sup> é um recurso utilizado para que os usuários tenham fácil acesso a determinados conteúdos por meio dos links.

Figura 13 - Perfil do Instagram do MAM Rio



Fonte: Captura de tela

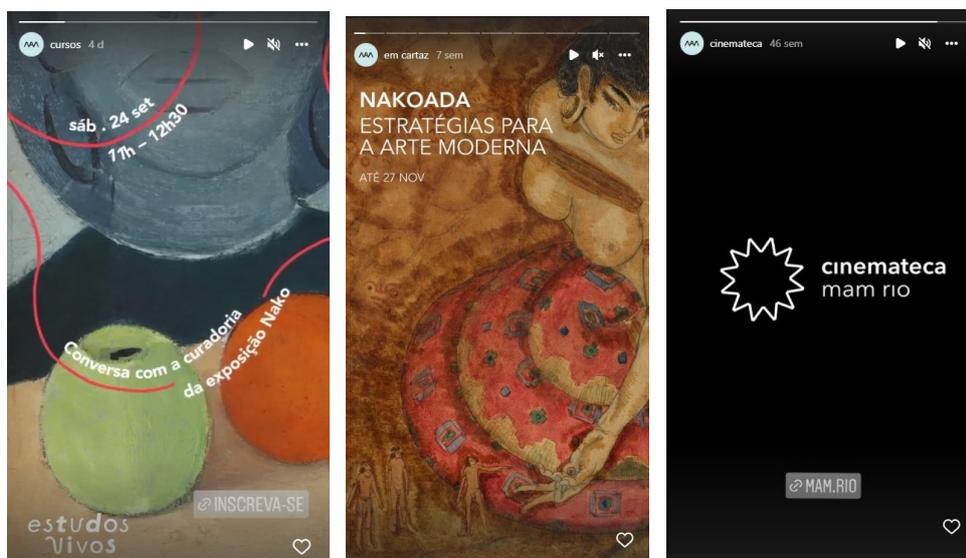
Acima desse texto informativo, temos a quantidade de publicações feitas, número de seguidores, número de páginas seguidas pelo MAM Rio, botão para iniciar uma conversa com a página, seguir (ou deixar de seguir). Ao clicar sobre o número de seguidores e seguindo, somos direcionados para páginas onde temos acesso às pessoas e demais páginas que seguem e são seguidas pelo museu.

Abaixo do texto com informações sobre a instituição, temos os destaques. Como os stories possuem um tempo determinado de visualização, o instagram disponibiliza o recurso de destacar os conteúdos publicados nos stories, permitindo que sejam visualizados mais de uma vez, por um período indeterminado. No caso da página do MAM Rio, temos oito destaques: “Cursos”, apresentando a programação de cursos do museu. “Em cartaz”, com material de divulgação das exposições correntes.

<sup>12</sup> Disponível em: <https://linktr.ee/mamrio>

“Cinemateca”, destacando a programação deste setor. “Podcast”, apresentando o “pesquisa em artes”, conteúdo de áudio produzido pelo museu. “Loja”, onde temos a divulgação dos produtos comercializados na loja física do museu. “Agente”, com o link direcionando para a página do programa de fidelidade do museu. “Colecione”, divulgando o programa de “Clube de colecionadores”. E, por fim, “Visite”, onde são apresentadas a política de compra de ingresso e os meios de transportes que permitem acesso ao museu.

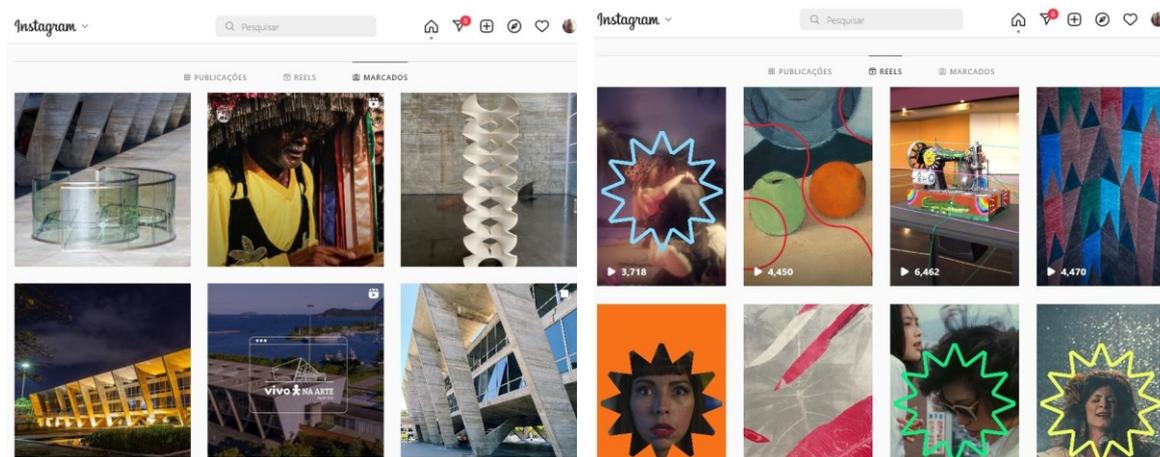
Figura 14 - Exemplos de destaques do Instagram do MAM Rio



Fonte: Captura de tela

Por ser uma rede social voltada para fotografias, o feed do Instagram apresenta a imagem como principal elemento. Apresentando as imagens em forma de grade, podemos optar por três tipos de conteúdo: “Publicações”, “Reels” e “Marcados”. Em publicações temos todos os conteúdos compartilhados publicamente pela página, entretanto, caso tenha o desejo de assistir apenas aos vídeos disponíveis, é possível clicar no item “reels” na parte acima do feed e teremos apenas esse tipo de conteúdo. Já em “marcados”, a plataforma apresenta as publicações feitas por outros usuários do Instagram e que o perfil do museu é mencionado.

Figura 15 - Marcados e Reels



Fonte: Captura de tela

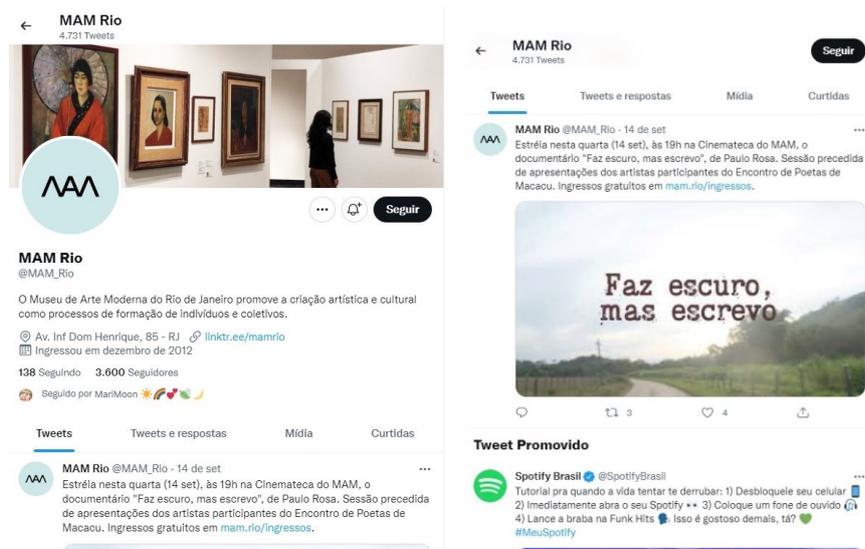
#### 6.4 O perfil do museu no Twitter

Assim como o Instagram, o Twitter apresenta duas versões, uma para ser utilizada em aparelhos smartphones e outra para computadores e notebooks. Para essa apresentação da presença do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro na plataforma, utilizamos a versão para desktop.

O perfil conta com uma fotografia de capa onde, no período desta pesquisa, podemos ver o interior de uma exposição. A parte superior ainda conta com uma foto de perfil que, neste caso, é a logo do museu. Abaixo, temos a sigla da instituição seguido do nome de usuário precedido pelo símbolo da arroba. Podemos visualizar uma pequena descrição sobre o museu, o endereço, um link do site link tree e a data de quando o perfil do museu foi criado dentro da plataforma. Por fim, temos os números de seguidores e pessoas que o perfil segue.

O mural onde as publicações são postadas é dividido em quatro modalidades: “Tweet”, “Tweet e respostas”, “Mídias” e “Curtidas”. Na primeira opção, visualizamos as postagens a partir do conteúdo mais recente. A segunda opção apresenta o mesmo conteúdo que a opção anterior. Em mídias, temos postagens que apresentam imagens ou vídeos. Em curtidas, conseguimos ter acesso a postagens que o perfil do MAM Rio curtiu.

Figura 16 - Perfil e feed do MAM Rio no Twitter



Fonte: Captura de tela

## 6.5 O Canal do museu no YouTube

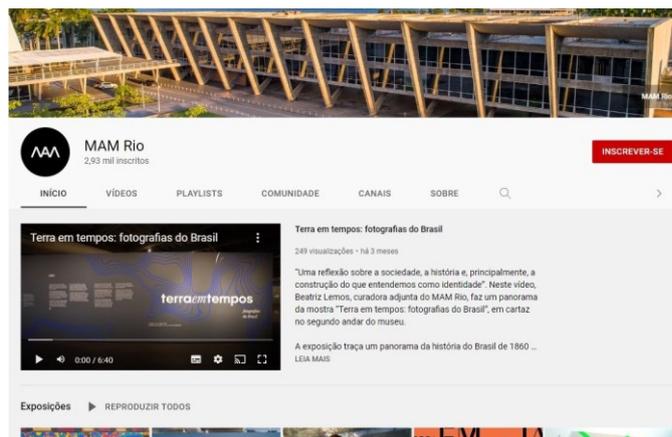
No canal do MAM Rio no YouTube, conseguimos acessar as produções audiovisuais realizadas pelo museu. Ao acessar o canal, vemos uma fotografia com capa, nela temos a fachada da atual sede do museu, como foto de perfil, a logo escrita em letras brancas sobre fundo preto. Ao lado da imagem de perfil, a sigla da instituição, seguida pelo número de seguidores do canal, no canto direito, o botão para fazer a inscrição no canal.

O canal está organizado em sete menus: “Início”, “Vídeos”, “Playlists”, “Comunidade”, “Canais”, “Sobre” e um ícone de lupa onde é possível realizar pesquisas dentro do canal.

Na página de início há um vídeo em destaque, no período em que realizamos esta pesquisa, o canal apresentava um vídeo sobre a exposição “Terra em tempo: Fotografias do Brasil”. Descendo a página, temos uma lista<sup>13</sup> de vídeos organizados por temas, são eles: “Exposições”, “Próximas exposições ao vivo”, “Cinemateca”, “AniMAM”, “Para fazer em casa”, “Minuto MAM”, “Clube de colecionadores MAM Rio”, “MAM para educadores”, “Visita Guiada: Hélio Oiticica: A dança na minha experiência” e “Saberes da mangueira”.

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/mamrio>

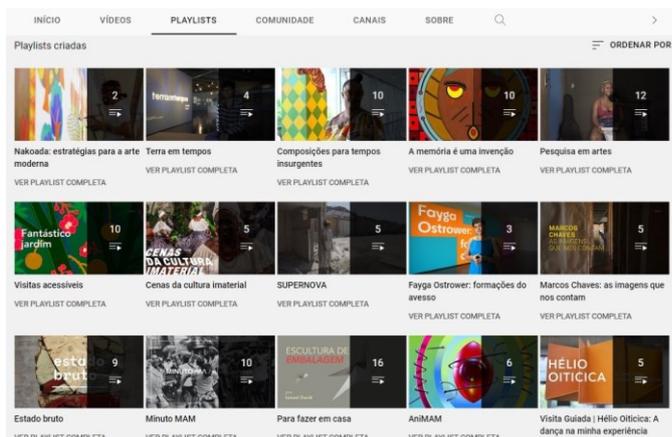
Figura 17 - Página inicial do MAM Rio no Youtube



Fonte: Captura de tela

No menu vídeos, temos todas as publicações já realizadas pelo canal disponibilizada ao público em ordem cronológica, ou seja, do mais recente para o mais antigo. Em playlists, temos um modelos semelhante ao da página inicial, onde os vídeos estão organizados a partir de temas que correspondem às exposições e demais programas do museu, na data da pesquisa, em 05 de setembro de 2022, nesta sessão tínhamos os seguintes itens: “Nakoada: estratégias para a arte moderna”, “Terra em tempos”, “Composições para tempos insurgentes”, “A memória é uma invenção”, “Pesquisa em artes”, “Visitas acessíveis”, “Cenas da cultura imaterial”, “Supernova”, “Fayga Ostrower: Formações do Avesso”, “Marcos Chaves: As histórias que nos contam”, “Estado Bruto”, “Minuto MAM”, “Para fazer em casa”, “AniMAM”, “Visita guiada: Hélio Oiticica: A dança na minha experiências”, “Saberes da mangueira”, “Seminários MAM | Capacete”, “Capacete| Arte para não ser vista”, “MAM para educadores”, “Educação e participação”, “Cinemateca”, “Depoimentos de artistas”, “Clube de colecionadores MAM Rio” e “Exposições”.

Figura 18 - Playlist do YouTube



Fonte: Captura de tela

Em comunidade, ainda não há publicações realizadas pelo canal, assim como no menu canais, onde não há conteúdo para visualização. Por outro lado, em sobre, temos um texto descrevendo a história do museu, o número de visualizações do canal e a data de criação do perfil<sup>14</sup>.

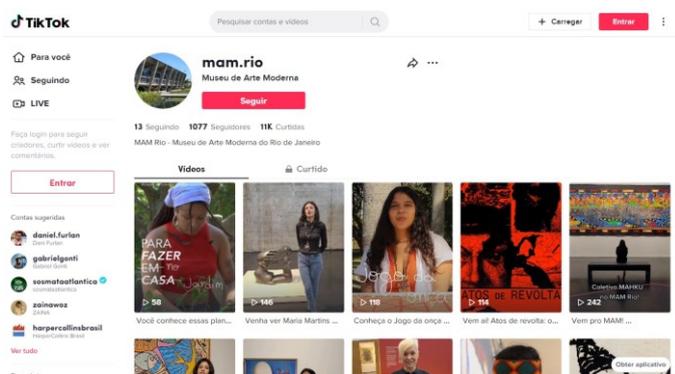
## 6.6 O perfil do museu no Tik Tok

No TikTok, o perfil do museu apresenta uma imagem de perfil, onde podemos ver a fachada do atual prédio, o nome de usuário do perfil, o nome da instituição e o botão de seguir. Abaixo dessas informações, temos o número total de outros perfis que o MAM Rio segue dentro desta plataforma, o número de seguidores e o total de curtidas que os vídeos possuem.

O mural com os conteúdos, está dividido em dois menus: “Vídeos” e “Curtidos”. No primeiro, temos acesso aos vídeos produzidos para a plataforma no formato vertical, no segundo menu, temos a informação de que as publicações curtidas pelo perfil do MAM Rio estão ocultas.

<sup>14</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@MAMRio/about>

Figura 19 - O perfil do MAM Rio no TikTok



Fonte: Captura de tela

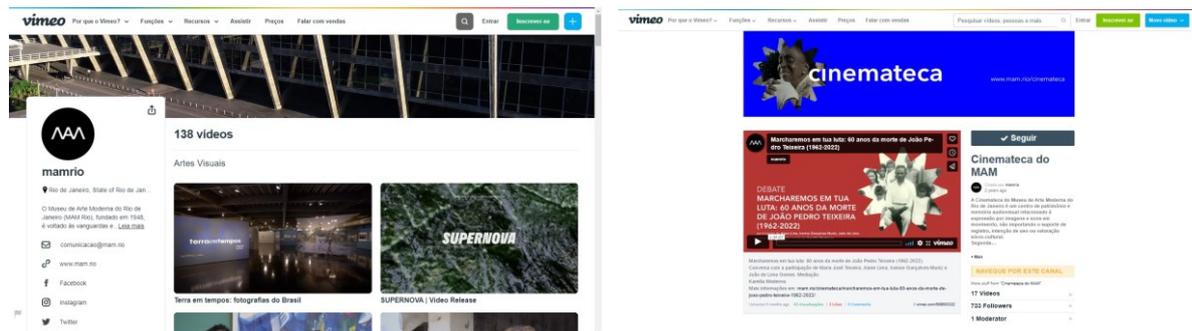
## 6.7 A página do museu no Vimeo

Na plataforma Vimeo, o museu está presente com dois perfis. O primeiro, com uma versão digital da cinemateca. Na página inicial, a imagem de capa, que funciona para identificar o título do perfil, traz o nome “cinemateca”. O mural é composto por vídeos publicados pela página em ordem cronológica. No canto direito, temos o botão de seguir e uma breve descrição sobre a Cinemateca do MAM Rio. Abaixo, as informações sobre a quantidade de vídeos publicados, número de seguidores e moderador da página.

O segundo perfil apresenta como imagem de capa um vídeo com vista aérea do prédio do museu, abaixo, o número total de vídeos já publicados pela página. No lado esquerdo da tela, temos a imagem de perfil com a logo da instituição, abaixo, o endereço físico do museu e links para e-mail, compartilhamento e redes sociais. Abaixo deste bloco de informações, uma sessão com o título “Atividades”, nesta parte temos acesso ao número total de vitrines<sup>15</sup>, número de seguidores, número de páginas seguidas, coleções e data de criação do perfil na plataforma. Ao lado dessas informações, estão as publicações realizadas pela página.

<sup>15</sup> De acordo com informações do próprio site, “vitrine” funciona como uma espaço para organizar os vídeos a partir de temas, é criado uma lista de reprodução, uma playlist com os vídeos do perfil.

Figura 20 - Os dois perfis no Vimeo



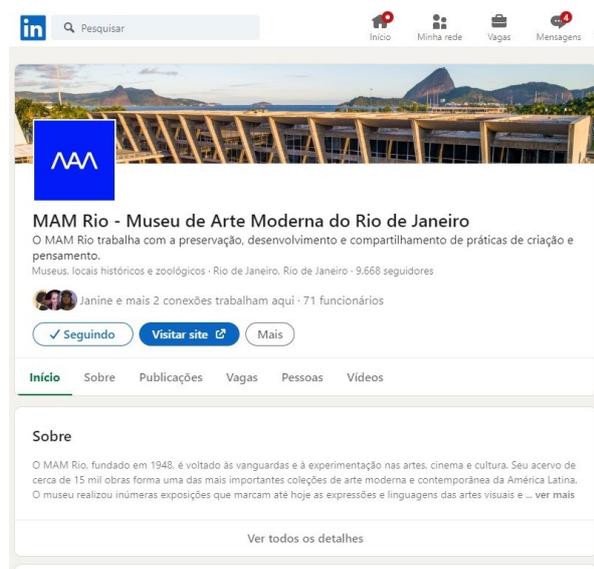
Fonte: Captura de tela

## 6.8 O perfil do museu no LinkedIn

O MAM Rio possui, ainda, uma página na plataforma LinkedIn. Em seu perfil, temos a foto de capa com a fotografia mostrando a fachada do prédio do museu, a imagem de perfil com a logo da instituição acompanhadas de uma breve descrição sobre o museu. Temos, também, palavras chaves que indicam a categoria da página, neste caso “Museus, locais históricos e zoológicos”. Ao lado, o número total de seguidores.

A página apresenta menus que organizam os conteúdos publicados. Em “Início”, temos as informações organizadas em grupos: “Sobre”, “Vídeos publicados recentemente”, “Destaques de pessoas”, “Publicações na page.” e “Estatísticas sobre a MAM Rio de Janeiro”.

Figura 21 - Perfil do MAM Rio no LinkedIn



Fonte: Captura de tela

Ao selecionar o item “sobre”, temos acesso ao texto de apresentação da história do museu, endereço eletrônico, número para contato, tamanho da empresa, sede, ano de fundação e especializações. Abaixo deste bloco de informações, temos um mapa indicando a localização do museu.

Em “publicações”, temos acesso ao conteúdo divulgado pela página, a visualização deste material pode ser organizada em: “Todos”, “Imagens”, “Vídeos”, “Artigos”, “Documentos” e “Anúncios”. Em vagas, teríamos a divulgação de oportunidades de emprego no MAM Rio, mas atualmente não há registro de vagas<sup>16</sup>.

No item “pessoas”, a página apresenta dados relacionados aos perfis que indicam atuar na instituição, como, por exemplo, “onde moram” e “onde estudam”. Abaixo deste bloco, há os perfis dos funcionários que possuem registro na plataforma. Por fim, em “vídeos” temos as publicações de vídeos organizadas em ordem cronológica.

## 7 AS REDES, OS CONTEÚDOS E OS PÚBLICOS

Como é possível notar, o MAM Rio está produzindo conteúdo nas principais plataformas e redes sociais, somando o total de seguidores das redes do museu, temos, aproximadamente, 210.146 pessoas, quase o equivalente ao número<sup>17</sup> de habitantes da cidade de Angra dos Reis, localizada ao sul do Estado do Rio de Janeiro. Esse é um número considerável de pessoas com as quais as redes da instituição estabelecem diálogos. Naturalmente, os conteúdos publicados não atingem, de fato, todo esse quantitativo e isso acontece por inúmeros fatores, seja por conta de usuários inativos, ou seja, aqueles que não acessam as suas contas regularmente, ou pelos critérios dos algoritmos que definem as publicações mais relevantes a serem apresentadas para os usuários. De todo modo, mesmo considerando que parte desse número não visualiza os conteúdos do museu, temos ainda um número relevante de interlocutores que, de algum modo, interagem com as publicações.

---

<sup>16</sup> Informações disponíveis em: <https://www.linkedin.com/company/museu-de-arte-moderna-do-rio-de-janeiro/about/>

<sup>17</sup> De acordo com dados do IBGE, estima-se que em 2021 a cidade de Angra dos Reis tenha 210.171 habitantes. As informações podem ser conferidas em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/angra-dos-reis/panorama>

A partir de uma breve análise das plataformas e redes sociais utilizadas pelo museu, percebemos como o uso de imagens, fotografias e outros elementos gráficos são utilizados como principal linguagem, sendo o texto, um recurso auxiliar. É por meio dessas figuras que o público tem acesso a determinadas informações. Entretanto, por mais que a imagem seja o ponto em comum entre as plataformas, há pequenas diferenças e semelhanças que merecem a nossa atenção para compreender como cada rede estabelece sua comunicação com o público.

O Youtube, o TikTok, o Vimeo, o Facebook e o Instagram são plataformas digitais onde é possível publicar vídeos, porém, em certas redes, há uma limitação de tempo para esse tipo de conteúdo, o que faz com que seja preciso produzir pensando especificamente a rede na qual o conteúdo será publicado. Por exemplo, no canal do YouTube temos um vídeo de apresentação da exposição “Terra em Tempos: Fotografias do Brasil”, esse conteúdo não está replicado, literalmente no Instagram, nesta rede há um conteúdo semelhante, um vídeo convite da curadora Beatriz Lemos na aba “reels” do Instagram. Apesar de partirem de um mesmo assunto, a exposição, os vídeos se apresentam de formas diferentes e atingem públicos diferentes, o vídeo do YouTube conta com 260 visualizações, enquanto o do Instagram conta com 3.777.

Há também pontos de semelhanças, neste caso, conteúdos replicados. Ainda tomando os vídeos como exemplos, no Instagram há um vídeo reels da artista Mayra apresentando uma atividade para ser replicada em casa, esse mesmo vídeo está publicado no perfil do museu no TikTok. O único ponto de diferença entre eles é o número de visualizações, enquanto o Instagram chega a 12.000 visualizações, no TikTok temos 127.

Indo além das semelhanças e diferenças de conteúdos, algo importante a termos atenção é a interação do público com as postagens realizadas pelo museu. Nos exemplos citados anteriormente, já podemos perceber como há uma diferença de interação do público com a publicação. No exemplo do vídeo publicado no Instagram e igualmente no TikTok, é notável que a primeira rede atingiu uma quantidade de pessoas maior.

O que esses números nos mostram é a plataforma onde há o maior número de interação, ou seja, onde o impacto de uma publicação é maior. Como vimos, apesar de possuírem pontos de diferenças, as plataformas e as redes apresentam conteúdos muito similares, diferenciando-se, na maioria dos casos, na linguagem, na visualidade,

por isso, dentre as redes é possível identificarmos aquela onde grande parte do público do museu se concentra e, no caso do MAM Rio, esta rede é o Instagram.

Dentre as redes analisadas, o Instagram do MAM Rio possui o maior número de seguidores e, conseqüentemente, o maior número de interações e apesar de notar um crescimento no número de seguidores no perfil do TikTok, o Instagram segue apresentando melhores resultados em relação ao impacto no público.

Por isso, para os objetivos desta pesquisa, esta foi a plataforma escolhida para fazer uma análise mais detalhada. Entre os meses de junho e Agosto, dediquei algumas horas para estudar como a instituição utilizou o Instagram como ferramenta de mediação e conexão com o público durante o estágio inicial da pandemia no Brasil.

## **8 O PERFIL DO MAM RIO NO INSTAGRAM DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19**

Uma vez tendo escolhido a plataforma para a análise, a pesquisa ganhou forma por meio da observação e coleta de dados das postagens feitas nesta rede. Para compreender como o setor educativo do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro se faz presente no Instagram antes e durante o período de pandemia, foram estabelecidos determinados recortes temporais. O período central da análise, que vai de 14 de março até 31 de dezembro de 2020, diz respeito aos primeiros meses da pandemia, já o segundo período, usado como controle para saber o que era feito antes do início da pandemia, vai de dezembro de 2019 até 13 de março de 2020.

Vale observar também que a versão do Instagram para desktop se mostrou a mais adequada para o fins desta pesquisa, apesar desta ser uma plataforma planejada prioritariamente para o uso em aparelhos smartphones, a versão para dispositivos móveis apresentou alguns empecilhos, como, por exemplo, a disposição das publicações. A visualidade do feed de postagens em uma tela de 5 polegadas responde a uma demanda cotidiana, enquanto para uma pesquisa como a empreendida aqui, a visualidade neste tipo de tela faz com que determinados detalhes possam ser ignorados, não vistos. O layout em “grade” visualizado pela tela de um computador apresenta um campo visual maior do que a tela de um celular.

Os pontos positivos como o campo visual amplo, importação de imagem pela captura de tela e facilidade de copiar e replicar links, esbarram em um problema da

plataforma em si: a ausência de uma ferramenta de busca interna no perfil. Apesar de a plataforma conter um menu para “busca”, essa ferramenta apresenta resultados mais gerais, não sendo possível pesquisar dentro do perfil do MAM Rio por publicações a partir de determinadas palavras-chaves ou recortes de tempo. Por isso, a busca por publicações de anos anteriores foi realizada a partir da visualidade, do olhar para o feed com o conteúdo divulgado pelo perfil do MAM Rio.

Como a plataforma apresenta o seu conteúdo a partir da publicação mais recente para a mais antiga, os primeiros dados a serem coletados dizem respeito às produções realizadas durante a pandemia, entretanto, para não confundir a leitura desta pesquisa, a apresentação das informações obtidas será aqui apresentadas de forma cronológica, respeitando os recortes de tempo estabelecidos anteriormente.

Sendo assim, observando o conteúdo compartilhado pelo perfil do museu no Instagram, em dezembro de 2019, o conteúdo publicado pela instituição estava concentrado, principalmente, em divulgar as exposições em cartaz, com destaques para: “Força Precisão Leveza - Aço e a criação artística” com obras de Amilcar de Castro, Franz Weissmann e Waltércio Caldas, e “Prospectiva” com obras de Carlos Vergara, escolhida pelo jornal “O Globo” como uma das exposições mais marcantes do ano.

Ainda no mês de dezembro, as publicações trazem menções a mostra “Rock Horror Film Festival”, com filmes de terror e ficção, além de performances e nota de pesar sobre o falecimento da artista Wanda Pimentel, ex-aluna do Bloco Escola do próprio MAM Rio e grande nome da arte brasileira. Dentre o conteúdo observado, não foram encontradas proposições educativas, as referências ao setor educativo aparecem apenas em duas publicações, nelas há a informação de que aos finais de semana há atividades educativas. Nestas postagens, há a referência a outro perfil dentro do Instagram, o “@euvoceeomam”. Observando o conteúdo publicado por esse perfil, é possível perceber que trata-se de um perfil utilizado pelo setor educativo. A primeira postagem de “Eu, Você e o MAM” tem como data o dia 21 de Março de 2014. Na fotografia, que marca a primeira publicação, aparecem alguns jovens deitados no chão, uns sobre os outros, e em sua maioria olhando para a câmera, no fundo duas esculturas gigantes de Ron Mueck. Não há legendas ou comentários que indique quem seriam as pessoas que compõem o grupo fotografado, pelos detalhes da imagem sabemos apenas que a foto foi tirada em uma das principais exposições da história do museu. As demais publicações são registros de atividades educativas, as

legendas são sucintas. A última publicação deste perfil aconteceu no dia 08 de novembro de 2019, desde então, não observamos atividades nele.

O mês de janeiro de 2020 segue o mesmo caminho que o mês anterior. Grande parte do conteúdo divulgado no perfil do museu no Instagram refere-se às exposições em cartaz, o destaque do mês fica para o anúncio de contratação de Fábio Szwarcwald para o cargo de direção executiva da instituição. No dia 21 de janeiro de 2020, foi ao ar uma publicação sobre visitas mediadas, no texto de legenda, havia a indicação de que maiores informações sobre o serviço poderiam ser acessadas através do site do museu. No dia 25 do mesmo mês, outra publicação indicando o serviço educativo para visitas mediadas. Em janeiro, o setor educativo é citado em apenas duas publicações.

Fevereiro inicia com o anúncio de uma nova grade de horário e quais exposição o público pode ter acesso, a menção ao setor educativo acontece na segunda postagem do mês, indicando a realização de ações educativas aos domingos. Há uma publicação do dia 19 de fevereiro convidando professores e educadores da rede pública de ensino a agendar visitas mediadas ao museu. Na publicação temos a informação de que as visitas com alunos do ensino público recebem o apoio de transporte, alimentação e um presente composto por livros e catálogos. Algumas semanas depois, verificamos uma publicação sobre a realização de visitas acompanhadas, esta ação contava com o apoio da Petrobras.

A primeira publicação do mês de março aborda a exposição em homenagem a Wanda Pimentel. No dia 10 de março, o perfil do museu no Instagram divulgou uma fotografia de um grupo de alunos em visita acompanhado por uma das educadoras. No dia 13 deste mês, vai ao ar uma publicação sobre prevenção ao coronavírus, no texto da legenda, temos algumas medidas adotadas pela instituição para evitar a proliferação do vírus. São elas:

1. Suspensão por 15 dias das sessões da Cinemateca do MAM a partir de 14 de março de 2020.
2. Interrupção do recebimento de grupos escolares por 15 dias a partir de 14 de março de 2020.
3. Limitação da visita no Bloco de Exposição (três andares com total de 6.166 m<sup>2</sup>) ao máximo de 100 visitantes simultâneos. Limitação ao máximo de 30 visitantes simultâneos na sala de exposição dos Irmãos Campana. Aberturas deste sábado estão mantidas.
4. Suspensão temporária da possibilidade de interação física com obras de arte interativas ou com fone de ouvido nas exposições em cartaz.
5. Adoção de protocolo avançado de limpeza, aumentando o número de vezes por dia em que as áreas do museu são limpas e desinfetadas, incluindo exposições, corrimãos, botões de elevadores, banheiros etc.

6. Interdição temporária dos bebedouros.
7. Fixação de cartaz do Ministério da Saúde sobre o novo coronavírus (Covid-19) em todas as entradas do MAM, a saber: Bloco de Exposições, Bloco Administrativo, Bloco Escola, lanchonete, restaurante, Cinemateca e no interior dos elevadores.
8. Disponibilização de álcool gel para higienizar as mãos na bilheteria e na loja do museu no Bloco de Exposições.
9. Fixação de cartaz educativo sobre higiene adequada das mãos junto às pias de todos os banheiros do MAM Rio.

No dia 16 de março de 2020, o MAM Rio publicou a suspensão das atividades do museu. No dia seguinte, é feita uma nova publicação sobre o fechamento do museu por conta da pandemia. Nesta, o texto de legenda dá indícios dos caminhos que serão seguidos pelo museu para manter o seu funcionamento durante o período de suspensão das atividades presenciais, indicando determinadas atividades on-line, como a publicação de imagens do acervo e a disponibilização de filmes da Cinemateca. Alguns dias depois, no dia 19 de março de 2020, temos o início das oficinas on-line.

“Desenhar pipoca” foi a primeira oficina a ser realizada on-line, a proposta desta ação é desenhar o contorno da pipoca, percebendo como cada uma delas possui um formato diferente. Essa publicação recebeu 754 curtidas e 60 comentários, boa parte desses comentários são de usuários marcando outros perfis para conhecerem a atividade, há também elogios. A segunda oficina, “O chão é Lava”, foi ao ar no dia seguinte recebendo 450 curtidas e 19 comentários. Ao todo, entre março e julho de 2020, foram publicadas 34 propostas de oficinas, com intervalos de até, no máximo, uma semana. O último conteúdo neste formato foi publicado no dia 15 de julho de 2020, a oficina “Programa de Notícias”, cuja proposta era de que as crianças fossem os apresentadores de um telejornal, contou com 107 curtidas e 06 comentários.

**Tabela 02 - Oficinas on-line realizadas pelo perfil do MAM Rio**

Número	Data de publicação	Título	Curtidas	Comentários	Link
1	19/03/2020	Desenhar Pipoca	754	60	<a href="https://www.instagram.com/p/B96oVOpJK0o/">https://www.instagram.com/p/B96oVOpJK0o/</a>
2	20/03/2020	O chão é Lava	450	19	<a href="https://www.instagram.com/p/B99SAqpJYFe/">https://www.instagram.com/p/B99SAqpJYFe/</a>
3	21/03/2020	Explorar sua casa de binóculos	281	19	<a href="https://www.instagram.com/p/B-ABn7op-7z/">https://www.instagram.com/p/B-ABn7op-7z/</a>
4	22/03/2020	Basquete de Caroço	204	05	<a href="https://www.instagram.com/p/B-CfRfoJ08i/">https://www.instagram.com/p/B-CfRfoJ08i/</a>

5	23/03/2020	Inventar seu Jogo de Tabuleiro	146	07	<a href="https://www.instagram.com/p/B-FJwAMpc5L/">https://www.instagram.com/p/B-FJwAMpc5L/</a>
6	25/03/2022	Desenhar em frutas (com casca)	217	08	<a href="https://www.instagram.com/p/B-KQL4xpfUG/">https://www.instagram.com/p/B-KQL4xpfUG/</a>
7	27/03/2020	Colar Criaturas	199	27	<a href="https://www.instagram.com/p/B-PpauqJe8K/">https://www.instagram.com/p/B-PpauqJe8K/</a>
8	29/03/2020	Cidades para Insetos	223	08	<a href="https://www.instagram.com/p/B-U34xcJcpl/">https://www.instagram.com/p/B-U34xcJcpl/</a>
9	04/04/2020	Diário de Bordo de Sonhos da Quarentena	201	0	<a href="https://www.instagram.com/p/B-i3lqtJxoe/">https://www.instagram.com/p/B-i3lqtJxoe/</a>
10	09/04/2020	Costurar Livros	208	20	<a href="https://www.instagram.com/p/B-wv3SBJM_u/">https://www.instagram.com/p/B-wv3SBJM_u/</a>
11	13/04/2020	Desenhar a Vista da Janela	568	24	<a href="https://www.instagram.com/p/B-7blGvJ7PU/">https://www.instagram.com/p/B-7blGvJ7PU/</a>
12	18/04/2020	Slide caseiro	134	09	<a href="https://www.instagram.com/p/B_IHTDep_WO/">https://www.instagram.com/p/B_IHTDep_WO/</a>
13	21/04/2020	Colar seu ímã na geladeira	196	05	<a href="https://www.instagram.com/p/B_Po3XpJKzb/">https://www.instagram.com/p/B_Po3XpJKzb/</a>
14	23/04/2020	Varal expositivo	156	06	<a href="https://www.instagram.com/p/B_Uz0s_JqZO/">https://www.instagram.com/p/B_Uz0s_JqZO/</a>
15	26/04/2020	Fazer um Quebra-Cabeça	195	06	<a href="https://www.instagram.com/p/B_cxZdDJQgq/">https://www.instagram.com/p/B_cxZdDJQgq/</a>
16	29/04/2020	Personagens de Papel	100	00	<a href="https://www.instagram.com/p/B_k-GaKplz7/">https://www.instagram.com/p/B_k-GaKplz7/</a>
17	05/05/2020	Cabana de lençol	215	09	<a href="https://www.instagram.com/p/B_0A6DVp7B1/">https://www.instagram.com/p/B_0A6DVp7B1/</a>
18	12/05/2020	Pescaria caseira	113	04	<a href="https://www.instagram.com/p/CAF50uWJ9h2/">https://www.instagram.com/p/CAF50uWJ9h2/</a>
19	16/05/2020	Desenho que se mexe	307	11	<a href="https://www.instagram.com/p/CAP8ln-JTak/">https://www.instagram.com/p/CAP8ln-JTak/</a>
20	20/05/2020	Fazer um teatro	365	16	<a href="https://www.instagram.com/p/CAaSVHzJa0t/">https://www.instagram.com/p/CAaSVHzJa0t/</a>
21	25/05/2020	Labirinto de laser	145	10	<a href="https://www.instagram.com/p/CAnUuNBjG4S/">https://www.instagram.com/p/CAnUuNBjG4S/</a>
22	30/05/2020	Pinball caseiro	179	02	<a href="https://www.instagram.com/p/CA0NcwrJfhG/">https://www.instagram.com/p/CA0NcwrJfhG/</a>
23	06/06/2020	Fantoches de Mão	197	09	<a href="https://www.instagram.com/p/CBGlovEph3a/">https://www.instagram.com/p/CBGlovEph3a/</a>
24	09/06/2020	Fantoches de queixo	197	05	<a href="https://www.instagram.com/p/CBOKtgGJbNQ/">https://www.instagram.com/p/CBOKtgGJbNQ/</a>
25	13/06/2020	Lanternas Divertidas	222	07	<a href="https://www.instagram.com/p/CBYR1xOpYV1/">https://www.instagram.com/p/CBYR1xOpYV1/</a>
26	16/06/2020	Adivinhe o Desenho	109	02	<a href="https://www.instagram.com/p/CBftxLppQOW/">https://www.instagram.com/p/CBftxLppQOW/</a>
27	20/06/2020	Construir com palitos	143	06	<a href="https://www.instagram.com/p/CBqNxa4JczN/">https://www.instagram.com/p/CBqNxa4JczN/</a>

28	24/06/2020	Desenhar na Caneca	162	05	<a href="https://www.instagram.com/p/CB0ZAKVpdUR/">https://www.instagram.com/p/CB0ZAKVpdUR/</a>
29	27/06/2020	Quadro de unha	164	08	<a href="https://www.instagram.com/p/CB8lo8VJxqw/">https://www.instagram.com/p/CB8lo8VJxqw/</a>
30	30/06/2020	Castanhola de Tampinha	131	07	<a href="https://www.instagram.com/p/CCEbytSpJGp/">https://www.instagram.com/p/CCEbytSpJGp/</a>
31	04/07/2020	Desenhar Sombras	142	03	<a href="https://www.instagram.com/p/CCOJUPUpRAm/">https://www.instagram.com/p/CCOJUPUpRAm/</a>
32	11/07/2020	Pés de Elefante	234	03	<a href="https://www.instagram.com/p/CCqOeZmpXau/">https://www.instagram.com/p/CCqOeZmpXau/</a>
33	12/07/2020	Totó de Caixa	373	06	<a href="https://www.instagram.com/p/CCi0L6qpkW2/">https://www.instagram.com/p/CCi0L6qpkW2/</a>
34	15/07/2020	Programa de Notícias	107	06	<a href="https://www.instagram.com/p/CCq0S_BpoqX/">https://www.instagram.com/p/CCq0S_BpoqX/</a>

Fonte: Produção ao autor

A partir do dia 15 de julho de 2020, as oficinas deixam de aparecer no feed de publicações do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, a celebração dos sessenta e cinco anos da Cinemateca e a mostra de Cinema Petrobras de filmes para crianças passam a ser os principais tópicos divulgados. Em agosto, no dia 18, é feito um post anunciando os novos diretores artísticos do MAM Rio. Em setembro, mais precisamente no dia 07, é divulgada a data de retorno das atividades presenciais do museu. Na legenda, o texto rememora os meses em que as atividades estiveram suspensas, as ações on-line para seguir com o funcionamento do museu, a contratação de novos diretores artísticos e a política de gratuidade nos ingressos a partir da reabertura. A publicação contou com 114 comentários e e 3.149 curtidas.

A partir de então, até o final de dezembro de 2020, o setor de educação e participação aparece em outras 14 publicações, para além das já mencionadas oficinas. Neste período, com a reabertura do espaço, temos o compartilhamento sobre o projeto “Zona aberta” que, de acordo com a legenda das postagens, se configura como “Ateliê móvel de atividades e práticas artístico-pedagógicas que acontecem nas áreas externas do MAM”. A divulgação de cursos voltados para educadores e serviços de vistas medidas, sendo uma em Libras (Língua Brasileira de Sinais) e uma patrocinada pela Petrobras, em um outro compartilhamento, temos a informação de que é permitido ao visitante pagar para ter o acompanhamento da equipe de educação durante a visita. Há também publicações divulgando a Live sobre as oficinas on-line com a participação da equipe de educação do museu. Há uma publicação com a

participação do artista Rafael Bqueer apresentando uma atividade sobre a construção de esculturas em casa.

**Tabela 03 - Publicações com menção ao setor educativo**

Número	Data da publicação	Título	Curtidas	Comentários	Link
1	11/12/2020	Zona aberta - Escolhendo um sinal para o MAM	110	03	<a href="https://www.instagram.com/p/C1qNNFPn4r/">https://www.instagram.com/p/C1qNNFPn4r/</a>
2	06/12/2020	Convite - Zona aberta - Escolhendo um sinal para o MAM	1.476*	08	<a href="https://www.instagram.com/p/C1dSRWApYBm/">https://www.instagram.com/p/C1dSRWApYBm/</a>
3	26/11/2020	Zona aberta - Como iniciar um mapa.	124	01	<a href="https://www.instagram.com/p/C1DhhrTJOB2/">https://www.instagram.com/p/C1DhhrTJOB2/</a>
4	19/11/2020	Zona aberta - Relato	612	15	<a href="https://www.instagram.com/p/CHyKnZHJDD8/">https://www.instagram.com/p/CHyKnZHJDD8/</a>
5	16/11/2020	MAM para educadores - Como descolonizar o currículo a partir de olhares negros	492	36	<a href="https://www.instagram.com/p/CHqBhpgJtIF/">https://www.instagram.com/p/CHqBhpgJtIF/</a>
6	12/11/2020	Zona Aberta - Modelo Vivo em movimento	136	07	<a href="https://www.instagram.com/p/CHqenJfpG1z/">https://www.instagram.com/p/CHqenJfpG1z/</a>
7	31/10/2020	Para fazer em casa - Rafael Bqueer	2.424*	23	<a href="https://www.instagram.com/p/CHBO6WuupzSx/">https://www.instagram.com/p/CHBO6WuupzSx/</a>
8	15/10/2020	MAM para educadores - a relação entre o cinema e educação	247	06	<a href="https://www.instagram.com/p/CGX7oDrpvg/">https://www.instagram.com/p/CGX7oDrpvg/</a>
9	24/09/2020	Visita em Libras	1.628*	11	<a href="https://www.instagram.com/p/CFiiYKWJ3gV/">https://www.instagram.com/p/CFiiYKWJ3gV/</a>
10	18/09/2020	Visita Petrobras	1.317*	01	
11	13/09/2020	Percursos no MAM	226	04	<a href="https://www.instagram.com/p/CFFLdSEJ5b/">https://www.instagram.com/p/CFFLdSEJ5b/</a>
12	08/05/2020	Trecho de Live com Prili	1.413*	04	
13	07/04/2020	Live com Prili - Divulgação	128	08	<a href="https://www.instagram.com/p/B-rprViJUQi/">https://www.instagram.com/p/B-rprViJUQi/</a>
14	03/04/2020	Live com Prili - Divulgação	200	23	<a href="https://www.instagram.com/p/B-hJox4p9RI/">https://www.instagram.com/p/B-hJox4p9RI/</a>

Fonte: Produção do autor

(\*Número de visualizações do vídeo.)

## 9 OFICINAS ON-LINE COMO AÇÃO EDUCATIVA

Como os dados nos apresentam, a participação do setor educativo nas plataformas digitais no período de pré-pandemia era, praticamente, nula. As menções feitas ao educativo do MAM Rio acontecem em publicações cujo o propósito é de divulgar a existência de ações educativas como, por exemplo, as diferentes modalidades de visitas e as ações que ocorrem aos finais semanas, como é possível notar nas publicações dos dias 10 de Março de 2020, onde há a divulgação de visitas mediadas, e no o dia 18 de dezembro de 2019, onde na legenda da postagem é citada a realização de atividades educativas abertas ao público.

Com a suspensão das atividades no modelo presencial, a presença da equipe de educação passa a ser de modo mais autoral, ou seja, o educativo deixa de ser um serviço a ser divulgado entre outras programações e passa a ter destaque nas publicações com proposições autorais disputando, em certa maneira, espaço com a equipe de comunicação já que o Instagram era, até então, utilizado, quase que exclusivamente por essa equipe. Afinal, apesar de o Instagram ser uma rede social de uso pessoal “baseada no compartilhamento de fotos, vídeos e stories” (COSTA, BRITO, 2020, p.02), esta rede é utilizada por diferentes instituições com “o objetivo de auxiliar nas atividades comerciais” (COSTA, BRITO, 2020, p.02), estabelecendo diálogos mais próximos com o espectador ou, no caso de instituições culturais, com o visitante. Por isso, não é de estranhar que a presença do setor educativo, até o momento em que as portas do museu foram fechadas, fosse apenas como um dos serviços disponíveis e oferecidos pela instituição.

Sendo assim, entendemos que o dia 19 de março de 2020 marca o ponto de virada nas redes sociais do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro com a publicação da primeira proposta de oficina online. Entretanto, a proposição de atividades a partir das redes sociais segue o mesmo movimento de outras instituições que estão localizadas em territórios onde a Covid-19 já se fazia presente desde 2019, como nos países europeus onde, de acordo com a Rede Europeia de Organização de Museus (Nemo), a presença online de museus e centros culturais cresceu em mais de 60% desde o início da pandemia (SILVA, 2021). Logo, as oficinas propostas pelo MAM Rio, seguem, em certa medida, um caminho esperado, porém, o que nos cabe nesta pesquisa é compreender de que maneira essa instituição se fez presente no campo digital, qual estratégia foi utilizada para manter o vínculo de comunicação e de participação. Como

podemos perceber, a estratégia adotada pelo museu foi a de propor ao público oficinas que podem ser realizadas sem a presença de um mediador, oficinas no estilo “faça você mesmo”.

Figura 22 - Publicação do dia 19/03/2020



Fonte: Captura de tela

Ao todo, foram publicadas trinta e quatro propostas de oficinas online planejadas pelo setor de educação e participação do MAM Rio. Cada proposta foi divulgada individualmente seguindo um padrão de imagem: fundo colorido com cores fortes e vibrantes, como azul, amarelo e verde. O título da oficina com letras semelhantes a caligrafia manual e desenhos de traços grossos, com pouco acabamento, assemelhando-se a traços livres.

Figura 23 - Exemplos de identidades visuais das oficinas on-line



Fonte: Captura de tela

Em um primeiro momento, podemos adotar um olhar mais abrangente e dizer que todas foram atividades que tomaram como ponto de partida a casa e os seus objetos, visto que, em março de 2020, a circulação em espaços externos estava proibida. Entretanto, apesar desta afirmação ser procedente, ela não compreende todas as nuances das atividades propostas já que, por mais que todas tenham um ponto de partida em comum, cada uma delas possui uma proposta diferente, uma intenção que cria diferenças entre as oficinas. Para nos auxiliar nesta observação, foi construído três grupos organizadores, ou, pegando de empréstimo termos da sociologia, três tipos ideais (WEBER, 1999) que aqui chamaremos de “ações educativas”, são elas: Brincar, Desenhar e Reutilizar. É importante dizer que apesar desta divisão, a brincadeira, o ato de desenhar e a reutilização de material estão presentes, em certa medida, em todas as propostas de oficina, a escolha desses termos para classificar as atividades nos permite, no entanto, compreender qual a principal ação proposta pela oficina.

Sendo assim, reunimos sob a categoria “brincar” ações que possuem como inspiração brincadeiras que já fazem parte do nosso repertório, ou seja, brincadeiras que são conhecidas pela grande maioria das pessoas, ou propostas de novas brincadeiras. Em “desenhar”, reunimos as atividades onde o ato de desenhar é o foco da proposta e, por fim, em “reutilizar”, reunimos as atividades que buscam criar novos sentidos e funções para materiais de uso cotidiano, permitindo a criação de algo novo a partir de objetos pré-existentes.

A primeira oficina divulgada, “Desenhar pipoca” entra para o grupo de ação educativa para “desenhar”, já que tem como objetivo a transferência para o papel o contorno da pipoca, instigando os participantes da atividade a notar como cada milho estourado ganhou um formato diferente após o contato com o calor. Do mesmo modo, a oficina “Quadro de unha” compõe esse grupo ao propor a construção de uma exposição portátil utilizando as unhas como tela para as pinturas. Neste grupo temos quatorze oficinas que, de algum modo, trazem enquanto proposta de ação o desenho, são elas: “Desenhar pipoca”, “Desenhar em frutas”, “Desenhar a vista da janela”, “Slide caseiro”, “Varal expositivo”, “Personagem de papel”, “Desenho que se mexe”, “Fantoche de mão”, “Fantoche de queijo”, “Lanternas divertidas”, “Adivinhe o desenho”, “Desenhar na caneca”, “Quadro de unha”, e “Desenhar sombras”.

Figura 24 - Oficina quadro de unha



Fonte: Captura de tela

A oficina “O chão é lava”, a segunda a ser publicada no Instagram do MAM Rio, é um exemplo de ação educativa para “brincar”. Ao convidar o participante a imaginar que o chão está tomado de lava vulcânica, essa oficina replica uma brincadeira que foi destaque nas redes sociais com os vídeos de “challenge”, ou seja, vídeos onde as pessoas eram desafiadas a encontrar formas de evitar o contato com o chão, buscando soluções inusitadas para não se “queimar”. Vale destacar que essa brincadeira, ou challenge, se tornou tão famosa que a Netflix, grande companhia dos serviços de vídeo por streaming, produziu um *Game Show*<sup>18</sup> com essa mesma proposta, ampliando o desafio tornando-o “televisável”. Neste grupo, ainda temos a oficina “Cabana de lençol”, mais uma das brincadeiras conhecidas que permite aos participantes acampar mesmo estando dentro de casa. Neste grupo de ações educativas temos seis propostas, sendo elas: “O chão é lava”, “Basquete de caroco”, “Cabana de lençol”, “Pescaria caseira”, “Labirinto de laser”, “Diário de bordo da quarentena” e “Programa de notícias”.

<sup>18</sup> Disponível em <https://www.netflix.com/br/title/81006858>

Figura 25 - Oficina O chão é lava



Fonte: Captura de tela

No terceiro grupo, temos as ações educativas para “reutilizar”, como no caso da oficina “Castanhola de tampinha”, onde o papelão e tampas de garrafas se transformam num objeto semelhante ao instrumento musical espanhol. Ou como na oficina “Colar seu imã na geladeira” que utiliza ímãs distribuídos por diferentes tipos de lojas e que estão em desuso para criar novos modelos de ímãs. Neste grupo de ações educativas, vemos onze propostas, sendo: “Explorar sua casa de binóculos”, “Inventar seu jogo de tabuleiro”, “Colar criaturas”, “Cidade para insetos”, “Colar seu imã de geladeira”, “Fazer um quebra-cabeça”, “Fazer um teatro”, “Pinball caseiro”, “Castanha de tampinha”, “Pés de elefante”, “Costurar livros” e “Totó de caixa”.

Figura 26 - Oficina Castanhola de tampinha



Fonte: Captura de tela

A partir da organização das oficinas nestes três grupos que indicam os seus objetivos, percebemos a predominância de propostas sobre desenho, seguida pelas

ações que tem como objetivo a reutilização de materiais, enquanto as propostas de brincadeiras conformam o menor grupo.

Um ponto importante a ser notado nas publicações das oficinas, é a indicação da pessoa criadora, ou, os créditos a quem criou/propôs a atividade. De acordo com o mapeamento realizado a partir da análise e observação das publicações no Instagram, a equipe de educação, em março de 2020, contava com três educadores responsáveis pelas oficinas online, são eles/as: Prili, Laís Daflon e Lucas D'Avila. As seis primeiras publicações, "Desenhar pipoca", "O chão é lava", "explorar sua casa de binóculos", "Basquete de caroço", "Inventar seu jogo de tabuleiro" e "Desenhar em frutas" trazem enquanto pessoa proponente Prili, enquanto a publicação do dia 27 de março de 2020, "Colar criaturas", é creditada a Lucas D'Avila, assim como a oficina seguinte, "Cidade para insetos" do dia 29 de março de 2020. No dia 26 de abril de 2020, vai ao ar a oficina "Fazer um quebra-cabeça", creditada a Laís Daflon. Como podemos perceber, a equipe de educação compartilhou entre si a demanda de construir atividades e, apesar da informação de autoria, é notável como não há uma única linha seguida. Se retornarmos aos nossos grupos de ação educativa, iremos perceber que um único educador apresenta propostas que se encaixam, pelo menos, em dois grupos. Por exemplo, Lucas D'Avila é creditado nas oficinas "Labirinto de Laser" e "Desenhar sombras", apesar de podermos considerar ambas as atividades que envolvem a brincadeira, apenas uma delas tem a brincadeira como ação principal, enquanto a outra tem como objetivo o desenho.

Das 34 propostas de oficinas, cada educador/a ficou responsável por uma determinada quantidade. De acordo com as nossas observações, Prili apresentou 18 propostas, Lucas D'Avila 11 propostas e Laís Daflon 5 propostas. Observando as publicações, é possível notar certo destaque para Prili nas ações online do Museu, no dia 07 de abril de 2020 o perfil do Instagram do museu realizou um "Live" com Prili onde o tópico da conversa eram as oficinas online voltadas para crianças. Em um trecho disponível no perfil, Prili comenta sobre a importância de falar sobre arquitetura com crianças a partir do desenho, em outro momento, Prili cria desenhos a partir das sugestões do público que estava presente na transmissão ao vivo, entendendo este momento como uma oficina de desenho.

A participação do público é um ponto importante de ser observado, afinal, a intenção de criar uma oficina é fazer com que o público seja também participante. Um dos caminhos para verificar como o público reagiu às oficinas é observando,

justamente, as reações. Dentro de uma plataforma como o Instagram é importante observar a quantidade de “amei” nas fotos e vídeos publicados, essa reação é semelhante ao “curtir” do Facebook. Outro caminho para observar o comportamento do público é através dos comentários, neles podemos encontrar a opinião ou o relato de alguém que participou da oficina. Por fim, as hashtags apresentam-se como uma possibilidade de ver a devolutiva do público já que ao clicarmos nele, somos apresentados a publicações realizadas que utilizam na legenda a mesma hashtag. No entanto, só é possível ter acesso a esses conteúdos caso o perfil do dono da publicação esteja no modo “público”, no qual qualquer pessoa pode ter acesso às publicações desse perfil.

Ao todo, as 34 oficinas receberam 7.733 “amei”, ou curtidas, um número consideravelmente alto, impulsionado pela facilidade que a navegação pela plataforma proporciona. Se fossemos decodificar o que uma curtida pode querer dizer, entraremos em um campo infinito de possibilidades, seja porque gostou da proposta, mas não fez. Ou gostou da oficina e fez em casa. Talvez seja porque tenho o hábito de curtir todas as publicações deste perfil. As razões para essa reação são múltiplas, mas, de um modo geral, ela nos indica o impacto da proposta de oficina sobre o público.

Se observarmos as propostas de modo mais aproximado, notamos como há uma flutuação nos números de curtidas. A primeira delas, “Desenhar pipoca” conta com 754 curtidas, já a última proposta de oficina, “Programa de notícias” possui 107 curtidas. A diferença de “amei” entre as oficinas não nos diz sobre a sua qualidade, mas sim sobre o impacto dela sobre o público, sobre o desempenho do próprio Instagram da instituição que está sujeito a organização dos algoritmos, fazendo com que certos conteúdos apresentem um desempenho melhor, ou não, na plataforma.

Observando a sessão de comentários, notamos semelhanças com o movimento das curtidas, há publicações com um grande número de comentários e outras com pouca presença do público. Entretanto, essa reação merece um pouco mais de atenção, afinal, o comentário é menos generalista do que a curtida. Se compararmos, novamente, a primeira e a última oficina, temos 60 e 6 comentários, respectivamente. Em “Desenhar pipoca” temos muitas pessoas interagindo com a publicação marcando outros perfis para conhecer a proposta, em um desses comentários a “visitante” responde a uma dessas marcações dizendo que fez a atividade em casa e múltiplas formas foram encontradas:

“obrigada querida! Veio na hora certa. Desenhamos pipoca em forma de nuvem, pipoca-sofá, pipoca-bailarina, pipoca-E.T. (pipoquetê, rimos muito nessa hora), pipoca-ameba, pipoca-flor” (Comentário de Luciana Babo Tavares no Instagram)

Já na sessão de comentários da oficina “Programa de notícias”, há apenas figuras de palmas, televisão e carinhas felizes. O uso dessas figurinhas, conhecidas como “emoji”, é recorrente na grande maioria das publicações das oficinas, nos levando mais uma vez à dúvidas quanto a saber se a proposta foi realizada.

Por fim, observando as hashtags utilizadas nas publicações, notamos que o resultado apresentava a própria publicação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, ou de perfis que replicaram o conteúdo utilizando as mesmas palavras-chaves. Não foi identificada nenhuma publicação que apresentasse o resultado de uma das oficinas. Entretanto, como mencionado anteriormente, nesta modalidade só aparece como resultado publicações de perfis públicos, excluindo perfis privados.

## **10 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pesquisa realizada para elaboração deste artigo se configura como um primeiro passo de algo que pode ser um projeto maior, uma vez que à medida que o tempo avança e as formas de interação com, e nas, plataformas sociais se reformulam e multiplicam. Aqui, reunimos e refletimos sobre um pequeno conjunto de dados a respeito de como uma das principais instituições de arte do Rio de Janeiro se posicionou diante do desafio de fechar as portas e suspender as atividades para o público. Instituição essa que, apesar do seu histórico, apresentava grandes problemas financeiros, logo, ficar de portas fechadas poderia ser um problema.

Mais do que a instituição em si, esta pesquisa centrou-se em um dos principais setores quando pensamos em público, o Educativo, para compreender como essa equipe foi impactada com a chegada da pandemia. O que podemos dizer é que, de fato, houve uma migração das ações educativas para o ambiente virtual trazendo luz ao trabalho oferecido por esse setor. Até o momento em que houve o decreto com as medidas restritivas, o Educativo do MAM Rio aparecia nas redes sociais apenas como um serviço disponível por meio das visitas mediadas e das ações educativas nos finais de semana. O modo como o Educativo se fazia presente nas plataformas digitais pode ser explicado quando compreendemos quais usos são feitos destas plataformas pelos museus. Jenny Kidd (2011) ao produzir sobre o aumento no uso das redes sociais

pelos museus britânicos, elaborou quatro categorias de uso: Marketing, inclusão e colaboração. Seguindo essas categorias, podemos dizer que, até o momento em que a pandemia se inicia, as redes sociais do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro eram utilizadas com o objetivo de divulgar as atividades oferecidas pelo museu, seja as exposições ou as visitas mediadas, ou seja, fazer propaganda da instituição.

Não nos cabe aqui criar métricas de valores para julgar se a abordagem adotada é boa ou ruim, o que nos cabe observar, a partir da experiência é que utilizar as redes sociais como um veículo de propaganda, reduz o campo de visão do público, do visitante. Por mais que os serviços educativos estejam sendo divulgados, o diálogo estabelecido se dá entre a comunicação e o público e não entre o educativo e o público, este irá tecer as suas relações no presencial, frente ao público que, de alguma maneira foi atraído a estar ali, seja pelo marketing ou por relações prévias com o próprio educativo. Isso acontece já que os museus e os demais espaços culturais conformam “[...] um campo que vinha priorizando a ênfase na cultura material e na experiência presencial. “(HEITOR, p.15. 2021), logo, o espaço virtual acaba sendo entendido como um espaço de divulgação, como uma ferramenta de formação de público, não no sentido educacional, mas de agrupamento de pessoas que se torna um público. O que a observação do comportamento do Instagram nos diz é sobre uma virada de compreensão do uso da plataforma em si. O que antes era usado apenas como uma peça publicitária, torna-se um espaço propositivo, um lugar de criação onde propostas educativas não estão restritas apenas às galerias e pavilhões de exposições dos museus dependentes do contato presencial. Isso nos leva a uma questão importante: A pandemia revolucionou a forma de fazer educação em espaços não formais como museus e centros culturais? A resposta, longe de soar categórica, caminha para uma negativa.

Sempre que mencionamos as novas tecnologias tendemos a pensar em “inovação” como o seu sinônimo, esse termo e essa ideia “se originou no ambiente empresarial” (TAVARES, p.03. 2018) como resposta ao sistema de produção onde é preciso algo novo para não perder no jogo do capitalismo. Por isso, não é incomum pensar que o uso de novas tecnologias na educação proporciona uma renovação de hábitos pregressos, entretanto, é importante pensarmos que o simples fato de usar essas ferramentas não significa uma mudança efetiva, muda-se, talvez, a forma como é feito. Por isso que a resposta para a questão anteriormente levantada pende para o lado negativo, atuar com as plataformas digitais pode não ter sido uma grande inovação,

mas sim um disparador que chamou a atenção do setor educativo para a sua proximidade, ou não, com essas ferramentas.

As 34 oficinas propostas pela equipe de educação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro podem ser consideradas como uma resposta a essa provocação. A proposição de brincadeiras, mesmo que já conhecidas, o reuso de materiais descartados e a busca por uma infinidade de suportes materiais para desenhos conformam uma das primeiras tentativas das redes do museu em criar, de fato, uma interação com o público visitante, indo além das curtidas e comentários, almejando o “[...]fortalecimento dos laços da instituição com seu público visitante ampliando seu alcance para além das suas portas, permitindo também o desenvolvimento de novas formas de público.”(MARTINS, CARMO & SANTOS, p.03. 2017).

Alguns podem dizer que as oficinas são simples em suas proposições, requeitando conteúdo já conhecido, entretanto, a beleza está, justamente, na simplicidade. Criar em um cenário de insegurança sobre a própria vida e a de entes queridos, é algo de extrema dificuldade, produzir nesse período era lidar constantemente com a ideia voraz da inovação, afinal, não se pode negar que com a pandemia causada pelo Covid-19 “fomos submetidos às limitações oferecidas por essas aplicações, pautadas, principalmente pela produtividade e performatividade corporativas” (BUENO, p. 19, 2021), logo, era preciso revolucionar para seguir. As oficinas do MAM Rio respondem a isso também ao olhar para o mais simples, ao trazer para o centro da questão o brincar. Dialogando, prioritariamente, com crianças, as oficinas resgataram o ato de brincar através do objeto que costumam apontar como o principal vilão das infâncias: a tela.

Pouco foi encontrado sobre a execução das oficinas, por isso, os comentários e curtidas foram utilizados aqui como parâmetros que indicam a adesão do público à proposta. Entretanto, partindo desta ideia de que as oficinas estavam voltadas para o ato de brincar, a devolução, ou comprovação, da participação, neste caso, pode não ser de extrema importância, a tela foi a ferramenta de mediação, coube ao público impactado lidar com a provocação ou com o convite.

O que esta pesquisa nos aponta são mais questões, mais caminhos a seguir no intuito de compreender como o educativo têm lidado com as novas tecnologias. Sobre o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, há também dúvidas a serem elucidadas, mas fica perceptível como essa experiência causou impactos na instituição. Apesar de, desde a reabertura do museu ao público, as oficinas propostas pelos educadores

e educadoras não acontecerem mais neste formato, notamos a presença de ações on-line como os vídeos da série “para fazer em casa” ou o projeto “Expresso educação: residência professor-pesquisador”, realizado em 2021 que contou com a participação de professores para investigar as possibilidades de educação em rede.

As oficinas educativas foram o modo que o MAM Rio encontrou de manter o contato com seu público, entendendo o Instagram como mais do que uma vitrine de exposições. Sabemos que outros espaços encontraram formas diferentes de interagir e seguiram outros caminhos como resposta ao isolamento social decorrente da pandemia do Covid-19, caminhos estes que mereceriam ser observados e analisados em estudos futuros para compreendermos melhor o potencial de uso das redes sociais e novas tecnologias pelos setores educativos das instituições museológicas brasileira. Esta breve pesquisa levantou questões que, conscientemente, buscam não ser respondidas, afinal, as dúvidas e as questões movimentam mais do que respostas categóricas. O que não foi preenchido, respondido segue como fiat lux para seguir investigando a presença dos educativos em museus e em suas plataformas digitais.

## Referências

- AGRELAS, Lucas. Brasil é o segundo país que mais usa TikTok no mundo. **Revista Exame**. 2021. 28 de set 2021.
- BRANT, Danielle. Pollock não atinge valor mínimo em leilão e MAM Rio deixa de vender a tela. **Folha de São Paulo**. Nova York, 2018. 15 nov. 2018. Ilustrada.
- COSTA, M. de A. .; BRITO, M. L. de A. . A utilização da ferramenta Instagram para impulsionar o crescimento de uma pequena empresa. **E-Acadêmica**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. e8, 2020. Disponível em: <https://eacademica.org/eacademica/article/view/8>. Acesso em: 31 out. 2022.
- CULTURAL, Itaú. Grupo Frente. In: **Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira**. São Paulo: Itaú Cultural, 2022. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/grupo222289/grupo-frente>. Acesso em: 25 de julho de 2022.
- DABUL, Lígia. Museus de grandes novidades: centros culturais e seu público. **Horiz. antropol.**, Porto Alegre, v. 14, n. 29, p. 257-278, jun 2008.
- FALCÃO, Andréa. Museu como lugar de memória. In: **Salto para o Futuro - Museu e escola: educação formal e não-formal**. Ministério da Educação. n, 3. mai de 2009. Disponível em <http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/materiais/0000012191.pdf>
- GORTÁZAR, Naira Galarraga. MAM Rio diversifica direção artística para mudar a “cultura branca” dos museus no Brasil. **El País**. São Paulo, 2020. 20 de ago de 2020.
- GUILHERME, Paulo. Adolescentes estão deixando o facebook pelo instagram e snapchat. **TecMundo**. 2017. 22 de ago de 2017.
- IBRAM, Instituto Brasileiro de Museus. **Caderno da política nacional de educação museal**. IBRAM, Brasília, DF, p. 132, 2018.
- ICOM - International Council of museums. **ICOM approves a new museum definition**. Disponível em <https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/> . Acessado em 14 de dezembro de 2022.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LEAL, André. O incêndio do MAM-RJ e as respostas de Mário Pedrosa às crises artísticas, museológicas e políticas da época. **Sociologias Plurais - Revista Discente do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Paraná**. V. 7, N. 1. 2021.

LIMA, I. V. **O estágio em museus de ciência:** o museu como espaço de produção de conhecimento e formação. Tese (Doutorado em educação) Departamento de Educação. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, p. 196, 2018

MISKOLCI, Richard. **Novas Conexões:** notas teórico-metodológicas para a pesquisas sobre o uso de mídias digitais.) Natal, Chronos: R. Pós-Grad. Ci. Soc. UFRN, Vol.12, n.2, p 09-22, jul/dez. 2011.

MÖRSCH, Carmen. **Numa encruzilhada de quatro discursos. Mediação e educação da Documenta 12:** entre Afirmação, Reprodução e Transformação. São Paulo: Periódico Permanente, v. 4, n. 6, p.01-32, 2016.

PALMEIRA, Marília. Opinião 65 - 50 anos depois. **Concinnitas - Arte e Psicanálise.** UERJ, Rio de Janeiro. V. 02, N.27. 2015.

PARADA, Maurício. **A fundação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro: a elite carioca e as imagens da modernidade no Brasil dos anos 50.** Rio de Janeiro: PUC, 1993

RAFFAINI, P. T. Museu Contemporâneo e os Gabinetes de Curiosidades. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, [S. l.], n. 3, p. 159-164, 1993. DOI: 10.11606/issn.2448-1750.revmae.1993.109170. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revmae/article/view/109170> . Acesso em: 14 dez. 2022.

RAMOS, J.S. .Subjetivação e Poder no Ciberespaço – Da Experimentação à Convergência Indenitária nas Era das Redes Sociais. **Revista Vivência**, Natal, n. 45, p. 57-76, 2015. Disponível em: <https://www.periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/8251/5921> acesso em: 21 nov, 2022.

REIDY, Affonso Eduardo. **Memorial Descritivo.** Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Site. Disponível em <https://mam.rio/sobre-o-mam/memorial-descritivo/> . Acesso em 21 Jul, 2022.

RIO DE JANEIRO, **Decreto Nº 46.973, de 16 de Março de 2020.** Reconhece a situação de emergência na saúde pública do Estado do Rio de Janeiro em razão do contágio e adota medidas de enfrentamento da propagação decorrente do novo Coronavírus. ALERJ, 2020. Disponível em : <https://pge.rj.gov.br/covid19/estadual/decretos> Acesso em: 14 Set, 2021.

SANT'ANNA, Sabrina Marques Parracho. **Construindo a memória do futuro: uma análise da fundação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: UFRJ/IFCS, 2008.

- SIBILIA, P. A escola no mundo hiper-conectado: Redes em vez de muros?. **MATRIZES**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 195-211, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38333>. Acesso em: 26 out. 2021.
- SILVA, A. F. Pandemia, museu e virtualidade: a experiência museológica no “novo normal” e a resignificação museal no ambiente virtual. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, [S. l.], v. 29, p. 1-27, 2021. DOI: 10.1590/1982-02672021v29e54. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/180676>. Acesso em: 31 out. 2022.
- SOUZA, R. N. **O Pedagogo e os espaços não escolares: a atuação nos museus**. 2016. 121p. Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Educação, 2016.
- STRECK, Danilo R. José Martí', Paulo Freire e a construção de um imaginário pedagógico latino americano. **Pedagogia y Saberes**, Bogotá, n. 46, p. 55-63, Jun 2017. Disponível em: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-24942017000100006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942017000100006&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 26 out. 2021
- VALLADARES, Licia. **Os Dez Mandamentos da Observação Participante**. Rev. bras. Ci. Soc., São Paulo, v.22, n.63, p.153-155, Fev. 2007. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69092007000100012&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092007000100012&lng=en&nrm=iso). Acesso em 19 de out, 2021.
- WEBER, Max. A objetividade do conhecimento nas ciências sociais. In: COHN, Gabriel (Org.). FERNANDES, Florestan (Coord.). **Weber – Sociologia**. Coleção Grandes Cientistas Sociais, 13. São Paulo: Ática, 1999, p. 79-127.
- YIN, R. K. Estudo de caso: **planejamento e método**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.



Ministério da Educação  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro  
Pró-reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Inovação  
Programa de Pós-Graduação *lato sensu* – Campus Niterói

## ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO

### Ata nº 11/2023

Aos dezenove dias do mês de janeiro de dois mil e vinte e três, às dez horas, compareceu à sala do Google Meet do Campus do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ), o aluno Wesley de Souza Ribeiro do curso de Pós-graduação Lato Sensu em Educação e Novas Tecnologias, para a defesa de trabalho de conclusão de curso intitulado “E O EDUCATIVO, ONDE ESTÁ? REFLEXÕES SOBRE PRESENÇA E ATUAÇÃO DO SETOR EDUCACIONAL DO MAM RIO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19”. O trabalho orientado pela professora Andréa Rizzotto Falcão, foi avaliado pela banca examinadora composta por: Antônio Gonzaga Amador, Etiane Araldi e Milla Benicio Ribeiro de Almeida Câmara, tendo a orientadora como presidente. A presidente da banca fez a abertura da sessão e passou a palavra para o aluno que fez uma exposição oral de 25 minutos. Após a exposição, a presidente agradeceu ao aluno e passou a palavra para os demais membros da banca que o arguíram por cerca de 60 minutos. Em seguida, a presidente agradeceu pelas contribuições e sugestões, teceu alguns comentários e pediu ao aluno e aos demais presentes que se retirassem da sala para a deliberação da banca examinadora, que emitiu parecer final de APROVADO. Sem mais, a presidente deu por encerrada a sessão de defesa às onze horas e quarenta minutos. Para constar, foi lavrada a presente Ata que, lida e aprovada, foi assinada pelos membros da banca examinadora e pelo aluno.

**Observações:** O trabalho foi aprovado e devido à potencialidade do material apresentado e do percurso de pesquisa, sugere-se a continuidade dos estudos em nível de mestrado e a publicação do presente no formato de artigo.

Documento assinado digitalmente  
gov.br ANDREA RIZZOTTO FALCAO  
Data: 19/01/2023 18:29:53-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

#### Assinaturas:

Orientadora: Andréa Rizzotto Falcão \_\_\_\_\_

Avaliador: Antônio Gonzaga Amador (membro externo) \_\_\_\_\_

Documento assinado digitalmente  
gov.br ETIANE ARALDI  
Data: 19/01/2023 19:14:34-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Avaliadora: Etiane Araldi (membro interno) \_\_\_\_\_

Avaliadora: Milla Benicio Ribeiro de Almeida Câmara (membro interno) \_\_\_\_\_

Documento assinado digitalmente  
gov.br MILLA BENICIO RIBEIRO DE ALMEIDA CAMA  
Data: 19/01/2023 19:59:27-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Aluno: Wesley de Souza Ribeiro \_\_\_\_\_

Documento assinado digitalmente  
gov.br ANDREA RIZZOTTO FALCAO  
Data: 19/01/2023 18:28:15-0300  
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Ciente: \_\_\_\_\_

Coordenação do Curso: Andréa Rizzotto Falcão