

Educação patrimonial no Museu de Congonhas: (re)formulando ações educacionais remotas

Nathália Rezende Santos¹

Matheus Henrique Velozo Gonçalves²

Resumo

Diante dos desafios impostos pela crise epidemiológica e sanitária da COVID-19, espaços de educação e cultura como teatros, escolas e museus, tiveram que reformular suas ações e estabelecer um novo contato com o público e com a sociedade brasileira. Nesse contexto, os recursos utilizados, na grande maioria dessas instituições, foram as tecnologias digitais e os seus mais variados instrumentos disponíveis, tais como as redes sociais e de informações. Nesse sentido, o trabalho em destaque tem por finalidade apresentar e discutir os desafios das tratativas do Museu de Congonhas (mCo) nas reformulações e adequações para realização de uma de suas funções sociais, a educação museal, de maneira remota em tempos pandêmicos. Destaca-se dentro do quadro do trabalho, como foram realizadas as ações de educação não formal pelo Setor Educativo do mCo, bem como os processos decorridos na mediação virtual e outros desafios.

Palavras-chave: Museu de Congonhas – Educação não-formal nas redes – Pandemia de Covid-19.

Faced with the challenges imposed by COVID-19's epidemiological and sanitary crisis, educational and cultural spaces such as theaters, schools and museums had to reformulate their actions and establish a new contact with the public and with Brazilian's society. In this context, the resources used in the vast majority of these institutions were digital technologies and their most varied available instruments, such as social medias and information networks. In this sense, the highlighted work aims to present and discuss the challenges of the Museu de Congonhas (mCo) dealings in the reformulation and adaptations to carry out one of its social functions, museum education, remotely in pandemic times. It stands out within the framework

¹ Graduanda em História (Bacharelado) pela Universidade Federal de São João Del Rei. Coordenadora do Setor Educativo do Museu de Congonhas.

² Mestre em Educação e graduado em História (Licenciatura) pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Pós-Graduando (Iato sensu) em Memória e Historiografia de Minas: Patrimônio cultural e identidade em Minas Gerais (Puc Minas) (2021-). Professor da Rede de Ensino Estadual de Minas Gerais.

of the work, how the actions of non-formal education were carried out by the Educational Sector of mCo, as well as the processes that took place in virtual mediation and other challenges.

Keywords: Museum of Congonhas – non-formal education in networks - Pandemic of Covid-19

Introdução

Sabe-se que a educação não formal se caracteriza por ser ações de intencionalidade educativa que acontecem no “mundo da vida”, onde há um processo de compartilhamento de experiências. Além disso, a educação não formal é um processo sociopolítico, cultural, pedagógico de formação para a cidadania, onde acontecem práticas de produção e apreensão de saberes. (GONH, 2014).

A educação não formal, dentro das concepções de Gonh (2014), está inteiramente relacionada aos processos históricos e cotidianos de variados grupos e indivíduos, nesse sentido, ela acontece nos territórios que estão relacionados com as trajetórias de vida desses grupos, ocorrendo fora dos espaços institucionais de educação, mas repleto de processos interativos intencionais. Assim, ocorrem em geral, fora dos muros da escola, como em teatros, cinemas, praças e museus.

As vivências sociais dos últimos anos, foram redefinidas pela pandemia ocasionada pela Covid-19. As relações de convivência em múltiplos espaços públicos e privados tiveram de ser readaptadas, incluindo os centros culturais e, portanto, os processos educativos realizados nesses espaços, que tiveram de intensificar sua ação e aplicabilidade no ciberespaço. É sobre essa readaptação da realidade que esse texto irá se debruçar, mais especificamente, sobre a atuação educativa do Museu de Congonhas (mCo) no contexto pandêmico. O objetivo do texto é de apresentar e discutir os desafios das tratativas do mCo nas reformulações e adequações para realização de uma de suas funções sociais, a educação patrimonial.

O mCo localiza-se na cidade de Congonhas – na região metropolitana de Belo Horizonte e se caracteriza por ser um museu de sítio³ histórico, que tem por objeto de estudo o Santuário do Bom Jesus de Matosinhos⁴, dedicando-se a seus aspectos tangíveis e não-tangíveis.

Os museus no período pandêmico: tratativas e desafios

Uma das primeiras medidas preventiva contra o Covid – 19 foi a determinação do distanciamento social. Assim como outros locais, os museus foram esvaziados repentinamente e tornou-se imprescindível remodelar-se. Os espaços museais tiveram de repensar sua atuação, refletindo como conseguiriam atender as necessidades da sociedade e se fazerem significantes para o público e como supririam a distância imposta pelo novo Coronavírus. (STUDART, 2020).

As palavras da vez tornaram-se aquelas que tinham como prefixo o “re”, nós precisávamos nos “reinventar”, “repaginar”, “reimaginar”, “revisar”, pareceu via de regra utilizar-se do “re” para definir uma nova forma de agir e pensar. Nada mais poderia ser exatamente como antes, o hoje carecia de “remodelação”. Precisávamos inventar de novo, imaginar de novo, pensar de novo, tudo isso de forma imediata.

Em um primeiro momento os museus tiveram sua atuação estritamente voltada para o ambiente virtual e posteriormente, desenvolveram atividades em formato híbrido, quando as medidas restritivas impostas pelo Covid-19 estavam sendo aplicadas de forma mais flexível⁵. (STUDART, 2020).

O texto de Andrea Jones, “Empathetic Audience Engagement During The Apocalypse”, publicado no site Peak Experience Lab, em março de 2020, traduzido e comentado por Beth Ponte na “Semanas de Museus” do mesmo ano, foi um dos primeiros esforços, se não o primeiro,

³ De acordo com o documento de 1982, o museu de sítio é aquele “concebido e organizado para salvaguardar bens naturais ou culturais, móveis e imóveis, preservados in situ, ou seja, no lugar onde os bens foram criados ou descobertos” (ICOM, 1982, p.3 apud Julião, 2016, p.12).

⁴ A história do Santuário associa-se a devoção de Feliciano Mendes. Atraído pelas riquezas das minas de ouro encontradas na colônia brasileira, o português, da região de Guimarães – norte de Portugal teria vindo para a região aurífera, não sabendo exatamente por onde teria chegado e qual localidade teria atuado. Sabe-se, contudo, que fora acometido por grave doença em meados do século XVIII, sem mais recursos roga por sua cura a Deus, prometendo que construiria um local de devoção. Após ser agraciado da cura de sua enfermidade, inicia a construção do Santuário do Bom Jesus em 1757. O garimpeiro não teve oportunidade de ver o seu projeto findado, tendo falecido pouco tempo após o início da construção em 1765. Ao todo, a construção, levou 115 anos para ser finalizada. Para mais informações acerca do Santuário ver em: Oliveira (2011); Falcão, (1962); Oliveira, Myriam. Aleijadinho: Passos e Profetas (2002); Bazin (1956); Oliveira (2006); Smith (1973).

⁵ O Museu de Congonhas determinou o cessar e o retorno de suas atividades presenciais segundo as diretrizes do Minas consciente.

a pensar como estariam os centros culturais em um período pandêmico ocasionado pela Covid-19.

A autora traz questões de reflexão importantíssimas para os homens e mulheres que se dedicam ao trabalho nos espaços culturais dentro do contexto pandêmico, por exemplo “como podemos permanecer relevantes se as pessoas não podem nos visitar?”(JONES, 2020, s.p.). A dificuldade de superar e criar caminhos alternativos para uma comunicação ativa com os interlocutores do museu, principalmente por não ter sido uma opção dos setores culturais/museais, também é colocada pela autora: “Os profissionais de museus e de organizações da cultura em geral não escolheram essa transição, o que torna ainda mais difícil”. (JONES, 2020, s.p.).

Jones (2020) argumenta, que a postura dos museus não deve se resumir a espera desses tempos tempestuosos passarem, já que, em sua interpretação, esse caminho provavelmente não suscitaria em “novas identidades saudáveis”, necessárias para um mundo pós-pandemia. Desta forma, a autora discorre sobre a necessidade de aceitação da “nova paisagem imposta”, compreendendo uma outra forma de agir e pensar, sobre o próprio mecanismo de trabalho dos aparelhos culturais e os públicos que esses “recebem”.

Outro interessante ponto colocado pela autora é a permanência e mudanças da atuação dos museus dentro deste contexto. Para Jones (2020), os museus não deixaram de executar e oferecer o que já possuem, mas mudaram a forma como isso é apresentado ao público, ou seja, as oficinas e exposições tiveram de deixar de serem presenciais e adquiriram um novo formato, ocupando um espaço praticamente inexplorado⁶, o das redes sociais.

Criar conteúdo, ou melhor, acompanhar a velocidade de produção desses conteúdos, onde tudo rapidamente se torna ultrapassado é sem sombra de dúvidas um grande desafio para aqueles que se dedicam a história, a cultura e a arte. Como produzir em tão alta escala? Como descobrir o que nunca foi descoberto ou renovar o que foi criado no hoje? Como fazer tudo isso, nesse meio tão caótico que se tornou o mundo na pandemia? Como competir com tudo que já é existente e aguçar ainda mais o interesse do seu público, sem deixar de ter em vista que a maioria dos usuários já estão exaustos das telas? (JONES, 2020). Para Jones (2020), ser relevante para as pessoas diz respeito a compreender, atender as necessidades emocionais e ter comportamento

⁶ Ainda que pouco explorado, a atuação dos museus no ciberespaço já havia sendo alvo de estudos e discussões e, alguns museus já se mostravam atuantes em algumas mídias sociais como o caso do Museu de Congonhas que mais adiante será comentado.

empático para com aqueles que estão absorvendo o conteúdo pelos espaços culturais produzidos. Nesse sentido, Jones (2020), projeta o que se tornarão as instituições museais:

Os museus deixarão a fase de “finalizações” e reconhecerão que suas identidades devem mudar, mas não têm certeza de qual será a nova identidade. Eles começarão a experimentar novos tipos de programas. Eles podem reembalar conteúdos antigos, mas com um novo propósito construído especialmente para as novas necessidades emocionais e às vezes físicas das pessoas. Muitos se tornarão mais experientes e produzirão conteúdo completamente inéditos e novas maneiras de engajamento. Algumas dessas idéias funcionam, outras não. Mas planos estratégicos antigos não se aplicam mais. Os papéis mudam. É confuso e assustador. Mas para alguns, é excitante e libertador. (JONES, 2020, s.p.).

O direcionamento das atividades dos centros culturais para as redes sociais, não aconteceu da forma ideal como a proposta por Jones (2020). Os museus, em sua maioria, não tiveram tempo para analisar e conseguir compreender as demandas emocionais do restrito grupo social com quem dialogou(a):

Em meio a essa enxurrada de eventos e informações (...), fica evidente, por um lado, a ansiedade de instituições em se manterem visíveis e relevantes, a fim de justificar a manutenção, mesmo a portas fechadas, de equipes e patrocínios. Por outro lado, essas instituições parecem estar falando, se não com elas mesmas, para um tipo de espectador ideal que emerge em meio ao contexto da pandemia: alguém privilegiado o suficiente para poder optar pelo isolamento, que se encontra em casa sem grandes preocupações financeiras ou filhos pequenos, com internet banda larga e tempo disponível para passar horas em frente ao computador [...]. (SCHENKEL, 2020, p. 3).

A dificuldade trazida pela pandemia, em múltiplos campos, realçou ainda mais as estruturas de desigualdade. Qual público é esse que Schenkel (2020) sinaliza se não o já comumente frequentador dos espaços museais? Com a impossibilidade de contato direto com o alunato, público assíduo dos espaços culturais, e a não possibilidade de um planejamento estratégico das ações museais para a permanência de diálogo com esse público, os setores de educação não-formal dos museus tiveram rapidamente de entrar no “modo piloto”⁷, em uma tentativa de provar-se relevantes. Como indicado por Schenkel (2020), foi necessário garantir a manutenção desses espaços.

Outra dificuldade para atuação dos museus no período pandêmico, onde o direcionamento das atividades voltou-se principalmente para as redes sociais, é o não acesso da metade da humanidade às tecnologias digitais⁸ (UNESCO, 2020). Neste sentido, Camila Schenkel (2020) argumenta:

⁷ Jones (2020) em sua análise realizada em um período pandêmico ainda recente comenta sobre a tendência dos museus entrarem no “modo piloto” abertos aos erros, onde se direcionam mais a ação do que a preparação.

⁸ Mesmo com acesso restrito a internet, faz-se necessário comentar que muitos públicos, antes não frequentadores

Apesar do potencial ampliação de acesso proporcionada pela internet, excluem-se públicos que não se encontram nessa situação de conectividade ideal, como idosos sem familiares com smartphones e Instagram ou jovens de periferia com pacotes limitados, que também poderiam se beneficiar de ofertas culturais em tempos tão desafiadores. Ser parte de um público significa ser alguém solicitado por determinado tipo de objeto ou discurso, habitar um tipo de mundo social, ser motivado por determinados interesses e dispor de certos meios. (SCHENKEL, 2020, p.3).

É nesse mundo de novidades e desafios que os museus e seus educativos estão tentando sobreviver e se readaptar. Schenkel (2020), afirma que o primeiro desafio da adaptação do trabalho educativo é conseguir “(...) manter o próprio espírito da palavra mediação, que ressalta a dimensão de negociação que perpassa por essa atividade.” (SCHENKEL, 2020, p.8). Como criar diálogos em um espaço que até então ainda não descobrimos como trabalhar em interatividade direta? Para Schenkel (2020, p.9):

O ambiente de hipercomunicação das redes digitais acaba sendo com maior frequência mais o palco de monólogos do que de diálogos, no qual a maior parte dos usuários atua como consumidora de uma minoria produtora de conteúdo (SENNETT, 2013). No caso específico das inúmeras atividades culturais lançadas nas redes nos últimos meses, é preciso analisar a quem se dirigem essas propostas e o quanto essas instituições de fato permitem e estão atentas à participação de seus públicos.

O Museu de Congonhas vem se esforçando para trabalhar com o seu público e com a cidade no intuito de pôr em prática sua função educacional, tentando mitigar os desafios impostos acima citados. Nesse sentido, abordaremos uma breve análise do campo virtual que os museus e diversas outras instituições se fizeram tão presentes após o período pandêmico.

Ciberespaço como local formativo nos Museus

O contínuo desenvolvimento de novas tecnologias digitais na rede (TDR) tem transformado as nossas vivências sociais. As mudanças das tecnologias digitais e de telecomunicação com a digitalização da informação, a internet e a web 2.0⁹ suscitaram em outras possibilidades de processamento, armazenamento, produção e transmissão de informação estimulando as frequentes transformações culturais, políticas, econômicas, educacionais, etc., da atividade humana (MARTI, CASTRO, COSTA, 2019).

de determinados espaços museais tiveram a oportunidade de interagir com esses locais. Dado ao fato, da internet possibilitar, ainda que apenas a metade da população mundial, o rompimento das barreiras geográficas impostas no ambiente físico (MARTI, SANTOS, 2019).

⁹ O termo Web 2.0 se torna popular nos primeiros anos da década de 2000 e faz referência a uma série de novas interfaces na internet que, ao contrário das disponíveis anteriormente, permitem ao usuário a criação e o compartilhamento de conteúdo autoral por meio de texto, imagem e áudio. Nessa nova web, o usuário não apenas navega a internet para buscar informações, mas ele também pode ser o produtor de informações. Um novo paradigma comunicacional emerge da/na/com a web 2.0. A liberação do polo de emissão reestrutura a lógica comunicacional de um modelo unilateral (um-todos) para um modelo plural e polifônico (todos-todos). (MARTI, SANTOS, 2019, p. 51,52)

As possibilidades criadas por esses novos mecanismos permitem aos seus usuários o acesso à informação não linear. Nesse sentido, as buscas por leitura e informação são determinadas pelo próprio fruidor, que não mais precisa deslocar-se para buscar a informação, já que essas podem ser acessadas (em sua maioria) em um computador e outras tecnologias (MARTI, SANTOS, 2019).

Esse cenário deve ser compreendido, no que Santaella (2007) denomina, como “cultura planetária”. Através das redes de teleinformática promoveu-se uma revolução digital, que enseja a convergência de variados espaços midiáticos consubstanciados em único setor digital a partir de textos, do audiovisual, telecomunicações e informática (MARTI, SANTOS, 2019).

É em decorrência da digitalização da informação e da interconexão mundial de computadores que se emerge o ciberespaço. Sendo esse compreendido por Levy (1999) como um local de comunicação aberto, mediado pela interconexão planetária dos computadores e de suas memórias. (MARTI, SANTOS, 2019)

Sendo assim, as redes humanas e não humanas (máquinas cerebrais) formadas a partir do advento da internet permitiram a configuração e a reconfiguração de novos espaços de interação e de aprendizagem. Esse novo espaço conversacional, o ciberespaço, permite a troca de informações e diversos modos de comunicação, simultânea ou não, entre todos os seus usuários (MARTI, SANTOS, 2019, p. 45, 46).

A interatividade realizada nesse novo espaço, o ciberespaço, não é mais marcada pela passividade da admissão de uma informação cedida. Há na verdade uma progressiva autonomia da busca, desviando do modelo unidirecional e linear da comunicação (MARTI, SANTOS, 2019). “O ciberespaço se constitui, portanto, em um espaço de múltiplas redes contínuas, abertas, plásticas e atemporais de aprendizagem em que múltiplos saberes são produzidos com o outro e/ou coletivamente” (MARTI, SANTOS, 2019, p. 55).

(...) esse espaço informacional se constitui e é constituído pelas tecnologias digitais em rede, que é para nosso tempo um dos mais importantes artefatos técnico-culturais, pois ampliam e potencializam a nossa capacidade de memória, armazenamento, processamento de informações e conhecimentos, e, sobretudo, de comunicação. A comunicação caracterizada pela liberação do polo da emissão, pela reconfiguração das mídias e pela conectividade generalizada. (SANTOS, 2011, p.77 apud MARTI, SANTOS, 2019, p.46).

As novas possibilidades de comunicações manifestadas no ciberespaço, tem modificado as relações da vida social, concebendo novas linguagens e signos que desencadeiam uma nova cultura, a cibercultura, sistematizada pelas tecnologias digitais na inter-relação cidade e ciberespaço (MARTI, CASTRO, COSTA, 2019).

A cibercultura é caracterizada para Marti e Souza (2019, p.55) como “(...) a cultura contemporânea mediada e estruturada pelas TDR nas esferas da cidade e do ciberespaço, e que atualmente se caracteriza como cibercultura móvel e ubíqua.” Associada a essa nova forma de troca social está, portanto, o desenvolvimento das tecnologias que, com os dispositivos móveis propicia cada vez mais uma comunicação ubíqua (informação a qualquer hora e a qualquer lugar) (MARTI, SANTOS, 2019).

Esse emergente contexto sociotécnico e cibercultural vem ocasionando mudanças nos paradigmas educacionais, expondo novos desafios, incluindo os espaços museológicos, e suas práticas de comunicação e educação referente ao patrimônio e a cultura (MARTI, SANTOS, 2019).

Desde o surgimento da internet é comum à presença de museus nas redes a fim de potencializar os seus processos de comunicação e educação. A atuação no ciberespaço por essas instituições dava-se principalmente, através de sites institucionais e uso de outros mecanismos disponíveis na época, para aumentar a divulgação e disponibilização de informações, serviços e projetos do acervo e atividades realizadas, concedendo ainda novas formas de comunicação para seus usuários (MARTI, SANTOS, 2019).

As transformações ocasionadas com o advento das tecnologias digitais e de telecomunicação, digitalização da informação, a internet e web 2.0, incitam os museus a pensarem em um modelo de comunicação e educação online (EOL) que não seja unidirecional, mas sim, em produção de informação e conteúdo voltado para o usuário, tendo em vista que novos recursos, como as mídias sociais, “(...) podem estimular e ampliar o envolvimento de comunidades locais, o engajamento público e a aprendizagem” (MARTI, SANTOS, 2019, p.53).

As mídias sociais são espaços que potencializam o envolvimento dos possíveis visitantes, visitantes assíduos e sociedade em geral com os espaços museais. Se estabelecendo através destes, novos modos de interação e participação com diversos grupos sociais (MARTI, SANTOS, 2019, p.53).

Diante dessas novas dinâmicas e contextos comunicacionais e de produção de conhecimento, fez-se necessário fazer pensar outras modalidades de aprendizagem em que levem em conta a relação do praticante cultural com esses múltiplos espaços de colaboração em rede (e.g. redes sociais digitais) na esfera cidade-ciberespaço em tempos de mobilidade e ubiquidade. (MARTI, SANTOS, 2019, p.55)

É através dessa incipiente sociedade em rede com espaços digitais e virtuais de aprendizado mediados pelas novas tecnologias de comunicação e da informação, que compreendemos como se é realizada a Educação online (EOL). Marti e Santos (2019, p.53), colocam que essa fundamenta-se:

(...) no uso de interfaces digitais em rede, lançando mão da hipertextualidade, da interatividade e da aprendizagem colaborativa, a partir da mediação docente de percursos de aprendizagem, para que os participantes aprendam na dialógica com os demais participantes envolvidos por meio de processos síncronos e assíncronos de comunicação, tanto em encontros presenciais, à distância ou em situações híbridas.

O conhecimento na EOL é construído em uma relação dialógica entre os partícipes. Sendo que o ambiente online não determina a EOL, apesar de confeccioná-la. Ela se dá através do envolvimento dos sujeitos, em um movimento comunicacional e pedagógico que propicia a interatividade e cocriação (MARTI, SANTOS, 2019).

Os espaços museais que são por excelência, locais de educação, com “(...) compromisso com a formação crítica, integral e emancipatória dos sujeitos, visando sua atuação consciente na sociedade.” (MARTI, SANTOS, 2019, p. 59), expandiram seu campo de atuação com a incorporação das mídias sociais. A apropriação desses meios digitais, que já se encontravam em curso, teve forte impulso após a pandemia do Covid-19. A fim de trazer um pouco mais da atuação do mCo no ciberespaço no período pandêmico explanaremos a seguir suas atividades.

Experiências educativas do Museu de Congonhas no Ciberespaço

O mCo, aderindo às medidas restritivas da Covid-19, fechou suas portas pela primeira vez no dia 17 de março de 2020. Não diferente de outras instituições, o Museu, adotou o “modo piloto”, colocado por Jones (2020). Ainda que já tivesse presente nas mídias sociais, o museu não desenvolvia rotineiramente suas atividades educativas nesse campo.

Em um primeiro momento, buscou-se, antigas produções e atividades que foram realizadas e que poderiam ser incorporadas as redes sociais do mCo e retomar ações que já haviam sido publicadas nas redes sociais. Após algumas discussões e reuniões fixou-se um plano de ação para realização de programas virtuais de educação patrimonial denominada como #McoEmCasa. A proposta teve como intuito divulgar o potencial histórico e cultural da cidade de Congonhas, com enfoque no Santuário do Bom Jesus de Matosinhos.

As atividades do mCo, foram similares às realizadas por outras instituições, conforme o estudo de Studart (2020). Segundo a autora, as atividades desempenhadas foram principalmente:

[...] exposições virtuais, visitas remotas aos espaços do museu e jogos interativos online, entre outras ações. [...] Pesquisas também têm sido priorizadas, tanto para o planejamento de exposições futuras, estudos de percepção sobre a pandemia, como também para a organização de novas atividades remotas para diferentes públicos. Reuniões virtuais para a troca e compartilhamento de experiências também têm acontecido, além de encontros via internet para manter a rede de afetos. (STUDART, 2020, s.p).

As ações do programa #McoEmCasa foram realizadas inicialmente no perfil do museu no Facebook (Museus de Congonhas), Instagram (@museusdecongonhas), no site do Museu de Congonhas (www.museudecongonhas.com.br) e no canal do youtube da Prefeitura de Congonhas (Das oito playlists do canal, duas são inteiramente de vídeos produzidos pelo Museu de Congonhas). Atualmente, o museu conta com o seu próprio canal no youtube. Cabe ressaltar que o projeto somente se tornou exequível tão rapidamente devido à equipe do setor educativo já possuir uma bagagem de pesquisa e contar com membros especializados na área de comunicação, já atuantes nas redes sociais do museu.

O Museu de Congonhas possui redes sociais próprias (Facebook, instagram)¹⁰ desde o ano de 2016, criadas meses após o início das atividades do espaço. Inicialmente, a atenção era muito mais voltada para a divulgação do museu, bem como, shows e demais eventos que ocorriam. Em 2019, a comunicação começou a ter um novo viés, onde as redes sociais deixaram de ter seu foco apenas para divulgação e passou a incorporar algumas demandas educativas, ainda que de forma incipiente. A construção do programa #McoEmCasa já possuía, portanto, uma base para a atuação de atividade patrimonial do setor educativo, tornando-se, assim, uma rede de comunicação e ação educativa posteriormente.

Foi inserida nas redes sociais do museu uma série de publicações para difundir conhecimento histórico, artístico e patrimonial. Dentre as sessões criadas está, o #SextounoMuseu, neste quadro indica-se alguma atividade cultural, um livro, um disco, um show, ou, um filme – o espaço é utilizado também para enaltecer as produções artísticas locais na tentativa de estabelecer uma comunicação mais direta com os artistas da cidade. O quadro posteriormente foi renomeando para #MCoIndica.

Outra sessão que permitiu bom engajamento foi o #RepostDoMuseu, realizado aos domingos, onde se reposta fotos/vídeos de internautas que fizeram postagens sobre o museu. Par estabelecer maior interação com os seguidores das páginas, foi criado o #QuizDoMuseu,

¹⁰ Até então a comunicação era através das redes sociais da prefeitura de Congonhas.

no qual todos os sábados, se publica perguntas que contemplam a história e o patrimônio da cidade. Já o #TBTnoMuseu relembra os melhores momentos da instituição desde sua inauguração.

Para que o público tome conhecimento do acervo bibliográfico do museu, foi criado o quadro #LeiaNoMuseu¹¹, onde foram indicados livros que compõem sua estante – especializada em história da arte, história colonial brasileira e biografias de renomados artífices desse período colonial.

Os quadros acima expostos fizeram parte da programação virtual do mCo no decorrer do ano de 2020. Em 2021, foram pensados e elaborados novos quadros para o programa #MCoEmCasa, tendo em vista, a queda de engajamento de algumas atividades. O alcance mensal de visitantes virtuais entre Facebook e Instagram foi uma máxima de 123.356 a uma mínima de 25.517 (a maior baixa de alcance das redes sociais, ocorrida no mês de agosto de 2020, foi dada pelo fato do museu não poder fazer postagens no período eleitoral, que se iniciou no dia 15 de agosto se estendendo até a 15 de novembro).

Entre os quadros criados em 2021 estão, o #SegundaDaMemória, que tem como proposta trazer uma reflexão a respeito da cidade de Congonhas, com foco no processo de urbanização da cidade, além de se dedicar em discutir a história de personalidades congonghenses; #QuemFezHistóriaNoSantuário, onde trata-se brevemente da história de personalidades que contribuíram para as transformações do Santuário do Bom Jesus de Matosinhos de Congonhas. O quadro contempla tanto os “profissionais” envolvidos nas obras, como intelectuais e professores que atuaram no espaço.

A sessão #EuVocêTodosNós, não faz parte da programação fixa do #MCoEmCasa, entretanto merece ser mencionada, por demonstrar um dos esforços que o mCo faz para produzir conteúdos de forma colaborativa com a cidade. Pensado de forma conjunta com pesquisadores e estudiosos da cidade, o quadro tem como intuito realizar posts sobre alguns personagens congonghenses, divulgando a história da cidade e dos atores responsáveis por suas transformações.

Para além dos quadros que compõem a programação fixa das redes sociais do museu, foram elaboradas também séries, mediações virtuais e oficinas. A série “Promessa e Milagre”

¹¹ O quadro #LeiaNoMuseu é realizado através de fichamentos dos livros que compõem a biblioteca do museu, está foi inclusive uma das atividades rotineiras do setor educativo no período pandêmico. Além da realização dos posts a atividade possibilitou maior conhecimento acerca do acervo literário pelo setor educativo.

é composta por oito vídeos, com duração de 5 a 12 minutos, de caráter documental, e retrata a maior festa cultural religiosa da cidade “O jubileu do Santuário do Bom Jesus de Matosinhos”¹².

Já a série “Semana Santa de Congonhas” contém cinco capítulos. Os vídeos também retratam um aspecto cultural religioso do Santuário do Bom Jesus de Matosinhos, já que, captam a encenação da festividade da Semana Santa que ocorre tradicionalmente na cidade. Cada um dos episódios trouxe passagens que relatam os principais acontecimentos da história da Crucificação e Ressurreição de Cristo.

O “Museu em um Minuto” foi concebido em um formato diferenciado, produzido com cerca de um minuto, transmite conteúdo de forma muito mais rápida. A proposta foi realizada a partir da análise dos relatórios das redes sociais do museu, onde a equipe percebeu que conteúdos audiovisuais que continham menor extensão de tempo possuíam maior engajamento. No quadro, através dos vídeos buscou-se explorar personagens, lugares e situações que permeiam o cotidiano do congonhense. A série, além de sua exibição pelas redes sociais, também é vinculada em formato podcast na programação da rádio Educativa FM¹³.

A série, mediação virtual, que conta com 16 episódios, tem como propósito não apenas levar conhecimento e entretenimento ao público, mas também, ser utilizada como treinamento de novos integrantes do setor educativo, tendo em vista, que a coletânea compila as pesquisas realizadas pelo setor em seus cinco anos de funcionamento. Outro formato que as mediações virtuais ganharam foi à realização ao vivo. O museu ofertou para as escolas/grupos/instituições a possibilidade de uma reprodução virtual da mediação que, já ocorria em formato presencial com alunato, onde viabiliza-se maior interatividade e troca.

O mCo, em um tempo pré-pandêmico, realizava os agendamentos para visitas presenciais e oferecia um cardápio de oficinas¹⁴. Algumas das oficinas presentes neste cardápio

¹² O Jubileu para os Cristãos é um grande evento religioso, que pode ser dado de forma Ordinária ou Extraordinária. Essa tradição chega a Minas Gerais no século XVIII. É neste mesmo século que Congonhas recebe os Breves Papais, concedendo ao Santuário a permissão de realizar o Jubileu, dada pelo papa Pio VI. Sendo, o primeiro Jubileu realizado na administração do eremita Ignácio Gonçalves Pereira, em 1780, apesar dos breves terem sido dados no ano de 1779. A festividade ocorre anualmente na cidade, de 7 a 14 de setembro, em celebração a exaltação da Santa Cruz. (ALVES, 2013)

¹³ A parceria com a rádio Educativa FM foi uma maneira de alcançar o público mais idoso e também, outras pessoas que não possuem internet, ou, tem pacotes de dados limitados. Além da série “Museu em um Minuto”, que é transmitida pela rádio, frequentemente o museu é convidado a participar de programas da Educativa FM, a fim de tratar sobre assuntos relativos ao Santuário.

¹⁴ O cardápio de oficinas, desenvolvido pelo setor educativo, foi concebido a fim de garantir maior ludicidade à educação patrimonial realizada pelo Museu de Congonhas. O Cardápio possui 28 propostas, com descritivo de tempo de duração, conteúdo e faixa etária que melhor corresponde cada atividade. Por meio do cardápio seleciona-

receberam adequações a fim de serem gravadas e transmitidas para os internautas. Contudo, a atividade que possibilitou maior interatividade do mCo junto ao público, principalmente o infanto-juvenil foi a Gincana Virtual.

As atividades promovidas pela gincana compreendiam desde relatos de memórias afetivas dos participantes sobre Santuário do Bom Jesus de Matosinhos até reinterpretções artísticas do sítio histórico. A gincana teve um alcance de cerca de 120mil pessoas entre os meses de maio e junho do ano de 2020, contando com mais de 100 inscritos entre grupos familiares e participações individuais, ao todo foram formadas 56 equipes. Foram 15 dias de atividades, de 21 de maio a 03 de junho. Os participantes concorreram a uma Bike Foz Hammer¹⁵ como prêmio.

Para além das atividades já comentadas, foram também realizadas lives a respeito do Santuário em suas vertentes tangíveis e não tangíveis, bem como discussões sobre o cenário que os Museus se encontram no período de pandemia e as expectativas do período pós-pandêmico. Promovemos, também, a exibição de exposições virtuais e filmes como forma de conseguir abordar os temas abarcados no mCo de maneira mais atrativa.

Assim, houve oportunidades de se ter contato com outras formas de “aprendizagemensino”, cocriando novos conhecimentos e significados do Santuário do Bom Jesus de Matosinhos e da cidade de Congonhas. Desse modo, sucederam-se inúmeras iniciativas e experiências para o amadurecimento de novas formas de ensino, resignificando o saber juntamente com os visitantes.

Conclusão

Notadamente, o período enfrentado hodiernamente urge por investimentos a fim dos museus conseguirem se reinventar. Não diferentemente de outros setores, é justamente nesse período que os museus se encontram imersos em uma crise aparentemente interminável. Estudos levantados pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e a Cultura), constataram que 90% das instituições museais foram fechadas no período pandêmico de 2020, permanecendo fechados por uma média de 155 dias, reincidindo o ato no

se qual atividade será realizada com o grupo. Feita a escolha, inicia-se a fase do preparo do material que é necessário para a feitura da oficina.

¹⁵ Doadas a instituição pela Copa Internacional Michelin de Mountain Bike.

ano início de 2021 devido ao crescimento nas taxas de infectados. A resultante é uma queda de quase 70% na média de visitantes em relação ao ano de 2019. A instituição alertou, também, para as taxas de desemprego dos profissionais de museus e a permanência do fechamento de algumas dessas instituições que não mais conseguiriam reabrir suas portas. (UNESCO, 2021).

As tratativas apresentadas no decorrer do texto se mostram como uma das formas de mitigar os desafios impostos a realidade do Museu de Congonhas durante o período pandêmico. Nesse sentido, o mCo, apesar de não conseguir interagir com seu público de forma presencial, tentou potencializar o acesso à sua expografia e seu objeto de estudo – o Santuário do Bom Jesus de Matosinhos e suas diversas dimensões patrimoniais – através de ações de educação não formal nas suas redes sociais. Assim, é possível aferir que o mCo conseguiu ter contato com novos públicos e talvez de maneira mais abrangente se contarmos o alcance das suas publicações, sessões, oficinas e a gincana nas mais diversas redes sociais do museu.

Porém, mesmo com todos os esforços para ser uma instituição relevante a fim de manter não somente seu patrocínio, mas também, possibilitar conhecimento e entretenimento aos seus visitantes e ouvintes de rádio – o mCo não deixou de sofrer com os cortes na equipe. No início do ano de 2021 a equipe perdeu três mediadoras com experiência de três anos de atividade. Em menos de seis meses após o ocorrido a equipe foi remodelada, perdendo mais quatro mediadores e a coordenadora de comunicação. Mesmo com esse empenho, ainda consta uma visão administrativa do mCo como um local apenas turístico e de passagem, não levando em consideração as suas diversas funções políticas e sociais.

Bibliografia:

ALVES, Herinaldo Oliveira. **O jubileu do senhor Bom Jesus em Congonhas: discursividades religiosas e relações de poder (1780-1809)**. Monografia (Especialização). Instituto de Filosofia, Artes e Cultura Universidade Federal de Ouro Preto. Minas Gerai, 2013.

BASTOS, Adson dos Santos; SILVA, Fabrício Oliveira da; SILVA, Alexsandro Ferreira de Souza. **O Museu como espaço de educação não formal e de integração do idoso na sociedade**. ANAIS do 11º ENFOPE, 12º FOPIE, v. 11, n. 1, 2018.

BRASIL. **Educação Patrimonial: Histórico, conceito e processos**. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Brasília, DF: Ministério da Cultura/ IPHAN 2014.

BRASIL. **Plano Nacional Setorial de Museus - 2010/2020**. Ministério da Cultura, Instituto Brasileiro de Museus. – Brasília, DF: MinC/Ibram, 2010.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas.** Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação. Rio de Janeiro, v.14, n.50, p. 27-38, jan./mar. 2006.

JONES, Andrea. **EMPATHETIC AUDIENCE ENGAGEMENT DURING THE APOCALYPSE.** 2020. Tradução: PONTE, Beth. Disponível em: <<https://medium.com/@pontebeth/museus-durante-o-apocalipse-como-desenvolver-empatia-e-se-conectar-com-seu-p%C3%BAblico-8121026917e3>>. Acesso em: 03/07/2021

JULIÃO, Letícia. **Plano Museológico.** Brasília, 2016. (mimeo).

MACHADO, Jurema. **Museu de Congonhas o Relato de uma experiência.** Organização das Nações Unidas para a educação a Ciência e a Cultura – Brasília, DF, 2017.

MARTI, Frieda; CASTRO DE, Fernanda Santana Rabello; COSTA, Andréa Fernandes. **Educação Museal e Cibercultura: pensando conceitos, práticas de um campo em construção.** Revista Docência e Cibercultura. Rio de Janeiro. V.3, n.2. 2019. p. 10-17. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/redoc.2019.44970>. Acesso em: 03/10/2021.

MARTI, Frieda; SANTOS DOS, Edméa Oliveira. **Educação museal online: a Educação Museal na/com a Cibercultura.** Revista Docência e Cibercultura. Rio de Janeiro. V.3, n.2. 2019. p. 41-66. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/redoc.2019.44589>. Acesso em: 03/10/2021.

PARISI, Rosana; CASTRO, Laura R. P. **Permanência e memória: O Museu de Congonhas como elemento de valorização da paisagem cultural e Congonhas do Campo – MG.** 1º Simpósio Científico ICOMOS Brasil. Belo Horizonte: 2017.

SCHENKEL, Camila. **Em quarentena: apontamentos sobre educação em museus em tempos de pandemia.** Porto Arte. v.25 n.43. 2020. Disponível: <https://doi.org/10.22456/2179-8001.108108>. Acesso em: 09/08/2021.

SETTON, M. DA G. J.; OLIVEIRA, M. M. DE. **Os museus como espaços educativos.** Educação em Revista, v. 33, 1- 23.2017.

STUDART, Denise. **Pandemia global de Covid-19 e impactos para os museus: Crise ou oportunidade?** 2020. Disponível em: <https://www.revistamuseu.com.br/site/br/artigos/18-de-maio/18-maio-2020/8539-pandemia-global-de-covid-19-e-impactos-para-os-museus-crise-ou-oportunidade.html>. Acesso em: 04/08/2020.

OLIVEIRA, Myriam Andrade Ribeiro de. **Aleijadinho: Passos e Profetas.** Belo Horizonte: Itatiaia, 2002.

UNESCO. **Pandemia fecha 90% dos museus em todo o mundo, diz UNESCO.** Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/85815-pandemia-fecha-90-dos-museus-em-todo-o-mundo-diz-unesco>. Acesso em: 07/08/2021.