

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

GABRIELA MENEGHEL COLLA MATTIA

**O MARGS no *Instagram*:
um estudo de avaliação sobre ações educativas *online* (2021)**

Porto Alegre

2023

GABRIELA MENEGHEL COLLA MATTIA

**O MARGS no *Instagram*:
um estudo de avaliação sobre ações educativas *online* (2021)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Museologia.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Vanessa Barrozo Teixeira Aquino

Porto Alegre

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor Carlos André Bulhões

Vice-Reitora Patrícia Helena Lucas Pranke

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora Ana Maria Mielniczuk de Moura

Vice-Diretora Vera Regina Schmitz

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefia Rene Faustino Gabriel Júnior

Chefia Substituta Marta Groposo Pavão

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE MUSEOLOGIA

Coordenadora Marcia Regina Bertotto

Coordenadora Substituta Vanessa Barrozo Teixeira Aquino

CIP - Catalogação na Publicação

Meneghel Colla Mattia, Gabriela

O MARGS no Instagram: um estudo de avaliação sobre ações educativas online (2021) / Gabriela Meneghel Colla Mattia. -- 2023.

129 f.

Orientador: Vanessa Barrozo Teixeira Aquino.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Museologia, Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. Estudos de Avaliação. 2. Educação em Museus. 3. Ação educativa online. 4. Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS). 5. Instagram. I. Barrozo Teixeira Aquino, Vanessa, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Departamento de Ciências da Informação

Rua Ramiro Barcelos, 2705

Bairro Santana

Porto Alegre - RS

Telefone (51) 33085067

E-mail: fabico@ufrgs.br

GABRIELA MENEGHEL COLLA MATTIA

O MARGS no *Instagram*:

um estudo de avaliação sobre ações educativas *online* (2021)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Museologia.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Vanessa Barrozo Teixeira Aquino

Aprovado em 01 de Setembro de 2023.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Vanessa Barrozo Teixeira Aquino (Orientadora) - UFRGS/DCI

Dnda Aline Vargas de Vargas - PPGEdU/UFRGS

Prof^a. Dr^a. Ana Carolina Gelmini de Faria - UFRGS/DCI

AGRADECIMENTOS

Como diz minha mãe, “O óbvio só é óbvio para quem sabe”. Então, busco registrar nesta seção meu sentimento diário de gratidão, alegria e carinho por todas as pessoas que me auxiliaram na realização desta pesquisa e participaram da minha trajetória no curso de Museologia na UFRGS.

Com paixão, agradeço a minha pequena eu, semente de quem sou hoje e que me proporcionou um olhar atento e curioso que não se finda. Aos meus pais, Morgana e Calisto, que me geraram num carinho absoluto e grande incentivo aos estudos e de respeito aos demais. À minha irmã, Marília, pelo afeto e apoio incondicional. À minha família gigante, pelas comemorações, risadas e brincadeiras.

Às minhas irmãs de vida, Thaiana e Giovanna, pelo partilhamento e liberdade de sonhos; pelo auxílio imediato a todas inseguranças e pelos reforços de espírito. À Julia, por anos de amizade, embriaguez e lucidez. Agradeço também à Anne e à Laura, por fazerem parte da minha construção e o carinho incrível que temos. À Flávia Pires, pela parceria criada para organizar minha mente e por me ajudar a entender os dados de realidade.

Ao Gabriel, pela conversa fácil, pelo riso contagiante e pela escuta às minhas loucuras. Pelo afeto, por todas as trocas e aberturas; pelos auxílios neste ano da minha vida.

Às mulheres incríveis que a Museologia fez cruzar em minha jornada: Bárbara Hoch, Bárbara Dalcanale, Giovanna Veiga, Sofia Perseu. A todo corpo docente, em especial à Marlise Giovannaz, que com sua voz e provocações históricas me fez ter certeza de minha escolha no primeiro dia de aula, e à Professora Ana Carolina Gelmini, pela instigante professora que é e por compor esta banca examinadora. Estudar e questionar a Museologia é um aprendizado diário contigo. À Aline Vargas, por ter aceitado o convite de compor minha banca, pelas parcerias acadêmicas e pelo olhar belíssimo sobre a Museologia.

Agradeço imensamente e extraordinariamente à minha orientadora, Professora Vanessa Aquino, pelas inúmeras parcerias ao longo de minha caminhada no curso. Esta pesquisa é reflexo de muitas percepções e incentivos seus, numa troca sempre dialógica.

Ao Museu de Arte do Rio Grande do Sul e seu corpo técnico. Ao Núcleo Educativo do qual faço parte, pelo apoio e compreensão. Tati Funghetti pela coordenação afetiva e atenta, à Cris Barros pelos ensinamentos, compartilhamentos e movimentações criativas que produz, ao Pedro Osorio pelo apoio e parceria, à Lorian Jung e Esly Ramão pelo carinho, partilhas de mediações, risadas, memes e músicas. Às demais composições do Educativo, pelo trabalho incansável, especialmente às mulheres que concordaram em participar desta pesquisa, Carla Batista, Izis Abreu, Ana Carolina Chini, Daniele Barbosa e Pamela Zorn.

Por fim, agradeço à Catarina Petter por ter vivido comigo uma amizade incrível, ter me ensinado tanto, me apoiado e protegido em formas que eu desconhecia. Agradeço à sua família, Dieniffer, Manuela e Dalva, pelas fortalezas que são.

*Simetricamente, os mundos virtuais acessíveis online podem alimentar-se com dados produzidos offline e alimentá-los de volta. São essencialmente meios de comunicação interativa. O mundo virtual funciona, então, como depósito de mensagens, contexto dinâmico acessível a todos e **memória comunitária coletiva alimentada em tempo real.***

Pierre Lévy

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Museologia divulga os resultados de um estudo de avaliação acerca das ações educativas do Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli (MARGS), que aconteceram no *Instagram* em 2021. A pesquisa analisou o contexto de fundação da instituição e seus primeiros passos no âmbito da educação em museus, apresentando um panorama dessas ações e suas transformações ao longo do tempo, até a caracterização do atual Núcleo Educativo e de Programa Público. Como foco de estudo, investigou-se a soma das ações educativas que foram realizadas na mídia social *Instagram* no período delimitado, bem como o engajamento do público a partir de métricas da plataforma, identificou os tipos de comentários e os formatos das publicações. Para o embasamento teórico utilizou os conceitos de estudo de avaliação (Cury, 2005) e estudo de públicos (Eidelman, Roustan, Goldstein, 2014); assim como ciberespaço (Lévy, 2010 [1997]). Estes foram necessários para compreender e refletir sobre a atuação do MARGS no segundo ano de pandemia de COVID-19, que exigiu maior presença *online* por conta dos protocolos sanitários, ainda que em maio deste ano o acesso presencial tenha sido retomado paulatinamente. Como metodologia, o trabalho foi alicerçado na análise bibliográfica e documental acerca do objeto de estudo, seu setor educativo e atividades propostas no *Instagram*, foi feito um levantamento de dados das métricas da plataforma e aplicação de questionário estruturado respondido via *Google Forms* por servidoras e estagiárias que atuaram junto ao Núcleo no período estudado. A pesquisa destaca a relevância das proposições e do trabalho necessário para adaptação para o meio *online* e para concepção de ações natodigitais refletindo sobre a eficácia do *Instagram* para a realização de proposições dialógicas de educação em museus. O trabalho lança luz ao fato de que as ações educativas propostas pelo Núcleo Educativo foram significativas para a dinamização do conteúdo disponibilizado pelo MARGS durante o segundo ano de pandemia e ampliação do alcance geográfico de suas ações. Reitera, no entanto, que as trocas e práticas presenciais são essenciais para a realização de uma proposta efetiva no âmbito da arte educação em museus, que as ações *online* complementam e somam informações aos públicos do museu e que a plataforma *Instagram* pode proporcionar diferentes movimentos interativos, mas possui diversas limitações para a realização de ações educativas *online*.

Palavras-chave: Estudos de Avaliação. Educação em Museus. Ação educativa *online*. Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS). *Instagram*.

ABSTRACT

This Bachelor's Degree in Museology Completion Work discloses the results of an evaluation study over the State Art Museum of Rio Grande do Sul Ado Malagoli (MARGS) educational activities that took place in Instagram throughout the year of 2021. This research analyzed the institution's foundation context and its first steps towards museum education; reviewing its activities and its transformations over time, until the present configuration of the Education and Public Program Department. It investigates how many online educational activities were made on Instagram in that year, how was the public engagement (analysing instagram's metrics), identifies types of comments and the content's forms. The theoretical basis consists of evaluation studies (Cury, 2005) and public studies (Eidelman, Roustan, Goldstein, 2014); and Pierre Lévy concept of cyberspace (2010 [1997]). These were necessary to understand and reflect on the performance of MARGS in the second year of the COVID-19 pandemic, which required a greater online presence due to health and sanitary protocols, although in May of this year face-to-face access was gradually resumed. The applied methodology was based on a bibliographical and documental analysis about MARGS, its educational sector and activities proposed on Instagram, a data collection was carried out on the platform's metrics and a structured questionnaire was applied, answered via Google Forms by servers and interns of the Nucleus in the period studied. The research highlights the relevance of the propositions and the work needed to adapt to the online medium and to design digital-born actions, reflecting on the effectiveness of Instagram to carry out dialogical propositions of education in museums. The work sheds light on the fact that the educational actions proposed by the Educational Department were significant for boosting the content made available by MARGS during the second year of the pandemic and expanding the geographical reach of its actions. It reiterates, however, that face-to-face exchanges and practices are essential for carrying out an effective proposal within the scope of art education in museums, that online actions complement and add information to the museum's audiences and that the Instagram platform can provide different interactive movements, but it has several limitations for carrying out educational activities online.

Keywords: Evaluation Studies. Museum Education. Online Educational Activities. State Art Museum of Rio Grande do Sul (MARGS). Instagram.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 – “Perspectiva do prédio do MARGS, 1933-1975” (desenhada em 1933 e colorida em 1975), de Erwin Brandt.....	23
Figura 2 – Sede definitiva do MARGS desde 1978.....	24
Figura 3 – Fotografia de Malagoli utilizada na exposição “60 Anos de Pintura” (1982).....	26
Figura 4 – Cartaz de lançamento do <i>site</i> do MARGS.....	34
Figura 5 – Material gráfico de divulgação do <i>site</i> do MARGS.....	35
Figura 6 – Imagem utilizada para convite de lançamento do <i>site</i> do MARGS.....	36
Figura 7 – Imagem da página inicial do <i>site</i> do MARGS em 2012.....	36
Figura 8 – Imagem da página inicial do atual <i>site</i> do MARGS.....	37
Figura 9 – Imagem da primeira postagem do MARGS no <i>Facebook</i>	37
Figura 10 – Imagem do perfil do MARGS no <i>YouTube</i> em agosto de 2023.....	38
Figura 11 – Imagem da primeira postagem do MARGS no <i>Instagram</i> em 2019...	39
Figura 12 – Imagem do perfil do MARGS no <i>Instagram</i> em julho de 2023.....	40
Figura 13 – Visita guiada após palestra sobre Pedro Weigärtner realizada por Ângelo Guido.....	42
Figura 14 – Mediação em Libras na exposição “Acervo em movimento”.....	45
Figura 15 – Primeira edição do Oficinas de Criação - Oficina de Cestaria Kaingang.....	46
Figura 16 – Segunda edição do Crianças no MARGS - Pintura com bolhas.....	46
Figura 17 – Caderno de relatos para Estudo de Avaliação.....	47
Figura 18 – Mesa Redonda “Estudos de públicos em museus de arte: por que e como conhecer nossos públicos?”.....	48
Figura 19 – Capas dos vídeos do Janeiro Lilás do MARGS de 2023.....	49
Figura 20 – Registro de encontro de formação com equipe de vigilância.....	50
Figura 21 – Primeiro contato com parte dos Livros de Visitas do MARGS no Centro de Documentação e Pesquisa Christina Balbão.....	56

Figura 22 – Montagem com os primeiros <i>cards</i> de cada postagem de fim de ano do MARGS (2019, 2020, 2021 e 2022).....	57
Figura 23 – Capa do Relatório Núcleo Educativo e de Programa Público (2021)..	59
Figura 24 – Exemplo de informação sobre municípios disponibilizada no Relatório Núcleo Educativo e de Programa Público de 2022.....	59
Figura 25 – Captura de tela de comentário do público sobre retorno das atividades presenciais no MARGS.....	61
Figura 26 – Captura de tela do vídeo Janeiro Lilás - Mês da Visibilidade Trans...	72
Figura 27 – Montagem com os três primeiros <i>cards</i> do destaque Dia da Visibilidade Trans.....	72
Figura 28 – Card de divulgação do evento “Mulheres artistas, questões atuais”...	73
Figura 29 – Capa da postagem “Investigações do agora”, que compôs a campanha “Repensando 19 de abril – Uma reflexão sobre as contradições desta data” da Sedac.....	74
Figura 30 – Captura de tela da postagem sobre o Dia Internacional do Orgulho LGBT.....	75
Figura 31 – Captura de tela da postagem sobre o Dia Internacional do Orgulho LGBT.....	76
Figura 32 – Captura de tela de comentários da postagem sobre o Dia Internacional do Orgulho LGBT.....	77
Figura 33 – Captura de tela da postagem da proposta da 19ª Semana dos Museus no MARGS.....	79
Figura 34 – Captura de tela da resposta de Vanessa Aquino à proposta da 19ª Semana dos Museus no MARGS.....	80
Figura 35 – Captura de tela da resposta de Cristina Barros à proposta da 19ª Semana dos Museus no MARGS.....	81
Figura 36 – Captura de tela do TBT da quarta edição do Mediação em casa.....	82
Figura 37 – Captura de tela dos destaques do primeiro Mediação em casa.....	83
Figura 38 – Captura de tela da mediação na exposição de Lia Menna Barreto sobre a obra “Colar”.....	87
Figura 39 – Captura de tela da mediação na exposição de Lia Menna Barreto sobre a obra “Máquina de bordar”.....	87

Figura 40 – Visita mediada online na “DESOBECIÊNCIA – Arte e ciência no tempo presente”, de Estêvão da Fontoura.....	88
Figura 41 – Mediação e conversa para lançamento do documentário em curta-metragem “A arte do cotidiano”, sobre Anico Herskovits.....	89
Figura 42 – Captura de tela da Oficina virtual de produção de estamparias.....	90
Figura 43 – Publicação sobre obra Diários de uma boneca, de Lia Menna Barreto.....	91
Figura 44 – Postagem sobre a ação artística educativa “Não queremos ser as únicas”.....	93
Figura 45 – Montagem de <i>frames</i> dos vídeos de apresentação do Programa Público Presença Negra no MARGS.....	94
Figura 46 – Captura de tela do <i>feed</i> : Presença Negra no Acervo do MARGS - Maria Lídia Magliani.....	96

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Representação de postagens Núcleo Educativo e Programa Público em 2021.....	66
Gráfico 2 – Representação de postagens separadas por temática.....	70
Gráfico 3 – Interações por temática das publicações das Mediações <i>online</i>	83

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAMARGS	Associação de Amigos do Museu de Arte do Rio Grande do Sul
Dphic	Divisão do Patrimônio Histórico e Cultural do Estado
Fabico	Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
GWI	<i>GlobalWebIndex</i>
Ibram	Instituto Brasileiro de Museus
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
Lapem	Laboratório de Pesquisa e Extensão Museológica/UFRGS
Libras	Língua Brasileira de Sinais
MARGS	Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli
NEABI	Núcleo de Estudos Africanos, Afro-brasileiros e Indígenas da UFRGS
RS	Rio Grande do Sul
Sedac	Secretaria de Estado da Cultura do Rio Grande do Sul
TBT	<i>Throwback Thursday</i>
UERGS	Universidade Estadual do Rio Grande do Sul
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 O MUSEU DE ARTE DO RIO GRANDE DO SUL E SUA VOCAÇÃO EDUCATIVA	22
2.1 Retrospectiva do Museu de Arte do Rio Grande do Sul – Ado Malagoli.....	22
2.2 Quem concebe, planeja e executa ações educativas no MARGS?	40
3 O MARGS NO <i>INSTAGRAM</i>: ações educativas em 2021	54
3.1 Estudos de Avaliação no Museu de Arte do Rio Grande do Sul	54
3.2 Ações Educativas do MARGS no <i>Instagram</i> em 2021	63
3.2.1 Programação da Secretaria Estadual de Cultura	71
3.2.2 Ação 19ª Semana dos Museus - Promoção Instituto Brasileiro de Museus.....	78
3.2.3 TBT Mediação em casa	82
3.2.4 Mediação <i>online</i> de obras, artistas e exposições	84
3.2.5 Projeto Presença Negra no MARGS	92
3.3 O <i>Instagram</i> sob avaliação do Núcleo Educativo e de Programa Público.....	97
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	102
REFERÊNCIAS	108
APÊNDICE A – Carta de apresentação ao Núcleo de Comunicação e Design	113
APÊNDICE B – Carta de apresentação ao Núcleo Educativo e de Programa Público	114
APÊNDICE C – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE	115
APÊNDICE D – Entrevistas na íntegra	117

1 INTRODUÇÃO

Conhecer o Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS) é um caminho necessário na trajetória de estudantes de Museologia da região sul do Brasil. A instituição, que completará 70 anos em 2024, foi o primeiro museu voltado às artes visuais no estado. Possui longa tradição no campo artístico, sendo referência na pesquisa, comunicação e preservação de produções em diferentes linguagens das artes visuais. Ao longo de quase sete décadas pode contar com profissionais especializados em seu corpo técnico e gestão, realizando diferentes atividades para conectar-se a diversos públicos e se baseando em preceitos museológicos desde sua constituição.

Durante os primeiros anos de pandemia de COVID-19 (2020-2021), a sociedade teve de adaptar-se a diversas ações de precaução sanitárias e diferentes protocolos de segurança. E o MARGS, com média de visitação na casa dos milhares por ano nos últimos dez anos¹, seguiu essas instruções, de forma que seu corpo de servidores e estagiários consideraram necessário que a função social do museu se mantivesse ativa, se propondo, assim, a manter o engajamento frente aos públicos em meio *online*.

Este período crítico provocou diversas modificações em instituições culturais a nível mundial, através da ofertas de atividades e publicações, seus conteúdos e formatos. Trata-se de um momento a ser registrado na História dos Museus e que ainda não temos como compreender a extensão de sua influência no campo museológico e também em outros setores sociais. Seguindo esta perspectiva, aliado ao crescente uso de mídias sociais do ciberespaço para difusão e comunicação dos museus, este estudo visa reconhecer quais ações educativas foram realizadas no *Instagram* do MARGS, uma vez que a instituição apresentou considerável maturidade tecnológica no estado do Rio Grande do Sul (Aquino, Mattia, 2022), contribuindo, assim, para o inventário de experiências digitais dos museus brasileiros.

O Núcleo Educativo e de Programa Público do MARGS foi muito atuante em diferentes mídias durante o período de isolamento social e no decorrer dos dois primeiros anos de pandemia. As ações do Núcleo Educativo são reconhecidas no campo de arte-

¹ Dados obtidos junto ao Setor Administrativo do MARGS.

educação, inclusive premiadas², além de também possuir um convênio com o curso de Licenciatura em Artes Visuais da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS). Este setor do Museu passou por transformações desde sua criação, em 1978, época em que era denominado Núcleo de Extensão Cultural. Muito embora, cabe salientar, que já no primeiro ano de fundação, ainda sem núcleo específico, a instituição já executava ações de cunho educativo-cultural, com forte teor pedagógico - já que esta função era um dos objetivos-chave de seu primeiro diretor. (Lima, 2014).

A realização deste estudo se mostra relevante em diferentes perspectivas: emerge como registro da educação museal em museus de arte, como inventário da comunicação e das ações de comunicação e de ações educativas em meio *online*, contribui com o a área de estudos de avaliação voltados aos públicos interno e externo e, por fim, colabora com o rol de pesquisas que contribuem com o campo da História dos Museus e processos museológicos. Cada uma dessas linhas poderia utilizar o estudo de caso como fonte de pesquisa, uma vez que o MARGS se mostra como um dos museus do estado mais ativos e com ação institucional consolidada no cenário museológico local, regional e nacional. Enquanto estudo de avaliação, também se apresenta como relevante pelas lacunas que existem neste campo, em especial acerca de ações no ciberespaço e que são influenciados pela cibercultura, considerando a grande utilização das mídias sociais como ferramentas de interação com a sociedade e sua intensificação durante a pandemia de COVID-19.

Explicitar e analisar, as ações realizadas em meio *online* no período de pandemia, sob a égide da Museologia, torna-se necessário para compreender o contexto. Da mesma forma, ao endereçar questionamentos ao público interno, aumenta-se a possibilidades e oportunidades de compreender os aspectos em potencial e os desafios no desenvolvimento de ações educativas em meio digital. O viés da Museologia engloba conceitos que se atravessam, são transdisciplinares, e possibilitam uma visão sistêmica do Museu para a realização das atividades.

A viabilidade deste estudo, a nível de conclusão de curso, se dá pela minha proximidade com o tema da cibercultura, da minha atuação enquanto bolsista de

² Destacamos o recebimento do Prêmio Açorianos no Destaque Ações de Educação, através do Programa Público Presença Negra no MARGS. Disponível em <https://prefeitura.poa.br/smc/noticias/destaques-recebem-reconhecimento-no-acorianos-de-artes-plasticas>. Acesso em: 18 jul. 2023.

Iniciação Científica no Projeto de Pesquisa Forma & Conteúdo³ e por atuar no MARGS como estagiária no Núcleo Educativo e de Programa Público. Nesse sentido, em uma perspectiva mais pessoal, este trabalho dá sequência a questionamentos sobre o papel da cibercultura no cotidiano da população brasileira e como os museus podem usufruir deste espaço para engajar públicos e fomentar a difusão científica. Destaco que, durante meu estágio obrigatório na instituição, propus ações de estudo de avaliação, utilizando ferramentas “afetivas qualitativas”, que apresentarei mais à frente, acerca das mediações de grupos, mediações espontâneas e atividades de programa público.

Entendo que minha participação na curadoria da 11^a exposição curricular da Museologia, intitulada “EMARANHADO: reflexões sobre a cibercultura”⁴ e minha atuação como bolsista de iniciação científica no Projeto de Pesquisa “Forma e Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas”, desenvolvido na Museologia/UFRGS, sob coordenação da Prof^a Dr^a Vanessa Aquino⁵, foram essenciais para o direcionamento da atual investigação.

³ O Projeto de Pesquisa [38162] Forma & Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas sob coordenação da Profa. Dra. Vanessa Aquino está vinculado à PROPESQ/UFRGS. Em razão da pandemia, adaptou seus objetivos específicos, passando a contemplar também as ações de comunicação museológica realizadas pelas instituições museológicas gaúchas durante o período de isolamento social. Além da autora e sua orientadora, o Projeto contou com a participação das pesquisadoras: museólogas e mestras em Museologia e Patrimônio (PPGMUSPA/UFRGS) Alahna Santos da Rosa, Aline Vargas de Vargas, Julia Jaegger e Kimberly Terrany Pires; da Doutora em História Olivia Nery, da bacharela em Museologia Natalia Greff, da Museóloga, Mestra e Doutoranda em Memória Social e Patrimônio Cultural Priscila Chagas Oliveira e das graduandas em Museologia Amanda Donay e Sofia Perseu, às quais agradecemos imensamente toda dedicação e comprometimento com a pesquisa

⁴ A turma responsável pela exposição curricular EMARANHADO era composta por: Catarina Petter (*in memorian*), Cristina Oliveira Hobus, Fernanda Wagner de Castro Lima, Gabriela Machado Leindecker, Gabriela Meneghel Colla Mattia, Isadora Medaglia Guarnier, Luis Fernando Herbert Massoni, Sofia Perseu, Suzana Gomez Pohia e Victoria Lima Hornos. Teve orientação da Prof^a Dr^a Vanessa Aquino, assessoria museológica do Museólogo Elias Machado e monitora acadêmica de Ana Cristina da Natividade (*in memorian*).

⁵ Este projeto, concebido em 2019 e aprovado em janeiro de 2020, tinha como principal meta analisar exposições de três instituições museológicas de Porto Alegre, todavia, precisou adaptar seus objetivos em função do fechamento das exposições em espaços culturais em março de 2020, reconfigurando um de seus eixos de investigação para o contexto pandêmico a fim de mapear, identificar e conhecer o cenário museológico gaúcho referente às ações desenvolvidas no ciberespaço durante os dois primeiros anos da pandemia de COVID-19 (2020-2021). Nesse sentido, ampliou-se o grupo de pesquisadoras voluntárias e a metodologia passou a ser ex-post-facto, sendo realizada concomitantemente ao período analisado. A investigação teve como referencial teórico-metodológico os estudos de avaliação em museus e a coleta de dados se deu a partir de levantamentos em diferentes plataformas digitais com base nas instituições cadastradas no Sistema Estadual de Museus do RS e na Rede Nacional de Identificação de Museus. Nessa perspectiva, foram analisados o uso de *site* e *e-mail* institucional, a presença e continuidade de ações em mídias sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, *Wikipédia* e *TripAdvisor*, a disponibilização de *podcast* e de *ciberexposições*.

Compreendi, através da coleta de dados, da análise e publicização destes dados, um pouco da maturidade tecnológica dos museus do RS, e, em uma dimensão pessoal, comemorei com as instituições que, apesar do cenário crítico de pandemia e das dificuldades internas próprias do setor cultural, e de como a área da cultura, assim como a educação estavam sendo desamparadas e sucateadas, conseguiram produzir conteúdos e materiais em meio *online* e propor a participação do público através de suas diferentes estratégias de comunicação museológica, entre elas, destacava-se o MARGS.

O Museu de Arte do Rio Grande do Sul, instituição pública, com administração estadual, recursos esparsos e corpo técnico de servidores e estagiários, era uma das poucas instituições que estavam presentes na maioria das mídias arroladas. De maneira empírica podia ver um engajamento considerável do público e uma vontade das equipes de produção de conteúdos com estratégias e dinâmicas educativas bem definidas, se diferenciando das peças gráficas de divulgação ou *marketing* institucional.

Partindo do entendimento de que é necessário considerar os contextos das instituições para expandir os entendimentos de suas práticas no ciberespaço (Alves, 2022), este trabalho buscará responder às questões: quais foram as ações educativas do MARGS no *Instagram* durante 2021? Qual foi o engajamento do público externo diante dessas ações? Como o público interno do Museu avaliou as adaptações e transformações da programação educativo-cultural do MARGS no *Instagram* durante o segundo ano de pandemia?

O objetivo geral é realizar um estudo de avaliação de público externo e interno do Museu sobre as ações educativas realizadas no *Instagram* em 2021, a fim de compreender como o público externo participou dessas ações e como o público interno avaliou as ações realizadas. Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivos específicos: apresentar o Museu através de sua contextualização história; conhecer e apresentar o atual Núcleo Educativo e de Programa Público, bem como a trajetória das ações educativas no MARGS e as transformações internas que resultaram em reestruturações e adaptações do setor educativo; compreender quais estudos de avaliação são feitos no MARGS; identificar, quantificar, categorizar e analisar as ações educativas do Núcleo no *Instagram* em 2021, apresentando considerações das componentes do Núcleo e reconhecer o engajamento do público externo através de

comentários, *likes*, compartilhamentos, salvamentos (e visualizações no caso de vídeos) nas postagens e os respectivos dados métricos internos da plataforma; e apresentar e analisar a perspectiva do público interno, isto é, as profissionais que atuaram no setor educativo, acerca da concepção e execução das atividades realizadas via *instagram*, analisando e avaliando a plataforma *Instagram* enquanto espaço para ações educativas de museus.

Para alcançar tais objetivos, esta investigação acadêmica se caracteriza como de natureza descritiva-exploratória, com viés quanti-qualitativo baseada em levantamento bibliográfico, pesquisa documental, coleta, tabulação e categorização de dados primários além de aplicação de questionário estruturado. A metodologia consistiu em uma análise prévia acerca das 312 postagens do MARGS no seu *Instagram* em 2021, identificação das postagens referidas a ações educativas do Núcleo, criação de ferramenta de levantamento de dados, solicitação das métricas internas da plataforma (como curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos, visualizações e interações). Esta ferramenta consistiu em uma tabela onde eram identificados: mês de publicação, data de publicação, *link* da postagem, quantidade de *posts*, temática, título, assunto, identificação do núcleo executor, colunas para cada métrica interna, tipo de comentário e, por último, observações. Foi feita a revisão e correção dos dados, categorização das atividades, análises quantitativas através do recurso de tabela dinâmica e análises qualitativas através de leituras e cotejamento com o relatório anual de 2021 do Núcleo Educativo e de Programa Público.

Também buscou-se aprofundar na perspectiva qualitativa do estudo de avaliação a partir do questionário estruturado com cinco das profissionais que atuaram no Núcleo durante o período estudado, sendo as respondentes duas servidoras e três estagiárias. Estas respostas proporcionaram reflexões acerca das atividades realizadas, dos usos da mídia *Instagram* e do trabalho de concepção, pesquisa e produção anterior que resultou nas publicações acessíveis para os públicos do Museu. Durante todo o processo de pesquisa e escrita foram utilizadas fontes documentais, algumas através de solicitação ao Núcleo de Comunicação e Design, como apresentado no Apêndice A, ou ao Núcleo Educativo (Apêndice B), e muitas outras acessadas pelo Acervo Documental da instituição disponível no seu repositório digital. As referências são provenientes dos anos

de pesquisa junto ao Projeto de Pesquisa Forma & Conteúdo, e à busca em repositórios como o LUME UFRGS e de universidades como a Universidade de Brasília, Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade Federal de Pelotas. Houve participação de cinco profissionais que atuaram no Núcleo Educativo e de Programa Público em 2021, entre servidoras e estagiárias. Para esta participação, cada uma assinou o Termo de Consentimento e Livre Esclarecimento (Apêndice C) e respondeu ao questionário estruturado. As respostas estão disponibilizadas na íntegra no Apêndice D.

Nessa perspectiva, a monografia está organizada em quatro capítulos, sendo o primeiro deles a **Introdução**. Aqui, foram apresentados um enquadramento referente ao tema seguido do problema da pesquisa, os objetivos geral e específicos, a justificativa, a metodologia utilizada, e ainda a breve apresentação dos demais capítulos.

O segundo capítulo intitulado **O Museu de Arte do Rio Grande do Sul e sua vocação educativa** busca apresentar a história de fundação do Museu, comentar brevemente suas características e transformações até o cenário atual da instituição, proporcionando um panorama no qual partiram as ações educativas aqui estudadas. Nesse sentido, a título de enquadramento, neste momento é apresentado o percurso do educativo na instituição, que hoje possui um setor próprio para elaboração e execução de projetos. Em suma, o intuito deste capítulo é compreender o contexto em que as ações estudadas se enquadram, lançando luz e debatendo o papel e a relevância das pessoas por detrás das ações institucionais.

Na sequência, a seção intitulada **O MARGS NO INSTAGRAM: ações educativas em 2021** inicia-se um debate e reconhecimento da realidade dos estudos de avaliação na instituição, e são apresentados os dados recolhidos acerca das 97 postagens identificados como ações educativas propostas pelo Núcleo Educativo e de Programa Público no MARGS. As ações são organizadas em temáticas, agrupando intenções de programação cultural, de método ou também por projetos. No decorrer do capítulo, também são apresentadas as considerações das respondentes do questionário estruturado acerca das atividades ou desafios do período. Ao fim, procuro refletir sobre a plataforma *Instagram* enquanto espaço para ações educativas do MARGS, trazendo opiniões e contribuições das servidoras e estagiárias do Núcleo.

O último capítulo apresenta as **Considerações Finais** da pesquisa a partir das problematizações e análises realizadas nos capítulos anteriores, sem a intenção de esgotar o tema ou objeto de estudo. Nele, evidenciam-se os questionamentos e considerações que surgiram da triangulação entre teoria, fontes documentais e análise, seguido das compreensões de como este estudo pode contribuir para o campo da Museologia, sobretudo, para os Estudos de Avaliação e da arte-educação em museus e, também, sem correr o risco de soar ambicioso, compreende-se o potencial que a pesquisa possui em lançar bases para continuidades, a partir de desdobramentos de questões tratadas aqui.

2 O MUSEU DE ARTE DO RIO GRANDE DO SUL E SUA VOCAÇÃO EDUCATIVA

Este capítulo se divide em duas partes e apresenta aspectos históricos do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - Ado Malagoli (MARGS), a fim de proporcionar aos leitores e pesquisadores um panorama do primeiro museu de artes do estado a partir de uma breve apresentação de sua trajetória ao longo de quase sete décadas, contando com a apresentação da atuação do MARGS no ciberespaço através de diferentes mídias. Também será contextualizada a atuação do setor educativo do Museu, acompanhado de um histórico de ações educativas e as transformações internas que aconteceram para o estabelecimento do Núcleo Educativo e de Programa Público, em 2019.

2.1 Retrospectiva do Museu de Arte do Rio Grande do Sul – Ado Malagoli

São praticamente sete décadas de ação museológica sobre o universo das artes visuais no estado do Rio Grande do Sul. O MARGS foi criado a partir de um decreto, ao final de julho de 1954⁶, um grande desafio proposto pelo Governo Estadual do RS, uma vez que a instituição inicia sua história sem sede ou acervo. O desafio é aceito e gerenciado por Ado Malagoli, professor e pintor paulista radicado em Porto Alegre. Em 1997, em sua homenagem, o museu agrega ao seu título o nome de seu idealizador e primeiro diretor⁷, demonstrando a importância deste agente cultural no direcionamento do MARGS como um dos principais museus do estado.

O MARGS está localizado na Praça da Alfândega há praticamente quatro décadas: desde 1978 está instalado em sua sede oficial (Figura 2), um prédio construído entre 1913 e 1916 e que tinha como finalidade abrigar a Delegacia Fiscal do Estado (Grecco, 2001), como ilustrado na Figura 1.

⁶ O MARGS foi fundado a partir do Decreto nº 5065 de 27 de julho de 1954. Foi regulamentado pelo Decreto nº 73.789, de 11 de março de 1974, e pelas Portarias nº 03/84 – D.O. 16/08/84 e nº 01/85 – D. O. 5/8/85 (MARGS, 2023).

⁷ O decreto n. 37.512, de 25 de junho de 1997 altera o nome do MARGS, adicionando o nome de Ado Malagoli.

Figura 1 – “Perspectiva do prédio do MARGS, 1933-1975” (desenhada em 1933 e colorida em 1975), de Erwin Brandt



Fonte: Acervo Artístico do MARGS, 2023.

O prédio passou por uma grande reforma nos anos 1990 para adequação às funções de museu e algumas outras ações de manutenção ao longo dos anos, inclusive entre 2020 e 2023, para prevenção e segurança, como “adequação ao Plano de Prevenção e Proteção contra Incêndio (PPCI) substituição total do sistema de climatização e restauração arquitetônica da parte superior do histórico prédio” (MARGS, 2023, documento eletrônico). Hoje sua apresentação arquitetônica gera diferentes opiniões sobre o acesso ao Museu: uns consideram a construção de Theo Wiederspahn⁸ como o próprio MARGS; para outros sua arquitetura imponente pode afastar visitantes, de forma simbólica, que não se sentem convidados a entrar num palacete; outros veem o prédio como um incentivo à parte para visitação por se diferenciar das demais

⁸ Theodor Alexander Josef Wiederspahn (Wiesbaden, Alemanha, 1878 – Porto Alegre, RS, 1952). Entre suas principais obras em Porto Alegre estão: o Hotel Majestic, atual Casa de Cultura Mário Quintana; o prédio da Delegacia Fiscal, hoje Museu de Artes do Rio Grande do Sul; a Agência Central de Correios e Telégrafos, hoje Memorial do Rio Grande do Sul; o Edifício Ely; a antiga Faculdade de Medicina da UFRGS; e a Cervejaria Brahma, hoje Shopping Total (DELFOS, 2023, s.p.).

composições arquitetônicas do centro da capital gaúcha; e há ainda aqueles que ainda visitam como ponto turístico da cidade.

Figura 2 – Sede definitiva do MARGS desde 1978



Fonte: Leandro Selister, sem data.

A trajetória até a chegada na sede atual influenciou aspectos do MARGS e de sua história peculiar. Antes de ocupar o antigo prédio da Delegacia Fiscal, o Museu esteve ainda em outros dois espaços: desde 1957 no *foyer* do Theatro São Pedro⁹, até o início dos anos 1970, por conta do fechamento do Theatro para reformas. O Museu passou a maior parte do final da década de 1970 em um prédio comercial na Avenida Salgado Filho (Vargas, 2023), de forma que todas as sedes eram localizadas no centro da cidade. Um Decreto de 1974 destinava o prédio da receita como sede do MARGS, ideal que se concretizou somente em 1978¹⁰. Cabe salientar que a edificação foi tombada como prédio

⁹ Uma das mais antigas instituições culturais do RS, inaugurado em 27 de junho de 1858, atualmente tem como missão institucional “Encantar, divertir e emocionar as pessoas, através da apresentação de teatro, música, dança e ações culturais de qualidade, contribuindo para a democratização da cultura.”. Disponível em <https://theatrosaopedro.rs.gov.br/>. Acesso em: 13 set. 2023.

¹⁰ O Decreto nº 73.789 de 11 de março de 1974 cedia o prédio onde a então Receita Federal estava alocado para receber definitivamente o Museu de Arte do Rio Grande do Sul, o que aconteceu somente em 11 de outubro de 1978 (Isaacsson, 2022, p. 95), passando por duas gestões institucionais, de Plínio Bernhardt e Luiz Inácio Franco de Medeiros.

histórico em 1983 pelo então Divisão do Patrimônio Histórico e Cultural do Estado (Dphic), e em 2002 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)¹¹.

É necessário, ainda, compreender em que contexto se deu a criação do primeiro museu em Porto Alegre voltado para as artes visuais. Segundo Aline Vargas (2023) o MARGS surge como uma resposta quase imediata à criação da Divisão de Cultura da Secretaria de Educação Lei 2.345, de 29 de janeiro de 1954, estabelecido somente cinco meses antes da criação do Museu. Cabe destacar que o MARGS faz parte de um cenário maior de criação de Museus de Arte no Brasil voltadas para inserção do país no setor artístico internacional (Vargas, 2023).

A movimentação de agentes do setor cultural para a criação de instituições museológicas nacionais, a partir dos anos 1940, resultou em reconhecidos e relevantes museus para o setor artístico do Brasil e do mundo. São exemplos deste movimento o Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP), o Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP), Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM-RJ) e Museu de Arte Moderna da Bahia (MAM-BA) (Vargas, 2023). Nesse sentido, Vargas reflete:

São aspectos comuns a essas instituições o fato de serem idealizadas por profissionais reconhecidos no campo artístico e museológico, envolvendo atores já consagrados não somente no sistema das Artes como também político e empresarial. Logo, é relevante lançar olhares sobre como seus pilares refletem sua inserção e diálogo com a sociedade (Vargas, 2023, p. 32).

No caso do MARGS, Ado Malagoli foi o responsável pelo projeto e primeira gestão. Radicado em Porto Alegre desde 1952 (Lima, 2014), era reconhecido no campo artístico por lecionar no Instituto de Belas Artes, inovando nos métodos e demandando maior liberdade artística para suas alunas e alunos; era pintor com formação na Escola Nacional de Belas Artes, Rio de Janeiro, e aprimorou seus conhecimentos nos Estados Unidos, onde permaneceu por três anos. Lá expandiu seus conhecimentos em História da Arte e realizou cursos de restauro pictórico nas universidades de Nova Iorque e Columbia (Isaacsson, 2022). Segundo Ruth Malagoli (2005) “Malagoli era museólogo, com curso feito no Museu do Brooklin, pertencente à Universidade de Columbia, onde,

¹¹ Tombado em 1983 no Livro do Tombo Histórico em nível estadual (Divisão do Patrimônio Histórico e Cultural do Estado - Dphic). Portaria de tombamento: n. 04/83, de 20/06/1983, retificada através da portaria 03/84, de 1/08/1984 e ratificada pela portaria 01/85, de 11/07/1985. Em nível federal, foi tombado em 2002 pelo IPHAN, como integrante do sítio histórico das praças da Matriz e da Alfândega.

além de Museologia, estudou restauração de pinturas e especializou-se em História da Arte” (Malagoli, 2005, p. 56). Abaixo, uma fotografia de Malagoli utilizada no catálogo retrospectivo de sua produção artística que aconteceu concomitantemente no MARGS, na Galeria Tina Presser e na Cambona Centro de Arte, em 1982 (Figura 3).

Figura 3 – Fotografia de Malagoli utilizada na exposição “60 Anos de Pintura” (1982)



Fonte: Catálogo “Ado Malagoli – 60 Anos de Pintura” / Centro de Documentação e Pesquisa Christina Balbão / MARGS, 2023.

Como descrito em entrevista nos anos 1980 pelo Secretário de Educação e Cultura na época de criação do museu, José Mariano de Freitas Beck, a bagagem de conhecimento de Ado Malagoli, sua atuação, competência e probidade fizeram o Museu começar a funcionar (Gomes, Grecco, 2005). Ado Malagoli, junto à sua equipe, trabalhou para “atualizar o circuito artístico local por meio da constituição de um acervo composto por prioridades regionais e nacionais, incluindo artistas contemporâneos” (MARGS, 2023, documento eletrônico). Pode-se notar o compromisso da equipe com a formação dos públicos do Museu e do marcante trabalho realizado pelas informações cedidas em textos e entrevistas¹² e nas homenagens posteriores - o Museu assume o nome do seu primeiro

¹² O capítulo “Os primeiros tempos” do livro comemorativo de 50 anos do MARGS reúne cinco depoimentos sobre as atividades e envolvimento da equipe na fundação do Museu, organização de dois anos até a inauguração no Theatro São Pedro, ações de aquisição de acervo e criação de biblioteca. Acesse toda a publicação através do link: <https://acervo.margs.rs.gov.br/materiais-graficos/margs-50-anos-1954-a-2004/>

diretor nos anos 1990 e o Centro de Documentação leva o nome de Christina Balbão, uma de suas primeiras funcionárias.

Na perspectiva local de Porto Alegre em 1950, cerca de 400 mil habitantes utilizavam o Centro da cidade como local de comércio, trabalho e lazer (Isaacsson, 2022). Segundo a autora, pode-se notar que a novidade de ter um Museu de Arte na cidade foi bem recebida pela imprensa da época. É relevante mencionar essa aceitação ao considerarmos que o Museu não surge a partir de demanda popular. Pode-se indagar se a presença do Museu no *foyer* do Theatro São Pedro angariou um grupo específico de frequentadores e garantiu afeição desse público com as obras. Segundo o próprio Malagoli em entrevista para Tânia Spinelli:

No sentido técnico, o local não foi ideal, mas no sentido da possibilidade de acesso ao grande público foi de primeira valia. Era um público que apreciava o teatro, a ópera e os concertos, porém, alheio às artes plásticas. Naturalmente, creio que estavam habituados a uma florzinha com uma gota d'água em cima, a uma paisagem com o sol se pondo, a um capinzinho verde com uma borboleta em um engaste qualquer. Eu lutei para mudar isso. Com uma série de palestras, e trazendo artistas de renome lá de fora e apoiando os de renome aqui dentro, essa burguesia despreparada para as artes plásticas começou a se habituar. Para os bons artistas da época, o mercado de arte começou a melhorar (MARGS, Boletim Informativo nº 19, 1984, documento não paginado).

Ainda que Malagoli esteja, neste trecho de entrevista, considerando o diálogo do Museu como uma atividade transmissora de conhecimento e não mencione trocas de aprendizado com o público local, como atualmente se pensa a arte-educação (Barbosa 1989), nota-se a preocupação em oferecer ações educativas para além das exposições. A grande quantidade de público visitante por conta das atrações apresentadas no Theatro São Pedro também era um fator considerado pelo diretor e visto como positivo para o MARGS. Nas palavras de Christina Balbão (2005, p. 48):

Malagoli veio com idéias modernas. Idéia de museu vivo, fazendo com que o MARGS ocupasse espaços como o do Instituto de Artes da UFRGS, com pinturas e fac-símiles de Murais do México, e o galpão bem situado, esquina da Andrade Neves Medeiros com a Avenida Borges de Medeiros, conhecido como Mata-borrão. Era galeria visitadíssima nas exposições coletivas. Canoas, S. Leopoldo e Novo Hamburgo receberam parte do acervo do MARGS em exposição relâmpago. Como eram poucas as obras do acervo, as exposições se sucediam, havia movimento, estavam sempre acontecendo coisas.

Nessa linha, destaca-se o papel do primeiro diretor e sua equipe que iniciam atividades a partir de seu acervo e espaço, produzindo exposições e recebendo exposições externas, além da realização de palestras, cursos e até exposições

“relâmpago” em outras cidades e espaços (Balbão, 2005). O início da trajetória do MARGS e suas ações educativas foram contempladas no TCC de Bacharelado em Museologia de Marcelo Stoduto Lima, intitulado “Museu, arte & educação: As práticas educativas do Museu de Arte do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 1954-1955” (Lima, 2014).

Desde os primórdios do museu existe um comprometimento com seus públicos. As então intituladas visitas guiadas eram realizadas junto às exposições nas sedes provisórias do MARGS no Theatro São Pedro e no prédio comercial da Avenida Salgado Filho. Com a mudança para a sede definitiva em 1978, o Museu pode ampliar seu corpo técnico e aprimorar suas atividades e é nesse momento que é criado o Núcleo de Extensão Cultural (Rosa, 2012). Na metade final da década de 1970, por exemplo, o MARGS investe na ampliação de públicos e chega a realizar atividades externas, como visto no estudo de Aline Vargas (2023) intitulado “Entre públicos: um estudo sobre as ações educativo-culturais extramuros do Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli (1975 - 1979)”. A partir de meados de 1980, o setor educativo começa a contar com voluntários para a realização de visitas guiadas, e com essa estruturação, o Núcleo passa a se instrumentalizar ainda mais com teorias e práticas (Rosa, 2012). Apontaremos e discutiremos mais sobre a atuação do MARGS para com seus públicos nos próximos subcapítulos.

Ao longo das quase sete décadas de funcionamento do MARGS a visitação sempre foi gratuita, ainda que não garanta acesso total e universal dos públicos. Nesse sentido, a instituição cumpre um papel especial no circuito artístico-cultural de Porto Alegre, tendo um histórico de exposições de relevantes artistas gaúchos e de outras regiões do país e um dos primeiros espaços do estado a receber exposições de renomados artistas estrangeiros. Neste mesmo panorama, recebeu mostras de todas as edições da Bienal de Artes Visuais do Mercosul (até 2022, foram treze edições), tendo participado de sete das oito edições do evento Noite dos Museus (iniciado em 2016) e de diversos outros eventos da cidade. Segundo Fábio Luiz Borgatti Coutinho, Diretor do Museu entre os anos de 1999 e 2002:

[...] o Museu passou por várias fases, refletindo as opções de gerenciamento e de política cultural de cada administração: ampliou seu acervo, foi sede de importantes exposições, conquistou um corpo técnico estável e um prédio

restaurado dentro dos exigentes padrões técnicos e de segurança internacional (BANCO SAFRA, 2001, p. 5).

Logo, percebe-se que diferentes gestões e direcionamentos diante da política cultural resultaram - e ainda resultam - em diferentes fases da instituição. Se considerarmos os processos museológicos e demais ações do funcionamento do Museu, como, por exemplo, quais programas expositivos seguir, se haverá itinerância, temáticas das exposições, projetos educativos, qual a quantidade e conteúdo de ações *online* ou de comunicação, vemos o quanto elas dependem do corpo técnico e do gerenciamento e prioridades das atividades pelo gestor. Nesse sentido, é relevante mencionar a missão do MARGS, que se encontra disponível no *site* do Museu. O MARGS visa:

[...] preservar, pesquisar e difundir a história da arte e a memória visual artística, assim como as linguagens, investigações e produções contemporâneas em artes visuais, visando contribuir para o desenvolvimento sociocultural a partir da experiência e da produção de conhecimento com a arte. (MARGS, 2023, documento eletrônico).

Pode-se interpretar, então, que a instituição busca preservar, pesquisar e difundir tanto as obras que compõem o seu acervo, como produções, e obras provenientes de outras coleções. Na missão institucional percebe-se a relação com seus públicos a partir da intenção em fazer parte do desenvolvimento sociocultural, citando a experiência e a produção de conhecimento como meios de realizá-lo. Já a relação com o Rio Grande do Sul fica a cargo da Visão Institucional onde, em linhas gerais, busca-se que o MARGS seja referência no estado e na região Sul do país no que tange

[...] o estudo, a reflexão e o conhecimento sobre a produção artística, a história da arte e a memória visual artística, notadamente sul-rio-grandense, **por meio da educação e da experiência com a arte junto aos públicos como processo crítico social e emancipador**. (MARGS, 2023, documento eletrônico, grifos da autora).

Percebe-se o quanto a educação, a experiência e os públicos são relevantes para o direcionamento do Museu e para o próprio funcionamento do MARGS. Nesse sentido, os estudos de avaliação (Cury, 2005) se fazem importantes para mensurar e compreender se ações estão articuladas com a vontade institucional e principalmente como e quais caminhos estão sendo tomados para se atender aos objetivos da instituição e cumprir com sua função social.

A partir desses temas podemos fazer reflexões acerca dos mais diferentes movimentos do Museu nos seus processos museológicos. Apresento um exemplo acerca dos programas expositivos delineados em diferentes gestões com apenas uma década de diferença, a fim de problematizar brevemente como as ações para alcançar os objetivos da instituição podem diferir.

Isaacsson (2022) informa que na gestão de Cézar Prestes (2007 a 2010) criou-se uma comissão para eleger 80 obras para “exposição permanente por 36 meses”, as quais seriam divididas em quatro blocos temáticos:

- a) obras-primas dos mestres fundadores, com o objetivo de familiarizar o público, principalmente os estudantes, com os desbravadores das artes visuais no estado; b) reatualização da tradição na produção de artistas intermediários, pretendendo realçar a atuação dos artistas filiados a correntes internacionais consagradas, acrescentaram um toque pessoal; c) o surgimento de novas temáticas e de linguagens artísticas revolucionárias, com o objetivo de acentuar a inventividade dos artistas que mostraram-se criadores; d) a contemporaneidade, com suas manifestações atuais e experiências com novos materiais, sob a influência da mass media (Isaacsson, 2022, p. 72).

Já para o atual diretor, Francisco Dalcol, que iniciou sua gestão em 2019¹³, a organização dos Programas expositivos se dá em quatro eixos, sempre buscando priorizar exposições próprias, mas também recebendo mostras de iniciativas de terceiros ou itinerantes de outras instituições:

- a) ‘Acervo em movimento’: [...] Trata-se de uma exposição de longa duração que opera com um modelo expositivo de rotatividade de obras da coleção do MARGS em exibição, mediante substituições periódicas. [...] b) ‘História do MARGS como História das Exposições’: Programa que trabalha a memória da instituição abordando a história do museu, as obras e constituição de seu acervo e a trajetória e produção de artistas que nele expuseram, resultando em projetos curatoriais que revisitam, resgatam e reexaminam episódios, eventos e exposições emblemáticas do passado do MARGS [...] c) ‘Histórias ausentes’: Programa voltado a projetos de resgate, memória e revisão histórica que procura conferir visibilidade e legibilidade a manifestações e narrativas artísticas, destacando trajetórias, atuações e produções artísticas, em especial àquelas não plenamente visibilizadas no sistema da arte e/ou pelos discursos dominantes da historiografia. d) ‘Poéticas do agora’: Programa que destaca artistas com produção atual cujas pesquisas recentes em poéticas visuais têm se mostrado promissoras e relevantes no campo artístico contemporâneo, tendo por objetivo valorizar produções em poéticas visuais artísticas que investem na pesquisa e

¹³ O cargo de gestão do MARGS é historicamente ocupado por Cargos de Confiança (CC) de cada Governo do RS. Em 2019 assumiu Eduardo Leite como Governador do RS pelo PSDB, e como Secretária Estadual da Cultura, Beatriz Araújo. A Gestão do MARGS ficou a cargo de Francisco Dalcol, reconhecido curador independente, crítico de arte e Doutor em História, Teoria e Crítica de Arte pelo Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais (PPGAV) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com estágio de doutoramento pela Universidade Nova de Lisboa (UNL).

experimentação de linguagem, bem como na transdisciplinaridade dos meios, operações e procedimentos. (MARGS, 2023, documento eletrônico).

A partir dos exemplos e das diferentes perspectivas sobre o planejamento de exposições é possível identificar variadas escolhas realizadas na interpretação de cada gestão para alcançar a missão do Museu. Enquanto numa, algumas obras são eleitas como representantes da produção artística do Estado, em outra busca-se ampliar o acesso do público ao acervo do Museu em sua totalidade; em ambas busca-se apresentar as produções contemporâneas de artistas que seguem pesquisando e desenvolvendo seu trabalho. Elas são válidas em suas preocupações e, a partir de estudos de avaliação, poderia-se averiguar o quanto cada proposição aproximou os públicos (e quem foram as pessoas que compuseram tais públicos). Essa reflexão contribui para o exercício analítico e crítico do objeto de estudo desta pesquisa que busca compreender como as ações educativas do Museu realizadas em seu perfil no *Instagram* durante o segundo ano de pandemia de COVID-19 (2021), reverberaram ou não no retorno às ações educativas presenciais naquele mesmo ano.

É válido pontuar que desde 2019, ano no qual iniciou a gestão de Francisco Dalcol, o MARGS é composto pelos seguintes núcleos: Núcleo de Acervos e Pesquisa, Núcleo Administrativo, Núcleo de Comunicação e Design, Núcleo de Curadoria, Núcleo Educativo e de Programa Público e Núcleo de Conservação e Restauro (MARGS, 2023), organizando um corpo de funcionários, estagiários de diferentes áreas do conhecimento, cargos de confiança, equipe de limpeza e vigilância. Até o momento de conclusão desta pesquisa, este corpo técnico (entre servidores e estagiários), e equipe variável de terceirizados somam ao total mais de 40 pessoas.

No entendimento desta gestão, a difusão prevista na missão do MARGS acontece em diferentes frentes: curadoria de exposições, ações educativas, realização de programas públicos, comunicação em mídias sociais e digitalização dos acervos artísticos e documentais. Em linhas gerais, todos os setores têm compromisso direto ou indireto com os públicos, notadamente um esforço para contribuir com o desenvolvimento sociocultural de seus público-alvo e público espontâneo.

Desde 2019 até a escrita desta pesquisa em julho de 2023, o MARGS apresentou mais de 43 exposições¹⁴, variando entre longa ou média duração, entre curadorias internas e externas, acervos próprios, de diferentes procedências e até exposições itinerantes de outras instituições. Dentre estas, nove aconteceram no ano de 2021, período sobre o qual este estudo se debruça.

Como forma de extroversão do acervo e de publicização do conhecimento diante dos diferentes públicos, a instituição, além de elaborar exposições e atender a pesquisadores externos, possui significativa presença em âmbito digital. Seu acervo artístico está disponível em *site*¹⁵, bem como, parte de seu acervo documental está aberto ao público através da plataforma Tainacan¹⁶. Há a possibilidade de empréstimos interinstitucionais a depender do projeto e também do MARGS receber exposições itinerantes. Existe também a programação editorial de catálogos e sua disponibilização de materiais gráficos para consulta na plataforma *Issuu*¹⁷. Há postagens diárias nos perfis oficiais do Museu no *Instagram* e *Facebook*, uma Comissão de Acervo, Política de Aquisição e Descarte, e múltiplas ações voltadas aos públicos do Museu através do Núcleo Educativo e de Programa Público.

Há, no espaço físico do Museu, uma loja, o Café do MARGS e o Bistrô do MARGS, que são geridos pela AAMARGS, a Associação de Amigos do Museu de Artes do Rio Grande do Sul¹⁸. Fundada em 1982, tem papel basilar na instituição, uma vez que possibilita financeiramente diversos serviços e atividades do MARGS, além de oferecer cursos de curta duração, organizar eventos e promover concursos fotográficos para exibição no Café e no Bistrô. Ela tem como objetivos principais:

[...] promover a cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico do MARGS; difundir a arte, a cultura e a educação, através de um espaço público oferecido à comunidade para apreciação das reflexões e obras; promover o

¹⁴ Mais informações podem ser acessadas no repositório do Museu, na coleção “Atividades do MARGS” e na seção “Exposições” no *site* do Museu. Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs> e <https://www.margs.rs.gov.br/exposicoes/>. Acesso em: 30 jul. 2023.

¹⁵ MARGS. Catálogo de Obras. Disponível em <https://www.margs.rs.gov.br/catalogo-de-obras/>. Acesso em: 30 jul. 2023.

¹⁶ O projeto de digitalização foi realizado a partir do financiamento do Fundo de Embaixadores para Preservação Cultural (Ambassadors’ Fund for Cultural Preservation – AFCP), por meio do Consulado Geral dos EUA em Porto Alegre e da Associação de Amigos do MARGS — AAMARGS, e com qualificação e parceria da Museologia/UFRGS através do Laboratório de Pesquisa e Extensão Museológica (Lapem). MARGS. Acervo Documental. Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/>. Acesso em: 30 jul. 2023.

¹⁷ MARGS. Publicações no Issuu. Disponível em <https://issuu.com/margsmuseu>. Acesso em: 30 jul. 2023.

¹⁸ Pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos e duração por tempo indeterminado.

aumento do acervo de obras para exposições e estudos; e apoiar financeiramente as atividades afins do MARGS. (MARGS, 2023, documento eletrônico).

Após esse contexto mais amplo da instituição, é relevante comentar sobre os locais que o MARGS ocupa no ciberespaço, uma vez que, a partir da difusão da *internet* banda larga no Brasil nos anos 2004, a cibercultura tem ocupado cada vez mais o cotidiano das pessoas (Lévy, 2010; Quintarelli, 2019). Entende-se também, a partir de Silveira (2004), que a *internet* e a globalização possuem o potencial de influenciar nos processos de subjetivação, interferindo em construção identitária, e, sendo o Brasil o país onde as pessoas passam mais tempo conectadas, ainda que tenhamos uma das piores velocidades de *internet* (Petter *et. al*, 2019). Logo, os museus podem encontrar parte do seu público também no ciberespaço, além de dialogar com outros públicos em potencial. Assim, apresentamos a seguir as experiências do MARGS no ciberespaço. O Museu conta com *site* institucional e está presente nas plataformas *Instagram*, *Facebook*, *YouTube* e *Issuu*. Chegou a ter perfil no *Twitter* entre 2012 e 2020, e participou de episódios em *podcasts* externos. Em mídias de gerenciamento coletivo, o Museu aparece com páginas na Wikipédia e no *TripAdvisor*.

Como forma de adensar essas reflexões, destaco o projeto de pesquisa *Forma & Conteúdo: reflexões sobre as exposições museológicas*, desenvolvido na Museologia/UFRGS, sob coordenação da Prof^a Dr^a Vanessa Aquino. Fiz parte deste projeto de pesquisa ao longo de dois anos, onde pude desenvolver técnicas e metodologia de pesquisa, desbravar o cenário museológico do Rio Grande do Sul em números, investigar em grupo, escrever e realizar comunicações, sendo uma delas agraciada com o Prêmio Jovem Pesquisadora no XXXIV Salão de Iniciação Científica da UFRGS.

O projeto teve como um dos seus eixos de pesquisa realizar um estudo acerca da presença dos museus gaúchos no ciberespaço a fim de compreender o cenário museológico do estado no meio digital durante os primeiros dois anos de pandemia de COVID-19 (2020-2021). O MARGS apresentou-se como uma das quatro instituições museológicas que estavam presentes em todas as mídias sociais analisadas, grupo que representava 1,42% das 571 instituições estudadas. Nessa investigação, o museu

demonstra certo amadurecimento no cenário digital, por já apresentar toda sua coleção artística no *site* (Aquino, Mattia, 2021).

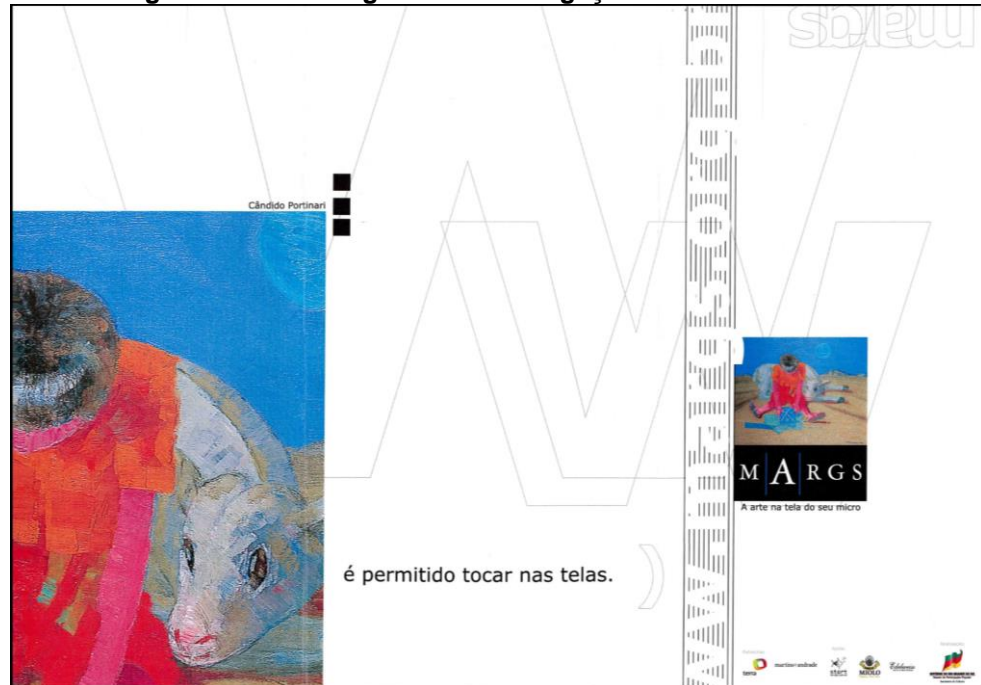
A trajetória do Museu no ciberespaço se inicia com o lançamento de seu primeiro *site* em 2001. Sua relevância foi celebrada com evento de lançamento e com material gráfico de divulgação. Estes contavam com bons trocadilhos, como “Veja tudo o que o photoshop do seu micro ainda não é capaz de fazer” ou “a arte na tela do seu micro”, “é permitido tocar nas telas” (Figuras 4 e 5):

Figura 4 – Cartaz de lançamento do *site* do MARGS



Fonte: Centro de Documentação e Pesquisa Christina Balbão / MARGS, 2001.

Figura 5 – Material gráfico de divulgação do site do MARGS

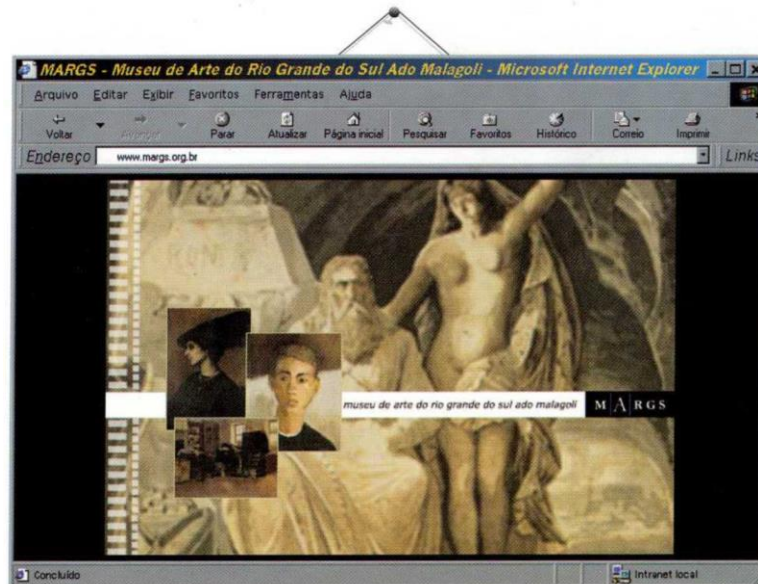


Fonte: Centro de Documentação e Pesquisa Christina Balbão / MARGS, 2001.

Sabe-se que a instituição teve modificações das interfaces e de domínio de seus sites. A aparência do primeiro site pode ser vista na Figura 6; enquanto o endereço margs.org.br atualmente não dá resultado. Segundo reportagem de Suzana Vernieri para o Jornal Zero Hora (2001), o menu de navegação do primeiro site consistia em: museu, acervo, exposição temporária, programas e eventos, AAMARGS, jornal do MARGS, serviços, informações e contato, além da possibilidade do usuário acessar mais de cem obras do acervo. Segundo reportagem na Revista Época (2001), essa versão ainda possibilitava uma votação da obra de arte do acervo favorita do visitante para ficar como imagem de abertura do site, imagem que se modificava semanalmente¹⁹.

¹⁹ O *clipping* realizado sobre as matérias que cobriram o lançamento do site pode ser consultado no repositório Tainacan do Acervo Documental do Margs. Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/lancamento-do-site-do-margs/>. Acesso em: 23 jul. 2023.

Figura 6 – Imagem utilizada para convite de lançamento do *site* do MARGS



Fonte: Centro de Documentação e Pesquisa Christina Balbão / MARGS, 2001.

Não há documentação de outras variações do *site* ou de seus lançamentos no repositório documental do MARGS, porém, através do estudo de Mélodi Ferrari (2012) temos acesso à segunda versão do *site*. Neste estudo, pode-se notar que o domínio é o mesmo que o *site* atual (margs.rs.gov.br), enquanto sua organização de navegação, informação e *layout* diferem (Figuras 7 e 8).

Figura 7 – Imagem da página inicial do *site* do MARGS em 2012



Fonte: Mélodi Ferrari, 2012.

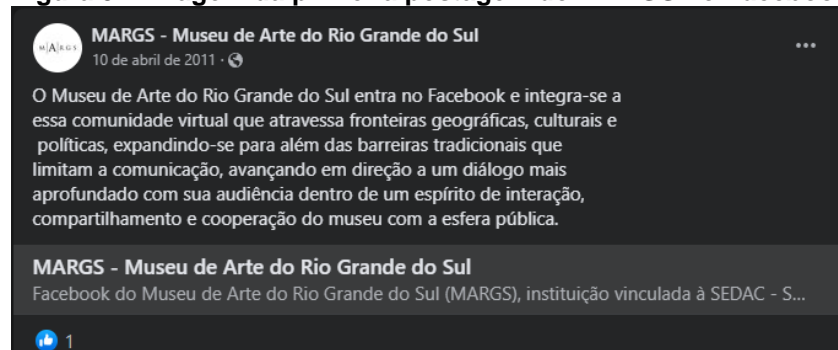
Figura 8 – Imagem da página inicial do atual *site* do MARGS



Fonte: *Site* institucional do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.margs.rs.gov.br/>. Acesso em: 30 junho 2023.

No final desta página institucional consta a informação “*Copyright 2015*”, ou seja, a atual versão do *site* até a conclusão dessa pesquisa foi inaugurada oito anos atrás. Já a participação do Museu no *Facebook* se iniciou há doze anos, com uma publicação em texto (Figura 9). A página soma 23 mil curtidas e seguidores, e atualmente conta com publicações praticamente diárias, que replicam as postagens realizadas no *Instagram*.

Figura 9 – Imagem da primeira postagem do MARGS no *Facebook*



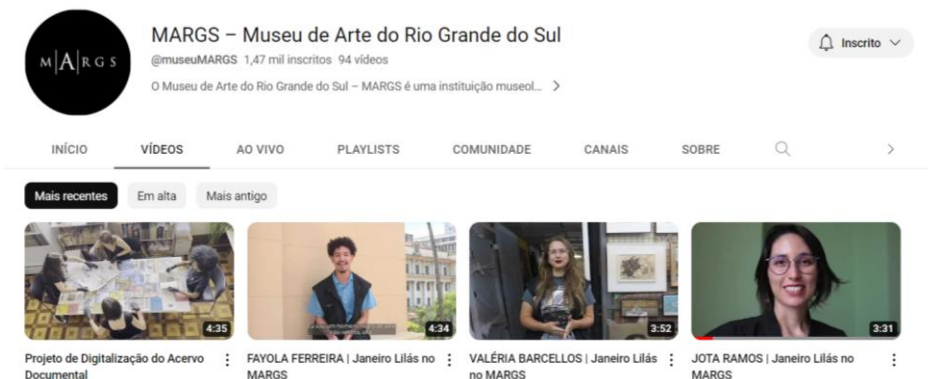
Fonte: Página institucional no *Facebook* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.facebook.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Cabe mencionar que a Associação dos Amigos do MARGS mantém um Grupo no *Facebook* intitulado “Grupo de Pesquisa - AAMARGS”²⁰, onde diversos tópicos sobre arte são debatidos e postagens sobre ações do Museu são feitas.

Uma mídia social descontinuada pelo MARGS foi o *Twitter* (Aquino, Mattia, 2021). Não se sabe os motivos da exclusão do perfil nesta mídia em 2020, nem o tipo de documentação da atuação do Museu durante o período de uso do *Twitter*. Segundo Hornos (2023, p. 78), “No geral, a extroversão de conteúdo no *Twitter* é bastante complexa. O usuário do *Twitter* tende a utilizar plataformas de maneira relativamente introvertida, realizando eventuais interações com outras contas de acordo com seus interesses”, e a possível baixa adesão de seguidores do Museu na mídia, em comparação com o *Instagram* e *Facebook* podem ter sido fatores avaliados para o descontinuação do MARGS nesta mídia. Vale destacar, porém, que o uso do *Twitter* por instituições culturais no RS é baixo (Aquino, Mattia, 2020) e que cerca de 43% dos perfis de instituições culturais brasileiras nesta mídia encontram-se inativas ou desatualizadas (Miranda, 2021).

A comunicação pelo canal do Museu no *YouTube* difere das demais mídias. O MARGS criou o canal em 2012 e sua primeira publicação data de seis anos atrás. O número total de vídeos publicados não chegam a cem, mas o canal soma quase mil e quinhentos inscritos (Figura 10).

Figura 10 – Imagem do perfil do MARGS no *YouTube* em agosto de 2023.



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 02 ago. 2023.

²⁰ O acesso ao conteúdo do Grupo é permitido somente após o aceite de membros, o que, comumente, acontece sem a necessidade de conhecê-los pessoalmente. Disponível em <https://www.facebook.com/groups/177564624265357>. Acesso em: 30 mai. 2023.

O *Issuu* é uma ferramenta digital que transforma publicações impressas em digitais, na qual o MARGS publica a primeira vez em janeiro de 2019. Ela possibilita que usuários da mídia leiam revistas, livros ou materiais gráficos *online* e algumas contas permitem o *download* dos materiais, algo que o MARGS permite somente através do seu repositório do acervo documental.

Em 2019, foi inaugurado o perfil no *Instagram* (Figura 11). Esta plataforma é a segunda mais usada pela população brasileira, com cerca de 90% de adesão dos brasileiros que acessam a *internet*, perdendo o topo da lista somente para o *Whatsapp*. A média de tempo despendido no *Instagram* chega a mais de 15 horas por mês (GWI, 2023), enquanto o *Facebook* soma 13,5 horas e o *YouTube* 23,3 horas mensais.

Figura 11 – Imagem da primeira postagem do MARGS no *Instagram* em 2019

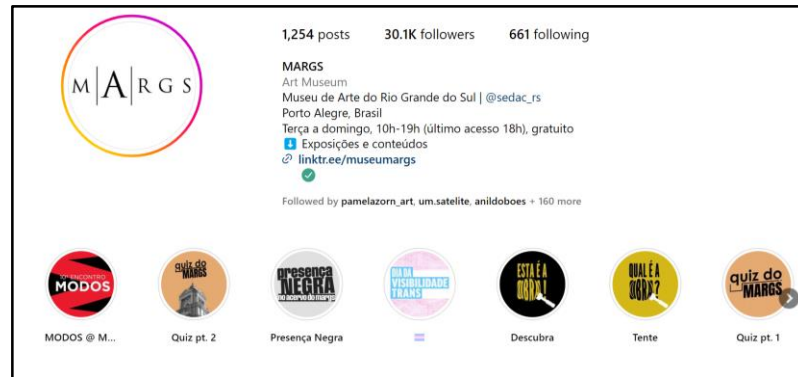


Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS.
Disponível em: <https://www.instagram.com/museummargs/>. Acesso em: 30 junho 2023.

No *Instagram* o Museu faz atualizações diárias por meio de suas postagens no *feed* e na ferramenta *Stories*. Até o momento são 1.254 *posts* e mais de 30,1 mil seguidores (Figura 12). As dezenas de milhares de seguidores são celebradas em *post*,

então sabemos que a página atingiu seus primeiros 10 mil com menos de um ano, em 17 de fevereiro de 2020 e seus 20 mil em seis de setembro de 2021²¹.

Figura 12 – Imagem do perfil do MARGS no *Instagram* em julho de 2023



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 30 julho 2023.

Todas as ações em mídias *online* também buscam difundir a programação institucional e estabelecer diálogos entre o MARGS e seus públicos. O conteúdo das mídias é administrado pelo Núcleo de Comunicação e *Design* e conta com a participação de diferentes núcleos do Museu a depender das demandas e ações. O Núcleo Educativo e de Programa Público é acionado diversas vezes por ser o agente executor das ações a serem comunicadas e também produtor de conteúdos para diversas publicações. Como o foco deste estudo é identificar as ações educativas no *Instagram* durante o ano de 2021, busca-se, no próximo subcapítulo, contextualizar o Núcleo Educativo e de Programa Público do MARGS, apresentar sua trajetória e proposições vigentes em 2023.

2.2 Quem concebe, planeja e executa ações educativas no MARGS?

Uma instituição museológica pode oferecer um espaço múltiplo para o diálogo e a troca de conhecimentos, experiências distintas e formadoras, e a educação museal pode ser vista como uma das ações de comunicação e de preservação da memória (IBRAM, 2016). Em publicação sobre planejamento institucional, o Instituto Brasileiro de Museus retoma a informação de 2011 de que no Brasil cerca de 48,1% dos museus possuem um setor específico para ações educativas; e ressalta que, ainda que este seja um número

²¹ Disponíveis em <https://www.instagram.com/p/B8q1pSggJ2E/?igshid=Y2lzZGU1MTFhOQ==> e <https://www.instagram.com/p/CTe3Qn1AB0z/?igshid=Y2lzZGU1MTFhOQ==>. Acesso 13 de jun. 2023.

significativo, ele não reflete, necessariamente, que as ações educativas sejam realmente feitas. Segundo Desvallées e Mairesse (2013), que produziram o livro *Conceitos-chave de Museologia*,

A educação, particularmente a informal, visa, então, a desenvolver os sentidos e a tomada de consciência. Ela é um processo de **desenvolvimento** que pressupõe mudança e transformação, ao invés de condicionamento ou repetição, noções que ela tende a opor. [...] A educação, em um contexto mais especificamente museológico, está ligada à mobilização de saberes relacionados com o museu, visando ao desenvolvimento e ao florescimento dos indivíduos, principalmente por meio da integração desses saberes, bem como pelo desenvolvimento de novas sensibilidades e pela realização de novas experiências (Desvallées; Mairesse, 2013, p. 38-39).

Nessa perspectiva, pode-se compreender a complexidade dos setores educativos e da sua programação educativo-cultural. Entende-se que o diálogo ativo e direto com os públicos dos museus se dá a partir de estratégias educacionais e, em muitas vezes, a partir de pessoas em posições de educadores de museus ou mediadores. Neste subcapítulo pretende-se contextualizar as trajetórias das ações educativas no MARGS, o entendimento institucional acerca da relevância destas ações e apresentar o cenário atual do Núcleo Educativo e de Programa Público.

Segundo o próprio Museu (2023, documento eletrônico), o Núcleo Educativo “[...] tem como objetivo articular ações e estratégias que estabeleçam diálogos entre o Museu, os públicos visitantes e as artes visuais”. Para a pesquisadora Fernanda Queiroz Alves (2022), isso se vê desde a fundação do Museu na década de 1950, mesmo que sem ter, necessariamente, um núcleo definido. A exemplo disso, Lima (2014) apresenta como a primeira ação educativa do MARGS o evento que uniu a palestra do professor Ângelo Guido, apresentação de obras e a visita guiada pela exposição “Retrospectiva de Pedro Weingärtner”, a primeira na sede provisória do Theatro São Pedro. Em Gomes (2005) temos o registro de uma fotografia deste momento (Figura 13):

Figura 13 – Visita guiada após palestra sobre Pedro Weigärtner realizada por Ângelo Guido



Fonte: GOMES, 2005, p. 36.

Vera Rosa, que trabalhou no Núcleo de Educativo do MARGS de 1996 a 2007 e posteriormente no período entre 2011 e 2017, publicou um texto retrospectivo do setor no livro “Fazer museu: arte e mediação no Núcleo Educativo UERGS/MARGS” (2012)²² apresentando um balanço sobre o setor e suas atividades. Segundo a autora, a primeira ação educativa foi realizada a pedido e convite do então Diretor Ado Malagoli ao professor Ângelo Guido, onde este realizaria um ciclo de palestras para a formação do público em 1955. Durante o período em que o MARGS se encontrava na sede do prédio comercial na Av. Salgado Filho, as artistas plásticas Alice Soares e Helena Maya D'Ávila recebiam grupos de escolas, versando sobre as obras do Museu e realizando atividades no espaço expositivo, ainda sem núcleo ou setor estruturado. Nessa época começaram a concepção e realização do “plano piloto de um projeto onde os artistas iam às fábricas e interagiam com os operários, levando inclusive instrumentos de trabalho como goivas e tacos, no caso de xilogravuras” (Rosa, 2012, p.18), algo que marca a história do MARGS como Projeto Extramuros no final dos anos 1970.

Segundo Rosa (2012), a mudança de espaço físico para a atual sede do Museu proporcionou a ampliação do corpo técnico e sua organização em núcleos. Em 1978, sob

²² Como trata-se de publicação própria do Museu, o livro está disponível na íntegra no repositório do Acervo Documental. Acesse em <https://acervo.margs.rs.gov.br/materiais-graficos/fazer-museu-arte-e-mediacao-no-nucleo-educativo-uergs-margs/>

a gestão de Luiz Inácio Franco de Medeiros, as pessoas responsáveis pelas, então chamadas visitas guiadas, eram as que compunham o Núcleo de Acervo e o Núcleo de Extensão Cultural. As visitas eram agendadas através do Núcleo de Extensão e os diálogos durante a visita eram organizados e oferecidos pelos profissionais do Núcleo de Acervo (Rosa, 2012). As mediações de voluntários surgem com a Associação de Amigos do MARGS, em 1982, pois alguns associados que atuavam voluntariamente em outras atividades do Museu passaram a se envolver nas visitas.

O Núcleo tem uma trajetória de mudança de nomes e funções: é chamado de Núcleo de Extensão Cultural em 1978 (Gestão Luiz Inácio Franco de Medeiros), em 2011 passa a ser chamado de Núcleo Educativo (Gestão Gaudêncio Fidelis) e em 2020 passa a ter a nomenclatura atual, Núcleo Educativo e de Programa Público na Gestão de Francisco Dalcol (Alves, 2022). É significativo destacar a atuação da profissional Carla Batista, servidora do Estado e que desde 2012 atua no MARGS dando continuidade e fortalecendo diversas ações junto a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS), como publicações e cursos, promoveu uma exposição com curadoria do Núcleo Educativo em 2017 - intitulada *Infâncias: Diferentes Modos de Ver e Sentir*. Atualmente a servidora segue no Museu no cargo de pesquisadora, no Núcleo de Acervo e Pesquisa. Segundo Borba, em 2018 o Núcleo Educativo era composto por

[...] duas funcionárias de carreira concursadas, duas estagiárias e um grupo de doze mediadoras voluntárias — as quais comparecem uma vez por semana, em um período de duas horas cada, dentro do horário destinado para atendimento de grupos, com este objetivo —, contando com uma dinâmica de ação, conforme depoimento da coordenadora Carla Adriana Batista da Silva, que visa ‘trabalhar da forma mais horizontal possível’ (Borba, 2018, p. 48).

Nesse sentido, nota-se grandes responsabilidades despendidas por voluntários, o que, se por um lado, mostra a grandiosidade de pessoas interessadas em atuar em museus e a partir da arte-educação, vê-se a desvalorização dos profissionais da área e a precarização do setor. O trabalho voluntário no grupo foi encerrado em 2020 por conta da pandemia, e atualmente as mediações ficam a cargo dos estagiários.

Pode-se notar o interesse em atuar no MARGS e aprender com o Núcleo Educativo e de Programa Público conceitos de arte-educação e a prática de lidar com os públicos. Nesse sentido, Pamela Zorn, que estagiou na instituição entre 2019 e 2021,

comenta que sua “[...] expectativa principal era trabalhar com mediação de grupos no museu.” (Zorn, 2023, documento eletrônico). Daniele Barbosa e Ana Carolina Chini iniciaram seus estágios no Núcleo em 2020. Ana Chini (2023, documento eletrônico) relembra “[...] Quando entrei na equipe, não possuía experiência em Museu, somente com arte-educação em escolas, então fiquei muito empolgada para redescobrir outras formas de educação, em outro contexto.”, enquanto Daniele Barbosa (2023, documento eletrônico) explica:

Minhas expectativas eram ter uma melhor compreensão da estrutura institucional cultural e também adquirir experiência em arte e educação em museus. Como o núcleo era famoso por suas atividades e oportunidades de aprendizado, para mim em especial pelo acompanhamento de muitas dessas, o interesse de adentrar o setor e participar nessa construção era muito valioso.

Neste aspecto, aproveito para endossar as palavras das entrevistadas, uma vez que compartilho de suas intenções em ampliar meu repertório, não somente a respeito do campo da arte, como também do campo da educação em museus. A pesquisa do presente trabalho também é movida por este interesse ao compreender a instituição como uma das difusoras de conhecimentos e práticas no Estado.

O Núcleo Educativo e de Programa Público compreende diversas ações, com destaque para a mediação de grupos agendados e realização de oficinas. Há a oferta de mediação para grupos de até quarenta pessoas por horário, entre terças e sextas-feiras nos turnos da manhã e tarde, nos horários das 10h, 14h e 15h. Também há mediação de público espontâneo, sem horário definido. Atualmente, pode-se mediar visitantes estrangeiros em inglês e espanhol, além do projeto iniciado em 2023 voltado para o público surdo chamado Mediação em Libras (Língua Brasileira de Sinais), que é realizado uma vez ao mês (Figura 14).

Figura 14 – Mediação em Libras na exposição “Acervo em movimento”



Fonte: Página institucional no *Facebook* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.facebook.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

A Mediação em Libras é realizada uma vez ao mês. Idealizado pela profissional Carla Batista, a mediação é realizada diretamente pela pessoa fluente em Libras, tendo como principal objetivo reduzir a quantidade de interpretações entre as obras e o público surdo, evitando a primeira interpretação do mediador falante da Língua Portuguesa, para interpretação do Intérprete de Libras, para aí a interpretação do público surdo. Este projeto foi totalmente financiado pela AAMARGS, e foi realizado em seis edições: uma vez por mês, desde janeiro até junho de 2023. O projeto foi continuado por, pelo menos, mais um ano.

No âmbito do Programa Público, são oferecidas as seguintes atividades: Oficinas de Criação, onde são propostas práticas de ativação em linguagens artísticas (Figura 15); Crianças no MARGS, uma programação voltada para o público infantil e familiar (Figura 16); Mediação Crítica, uma ação de mediação com aprofundamento em somente uma obra em exibição; além de atividades específicas para compor o programa público de cada exposição de curadoria/acervo externo, incluindo atividades extras.

Figura 15 - Primeira edição do Oficinas de Criação - Oficina de Cestaria Kaingang



Fonte: Página institucional no *Facebook* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.facebook.com/museumargs/>. Acesso em: 30 julho 2023.

Figura 16 - Segunda edição do Crianças no MARGS - Pintura com bolhas



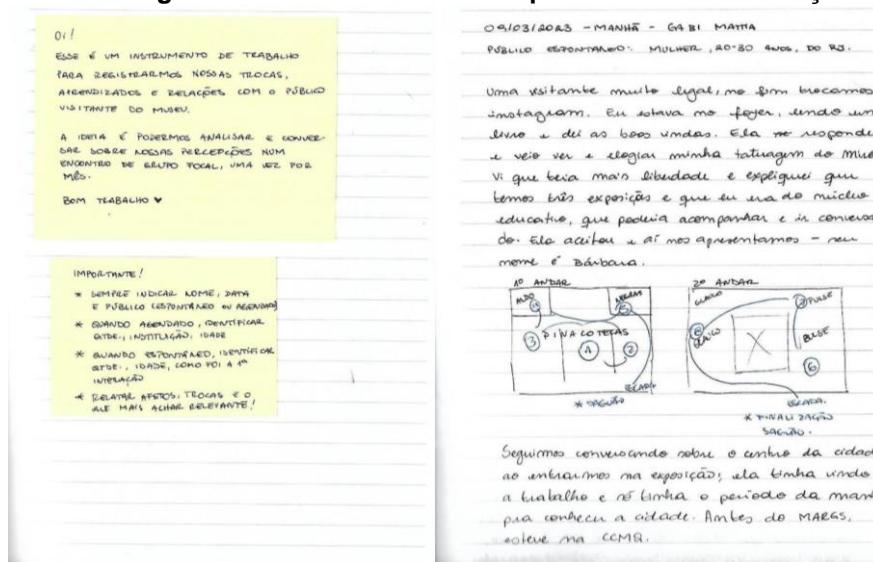
Fonte: MARGS, 2023.

Sob responsabilidade do Núcleo Educativo e de Programa Público também são realizadas visitas técnicas ao Museu e os Estudos de Avaliação, que incluem os Estudos de Públicos. As visitas técnicas são mediações voltadas para campos específicos do conhecimento para além das Artes Visuais, como Arquitetura, Museologia, Conservação e Restauro; sendo comum a visita à parte administrativa do MARGS e suas Reservas Técnicas.

Cabe salientar que os novos Estudos de Avaliação do Núcleo são compostos pela coleta e compartilhamento de relatos das atividades por parte dos participantes executores (público interno) e também do público externo, a partir da proposta da autora no seu Estágio Curricular B, prática obrigatória que é conectada à disciplina de Seminário em Museus II, em 2022/1 e dos Estudos de Públicos, iniciado em junho de 2023.

O relato de atividades do público interno se dá de forma afetiva, primeiro compartilhando o relato da atividade em grupo, de maneira informal, e depois escrevendo a experiência à mão, com total liberdade para o formato ou enfoque da fala. Durante a proposição do estágio estes relatos escritos se reuniram em um caderno (Figura 17), mas, após a avaliação desta ferramenta, mudou-se o modelo de suporte em papel para um fichário, no qual mais de um participante poderia escrever e adicionar suas percepções sem ter de esperar a finalização do outro.

Figura 17 – Caderno de relatos para Estudo de Avaliação



Fonte: Gabriela Mattia, 2023.

Também através da proposição deste estágio curricular na Museologia foram criados formulários de avaliação para coleta de opinião do público participante acerca das atividades realizadas. O modelo inicial continha seções de identificação demográfica, como idade, gênero, local onde mora e escolaridade; seção de opinião e de avaliação em escala de 1 a 5 de serviços da atividade e do Museu; e seção de identificação da mídia pela qual o visitante ficou sabendo da atividade. No segundo modelo a seção de

avaliação da atividade e dos serviços foi repensada a fim de garantir maior adesão qualitativa das opiniões dos participantes. Cabe ressaltar que o MARGS possuiu, desde sua primeira sede até o momento da pandemia de COVID-19, Livros de Visita. Essas fontes fazem parte do Acervo Documental do MARGS, mas nunca foram analisadas em profundidade²³. Nessa fonte primária estão presentes dados quanti-qualitativos significativos e que podem servir para produção de conhecimento no campo dos estudos de avaliação, sobretudo, como pesquisa de recepção.

O Estudo de Públicos está atualmente na segunda de três fases de implementação, com uma ação voltada para reconhecimento do público visitante, a qual inclui campos demográficos, de hábito e de contribuição. O Estudo foi lançado em evento na 21ª Semana Nacional dos Museus (2023), onde contou com uma mesa para tratar do tema (Figura 18). Para esta atividade foram convidadas as Professoras Doutoras Ana Carolina Gelmini (do curso de Museologia e do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio/UFRGS) e Bruna Fetter (do curso de História da Arte e do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais/UFRGS).

Figura 18 – Mesa Redonda “Estudos de públicos em museus de arte: por que e como conhecer nossos públicos?”



Fonte: MARGS, 2023.

²³ O Projeto Forma & Conteúdo está investigando essa documentação desde 2021 como um dos eixos de pesquisa.

Ao longo da constituição do Núcleo Educativo e de Programa Público, algumas ações educativas, com destaque para as mediações, ocorreram em meio digital, a partir de vídeos postados nas mídias sociais da instituição. No ano de realização desta pesquisa essas mediações foram ações pontuais, já durante os dois primeiros anos de pandemia (2020-2021), elas compuseram com maior periodicidade a atuação do Núcleo. As ações em meio digital serão apresentadas e analisadas no capítulo **3 O MARGS ONLINE: ações educativas em 2021**.

Sobre o desenvolvimento de mediações *online*, pós pandemia, destacam-se as ações realizadas em janeiro de 2023. Três obras foram mediadas a partir da programação do Janeiro Lilás, mês da visibilidade de pessoas transgênero, uma atividade do calendário das instituições da SEDAC-RS. A ação foi coordenada pelo Núcleo Educativo, sendo auxiliada pelo Núcleo de Acervo e pelo Núcleo de Comunicação e Design.

A proposta de apresentar e mediar três obras expostas no MARGS na exposição “Acervo em Movimento — Aquisições 2019 - 2022” em três vídeos disponibilizados no *Instagram* e no *YouTube* do Museu (Figura 19): um com a mediação de Loriana lung sobre “As cores do afeto” (2022), de Jota Ramos (Porto Alegre/RS, 1989); o segundo com mediação de Gabriela Mattia sobre “Gênero Azul” (2022), de Valéria Barcellos (Santo Ângelo/RS, 1979) e o último com mediação de Esly Ramão sobre “Abebé” (2021), de Fayola Ferreira (Porto Alegre/RS, 1993)²⁴. A gravação, produção e edição dos vídeos foram realizadas por Anna Ortega.

Figura 19 – Capas dos vídeos do Janeiro Lilás do MARGS de 2023



Fonte: Página institucional no *YouTube* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://youtube.com/@museuMARGS>. Acesso em: 16 julho 2023.

²⁴ Assista os vídeos através dos respectivos links: <https://youtu.be/mMEaKO82HgY>, <https://youtu.be/1aZOJ0hV9ps> e <https://youtu.be/9pA2yuHikYc>. Acesso de 26 mai. 2023.

Considerando o público interno do Museu, duas formações foram planejadas e realizadas pelo Núcleo. Primeiro, a Formação de Arte Indígena Contemporânea: voltada para todo quadro de funcionários, com oito encontros de uma hora cada um, compostos por vídeo e debate. Ela partiu da proposta de repensar a celebração do “Abril Indígena”, apresentando uma série de documentários sobre artistas indígenas contemporâneos. A segunda é a Formação com a Equipe de Vigilância, que partiu da necessidade em aproximar os vigilantes do público e do próprio Núcleo Educativo.

Inicialmente aconteceram mediações nas exposições a fim de apresentar as narrativas expositivas e apresentar as obras em exibição. Posteriormente entendeu-se que as equipes com maior contato com o público visitante poderiam iniciar um diálogo melhor sobre quem frequenta o Museu, então as equipes de vigilância tiveram múltiplos encontros com os estagiários do Núcleo Educativo para falar sobre os públicos do MARGS, percepções, desafios, compartilhamento de ideias e questionamentos (Figura 20). A proposta segue em andamento e as demandas apresentadas estão em processo de análise.

Figura 20 – Registro de encontro de formação com equipe de vigilância



Fonte: Gabriela Mattia, 2023.

Essas formações têm-se apresentado profícuas, por serem um momento de diálogo em que esses profissionais se posicionam e, como reflexo, potencialidades e vulnerabilidades institucionais são pontuadas para posteriormente serem melhor analisadas. Nelas buscamos dialogar sobre assuntos que atravessam o Museu e seus

públicos, e possibilitar a reflexão sobre como lidar com diferentes situações, como machismo, racismo e LGBTfobia. A partir desses encontros, os mediadores ampliaram as formas de explicar as regras de visitação aos grupos atendidos, apresentando a equipe de vigilância como parceiros do Núcleo Educativo e que estão presentes ali para garantir que as obras fiquem preservadas e que os visitantes fiquem à vontade. Recebemos retornos positivos da formação pelos vigilantes, que relataram se sentir mais vistos e com melhor disposição para trabalhar com o público.

Essas ações foram realizadas pela equipe do Núcleo Educativo e de Programa Público, equipe composta atualmente por: Cristina Barros — Coordenadora do Programa Público do MARGS, Curadora-assistente do MARGS e Coordenadora do Núcleo de Comunicação, Graduada em História da Arte (UFRGS) e mestranda em Artes Visuais (UFRGS); Pedro Osório — Servidor, Analista em Assuntos Culturais, Licenciado em História (UFRGS) e mestrando em Museologia (USP); Tatiana Funghetti — Coordenadora do Educativo do MARGS, Servidora, Analista em Assuntos Culturais, Licenciada em Artes Visuais (Ulbra); Eslylly Rafael Pereira — Estagiário, Graduando em Teatro (UFRGS); Gabriela Meneghel Colla Mattia — Estagiária, Graduanda em Museologia (UFRGS) e Turismóloga (PUCRS); e Loriana da Silva lung — Estagiária, Graduanda em Artes Visuais (UERGS).

Por conta das atividades planejadas, necessidade de divulgação e espaço para atividades em meio *online*, o Núcleo tem grande entrelaçamento com o Núcleo de Comunicação e Design. Além disso, a coordenação deste é realizada também por Cristina Barros (citada anteriormente, já que coordena o Programa Público). Também compõem o Núcleo de Comunicação e Design: Natália Lemen de Moraes — Servidora, Analista em Assuntos Culturais, Graduada em História da Arte e mestranda em Artes Visuais (UFRGS) e Laura Caetano – Estagiária, Graduanda em Design (Unisinos).

O MARGS, com quase seus 70 anos de existência, mostra-se como um dos espaços museológicos que busca atingir sua missão e visão institucional através de ações internamente transversais e que alcancem os públicos através de seu Núcleo Educativo e de Programa Público. As vontades e intenções fundadoras da instituição junto à sua equipe técnica parecem direcionar o funcionamento do Museu, uma vez que são retomados através de publicações. Isso não significa que o Núcleo esteja atrasado

nos debates de arte-educação, educação museal ou da importância da descolonização dos museus, muito pelo contrário. Ao longo dos anos, mais pessoas trouxeram seus conhecimentos para o desenvolvimento do Núcleo, houveram participações voluntárias que supriram demandas, novas parcerias e formações internas foram realizadas. Ainda que diversos desafios tenham sido enfrentados no passar do tempo, o Núcleo passou por transformações para melhor conhecer e atender seus públicos.

A proximidade do Núcleo com a UERGS desde 2012 levantou reflexões, movimentou Encontros de História da Arte, Teoria e Crítica, Formação para Mediadores e publicações (BORBA, 2018). E, ao contar sempre com uma estagiária do curso de Licenciatura em Artes Visuais da Universidade Estadual, manteve-se de maneira prática uma parceria viva e ativa. Tão ativa ao ponto de Igor Simões, um dos professores, junto à Izis Abreu, do Núcleo Educativo, compor a curadoria da exposição Presença Negra no MARGS, ocorrida em 2022 e que teve sua construção estabelecida nos programas públicos de 2021 para refletir sobre a representatividade de artistas negros e negras no campo artístico do Sul do Brasil.

As diversas facetas deste programa público serão apresentadas no capítulo seguinte, mas é significativo ressaltar que esta não foi a primeira experiência do Núcleo em integrar a equipe curatorial de uma exposição do Museu. Em 2017, por exemplo, foi realizada a exposição “Infâncias: diferentes modos de ver e sentir”. No mesmo ano, o Núcleo assina a produção e texto curatorial da exposição “Livros e Leitores no Acervo do MARGS”²⁵, que trabalhou sobre a ideia do livro e da leitura ao mesmo tempo em que a Feira do Livro aconteceu na Praça da Alfândega; e em 2019 o Núcleo assumiu uma das experiências curatoriais da exposição de longa duração, “Acervo em movimento”.

Se nota que o estudo sobre o Núcleo Educativo do MARGS pode render diferentes pesquisas e olhares, e este estudo não se propõe, de forma alguma, a encerrar o debate ou uma caracterização única do trabalho realizado pelas pessoas que passaram por ele. Busca adentrar e somar aos debates sobre o papel do Núcleo no ciberespaço, mais especificamente no *Instagram*. Essa é uma das mídias *online* mais utilizadas pelos brasileiros (GWI, 2023) e que pode se tornar mais um espaço para a Museologia estender

²⁵ Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/livros-e-leitores-no-acervo-do-margs/>. Acesso em: 25 jul. 2023.

suas práticas e análises teóricas e metodológicas. No capítulo seguinte, portanto, é realizado um estudo de avaliação voltado para as ações educativas do MARGS no segundo ano de pandemia de COVID-19, em 2021.

3 O MARGS NO *INSTAGRAM*: ações educativas em 2021

Este capítulo se divide em quatro seções para apresentar estudos de avaliação sobre o MARGS, incluindo uma análise sobre o uso do *Instagram* por museus como ferramenta de diálogo e interação com a sociedade, questionamentos sobre o uso dessa mídia social como espaço para realizar ações educativo-culturais de arte-educação, utilizando o Museu de Arte do RS como ponto de partida. Neste capítulo será apresentada a análise das ações educativas realizadas no *Instagram* do Museu no ano de 2021, identificando as características das ações e seus respectivos dados quanti e qualitativos. Por fim, apresenta-se linhas gerais de reflexão das respondentes do questionário sobre as ações educativas no *Instagram*, direcionando as considerações finais da pesquisa.

Nessa perspectiva, essa monografia contempla um estudo de avaliação (Cury, 2005; Eidelman, Roustan, Goldstein, 2014) que analisa dois tipos de públicos: os que tiveram acesso e interagiram nas ações propostas pelo Núcleo Educativo na plataforma digital *Instagram* e o público interno deste setor, as servidoras e estagiárias que participaram em diferentes e diversos processos para execução destas ações²⁶.

3.1 Estudos de Avaliação no Museu de Arte do Rio Grande do Sul

Há diversas formas, temáticas e possibilidades de estudos de avaliação em museus e instituições culturais. Este tópico, aparece no documento “Subsídios para a elaboração de Planos Museológicos” na seção de diagnóstico da instituição e no Programa de Pesquisa, enfatizando a necessidade da pesquisa/avaliação para o bom funcionamento institucional - o Museu enquanto espaço que possui uma função social e para alcançá-la, deve compreender sobre si e seu público (Ibram, 2016).

²⁶ Por questões de viabilidade do estudo, somente cinco participantes do Núcleo Educativo foram entrevistadas via questionário estruturado. A ferramenta utilizada foi o *Google Forms* a fim de proporcionar uma participação assíncrona, facilitando a coleta de respostas, e pela familiaridade deste recurso. As respostas das participantes estão disponíveis na íntegra no Apêndice D. As participantes responderam a oito questões sobre sua atuação em propostas educativas e reflexões sobre a mídia *Instagram*, além das perguntas de demografia e identificação (nome, gênero, autodeclaração racial, sua formação), suas expectativas ao iniciarem no Núcleo e um espaço aberto para elogios ou críticas (à pesquisa ou à instituição).

O Museu de Arte do Rio Grande do Sul, no entanto, não possui corpo técnico específico para realizar tal ação, realidade semelhante a de outras instituições nacionais. Essa necessidade sempre foi reconhecida pela instituição e, em 2023, algumas ações foram desenvolvidas pelo Núcleo Educativo e de Programa Público a fim de realizar de forma sistemática estudos de avaliação consistentes a médio e longo prazo, para compor os processos do Museu. Como mencionado no capítulo anterior, foram criadas ferramentas de avaliação, uma para registrar percepções do público interno através de relatos afetivos e outra para registrar a análise do público externo de ações educativas (como oficinas, mediações em Libras, mediações específicas, do Jogo MARGS Portátil, encontros, visitas técnicas) e foi lançado o projeto Estudo de Públicos do Museu, voltado para registro demográfico, de hábitos e de opinião do público externo espontâneo. Cabe mencionar, também, que algumas ferramentas tradicionais de coleta de informações espontâneas junto ao público externo já existiram na trajetória do MARGS, todavia, não se tem conhecimento de que receberam foco analítico em publicações científicas ou nos relatórios da instituição que elas, em algum momento, foram analisadas pela instituição. A exemplo, temos os Livros de Visitas e Livro de Sugestões²⁷, presentes desde a sede no Theatro São Pedro, na década de 1950, e descontinuados com a chegada da pandemia de COVID-19, pela ausência de público e por questões sanitárias. Na Figura 21 pode-se compreender uma parte da quantidade total de Livros de Visitas de exposições do MARGS ao longo de sua história.

²⁷ Uma das linhas de pesquisa do Forma & Conteúdo é uma imersão nesse acervo documental - analisando os livros com comentários espontâneos do público, dentro da perspectiva de pesquisa de recepção das exposições, compondo um estudo inédito no campo da história das exposições e das curadorias sob a perspectiva dos públicos externos do MARGS.

Figura 21 – Primeiro contato com parte dos Livros de Visitas do MARGS no Centro de Documentação e Pesquisa Christina Balbão



Fonte: Acervo do projeto de pesquisa Forma & Conteúdo, 2021.

Por enquanto, a atividade já consolidada que permite que pesquisadores externos façam diversos estudos - inclusive de avaliação - é a “dantesca” documentação das atividades do museu. São documentadas as publicações editoriais, os materiais gráficos produzidos, os dossiês de artistas, as fotografias de atividades, os *clippings* de menção ao MARGS e suas ações na imprensa e ainda a digitalização destes itens e posterior disponibilização *online* através do repositório Tainacan do Acervo Documental.

Em breve revisão sistemática, o repositório LUME UFRGS apresenta mais de 600 resultados quando pesquisado o termo “Museu de Arte do Rio Grande do Sul” de forma geral. Especificando este termo na pesquisa de título são encontrados sete resultados, enquanto que o termo “MARGS” no título acrescenta 12 resultados. No SABI UFRGS, sistema de busca das Bibliotecas da Universidade, mais de 200 resultados de livros e publicações externas, demonstrando um movimento de pesquisa e busca considerável acerca da instituição. As temáticas são diversas, desde educação em museus, reflexões sobre curadoria expográfica e arquitetura do espaço. Cabe ressaltar que muitos dos trabalhos são do campo das Artes Visuais, e da importância da pesquisa sob diferentes óticas do conhecimento, em especial da Museologia.

Entre a produção de estudos de avaliação em instituições museológicas, vê-se que análises e relatórios internos de museus são mais comuns (60% do volume total) do que pesquisas externas, ainda que estas últimas sejam as responsáveis pelo acesso mais facilitado às informações (Eidelman, Roustan, Goldstein, 2014). Nesse sentido, observa-se que há um grande campo para melhorias na relação entre as instituições e pesquisadores, para ampliar o espaço de trocas e compor ações pertinentes à função social das instituições.

Cabe salientar que relatórios informacionais são produzidos internamente e, desde a criação do seu perfil no *Instagram* em 2019, o MARGS faz postagens destes relatórios anuais acerca de suas atividades (Figura 22). No *site* do Museu somente dois destes relatórios foram disponibilizados na aba de “Notícias”. Estes são disponibilizados ou em formato de carrossel ou com dados na legenda da postagem, comumente em uma retrospectiva de final de ano ou felicitações para o ano que se inicia²⁸.

Figura 22 – Montagem com os primeiros *cards* de cada postagem de fim de ano do MARGS (2019, 2020, 2021 e 2022)



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS.

²⁸ As postagens referentes aos anos de 2019, 2020, 2021 e 2022 podem ser acessadas, respectivamente no *Instagram*. Disponíveis em https://www.instagram.com/p/B7ETHnYglIp/?img_index=1, https://www.instagram.com/p/CJJZk4gMO3/?img_index=1, https://www.instagram.com/p/CXybw6GOJ3Q/?img_index=1, e https://www.instagram.com/p/CmrWZBKOlta/?img_index=1. Acesso em: 15 jul. 2023.

Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 13 junho 2023.

Os dados informados abrangem atividades de todo o Museu, como número de exposições e quantidade de obras expostas, quantas delas são do Acervo Artístico - em alguns anos chega-se a comentar quantas obras foram trazidas a público pelo Museu pela primeira vez -, quantos itens do Acervo Documental foram utilizados em mostras e os números que expressam as obras que foram emprestadas para compor exposições de outras instituições e quantas instituições são. Ainda sobre seu acervo, é contabilizada a quantidade de itens introduzidos no Acervo Documental e são informadas quantas aquisições foram realizadas para o Acervo Artístico, contendo, às vezes, dados sobre marcadores sociais dos artistas, como gênero ou raça.

Este compêndio de dados também aborda as ações educativas, onde os números apresentam quantidade de pessoas ou instituições atendidas e quantos eventos e atividades foram realizados no Museu. Em alguns anos foram apresentados os municípios de onde os grupos eram provenientes, demonstrando o papel descentralizador do trabalho do Núcleo Educativo. O relatório também informa a quantidade de pesquisadores externos atendidos (presencialmente ou via repositório Tainacan), reunindo dados oferecidos pelos respectivos setores.

O Núcleo Educativo e de Programa Público também realiza relatórios anuais internos (Figura 23). Neles, as ações realizadas pelo setor são apresentadas sucintamente, com contexto de criação ou concepção, método ou formato utilizado e fotografias.

Figura 23 – Capa do Relatório Núcleo Educativo e de Programa Público (2021)



Fonte: Núcleo Educativo e de Programa Público do MARGs, 2022.

Há também a apresentação de dados do setor como quantidade de público total atendido em mediações durante o ano, análise por período e também pelas características dos grupos, seccionando-os principalmente pelos seus municípios de origem (Figura 24). Ao final de cada relatório é apresentada a composição do Núcleo ao longo do ano, identificando o nome das componentes e seu tempo de permanência caso tenham saído do setor.

Figura 24 – Exemplo de informação sobre municípios disponibilizada no Relatório Núcleo Educativo e de Programa Público de 2022



Fonte: Núcleo Educativo e de Programa Público do MARGs, 2023.

O relatório do ano de 2020 apresenta suas ações de forma cronológica e, ao mencionar o início das restrições aos espaços culturais por conta da pandemia de COVID-19, reflete:

Quando inicia a pandemia todas as instituições se voltam para o digital. Disponibilizar o acervo de forma digital e ter visitas virtuais foram os primeiros pontos debatidos. O MARGS já tinha seu catálogo de obras completo disponível no site. Mas, embora essa fosse uma ferramenta muito importante para pesquisa, o fato de ter essa disponibilidade por si só não significava a realização de uma ação educativa. A questão que se impunha era 'como promover processos de educação em arte e a partir da arte sem contar com a experiência física e presencial?'. Assim, teve início diversos projetos e produção de conteúdos para as redes sociais do Museu, especialmente o *Instagram*, que foram desenvolvidos ao longo do ano (MARGS, 2020, documento eletrônico).

Nesse sentido, cabe salientar alguns pontos de debate realizados a partir do distanciamento imposto pela COVID-19: o que o MARGS já apresentava no meio digital? Quais os formatos utilizar? Como promover o acesso às obras e como fazê-lo dentro de processos educacionais que seguissem os preceitos metodológicos nos quais o Núcleo acreditava? Como adaptar para o digital as ações que já eram realizadas ou quais ações foram concebidas diretamente neste espaço que não contava com a experiência física e presencial?

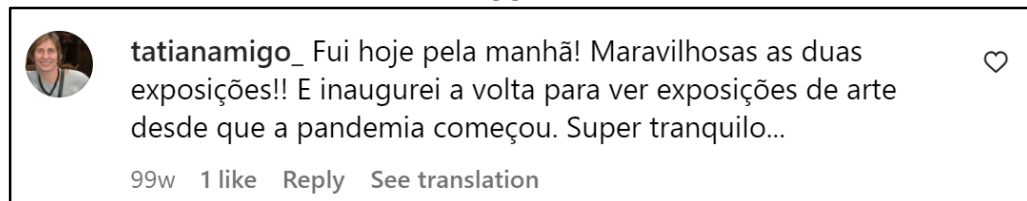
Durante os dois primeiros anos de pandemia (2020 e 2021) o MARGS e seu setor educativo atuaram principalmente via *Instagram* e *YouTube*, assim como grande parte das instituições culturais do Brasil e do mundo (Moraes, 2020), seguindo o incentivo do ICOM e do próprio Ibram como possível forma de seguir em contato com parte de seus públicos. Dentro das sugestões desses órgãos estavam a disponibilização das coleções *online* - compromisso já firmado pelo MARGS antes do período pandêmico; a realização de visitas virtuais nas plataformas como *Facebook* e *Instagram* (a ideia se valia do uso de *lives*, e não em vídeos publicado no *Feed*, como realizado pelo MARGS); o uso do *Pinterest* para realizar exposições e debates a partir de sequência de *tweets* no *Twitter*, ações não adotadas pelo MARGS.

Uma pesquisa de público realizada pelo MARGS em 2021 indagou, via *Instagram*, quais seriam os cuidados necessários para que o público se sentisse seguro para retornar a visitar presencialmente o Museu. Segundo Carla Batista (2023, documento eletrônico), após esse estudo, o Núcleo Educativo construiu junto à Direção do Museu quais “seriam

as melhores estratégias para a retomada, quantas pessoas receberíamos em cada momento, quais seriam os itens de segurança necessários etc”.

O MARGS, então, reabriu suas portas ao público em maio de 2021: era necessário que as visitas fossem agendadas via plataforma *Symppla*, indicando o desejo ou não de mediação²⁹. A quantidade máxima era de seis pessoas por mediação, onde o uso de máscara e o distanciamento mínimo de dois metros era obrigatório. Foi possível constatar diversos comentários afetivos dos públicos sobre este retorno, como no exemplo a seguir (Figura 25).

Figura 25 – Captura de tela de comentário do público sobre retorno das atividades presenciais no MARGS



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 28 julho 2023.

Pamela Zorn, estagiária do Núcleo Educativo e de Programa Público entre 2019 e 2021, comenta como o Núcleo Educativo se organizou para a retomada de ações educativas presenciais nesta reabertura:

[...] Não recorro se os horários do museu estavam reduzidos também, mas havia restrição de público (com número limite de visitantes dentro do museu) e as mediações com grupos mediante agendamento não estavam acontecendo. Quanto estávamos nos espaços expositivos, o que fazíamos eram mediações espontâneas e recepção dos visitantes, explicando as novas regras de visita (com todos os cuidados recomendados) (Zorn, 2023, documento eletrônico).

E Daniele Barbosa, também estagiária do Núcleo, acrescenta que:

Acredito que nesse momento fizemos um esforço coletivo de organização, de forma que respeitássemos nossas limitações individuais e remanejamento das agendas, que em todos os âmbitos estavam num momento de transição, em diálogo com as orientações e necessidades de trabalho. Nos dividíamos em escalas que determinavam se o trabalho seria presencial ou remoto com demandas específicas a serem concluídas. Ao passo que as visitas foram aumentando, as demandas presenciais também foram crescendo, além do avanço de atividades de produção para projetos como

²⁹ Publicação no *Instagram* onde o MARGS divulga a retomada das atividades presenciais e as regras de visitação. Disponível em https://www.instagram.com/p/COi9eOSALfC/?img_index=1. Acesso 27 jul. 2023.

o do Presença [Presença Negra no MARGs] (Barbosa, 2023, documento eletrônico).

É possível constatar mudanças na dinâmica de trabalho para o retorno das atividades presenciais, incluindo escala de trabalho para que a equipe intercalasse as idas presenciais ao Museu, o não agendamento de grupos maiores do que seis integrantes (a exemplo de grupos escolares, um grande público do Museu). Pode-se questionar, no entanto, o quanto esta reabertura foi efetiva com a diversidade de públicos que o Museu recebe, uma vez que o ingresso, mesmo que gratuito, requer múltiplas ações: acesso *online* à informação do retorno das atividades, outro acesso à plataforma *Symppla*, seleção de horário e informação de mediação alinhando duas agendas (a própria junto à do Educativo).

Durante duas semanas esse formato de visitação foi avaliado, levando à uma atualização dos procedimentos em 26 de maio (MARGs, 2021, documento eletrônico)³⁰:

Nossa avaliação do transcorrer do modelo de agendamento apontou que o controle de entrada e quantidade de público (teto de até 15 visitantes simultâneos) é mais adequado e efetivo para melhor coordenarmos a visitação com organização e segurança, assim como para melhor recebermos e acolhermos os nossos públicos.

A retomada total de procedimentos usuais anteriores à pandemia se deu seguindo as diretrizes das legislações estadual e municipal sobre medidas de controle de público e também a partir da avaliação interna da efetividade das ações. É significativo pontuar que os estudos de avaliação possibilitam maior compreensão acerca das ações realizadas (Almeida, 2005; Cury, 2005), onde o tempo e espaço de reflexão acerca do trabalho realizado é permitido e encorajado, a fim de garantir momentos de pausa e observação crítica sobre as práticas visando o aprimoramento dos processos e ações. Ao questionar o público interno do Museu e incentivar essa reflexão depois de dois anos, diversas informações surgiram e apresento o retorno de Daniele Barbosa, estagiária do Núcleo em 2021, quanto à proposta deste exercício avaliativo:

Agradeço muito pelo convite, não tinha parado para pensar de forma reflexiva para esse momento vivido e para o que foi produzido, mas é

³⁰ Publicação no *Instagram* onde o MARGs divulga a atualização das atividades presenciais e as regras de visitação na íntegra. Disponível em <https://www.instagram.com/p/CPQpYbbgwe4/>. Acesso em: 03 jun. 2023.

interessante ver o quanto disso ainda remanesce e o quanto foi aprendido (Barbosa, 2023, documento eletrônico).

Dialogando com a observação de Daniela Barbosa, Cury (2005) aponta que é necessário o estabelecimento de uma “cultura da avaliação” nas instituições museológicas. A partir dela, num compromisso contínuo dos diversos setores da instituição, é possível compreender o que pode ser aprimorado, ajustado ou mantido. Na publicação de Subsídios para Planos Museológicos, o Ibram (2016) reforça que não é necessário que haja um único núcleo de pesquisa responsável pelas diferentes pesquisas, visto que essas ações são de comum necessidade e uso. Há, no entanto, comentários sobre a consolidação de ações de investigações na rotina dos processos das instituições. Nesse sentido, no MARGS, poderiam ser realizadas reuniões do corpo técnico para apresentação de seus relatórios internos ou, também, reunião do próprio Núcleo Educativo e de Programa Público.

A Museóloga Marília Xavier Cury (2005) comenta que a avaliação do próprio público interno é comumente ignorada, ao mesmo tempo que é uma fonte essencial de informação, por trazer a perspectiva dos proponentes e executores. Tereza Scheiner (2006) comenta sobre como a cultura da avaliação é de difícil implementação, num primeiro plano, por não resultar em um novo produto cultural e por não necessariamente ser acessado pelos públicos externos. Segundo ela, diferentes métodos podem ser utilizados para que essa avaliação interna ocorra, ainda que a autora reconheça e aponte que as relações interpessoais também precisam ser levadas em consideração, a fim de garantir opiniões verdadeiras que possibilitem o seguimento dos trabalhos. Marília Cury (2005) destaca que os estudos de avaliação com o público externo precisam expandir para o qualitativo, somando-os aos dados quantitativos e demográficos.

No próximo subcapítulo aprofundaremos esses questionamentos do Núcleo Educativo e de Programa Público sobre ações de arte-educação e educação museal no ciberespaço, em específico no *Instagram*. Nele também apresentaremos o perfil do Museu nesta mídia e suas características em 2020 a partir do estudo realizado por Fernanda Queiroz Alves (2022) que conseguiu abarcar o ano inicial da pandemia.

3.2 Ações Educativas do MARGS no *Instagram* em 2021

Conforme mencionado anteriormente, o MARGS é um dos poucos museus do estado a ter uma extensa e consistente presença em diferentes plataformas digitais. Esse grupo é formado por quatro instituições museológicas cadastradas no Sistema Estadual de Museus do RS (SEM/RS) e na Rede Nacional de Identificação de Museus (Renim) vinculada ao Ibram, no qual o MARGS e o Museu de Porto Alegre, ambos de natureza administrativa pública, figuram entre os mais atuantes.

Para realizar ações educativas no ciberespaço, o MARGS se utilizou, principalmente, do *Instagram* e do *YouTube*. Neste período os museus aumentaram sua presença na *internet*, o que, para alguns, significou possibilidades antes não exploradas e descobertas. Houve, também, um incentivo por parte do Conselho Internacional de Museus (ICOM) e do Ibram para esse movimento, a exemplo das *hashtags* (#) *museumfromhome* e *#museudecasa*. Foram tentativas das instituições culturais de buscar “[...] formas de manutenção e permanência das atividades de maneira ativa e atuante junto a novos e já conquistados públicos” (Moraes, 2020, p. 145).

Nessa perspectiva, este estudo tem enfoque no *Instagram* por conta da maior frequência de postagens e maior diversidade de atividades realizadas nesta mídia, uma vez que os vídeos disponibilizados no canal do *YouTube* do MARGS, em sua maioria, também foram publicados no *Instagram*.

Acerca do uso desta plataforma pelo MARGS, cabe destacar o trabalho acadêmico intitulado “Mediação em artes no ambiente virtual: o educativo do MARGS no primeiro ano de pandemia da COVID-19”³¹, onde Alves (2022) quantificou e categorizou todas as publicações do Museu nas mídias *Instagram* e *YouTube* durante o primeiro ano de pandemia e as compara com as publicações dos seis meses anteriores à eclosão da COVID-19 no mundo. Sua pesquisa apresenta um capítulo dedicado à análise dos dados quantitativos obtidos sobre as publicações nos *Instagram* e no *YouTube* do Museu durante o primeiro ano de pandemia e o semestre anterior à março de 2020, identificando e categorizando as postagens do Museu de outubro de 2019 a março de 2021. Ela também se ocupou em compreender a frequência e tipologia de conteúdo e em realizar entrevistas com trabalhadoras do Núcleo, uma em formato assíncrono, por e-mail, e outras duas via chamada de vídeo *online*.

³¹ Acesse em <http://hdl.handle.net/10183/248292>

A partir deste estudo, então, compreende-se que seis meses antes da pandemia, entre setembro de 2019 e março de 2020, as ações educativas no *Instagram* ocuparam 35 postagens de um total de 205. Entre março de 2020, mês do fechamento do Museu, até março do ano seguinte, 91 publicações de 368 eram de ações educativas (Alves, 2022). A autora, no entanto, seccionou o que eu considereei como Mediação de obras, como Leitura de Obras. Se somássemos esta temática à ação educativa, no período de 2019, seriam 53, e em 2020, 105.

Para Pamela Zorn, estagiária do Núcleo e que participou ativamente na produção de vídeos,

O *Instagram* acabou sendo o carro chefe das instituições nessa época, como meio possível de alcançar o público (ou parte dele). Ainda não consigo ter opinião quanto a efetividade da plataforma (a meu ver, nada substitui a experiência da visita em si e do encontro presencial, e acho que nunca se propôs a isso de qualquer modo) - mas entendo que em um momento pós-pandemia, a relação das instituições com as redes não foi mais a mesma (Zorn, 2023, documento eletrônico).

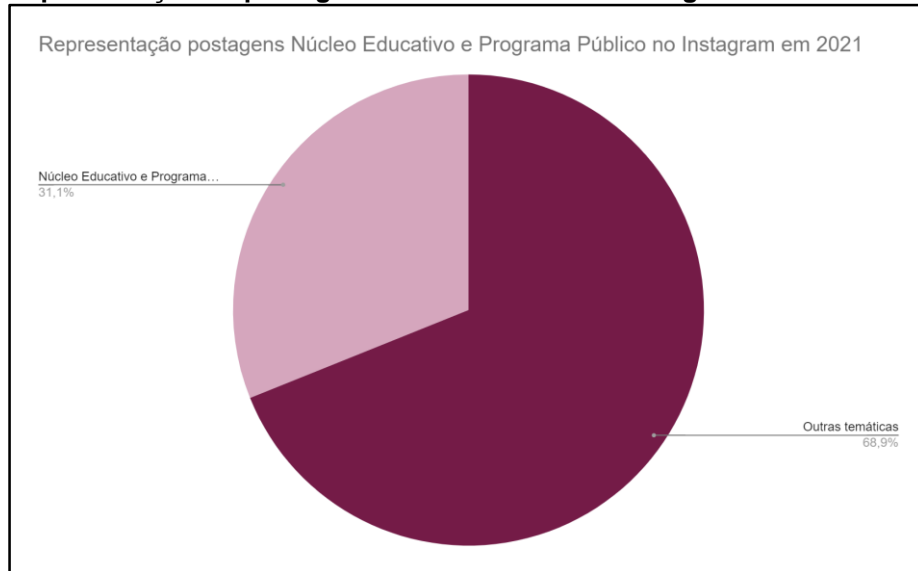
Nesse sentido, Pamela Zorn (2023) reflete que a comunicação com os públicos do MARGS acontecia de outra forma e em outro tempo, um tempo assíncrono de resposta, diferente da instantaneidade das ações presenciais. Para a mediadora e arte-educadora, “A ausência do corpo, do movimento, também marca uma diferença - mas a vantagem do *online* também era a de estabelecer diálogo com públicos de fora da cidade, do estado, do país” (Zorn, 2023, documento eletrônico). A percepção sobre a ampliação do público em relação ao alcance geográfico também foi um dos pontos positivos levantados por Carla Batista (2023). Ela considera que o uso do *Instagram* no período de pandemia foi

[...] de fundamental importância, pois foi o elo que permaneceu ativo com os nossos públicos e, ao mesmo tempo, nos ofertou propósito em seguir trabalhando em um período tão difícil. [...] Nos cursos, as atividades on-lines permitiram um alcance geográfico extraordinário. Tivemos inscritos de vários estados brasileiros, de diferentes regiões geográficas. Também tivemos muitos retornos positivos dos públicos via mensagens e comentários. Então, acredito, que de uma forma diferente da usual, do contato, do diálogo e da experiência presencial, conseguimos estabelecer um espaço de trocas também pelo *Instagram* (Batista, 2023, documento eletrônico).

Em 2021, o MARGS fez 312 postagens no *feed* do seu perfil no *Instagram*, com maior concentração de publicações nos meses do segundo semestre do ano, especialmente em Novembro. Neste mês foram 34 *posts*, sendo que 15 foram

publicações do Núcleo Educativo e de Programa Público. Ao longo do ano foram realizadas um total de 97 postagens (Gráfico 1), significando 31,1% do *feed* do Museu.

Gráfico 1 – Representação de postagens Núcleo Educativo e Programa Público em 2021



Fonte: Gabriela Mattia, 2023.

O período de junho teve a maior proporção de publicações do setor - de um total de 27 publicações, 15 eram do educativo. Alves (2022) publicou um estudo sobre o conteúdo do MARGS publicado no *Instagram* durante o primeiro ano de Pandemia. Vê-se que nesse meio onde o MARGS acontece, seu Educativo o acompanha, atuando em diferentes frentes e formatos. A seguir compreenderemos quais ações foram realizadas em 2021 sob responsabilidade do Núcleo Educativo e de Programa Público. Ressalto que este ano foi marcado pelo trabalho híbrido, onde havia escala de trabalho para ações presenciais e ainda atividades remotas *online*.

Como mencionado no capítulo anterior, o MARGS possui um histórico de ações educativas que remontam ainda aos seus primeiros anos de atividades, tendo sido estabelecido o Núcleo de Extensão em 1978, passando por diferentes transformações e nomenclaturas até 2019, quando então torna-se Núcleo Educativo e de Programa Público. É relevante identificar as pessoas por detrás das nomenclaturas dos núcleos institucionais, uma vez que a cadeia museológica só se realiza porque é conduzida por pessoas.

Durante o período estudado, o Núcleo Educativo e de Programa Público foi composto por oito mulheres cisgênero, cinco delas autodeclaradas negras e as outras três autodeclaradas brancas. As servidoras eram Carla Batista e Izis Abreu, ambas com título de Mestras, a primeira em Educação (Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade de Santa Cruz do Sul) e a segunda em Artes Visuais (Programa de Pós-graduação em Artes Visuais da UFRGS). Carla Batista atua no Museu desde 2012 e desde 2014 no setor, enquanto Izis Abreu iniciou sua trajetória no Museu pelo Núcleo de Curadoria em 2018 e, entre 2020 e 2022, passou a compor o setor educativo.

As demais componentes atuavam através de estágio acadêmico: Ana Chini, Caroline Ferreira e Pamela Zorn eram graduandas em Artes Visuais/UFRGS; Daniele Barbosa e Amanda Barcellos eram graduandas em História da Arte/UFRGS, e Aline Zimmer, mestranda em Artes Visuais/UFRGS. É significativo frisar, como mencionado no capítulo anterior, que o Núcleo de Comunicação e Design teve grande entrosamento com o setor educativo. Tal reflexão é essencial, ainda mais se pensarmos que as ações educativo-culturais compõem o fazer museológico (SANTOS, 2008) e estão diretamente vinculadas às ações de comunicação museológica, buscando diversas estratégias de dialogar com seus públicos. O setor de comunicação era coordenado por Fernanda Medeiros e composto também por Leonardo Pessetti, estudante de Graduação em Artes Visuais/UFRGS.

É relevante considerar, também, quais as linhas de pensamento que direcionaram as forças de trabalho do Núcleo Educativo do MARGS, inclusive para conceber e executar as ações em meio digital. Elas foram as mesmas referências que nortearam os esforços do Núcleo antes, durante e mesmo após a oficialização do fim do *status* de emergência global da pandemia³², como podemos ver a partir das considerações de Carla Batista (2023):

A rede [*Instagram*] tem características próprias e determina o formato que precisa ser feito para gerar engajamento e, dependendo do tipo de material publicado, ela não faz uma entrega eficiente. No MARGS tínhamos estabelecidos de forma muito nítida quais eram os princípios que guiavam nossas ações educativas e o "diálogo" sempre foi uma questão central para a gente. Então apenas produzimos os conteúdos que estivessem de acordo com o nosso entendimento, princípios e valores em relação à educação a partir da arte.

³² Diferença entre fim da pandemia e a finalização do *status* de emergência global no Blog da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Disponível em <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/o-fim-da-pandemia/>. Acesso 28 mai. 2023.

Nesse sentido, é importante mencionar os conceitos e referências utilizados pelo Núcleo Educativo e de Programa Público do MARGS sobre arte-educação mediação em museus, uma vez que estes temas são trabalhados por muitas outras pesquisadoras e pesquisadores, com conceitos às vezes complementares, às vezes opostos ou combativos. O primeiro, um estudo de Carmen Mörsch (2016) sobre quatro tipos de discursos da mediação como Afirmação, Reprodução, Desconstrução e Transformação; onde compreende-se os múltiplos papéis que uma conversa de mediação pode ocupar, alguns previstos e encorajados pela instituição e outros mais desafiantes ou até combativos. Outro estudo é o artigo “Tudo isso que chamamos de formação estética: ressonâncias para a docência”, de Luciana Gruppelli Loponte (2017), pesquisadora do ARTEVERSA, grupo de estudo e pesquisa em arte e docência da UFRGS que discute sob perspectivas contemporâneas e filosóficas as possibilidades da arte-educação.

Outra referência que embasa as ações do setor é o estudo de Marília Xavier Cury (2005) sobre comunicação e pesquisa de recepção para abranger a arte-educação dentro do espaço museológico. Por último, há também o debate crítico sobre a instituição museu, local de disputa de narrativas e de poder, com grande passado colonial. Nesse sentido, uma das referências utilizada pertence à publicação “Arte e Descolonização” do Museu de Arte de São Paulo (MASP) em parceria com o centro de pesquisa Afterall da *University of the Arts* de Londres de 2019³³, intitulada “Nós prometemos descolonizar o museu: uma revisão crítica da política museal contemporânea” (Cocotle, 2019). Brenda Cocotle é uma pesquisadora mexicana, com atuação em museus e universidades do país. A autora fez parte de um projeto sobre arte e descolonização do Museu de Arte de São Paulo (MASP) junto ao Afterall, que visa questionar narrativas oficiais do MASP e a configuração eurocêntrica do mundo da arte (como uma história única e totalizante). Essas referências basilares ao Núcleo Educativo do MARGS também estiveram presentes nos processos de reconfiguração das estratégias e ações educativas para o ciberespaço.

³³ Disponível em <https://masp.org.br/arte-e-descolonizacao>. Acesso 20 abr. 2023.

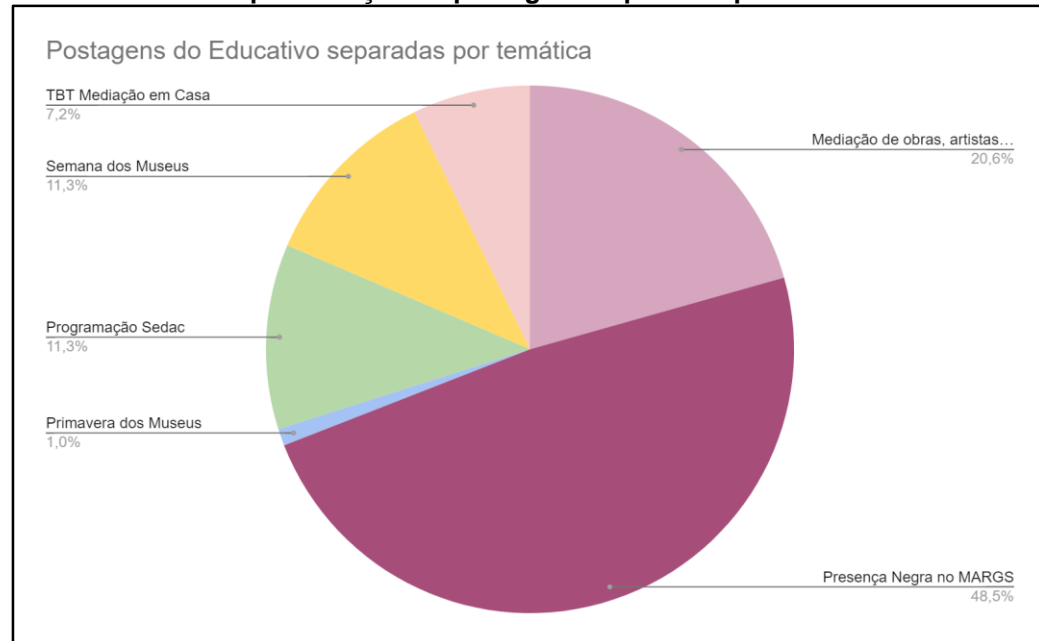
A percepção das componentes do Núcleo acerca de sua participação é bastante diversa. Carla Batista (2023) atuou em todas, mas de diferentes formas: “como proponente, como revisora, como pesquisadora etc”, enquanto Daniela Barbosa pontua:

É difícil lembrar com tanta certeza em quais ações exatamente eu estive envolvida. Mas vou citar algumas de que me lembro rapidamente: Atividade educativa para a exposição do Yeddo Titze, em que realizei oficina *online*. Pesquisa, produção e revisão dos cards do Projeto Presença Negra, em especial os que trataram de Maria Lídia Magliani, dentro ainda do Presença atuei na elaboração e estruturação do grupo de estudos, que teve suas divulgações e compartilhamento de resultados do grupo na página. Também contribuí em alguns materiais acerca da exposição de Lia Menna Barreto (Barbosa, 2023, documento eletrônico).

Ana Carolina Chini (2023) também lista as mediações em vídeo, o Presença Negra no Acervo do MARGS e a oficina virtual. Pamela Zorn retoma algumas atividades realizadas ainda em 2020, como o Quiz do MARGS, mas comenta que participou principalmente do Presença Negra no MARGS e das mediações em vídeo.

Nessa perspectiva, buscou-se identificar as temáticas norteadoras das ações educativas realizadas no *Instagram*, onde foi possível reconhecer projetos institucionais, demandas específicas de programação e retomada de ações educativas anteriores. Organizamos, então, as 97 publicações do Núcleo Educativo em temáticas para possibilitar a apresentação das ações e as análises quanti-qualitativas das relações do público externo em subcapítulos a seguir.

As temáticas criadas e a respectiva quantidade de *posts* são: Presença Negra no MARGS (47), Mediação de obras, artistas e exposições (20), Programação da Sedac (11), Semana dos Museus (11) e *TBT* Mediação em casa (07). A partir do Gráfico 2 pode-se compreender que praticamente metade das postagens (cerca de 48,5%) fez parte do Presença Negra no MARGS, quanto às mediações de outras obras, artistas e exposições ocuparam 20,6% das publicações do Núcleo Educativo.

Gráfico 2 – Representação de postagens separadas por temática

Fonte: Gabriela Mattia, 2023.

Programações externas também têm um espaço significativo, pois ao somar os 11,3% das postagens referentes à Programação da Sedac aos 11,3% da Semana dos Museus e o único *post* da Primavera dos Museus (ambos eventos fomentados pelo Ibram), temos 23,6% das postagens respondendo a demandas externas. Por fim, os 7,2% restantes representam a ação pontual de retomada da Mediação em casa, uma proposta educativa com dez edições ocorridas em 2020.

Cabe ressaltar que diversas ações educativas que podem ser caracterizadas como ações de mediação estão em outra temática, a fim de compreender e apresentar as conexões dos projetos e motivações próprias. Um exemplo é o caso das publicações intituladas Presença Negra no Acervo do MARGs, que apresenta artistas presentes no Acervo Artístico do MARGs, sua produção, poética e obras. Sua informação, construção e objetivo de dialogar sobre os artistas podem ser lidos como uma atividade de mediação (Barbosa, 1989), sua motivação, no entanto, é de um discurso de crítica institucional (Mörsch, 2016) que compõe o grande projeto Presença Negra no MARGs. A ação de mediação surge como método de comunicação deste Programa Público. Nesse sentido, ainda que as ações foram separadas por temática, as metodologias não se excluem uma da outra. Algumas metodologias do Núcleo se atravessam, até por seu caráter experimental e não limitadas a uma categorização teórica, como veremos a seguir.

3.2.1 Programação da Secretaria Estadual de Cultura

O MARGS é uma instituição pública vinculada à Secretaria Estadual de Cultura, a qual promove campanhas para celebrar datas comemorativas do calendário nacional que trata sobre feitos históricos e luta pelos direitos humanos. Assim, diversas instituições estaduais aderem a programação com ações próprias, sendo comum no MARGS que estas sejam encabeçadas pelo Núcleo Educativo.

No Janeiro Lilás, mês da Visibilidade Trans, o Núcleo publicou um vídeo com Gabriella Meindrad, Secretária de Estado Adjunta da Cultura (Figura 26), e uma série de *stories*³⁴ conceituais explicativos sobre as diferenças entre expressão de gênero, sexo biológico e orientação sexual, explicação dos termos “cisgênero”, “transgênero”, “transexual”, entre outros (Figura 27). Cabe destacar que o último dos 21 *cards* publicados e destacados compartilha as referências bibliográficas da pesquisa realizada a fim de pontuar de onde o Núcleo partiu e se baseou para poder promover este diálogo. Esta ação educativa contou com pesquisa, escrita, produção artística de Pamela Zorn, de material gráfico, além da produção do vídeo³⁵.

³⁴ “*Stories*” é o plural de “*story*”, um recurso do *Instagram* que permite postagens temporárias com duração de 24h que podem ser arquivadas quando fixadas por meio de “destaques” no perfil do usuário.

³⁵ Informações sobre a atividade Dia da Visibilidade Trans no MARGS. Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/dia-da-visibilidade-trans-2021/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

Figura 26 – Captura de tela do vídeo Janeiro Lilás - Mês da Visibilidade Trans de 2021



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Figura 27 – Montagem com os três primeiros cards do destaque Dia da Visibilidade Trans



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

A postagem do vídeo angariou 687 visualizações, 102 curtidas, um salvamento e doze comentários, desses, oito são de *emojis*. Os outros quatro contêm comentários positivos sobre o assunto, com “Muito bem!!!”, “Que beleza, chega de preconceito! ♥”, “..♥ Descortinando preconceitos!! Graças Graças Graças!!!!!!” e “Isso sim dá orgulho de

ser gaúcho.” Já os *stories* somaram 1.238 visualizações, sendo 23 delas da reportagem do vídeo da Secretária Adjunta.

Em março houve mais uma edição do evento “Mulheres artistas, questões atuais” para repensar criticamente o Dia da Mulher. Este evento foi criado em 2015 e segue com edições anuais. Durante os dois primeiros anos de pandemia o formato foi adaptado para o ciberespaço. No *Instagram*, a ação foi uma divulgação da *live* que seria realizada no *YouTube* do Museu (Figura 28). Essa ação integrou a programação da campanha “Força Feminina”, da Secretaria de Estado da Cultura do RS, e sua divulgação somou 157 interações no *Instagram*.

Figura 28 – Card de divulgação do evento “Mulheres artistas, questões atuais” (2021)



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

O mês de Abril contou com uma publicação dentro da programação “Repensando 19 de abril – Uma reflexão sobre as contradições desta data” da Sedac, onde o Núcleo utilizou da metodologia do seu projeto “Investigações do agora” para pesquisar e produzir conteúdo para os *cards* (Figura 29).

Figura 29 – Capa da postagem “Investigações do agora”, que compôs a campanha “Repensando 19 de abril – Uma reflexão sobre as contradições desta data” da Sedac (2021)



Fonte: Centro de Documentação e Pesquisa Christina Balbão/MARGS, 2023.

Segundo a própria postagem apresenta, este projeto visa difundir “pesquisas que dialogam com o acervo do Museu e cuja pertinência se dá pela atualidade e urgência das questões que mobilizam”³⁶. Assim, a base da pesquisa do Núcleo é a própria pesquisa externa de Diego Beck sobre imagens e representações na arte do Brasil e o conteúdo trouxe para o debate desta data a influência de povos originários na formação do RS. Cabe ressaltar a relevância da obra, uma das primeiras aquisições do Acervo Artístico do MARGS: a obra “O Gaúcho” (1954), de Vasco Prado.

No mês de Junho um carrossel de *cards* buscou proporcionar um diálogo sobre o Orgulho LGBT e as imposições sociais a essa comunidade a partir da perspectiva retratada na exposição 5 CASAS, de Bruno Gularte Barreto³⁷. Esta exposição é um dos

³⁶ Acesse mais informações sobre a atividade Análise da obra Gaúcho, de Vasco Prado – Projeto Investigações do agora em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/analise-da-obra-gaucha-de-vasco-prado-projeto-investigacoes-do-agora/>

³⁷ Acesse em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/dia-internacional-do-orgulho-lgbt-2021/>

resultados do artista na pesquisa sobre sua memória, relação com sua cidade natal e objetos diversos de sua vivência familiar e infantil (Barreto, 2021). A postagem traz na capa do carrossel uma fotografia da exposição com grande foco em uma aquarela e no texto com marcações em caneta que apresentam a história do amigo de infância do artista, chamado Rodier (Figura 30).

Figura 30 – Captura de tela da postagem sobre o Dia Internacional do Orgulho LGBT



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Nos outros oito *cards* há textos para mediar os públicos e esses dois objetos. Há uma breve apresentação da exposição, apresentação do Rodier enquanto uma das 5 casas é revisitada pelo artista, abordagem sobre a intimidade desta pessoa e da homofobia pela qual passou para aí apresentar trechos dos relatos presentes na exposição. Outro *card* que afirma que o relato traz reflexões sobre o isolamento de pessoas LGBT, seguido de mais um trecho de relato. Como finalização, um trecho de autoria de Alexandre Santos (disponível no folder da exposição) e uma pergunta direta ao público: “Como contribuimos (ou como podemos contribuir) coletivamente para que a experiência individual não seja reprimida?”.

O último *card* (antes do *card* destinado ao logos da exposição e do MARGS) conclui observando que o dia 28 de junho é o Dia Internacional do Orgulho LGBT e como

relatos atuais e urgentes como o de Rodier demonstram o quanto a sociedade necessita avançar para uma realidade que não viole pessoas que estão fora de um padrão já aceito socialmente (Figura 31).

Figura 31 – Captura de tela da postagem sobre o Dia Internacional do Orgulho LGBT



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Essa postagem compôs a programação em celebração ao Orgulho LGBT promovida pela Sedac. Ela somou 167 interações na mídia, entre 153 curtidas, 3 salvamentos e 11 comentários. Todos, vale destacar, foram de apoio à causa; o próprio Rodier elogiando o projeto e comentando que a luta LGBT segue cada vez mais forte, um elogiando a exposição e o Rodier, cinco com emojis da bandeira LGBT, corações, arco-íris ou palmas e os outros três com avaliações sobre a própria exposição (Figura 32):

Figura 32 – Captura de tela de comentários da postagem sobre o Dia Internacional do Orgulho LGBT



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Em novembro, o calendário da Sedac propôs o debate sobre “Ano do Cinquentenário do 20 de Novembro, Dia da Consciência Negra”. Realizaram-se sete publicações no formato “TBT” (este formato será melhor explicado em uma seção específica) onde ações do Programa Público Presença Negra no MARGS foram retomadas, quatro delas no mês de novembro e outras três durante o mês de dezembro, a fim de retomar todos os encontros realizados ainda que ultrapassassem o mês definido no calendário da programação. Cabe salientar que os dados dessa ação não ficam contabilizados na temática própria do Presença Negra no MARGS justamente por responder a uma demanda externa e, ainda que tenham que ter sido escolhidos trechos e reflexões, era uma ação de retomada do projeto original.

Na postagem os públicos tiveram acesso a pequenos trechos de falas proferidas no *YouTube* e aos questionamentos que compunham a apresentação do respectivo encontro. A legenda da postagem explicava o TBT:

Mês da Consciência Negra | TBT Presença Negra no MARGS Você sabia que em 2021 comemora-se o cinquentenário do 20 de novembro? E que o primeiro movimento em torno da data teve seu início no Rio Grande do Sul? Para homenagear Zumbi do Quilombo dos Palmares, o Grupo Palmares de Porto Alegre realizou um primeiro ato em 1971, em 20 de novembro, data da morte do mártir. Por isso, 2021 foi oficializado por decreto do Governo do Estado do RS como o ano do cinquentenário da data. Em comemoração ao mês da Consciência Negra, relembramos a série de palestras e debates realizada pelo Programa Público “Presença Negra no MARGS”, trazendo nas próximas semanas trechos com falas dos convidados. Hoje, destacamos o evento de abertura do programa, que teve apresentação de Izis Abreu e Igor Simões. O vídeo completo está disponível no canal do *YouTube* do MARGS (link na bio). O Programa Público “Presença Negra no MARGS” se alinha ao conjunto de ações que a SEDAC, por meio de suas instituições, desenvolve no âmbito do “Ano do Cinquentenário do 20 de Novembro, Dia da Consciência Negra”. “Presença Negra no MARGS” consiste em um amplo e extenso programa institucional, em desenvolvimento no Museu, propondo o debate e a reflexão sobre a presença e representatividade de artistas negros e negras no Acervo Artístico do Museu e também no sistema da arte (MARGS, 2021, documento eletrônico).

É relevante destacar que aqui podemos compreender um pouco da dinâmica da plataforma. Para o *Instagram* os três primeiros *posts* dessa ação são interpretados como vídeo: é um vídeo curto com legenda; há número de visualizações e o número de curtidas fica em média de 34,3. Os outros quatro *posts* são em formato de carrossel, ainda que contenham vídeos. Não há número de visualizações e o número de curtidas ficou na média de 31,25, muito abaixo da média total de 112,6 curtidas por postagem.

Vale pontuar que as publicações relacionadas à Programação da Secretaria Estadual da Cultura somam 11,3% dos 97 *posts* do Núcleo Educativo. Ainda assim, publicações dessa temática não foram especificamente mencionadas pelas participantes no estudo interno realizado. Talvez demonstrando o distanciamento temporal (duas das entrevistadas indicaram não lembrar totalmente das ações nas quais participou), ou pelo fato de que, pela grande diversidade de atividades *online*, as que exigiram mais tempo de produção ou ainda mais pesquisa foram mencionadas prontamente. Já outros 11,3% das postagens do Núcleo são referentes à Semana dos Museus, análise apresentada a seguir.

3.2.2 Ação 19ª Semana dos Museus - Promoção Instituto Brasileiro de Museus

Uma série de onze postagens fizeram alusão à proposta da 19ª Semana dos Museus, um evento anual promovido pelo Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) que

propõe debate nacional em instituições museais sobre determinado tema. No caso de 2021 foi “O futuro dos museus: recuperar e reimaginar”.

Além de convidar a participação dos seus públicos de forma geral através de caixinha de respostas, *chat* de mensagens e *e-mail*, o Educativo convidou profissionais de diversas áreas para responder à pergunta: “A partir da atuação no presente, como gostaria de imaginar o MARGS em seu futuro?” (MARGS, documento eletrônico). A postagem com mais curtidas foi a de apresentação da ação educativa, somando 249 curtidas, dez comentários e quatro salvamentos (Figura 33).

Figura 33 – Captura de tela da postagem da proposta da 19ª Semana dos Museus no MARGS



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Já a postagem de respostas dos profissionais convidados com mais curtidas (125) foi a que apresentava excertos das reflexões da Professora Vanessa Aquino (Figura 34).

Figura 34 – Captura de tela da resposta de Vanessa Aquino à proposta da 19ª Semana dos Museus no MARGS



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Nela, Vanessa Aquino responde que gostaria de ver o MARGS recebendo visitantes da cidade e turistas, compartilhando o patrimônio com os seus públicos e cumprindo sua função social. Além das curtidas, a postagem também teve interações de comentários (10) e de salvamentos (02). A média de curtidas em todas as postagens desta ação é de 110,5.

Nas outras respostas, a função social do museu foi abordada em diferentes formas, como maior abertura a mais públicos, construções coletivas sobre história, maior convite e apropriação para as pessoas voltarem ao Museu, questões de representatividade para diversos grupos sociais, decolonialidade para além do discurso, em transformação, práticas contemporâneas integradas e horizontais, museus como fonte de inspiração para crianças e jovens negros.

Nas palavras de Cristina Barros (Figura 35), “Neste caminho, anseio que o MARGS possa exercitar, cada vez mais, uma posição de escuta ativa de seus públicos externos e internos – sejam eles especializados ou não”³⁸ e já o artista visual e professor Estêvão Fontoura pontuou: “Devemos seguir: que o museu possa ser cada vez mais um

³⁸ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CPOAYOnA37w/>. Acesso em: 10 jul. 2023.

espaço plural, de encontros e conexões, democrático e promotor da educação, da arte, da cultura e da CIDADANIA”³⁹. As respostas destes profissionais podem ser encontradas no *feed* do Museu e no seu repositório de Acervo Documental⁴⁰.

Figura 35 – Captura de tela da resposta de Cristina Barros à proposta da 19ª Semana dos Museus no MARGS



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 jul. 2023.

As onze publicações proporcionaram 1.215 curtidas ao total, 79 comentários, e 28 salvamentos. A publicação referente à Primavera dos Museus (evento também promovido pelo Instituto Brasileiro de Museus) divulgou a realização de visitas mediadas às exposições em cartaz no MARGS, através de agendamento pela plataforma Symply. Surpreendentemente essa publicação chegou aos seguintes números: 523 curtidas, 10 comentários, 82 compartilhamentos e 10 salvamentos; um total de 625 interações, praticamente metade de toda a ação da Semana dos Museus (que contabilizou 1.322 interações na plataforma).

³⁹ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CPGUX0HAYE9/>. Acesso em: 16 jul. 2023.

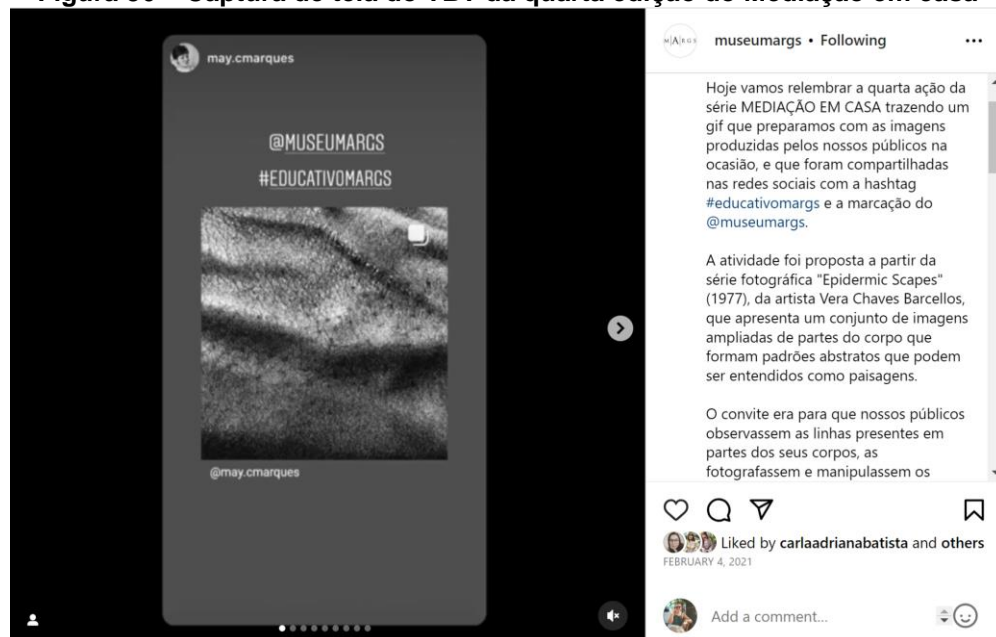
⁴⁰ Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/19a-semana-nacional-de-museus-o-futuro-dos-museus-recuperar-e-reimaginar/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

3.2.3 TBT Mediação em casa

O *tbt* é um componente muito peculiar na dinâmica de postagens do *Instagram*. Tratam-se de publicações que retomam acontecimentos passados, sob o título que abrevia a expressão em inglês “*Throwback Thursday*”, que poderia ser traduzido para o português como “quinta-feira do retorno” ou “quinta-feira do regresso”. Numa rápida pesquisa nesta mídia, vê-se que a *hashtag* soma mais de 583 milhões de publicações; número que seria ainda maior se contássemos as diferentes grafias e variações desta temática, como “tbt☐”, “TBT” e “tbtzão”, por exemplo.

No MARGS essa dinâmica foi utilizada apenas duas vezes pelo Núcleo Educativo em 2021. A primeira foi em relação à Mediação em casa, uma ação educativa *online* que se iniciou logo após o Museu fechar as portas em função da COVID-19 em março de 2020 (Figura 36).

Figura 36 – Captura de tela do TBT da quarta edição do Mediação em casa

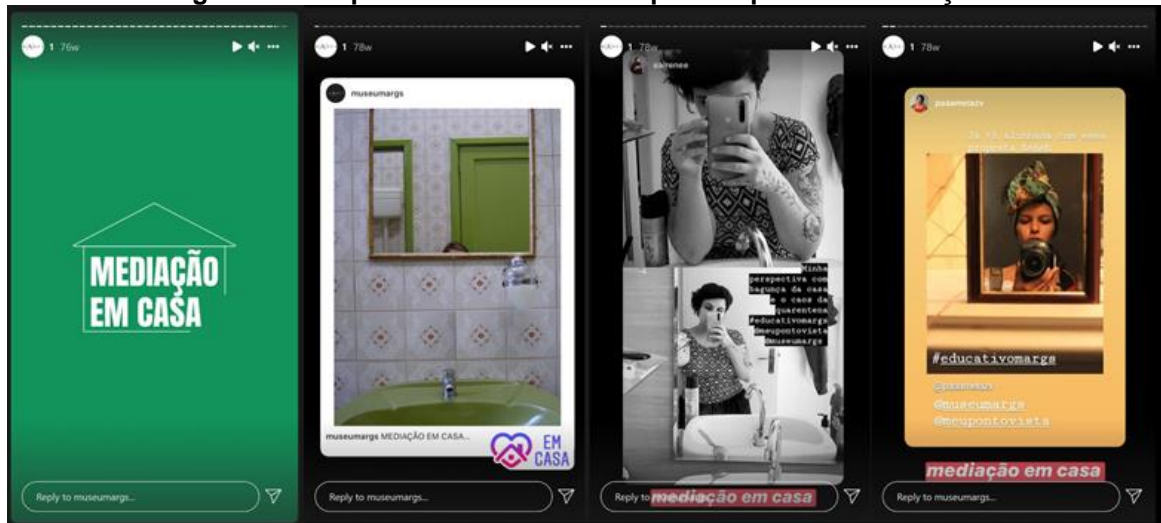


Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

O primeiro Mediação em Casa aconteceu ainda em março de 2020, numa rápida resposta ao fechamento da instituição por conta das medidas de segurança contra a COVID-19 (Figura 37). O projeto foi encerrado após sua décima edição em maio do

mesmo ano (Aquino, Mattia, 2021). Essa ação visava a interação e a colaboração do público, considerando a proposta de que as pessoas compartilhassem em seus perfis do *Instagram* as suas criações que correspondiam à obra mediada pelo MARGS naquela semana. O compartilhamento era então recebido pelo Museu através da hashtag #educativomargs e ao marcar o @museumargs na publicação (Aquino, Mattia, 2021).

Figura 37 – Captura de tela dos destaques do primeiro Mediação em casa



Fonte: Aquino, Mattia, 2021.

No total foram 10 semanas voltadas ao projeto que se transformaram em postagens nos *Stories* e no *Feed* do perfil do Museu. Esse projeto somou 1964 interações com o público, sendo 1.744 curtidas, 36 comentários e 184 *reposts* (o público compartilhava em seu perfil pessoal e o MARGS repostava) (Aquino, Mattia, 2021). Ainda em 2020 começaram os TBTs desta ação, publicando, no *feed* vídeos que retomavam e apresentavam a obra escolhida e as produções do público seguido dos *cards* originais com as respectivas propostas.

A quarta e quinta edição do Mediação em casa inauguraram os TBTs de 2021 em fevereiro. No mês de abril também tiveram duas edições deste TBT, enquanto março, maio e junho contaram com uma retomada da ação, somando, então, sete publicações deste tipo.

O público não engajou nesta retomada, chegando a apenas 556 interações no total. Há a possibilidade de que isso tenha acontecido por causa dos *cards* originais adicionados à postagem, pois mesmo que o Museu tenha reunido as produções do

público em vídeo (que melhora o alcance), o algoritmo não interpretou assim, e o considerou um carrossel. É uma lógica do algoritmo em priorizar que vídeos apareçam em mais *feeds* de usuários, uma vez que os vídeos garantem mais tempo de visualização do que uma postagem estática ou com muito texto - prestigiando formatos que provoquem mais tempo de tela e de uso da mídia por parte dos usuários. Outros estudos poderiam aprofundar este debate sobre instituições museológicas cederem ou não aos formatos específicos das plataformas digitais.

A segunda ação de retomada é intitulada “TBT Presença Negra no MARGS”, que iniciou em novembro de 2021, a partir de uma proposição da Sedac sobre “Ano do Cinquentenário do 20 de Novembro, Dia da Consciência Negra”, retomando os conceitos trabalhados nos Encontros *online* de História, Teoria e Crítica da Arte sob coordenação de Igor Simões, no grande Programa Público intitulado Presença Negra no MARGS. Esta segunda atividade é um exemplo de ações que poderiam se encaixar em diferentes categorizações, uma vez que surgiu como resposta à demanda da Programação da Sedac, se caracteriza como TBT e ainda aborda acontecimentos do projeto Presença Negra no MARGS.

3.2.4 Mediação *online* de obras, artistas e exposições

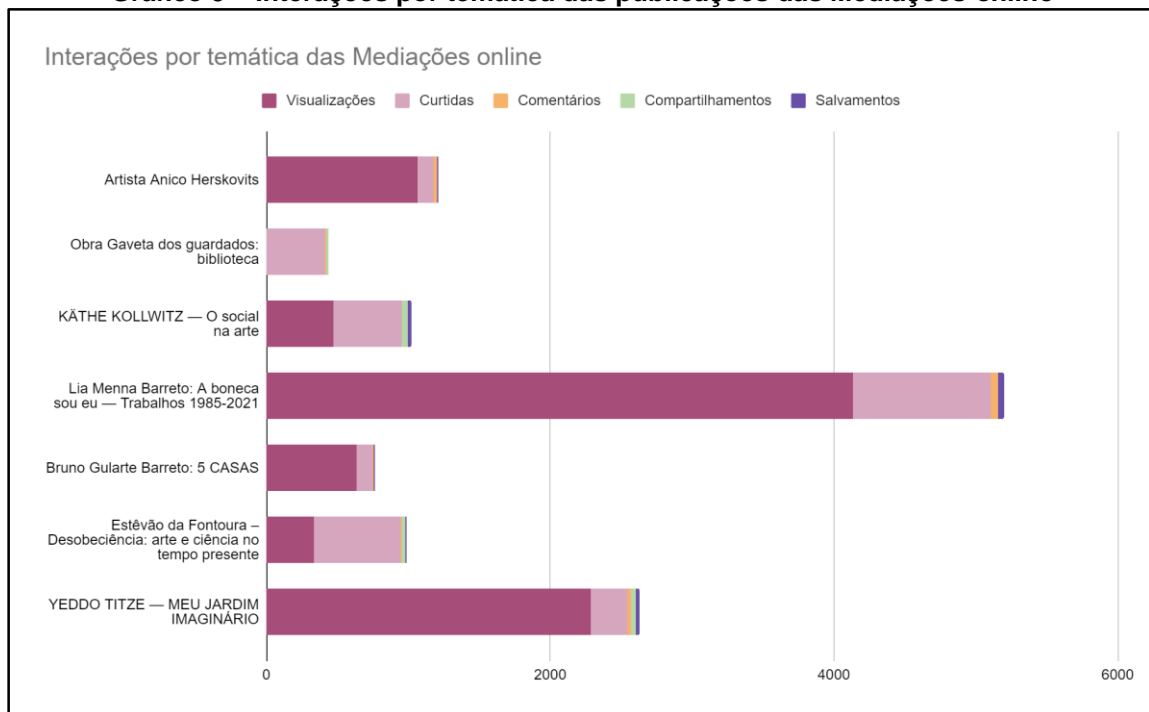
Outro tipo de atividade que teve espaço no *Instagram* institucional foram as mediações propriamente ditas, sejam de exposições ou obras. As motivações dessas mediações foram variadas e as que aconteceram para compor o Programa Público Presença Negra no MARGS são analisadas no próximo subcapítulo. As que foram demandadas pela Programação da Secretaria de Estado da Cultura foram analisadas no subcapítulo 3.3.1. Levando isto em consideração, as demais mediações chegam a um total de 20 mediações, onde dois formatos foram utilizados: em vídeo e em imagem e texto, o que considere como *card*.

A mediação em vídeo mais visualizada (com 2.130 reproduções) foi realizada pelo artista Sandro Ka sobre as obras presentes na exposição “Lia Menna Barreto: A boneca sou eu — Trabalhos 1985-2021”; mostra que também teve mediação sobre a obra “Diário de uma boneca” - em formato de *card* - com mais comentários (28) e mais salvamentos (31). A mediação mais curtida foi uma em formato de *card* sobre a obra “Gaveta dos

guardados: biblioteca”, de Élide Tessler, presente na exposição “Acervo em movimento”. A postagem de mediação que teve mais compartilhamentos foi a terceira da série intitulada “KÄTHE KOLLWITZ — O social na arte”, somando 23 compartilhamentos.

Analisando em conjunto estas vinte mediações, as publicações movimentaram 12.261 interações com o público, entre curtidas (2.950), comentários (142), compartilhamentos (105), salvamentos (134) e visualização dos vídeos (8.930). É necessário pontuar que essas interações podem significar uma aproximação dos públicos, especializados ou não, às obras, aos artistas e ao próprio Museu. A mediação, seja presencial ou *online* se dá com a finalidade de reunir pessoas numa proposição dialógica de reflexão. Para podermos compreender as diferentes quantidades de interações neste tipo de ação, apresento, a partir do Gráfico 3, estas interações de publicações seccionadas por temáticas.

Gráfico 3 – Interações por temática das publicações das Mediações *online*



Fonte: Gabriela Mattia, 2023.

Compõem este quadro as mediações sobre: a artista Anico Herskovits; a obra “Gaveta dos guardados: biblioteca”, de Élide Tessler; a série de postagens “O social na arte” sobre Käthe Kollwitz, perspectivas sobre a exposição Lia Menna Barreto: A boneca

sou eu – Trabalhos 1985-2021; ações sobre a exposição 5 CASAS de Bruno Gularte Barreto. E ainda a exposição Estêvão da Fontoura: DESOBECIÊNCIA – Arte e ciência no tempo presente e a Yeddo Titze – Meu jardim imaginário.

Nesse sentido, é relevante destacar que os dados no gráfico são apresentados por temática, sendo que algumas destas temáticas tiveram mais de duas ou três postagens, enquanto outras tiveram uma única publicação. Um exemplo é a mediação sob a temática “Artista Anico Herskovits”, vídeo realizado por Camila Salvá, que aborda a relação da artista Anico Herskovits com a o MAM Atelier de Litografia de Porto Alegre; enquanto as interações em postagens da exposição “Lia Menna Barreto: A boneca sou eu — Trabalhos 1985-2021” somam os números de quatro mediações *online*.

Essas quatro mediações são compostas por três vídeos, o “Manutenção de obras vivas”, que teve participação do Núcleo de Curadoria, o “Passeio pela exposição com Sandro Ka”, que ativou a parceria com o artista Sandro Ka, grande admirador e entusiasta da produção de Lia Menna Barreto, e a Visita mediada *online*, na qual as mediadoras Ana Chini e Pamela Zorn apresentam a exposição, a trajetória da artista e seus trabalhos em aproximadamente quatro minutos⁴¹.

As mediadoras também destacaram duas obras: a “Colar” e a “Máquina de bordar”, possivelmente pela primeira ser um trabalho realizado exclusivamente para aquele espaço (Figura 38) e a segunda ser uma obra efêmera que ficou em produção durante todo o período expositivo (Figura 39). O vídeo foi produzido na horizontal e também é disponibilizado no *YouTube*.

⁴¹ Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/mediacao-em-video-da-exposicao-lia-menna-barreto-a-boneca-sou-eu-trabalhos-1985-2021/>. Acesso em: 16 jul.. 2023.

Figura 38 – Captura de tela da mediação na exposição de Lia Menna Barreto sobre a obra “Colar”



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS.
Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Figura 39 – Captura de tela da mediação na exposição de Lia Menna Barreto sobre a obra “Máquina de bordar”



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS.
Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Ana Carolina Chini, uma das estagiárias do Núcleo e a mediadora na Figura 39, quando questionada sobre qual foi a proposição de atividade educativa do MARGS no *Instagram* que mais a marcou, responde “Sem dúvidas, as mediações em vídeo, onde produzíamos visitas mediadas apresentando exposições em cartaz e propondo questões

para o público pensar junto conosco a partir delas (Chini, 2023, documento eletrônico)”. Pamela Zorn (2023, documento eletrônico) também dedica atenção especial destas produções educativas:

Em termos de pesquisa, o PRESENÇA NEGRA NO ACERVO, com certeza. Agora em termos de produção e envolvimento, as mediações em vídeo, pois eu estava encarregada, junto das minhas colegas, de além de gravar e aparecer nos vídeos, de montá-los em programa de edição digital.

Outras mediações em vídeo foram realizadas com a estagiária Caroline Ferreira, porém, não foi possível realizar entrevista com a estudante. Ela participou de atividades educativas na exposição DESOBECIÊNCIA – Arte e ciência no tempo presente, de Estêvão da Fontoura⁴² (Figura 40), mostra que contou com uma visita mediada em vídeo outras duas mediações em formato de *card*⁴³.

Figura 40 – Visita mediada *online* na “DESOBECIÊNCIA – Arte e ciência no tempo presente”, de Estêvão da Fontoura



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

A mediação de Camila Salvá, mediadora voluntária no Núcleo, apresenta informações de sua pesquisa enquanto Historiadora da Arte sobre o MAM Atelier de Litografia de Porto Alegre e a relação do ateliê com a artista Anico Herskovits. Esta foi

⁴² Disponível em <https://www.instagram.com/p/CV5wkAEj6y-/>. Acesso em: 24 jul. 2023.

⁴³ Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/conteudo-on-line-sobre-a-exposicao-estevao-da-fontoura-desobeciencia-arte-e-ciencia-no-tempo-presente/>. Acesso em: 26 jul. 2023.

uma publicação de lançamento do documentário em curta-metragem “A arte do cotidiano”, sobre esta artista (Figura 41).

Figura 41 – Mediação e conversa para lançamento do documentário em curta-metragem “A arte do cotidiano”, sobre Anico Herskovits



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

A postagem contou com 1.063 visualizações, 115 curtidas (acima da média das publicações do setor educativo) e ainda 27 comentários, sendo que somente um deles era do MARGS. Talvez essa boa recepção tenha sido considerada, pois houve ainda outra mediação realizada por pessoas externas à equipe principal do Núcleo. Integrando o “Investigações do agora” e o “Presença Negra no MARGS”, Luana Dalmazo apresenta um “panorama acerca das mudanças, transições e permanências que observou no conjunto da obra de Magliani em sua pesquisa de conclusão de curso” (MARGS, 2023, documento eletrônico). Esta ação é analisada no próximo subcapítulo.

Vale destacar ainda que houve uma oficina proposta no *Instagram* em 2021. Essa ação compôs a programação da exposição “Yeddo Titze – Meu jardim imaginário”, especial para a comemoração do Dia das Crianças (Figura 42).

Figura 42 – Captura de tela da Oficina virtual de produção de estamparias



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Daniela Barbosa é aicineira do vídeo, porém todo o setor estava envolvido com pesquisa, produção, revisão e execução da atividade. Em cerca de oito minutos, a estudante de História da Arte contempla passos da proposta triangular de Ana Mae Barbosa (1989), contextualizando a ação dentro da exposição e apresentando o artista Yeddo Titze enquanto algumas de suas obras passam no vídeo para apreciação. Conectando o fato de que o próprio artista produzia estampas, Daniele propõe que a pessoa espectadora crie carimbos a partir de diversos materiais, demonstrando a ampla capacidade de estamparia que suportes simples podem oferecer.

Segundo Barbosa (2023), essa foi a atividade na qual ela se sentiu mais confortável e realizada, ainda que as pesquisas documentais e de leitura de imagem feitas para o Programa Público Presença Negra no MARGS a tenham impactado de outras formas. Esta atividade será analisada no próximo subcapítulo.

Já uma das mediações em formato de *card* tratou da obra "Diários de uma boneca", que aborda a temática da maternidade e a relação da artista com sua produção quando sua filha completou três anos (Figura 43)⁴⁴. Essa postagem foi realizada propositalmente no Dia das Mães, ainda que não mencione o fato.

⁴⁴ Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/conteudo-sobre-o-trabalho-diario-de-uma-boneca-1998/>. Acesso em: 26 jul. 2023.

Figura 43 – Publicação sobre obra Diários de uma boneca, de Lia Menna Barreto



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Um dos questionamentos propostos na entrevista estruturada indagava se houve diálogos ou trocas com o público através do *Instagram*, solicitando uma interpretação da respondente acerca das interações dos públicos às ações educativas disponibilizadas na plataforma. Ana Carolina Chini reflete sobre a espontaneidade e as trocas presenciais, grifos meus:

Não acredito que tenham acontecido trocas comparáveis às presenciais. Acredito que tenha servido como um primeiro contato, um convite, uma proposta, mas **a mediação em si necessita do contato imediato**, do corpo no espaço físico, para acontecer de uma forma mais genuína. **Muito do que é colocado na internet, passa por um filtro, as palavras e respostas são meticulosamente selecionadas**, diferente do que acontece na mediação, onde as trocas me parecem mais espontâneas (Chini, 2023, documento eletrônico).

Ainda assim, a construção de ações educativas neste meio são consideradas positivas pelas respondentes. Carla Batista (2023) afere que, junto a equipe, “abrimos uma frente de trabalho até então não explorada naquela dimensão e profundidade e começamos a migrar algumas dessas experiências para o novo momento, como as visitas mediadas *on-line* das exposições em andamento” (Batista, 2023, documento eletrônico). Vale considerar, também, o quanto estas ações demandam pesquisa, e, a exemplo do que trouxe Ana Carolina, uma seleção textual e imagética que possa ser atraente, tente difundir algum dos discursos de Mörsch (2016) e ainda alcance a proposta triangular de Barbosa (1989). Nessa perspectiva, com a retomada total das ações presenciais, novas ações de mediações *online* não previstas ou concebidas no período

híbrido, dificilmente foram realizadas. Há espaço para reflexão sobre as prioridades do Museu de realocação de recursos humanos, e a possível necessidade de futuras contratações para ampliar a atuação em meio *online* e a criação de um programa institucional voltado para essas ações.

3.2.5 Projeto Presença Negra no MARGS

O projeto Presença Negra no MARGS é a ação educativa que mais teve publicações no *Instagram* do Museu em 2021, somando 47 das 97 publicações realizadas naquele ano. Acredito ser relevante apresentar o projeto e contextualizar as ações relacionadas que movimentaram o *feed* e o também os *stories* da instituição. O projeto se inicia como análise e reflexão do setor educativo do Museu acerca da representatividade de artistas negras e negros no Acervo Artístico da instituição.

É um marco na história institucional do MARGS e do campo artístico do Sul do Brasil e merece extensas pesquisas, análises e difusão. Além da continuidade das reflexões críticas acerca da instituição e garantir que esta ação não seja a única do Museu a tratar dos temas de representatividade, descolonização, arte-educação, e ampliação dos públicos que visitam o MARGS.

Todo o projeto foi encabeçado pelo Núcleo Educativo e de Programa Público, e envolveu a parceria do Núcleo com os professores Igor Simões e Carmem Capara do curso de Licenciatura em Artes Visuais da UERGS e com o NEABi - UFRGS (Núcleo de Estudos Africanos, Afro-brasileiros e Indígenas) através do professor José Rivair Macedo. As pesquisas e concepções se iniciaram ainda em 2020 e, em 2021, as ações educativas deste Programa Público começaram a ser desenvolvidas. Elas foram organizadas em quatro projetos, todos apresentados em vídeo por cada coordenador e um vídeo de apresentação geral com o Diretor do Museu, Francisco Dalcol. O Presença Negra no Acervo do MARGS se deu em formato de postagens no *feed*, com algumas postagens no *stories*; os Encontros de História, Teoria e Crítica da Arte - Edição 4: Racialização e Arte no Brasil aconteceram pelo *YouTube* com tradução simultânea em Libras; o Curso de Extensão: pensamento negro, estética e movimento social através da plataforma *Zoom*; e o Grupo de Estudos sobre relações raciais em salas de aula virtuais através da plataforma *Google Meets*.

O debate sobre representatividade de pessoas negras no campo das artes e dos museus, tão premente e querido aos organizadores do projeto, também teve espaço em 2020 no *Instagram* do Museu com duas publicações⁴⁵, destacando “as referências de livros e pesquisas acadêmicas que têm orientado e instrumentalizado o Núcleo Educativo e de Programa Público do MARGS”. Tratam-se de publicações importantíssimas para o movimento negro e a luta antirracista.

Uma das referências bases para o debate crítico sobre o espaço museu, local de disputa de poder e com grande passado colonial, foi a publicação do Museu de Arte de São Paulo (MASP) de 2019, intitulado “Nós prometemos descolonizar o museu: uma revisão crítica da política museal contemporânea” (Cocotle, 2019). Em 2019, foi realizada uma ação artística educativa presencial no Dia da Consciência Negra. A ação, “Não queremos ser as únicas”, contou com a participação de Izis Abreu, na época trabalhando no Núcleo de Curadoria, Natália Almeida, do Núcleo Administrativo e Pamela Zorn do Núcleo Educativo e de Programa Público. Sua divulgação, registro e reflexão também compuseram o *feed* do Museu (Figura 44).

Figura 44 – Postagem sobre a ação artística educativa “Não queremos ser as únicas”



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

⁴⁵ As publicações em formato de carrossel comportam 17 referências e comentários das integrantes do Núcleo Educativo e de Programa Público. Disponível em https://www.instagram.com/p/CIEZo_ZgNVm/?img_index=1 e https://www.instagram.com/p/CIEadU7gQEt/?img_index=1. Acesso em: 16 jul. 2023.

Nessa perspectiva, questionar e levar a público os números da representatividade de artistas racializados como negros presentes no Acervo do MARGS demonstra o compromisso prático com as leituras antirracistas, de descolonização do Museu e de fazê-lo a partir de práticas educativas (Morsch, 2016; Cocotle, 2019). Para além disso, foi realizada a proposição do debate deste tema tão complexo em formatos diversos, como cursos, postagens, palestras, *lives* e encontros, e posterior exposição em 2022.

No *Instagram* em 2021, o Presença Negra no MARGS teve 47 publicações entre junho e dezembro. A primeira postagem foi em formato de *card*, divulgando o evento de lançamento do programa público. Ela foi seguida de publicações em formato de vídeos curtos, com legenda em português, e que também foram disponibilizadas no *YouTube* do Museu.

O primeiro vídeo tem a participação do Diretor Francisco Dalcol, explicando o programa público, sua origem e as ações de revisão crítica da própria instituição. No segundo vídeo, Izis Abreu apresenta o Presença Negra no Acervo do MARGS; já o terceiro, Igor Simões apresenta os Encontros de História, Teoria e Crítica da Arte - Edição 4: Racialização e Arte no Brasil. Ainda temos no quarto vídeo, José Rivair Macedo apresentando o Curso de Extensão: pensamento negro, estética e movimento social e e, na sequencia, um quinto vídeo de apresentação, Carmem Capra com informações sobre o Grupo de Estudos sobre relações raciais em salas de aula virtuais (Figura 45).

Figura 45 – Montagem de frames dos vídeos de apresentação do Programa Público Presença Negra no MARGS



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

É significativo pontuar que o Presença Negra no Acervo do MARGs, sob coordenação de Izis Abreu, foi a ação educativa que mais impactou o *Instagram* do Museu em 2021. A proposta era apresentar através de *cards* e *stories* os 22 artistas negros somando 107 obras que compunham o quadro de artistas de mais de 1.020 artistas e mais de 5 mil obras do Acervo Artístico do MARGs desde sua criação até 2018⁴⁶. O vídeo de apresentação do projeto foi disponibilizado no *Instagram* e também no canal do *YouTube* do Museu. Com um minuto de duração, teve 839 visualizações, 100 curtidas, sete comentários e um salvamento.

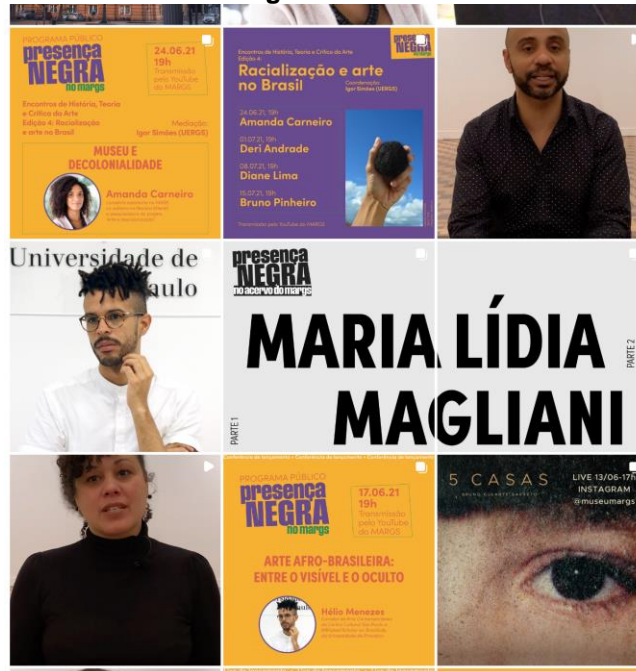
A frequência das publicações desse projeto era, inicialmente, de 15 em 15 dias, conforme apresentação do projeto pela Coordenadora da ação, Izis Abreu⁴⁷. Depois, sem periodicidade definida, foram publicados *posts* extras sobre estes artistas para ampliar as produções ou informações apresentadas, sendo a maioria destas em formato de vídeo. Para abordar os primeiros 22 artistas negros no Acervo do MARGs, as publicações se iniciaram em 15 de junho de 2021 abordando a vida e obras de Maria Lídia Magliani e foram concluídos somente em 18 de janeiro de 2023 com a mediação sobre a vida e obras do artista Renato Garcia. Nesse sentido, os dados aqui abordados trazem informações sobre o projeto dentro do período analisado de 2021, e não uma avaliação do projeto na sua completude⁴⁸. As publicações propriamente ditas apresentam um artista em dois *posts* carrosséis com 10 *cards* cada (Figura 46).

⁴⁶ Compõem o grupo de 22 artistas racializados como negros e negras que compuseram o Acervo Artístico do MARGs até 2018: André Ricardo, Antonio Sergio Deodato, Arthur Timótheo da Costa, Carlos Alberto de Oliveira, Corbiniano Lins, Dirnei Prates, Djalma do Alegrete, Emanuel Araújo, Flávio Cerqueira, Gutê, Heitor dos Prazeres, Helô Sanvoy, Jaci Santos, João Altair Barros, Leandro Machado, Maria Lídia Magliani, Momar Seck, Osvaldo Carvalho, Otacílio Camilo, Paulo Chimendes, Renato Garcia e Rommulo Vieira Conceição.

⁴⁷ Vídeo de apresentação do Projeto Presença Negra no Acervo do MARGs. Disponível em https://www.instagram.com/p/CQJLa4_g8pH/. Acesso em: 05 jul. 2023.

⁴⁸ Documentação do Projeto Presença Negra no Acervo do MARGs. Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/presenca-negra-no-acervo-do-margs/>. Acesso em: 06 jul. 2023.

Figura 46 – Captura de tela do feed: Presença Negra no Acervo do MARGS - Maria Lúcia Magliani



Fonte: Página institucional no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul - MARGS. Disponível em: <https://www.instagram.com/museumargs/>. Acesso em: 16 julho 2023.

Segundo Pamela Zorn (2023), o Presença Negra no Acervo do MARGS foi a ação educativa que mais a impactou, em termos de pesquisa. Para Izis Abreu, esta ação também foi marcante. Carla Batista listou o Programa Público Presença Negra no MARGS em sua totalidade como uma das ações que mais a impactou pelo “[...] significado e relevância do tema abordado, pelo projeto de pesquisa envolvido e por ser a mais longa ação, em formato de Programa Público, desenvolvida” (Batista, 2023, documento eletrônico).

Daniela Barbosa (2023) comenta que as pesquisas documental e imagética realizadas para as publicações em *cards* sobre Maria Lúcia Magliani “foram fundamentais para dar base e fundamento para futuras pesquisas que eu viria a realizar, além de contribuir para meu desenvolvimento crítico” (Barbosa, 2023, documento eletrônico). Essa possibilidade de crescimento pessoal e enquanto pesquisadora é um fator comentado pelas respondentes e Daniele Barbosa aprofunda essa reflexão ao comentar que

De toda forma, o trabalho de pesquisa e a autonomia permitida e compartilhada pelo Núcleo no que diz respeito a esse trabalho em específico, bem como as discussões acerca do material e seus possíveis desdobramentos junto ao público

me deram muito a pensar e desenvolver enquanto pesquisadora mas também enquanto agente do campo (Barbosa, 2023, documento eletrônico).

Cabe salientar que os públicos do Museu no *Instagram* também foram impactados. Esta ação movimentou 5.028 interações na plataforma, entre curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos. A maior quantidade de interação se deu através de curtidas (2.769) e a menor foi a interação através de comentários. Os compartilhamentos e salvamentos não diferem tanto entre si, com respectivas 138 e 158 interações. As postagens deste projeto com maior interação foram as que mediarão as obras de Maria Lídia Magliani que também eram as primeiras, demonstrando uma vontade do público em aproximar-se da artista e sua produção.

A ordem de apresentação ou prioridade na ordem de apresentação não chegou a ser comentada nas entrevistas. Há a hipótese de proporcionar mais um debate que é a representatividade da mulher negra no campo das artes, uma vez que Magliani era a única, até o ano de 2020, a compor o Acervo do MARGS. É possível afirmar que o Programa Público Presença Negra no MARGS teve retorno positivo dos públicos interno e externo. Os frutos deste trabalho ainda renderam a exposição “Presença Negra no MARGS”, duas exposições itinerantes em Pelotas e Caxias do Sul com recortes da que aconteceu em Porto Alegre, muitas atividades educativas presenciais e ainda uma segunda edição do Grupo de Estudos coordenado pela professora Carmem Capra (UERGS).

Busco, com esta breve trajetória de atividades voltadas para o debate de representatividade da população negra no MARGS, apontar que os direcionamentos e trabalho de pesquisa, atuação coletiva, a qualidade e quantidade de conteúdos realizados e disponibilizados para os públicos do Museu compõem um quadro maior do que poderia tentar abarcar no presente estudo.

3.3 O *Instagram* sob avaliação do Núcleo Educativo e de Programa Público

As informações aqui apresentadas e analisadas tiveram como objetivo propor uma base de debate sobre ações educativas de um dos mais antigos museu de arte no sul do Brasil no segundo ano de pandemia através do *Instagram*. Podemos, a partir do estudo

do que acontece ao nosso redor, no nosso contexto, compreender um pouco sobre o mundo e criar inúmeras novas perguntas.

O *Instagram* é uma mídia social que surgiu ainda em 2010, ao ser fundada pelo brasileiro Mike Krieger e pelo norte-americano Kevin Systrom, com o intuito de que seus usuários compartilhassem fotografias do seu dia-a-dia. Tama Leaver, Tim Highfield e Crystal Abidin publicaram em 2020 o livro “*Instagram: Visual Social Media Cultures*”, em tradução minha, “*Instagram: culturas de mídias sociais visuais*”. Neste estudo, os professores analisam a nova estética da plataforma, o crescente espaço de *influencers*, as políticas da mídia e mais. Eles também examinam como os usuários têm modificado seus usos no decorrer do tempo a fim de responder a essas novidades.

É interessante notar o aumento do público da plataforma. Ao ser lançado, um total de 25 mil pessoas já se cadastraram na rede, e, um mês depois, este número saltou para um milhão de usuários, ainda na versão destinada apenas para *smartphones* da empresa *Apple*. Somente dois anos depois o aplicativo da plataforma foi lançado para *smartphones* que usam o sistema *Android*. Em menos de uma semana o *Instagram* foi comprado pelo *Facebook* por um bilhão de dólares⁴⁹. Atualmente, essa é a quarta mídia mais usada no mundo (GlobalWebIndex, 2023).

Segundo Leaver, Highfield e Abidin (2020), o *Instagram* está no coração da cultura digital do mundo. Nesse sentido, cabe frisar que o ciberespaço e a cibercultura influenciam e são influenciadas pela sociedade (Lévy, 2010 [1997]). E que a própria plataforma busca diminuir casos de *bullying*, explicando formas de denunciar e proteger a si mesmo ou a família⁵⁰.

Inicialmente a plataforma buscava o compartilhamento de fotos no intuito de “das memórias serem guardadas para sempre”. Após a aquisição pelo *Facebook*, a mídia passou a contar com o modelo de negócios deste último. A partir daí o *Instagram* passou a ser uma plataforma de negócios de empresas e que apresenta diversas funcionalidades para o *marketing*. Segundo o *GlobalWebIndex* (GWI), no Brasil, o *Instagram* é a segunda

⁴⁹ Comunicado oficial do *Facebook* sobre compra do *Instagram*. Disponível em <https://about.fb.com/news/2012/04/facebook-to-acquire-instagram/>. Acesso em: 28 jul. 2023.

⁵⁰ Informações antibullying do *Instagram*. Disponível em <https://about.instagram.com/pt-br/community/anti-bullying>. Acesso em: 28 jul. 2023.

mídia mais utilizada e é a mídia onde os brasileiros passam, em média, 15,6 horas por mês.

Em 2017, ou seja, 13 anos após a fundação do *Facebook* e sete após o lançamento do *Instagram*, Martins, Carmo e Santos (2017) analisaram a presença de instituições museológicas brasileiras no *Facebook*. Nessa pesquisa, ainda que a mídia fosse gratuita, estava numa fase inicial de uso por parte das instituições, “[...] não chegando a se configurar como uma ação já incorporada nos planos de ação das instituições e mesmo das políticas públicas de cultura fomentadas pelos diferentes níveis da federação” (Martins, Carmo e Santos, 2017, p. 17).

Segundo a agência de pesquisa *Insider Intelligence* (2022) o *Facebook* segue sendo a mídia social mais utilizada na América Latina. No mesmo relatório, porém, é descrito como a plataforma tem crescido pouco em comparação com as mídias *Instagram* e *Tiktok*. As instituições museológicas também têm migrado ou adotado mais de uma mídia, e, ao menos no Rio Grande do Sul, o número de museus no *Instagram* tem crescido desde a pandemia de COVID-19 (Aquino, Mattia, 2022). Isso, no entanto, não garante que a Museologia aconteça neste espaço.

Segundo Leschenko (2015) a Cibermuseologia implica numa ampliação aos meios tecnológicos. Nela, as ações educativas podem assumir outras roupagens, com variados recursos multimídias, para os museus virtuais e também as exposições e visitas virtuais de museus tradicionalmente *offline*. A autora ainda considera a digitalização da documentação e outras formas de estratégias direcionadas às mídias digitais para desenvolvimento de atividades museológicas, ressaltando a importância de tornar os públicos ativos e atuantes nesse processo, não meramente vê-los como receptores.

Vanessa Aquino e Aline Vargas (2021), assim como Catarina Petter *et. al* (2021), ressaltam que a *internet* e as ações no ciberespaço não devem ser consideradas como naturais para todos os públicos. Há a exclusão de Pessoas com Deficiência, pela não adesão de procedimentos de acessibilidade, replicando desafios presenciais, e a exclusão digital, onde atividades *online* do campo museológico ou das artes podem vir a ser experienciadas pela *internet* por grupos muito específicos. Vanessa Aquino e Aline Vargas (2021, p. 229) resumem:

[...] mesmo com tantas perspectivas, os profissionais e as instituições culturais devem ficar atentos ao fato de que o acesso aos meios digitais ainda não engloba

a todos, bem como, o público presencial dos museus nem sempre será ativo nas redes. Da mesma forma, aqueles que acessam as informações que o museu disponibiliza no ciberespaço, não necessariamente visitam seu espaço físico (Aquino e Vargas, 2021, p. 229).

Considerando o *Instagram* como espaço educativo especialmente durante o período de pandemia e isolamento social, Izis Abreu (2023) afirma que a plataforma é positiva mas pouco efetiva. Já Ana Carolina Chini (2023, documento eletrônico) acredita

[...] que nada supere o presencial, especialmente quando falamos em educação nesses espaços [culturais], mas considero essas plataformas indispensáveis para que pudéssemos estabelecer um contato mais direto com os públicos, em um momento onde não poderia ser feito de outra forma.

Daniele Barbosa (2023) considera que o *Instagram*, neste período, foi a possibilidade encontrada para prosseguir com as ações educativas, ainda que ainda de maneira inicial, ainda muito próxima ao que se realizava presencialmente. Nesse sentido de ações no *Instagram* do MARGS, Barbosa considera

[...] que as realizações, de forma geral, foram frutíferas e de um esforço bastante genuíno, tendo possibilitado a ampliação do acesso, com suas limitações, e um exercício importante de pensamento, discussão e reflexão sobre o que poderia ser feito, como e seus resultados (Barbosa, 2023, documento eletrônico).

A última indagação do questionário estruturado perguntava se, a partir dessa experiência junto ao *Instagram*, algo havia feito a respondente repensar as ações educativas presenciais. Aqui, Daniele Barbosa e Ana Carolina Chini (2023) reforçam a importância das ações presenciais, chegando a valorizar ainda mais as experiências físicas e *offline* do trabalho de mediação. Daniele também conclui que o uso da *internet* deve ser eventual e com a finalidade de ampliação do acesso, como algo “a mais” que possibilita as trocas.

Pamela Zorn (2023) vai ao encontro desta consideração quando coloca que

[...] hoje que o ***Instagram* pode ser mais um aliado nas propostas e ações educativas** nas instituições museais e nos centros culturais, **sem se restringir apenas a divulgação de eventos**, mas pensando também quadros/propostas voltadas ao digital como oficinas gravadas, lives, mediações em vídeo, etc. (Zorn, 2023, documento eletrônico, grifos meus).

Já a servidora Carla Batista apresenta uma opinião com considerações acerca da possibilidade de compreender o trabalho realizado. Ela conclui que

Foi um bom momento de reflexão sobre o que de fato são processos de educação a partir da arte. Sair um pouco da dinâmica do dia-a-dia da instituição, **olhar em retrospectiva para o trabalho dos anos anteriores e criar ações no formato virtual, possibilitou essa análise do porque fazemos o que fazemos e de que forma podemos fazer.** E, isso, de certa forma, impacta o desenvolvimento de qualquer projeto ou ação realizados a partir de então (Batista, 2023, documento eletrônico, grifos meus).

Vale destacar que Carla Batista atuava no setor há cerca de uma década, e foi a responsável pela concepção, escrita e revisão dos relatórios anuais do Núcleo. Ainda que estes relatórios apresentem mais dados informacionais, concluir uma atividade tão longa e extensa, de retomada, provoca considerações e avaliações mesmo que não a coloquemos no papel.

No próximo e último capítulo deste trabalho, no entanto, vamos tentar avaliar a própria pesquisa, pensando nas escolhas realizadas ao longo dessa breve trajetória, apresentar perguntas sobre a metodologia utilizada, sobre a mídia *Instagram*, retomar alguns pontos sobre a atuação do educativo do MARGS e identificar possibilidades futuras de estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente monografia buscou ampliar o debate acerca dos estudos de avaliação sobre ações educativas *online*, em específico na plataforma *Instagram*, ao analisar e compreender como os públicos internos e externos do MARGS perceberam as atividades propostas pelo Núcleo Educativo e de Programa Público nesta plataforma durante o ano de 2021. Esse recorte temporal demarca o segundo ano de pandemia de COVID-19 e pode permitir ainda uma análise sobre a produção do educativo do MARGS em um momento muito particular de uso de mídias sociais.

Nesse sentido, procurou responder aos seguintes questionamentos: quais foram as ações educativas do MARGS no *Instagram* durante 2021? Qual foi o engajamento do público externo para com essas ações? Como o público interno do Museu avaliou as adaptações e transformações da programação educativo-cultural do MARGS no *Instagram* durante o segundo ano de pandemia?

Através das fontes documentais e levantamento bibliográfico foi possível retomar o contexto brasileiro de fundação da instituição em 1954 e reconhecer o papel do MARGS enquanto primeiro museu do estado voltado para a temática das artes visuais. Nele também foram apresentadas indagações acerca do papel do corpo técnico das instituições, cotejando diferentes perspectivas de gestão do Museu no que tange às metas e objetivos para atingir a missão e visão institucionais. Este movimento buscou explicitar como as pessoas impactam diretamente os processos museológicos da instituição.

Nesse imbricamento de dados, pesquisa e reflexões teórico foi possível apresentar as transformações ocorridas na atuação do Museu diante de seus públicos, oficializando um Núcleo de Extensão Cultural em 1978, ampliando suas atividades com as mediações voluntárias a partir dos anos de 1980 com a criação da AAMARGS, requalificação ao tornar-se Núcleo Educativo em 2012 e também ao firmar convênio com o curso de Licenciatura em Artes Visuais da UERGS, para então, em 2019, explicitar as diferentes atividades ao renomear o setor como Núcleo Educativo e de Programa Público. As particularidades e projetos atuais, de 2023, também foram apresentados.

Outro ponto contemplado nesta investigação foi a contextualização teórica e metodológica acerca de Estudos de Avaliação, para então trazer as ferramentas proporcionadas pelo MARGS. A exemplo disso, no Acervo Documental, ainda sem disponibilização *online*, estão os inúmeros Livros de Visita, com potencial de análise quanti-qualitativos e que desde 2021 são objetos de estudo do Projeto de Pesquisa Forma & Conteúdo, vinculado ao Curso de Museologia e ao Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio da UFRGS. Outras iniciativas foram comentadas, ainda que não apresentem avaliações ou dados qualitativos, como os relatórios informativos anuais do Núcleo Educativo e de Programa Público e das postagens que retomam o ano do Museu em números, como quantidade de exposições, obras expostas, obras adquiridas ou emprestadas, número de atendimentos realizados pelo Educativo e pelo Acervo.

Também foi de grande relevância para esta pesquisa o levantamento de dados quantitativos de engajamento do público externo diante das ações educativas propostas no *Instagram*. Foram inscritos em uma tabela os números referentes aos comentários, *likes*, compartilhamentos, salvamentos (e visualizações no caso de vídeos) de 97 publicações identificadas como ações educativas no *Instagram*. Considero este movimento como necessário para cruzar com as informações trazidas pelas servidoras e estagiárias do Núcleo Educativo. No entanto, caso o refinamento da tabela com dados quantitativos tivesse sido finalizado antes da solicitação da participação das arte educadoras, talvez outras questões pudessem ser levantadas.

O instrumento de coleta em formato manual tomou um tempo considerável e limitou a análise às postagens de ações educativas, não podendo comparar o engajamento dos públicos entre elas e o restante das publicações da instituição. Seria interessante, num estudo futuro, descobrir o quanto as métricas do *Instagram* facilitam e aprimoram os estudos de avaliação de museus em mídias sociais, inclusive quais ferramentas externas são mais eficientes para gestão de comunicação de instituições culturais.

O questionário estruturado mostrou-se como uma ferramenta profícua considerando a viabilidade do estudo. Nesse sentido, ao responder individualmente, as respostas não sofreram influência das demais participantes; o formato assíncrono possibilitou que cada uma se organizasse melhor dentro do seu cotidiano e rotina para

despender tempo para reflexão e escrita. A estrutura do questionário também permitiu indagações acerca da plataforma *Instagram* e sua eficiência ou ineficiência como espaço de diálogo para com os públicos do Museu. Nessa perspectiva, essa pesquisa poderia seguir e ser complementada com a ativação das pessoas do Núcleo de Comunicação e Design da época para participação em formulário de questões estruturadas.

Acerca dos resultados obtidos por meio do estudo de avaliação com dados quanti e qualitativos, sobretudo, com relação às dinâmicas específicas da plataforma *Instagram*, foi possível notar que os vídeos transitaram em mais contas, por terem maior número de visualizações.

A ferramenta de levantamento de dados foi realizada manualmente, o que tomou tempo de concepção, alimentação, correção e análise; algo que seria muito oneroso para a instituição. Notou-se um fator que dificulta a análise pormenorizada é de que as informações de quantidade de pessoas que viram o vídeo na íntegra e quantos iniciaram o vídeo e não engajaram até o final está disponível somente até 90 dias após a publicação e ainda somente no aplicativo do celular; não se pode acessar os dados pelo computador, principal instrumento de trabalho no Museu. Nesse sentido, entende-se que os dados ficam acessíveis somente para os profissionais que detém dados de *login* e senha em seus celulares. O fator limitador de dados a cada 90 dias imprime uma dificuldade de análise das informações em tempo hábil. Ainda que não tenha sido pesquisado se estas informações podem ser acessadas através de *plug-in* ou aplicativos pagos de gerência de perfis no *Instagram*, não foi identificado uma ferramenta dentro da plataforma que informasse estes dados, dificultando um possível estudo de públicos posterior.

As interações do público de outras instituições culturais com as publicações do MARGS poderiam ser analisadas separadamente. A partir delas e reconhecimento de atividades (conteúdo) ou estética (forma) das postagens deste grupo poderiam provocar debates sobre a influência do MARGS em outras instituições. Seria um estudo de avaliação sobre as propostas de comunicação institucional e de difusão cultural.

Um ponto a ser considerado é que futuros estudos de avaliação mais com enfoque nas mídias sociais levantem dados mínimos de todas as postagens do período escolhido, uma vez que podem oferecer um estudo quantitativo comparativo entre engajamento do público acerca de temáticas e formatos. No presente estudo, por exemplo, não foi

possível confirmar se as ações educativas engajaram mais ou menos do que as demais postagens do *feed* do Museu. Foi perceptível que o estudo quantitativo exige mais metadados para poder haver um cruzamento de dados, ao mesmo passo que a plataforma, ao menos gratuitamente, não facilita essas avaliações.

Ao considerar futuras ações educativas que buscam interação, ao menos nesta mídia elas devem ser pensadas sem necessitar da participação via comentário. Dificilmente há este tipo de interação e, quando há, a maioria das vezes acontece através de *emojis* ou elogios. Menos vezes ainda aparecem perguntas de funcionamento, críticas ou respostas aos questionamentos presentes em legendas, *cards* ou fala em vídeos.

Notou-se também, uma divergência entre as ações educativas identificadas na pesquisa e as ações digitais documentadas pela instituição no seu Acervo Documental, disponível através do Repositório Tainacan. Essas diferenças mostraram ações realizadas no *YouTube*, mídia não analisada nesta pesquisa, e ações digitais concebidas, produzidas e realizadas por outros setores do Museu. Ainda assim, as ações de TBT, tanto do Mediação em casa como o TBT Presença Negra no MARGS que compunha a programação do Novembro Negro de 2021, não estão contempladas. Pelos dados quantitativos desta pesquisa, viu-se que estas ações não impactaram o público interno ou grande parte dos públicos externos.

Por fim, a pesquisa destaca a relevância das proposições e do trabalho necessário para adaptação para o meio *online* e para concepção de ações nato-digitais e reflete sobre a eficácia do *Instagram* para a realização de proposições dialógicas de educação em museus. Conclui-se que as ações educativas propostas pelo Núcleo Educativo foram essenciais para dinamização do conteúdo disponibilizado pelo MARGS durante o segundo ano de pandemia e ampliação do alcance geográfico de suas ações. Reitera, no entanto, que as trocas e práticas presenciais são essenciais para a realização da proposta triangular de ensino de artes (Barbosa, 1989), que as ações *online* complementam e somam informações aos públicos do museu e que a plataforma *Instagram* possui diversas limitações para a realização de ações educativas *online*.

Uma possibilidade futura de ação na plataforma seria uma ação de avaliação por parte dos públicos externos acerca dos conteúdos publicados pelo Museu. Vale destacar

também que as avaliações internas também podem ocorrer através de seminários, rodas de conversa, ou até *workshops* (Scheiner, 2006).

Vale considerar, o quanto ações educativas demandam pesquisa e, a exemplo do que trouxe Ana Carolina Chini (2023), as ações *online* exigem uma seleção textual sucinta e produção imagética que possa ser atraente, que o conteúdo tente difundir algum dos discursos de Mörsch (2016) e ainda alcance a proposta triangular de Barbosa (1989). Nessa perspectiva, com a retomada total das ações presenciais, o corpo técnico do Núcleo teve de priorizar as demandas, e não foi dada continuidade a ações educativas no ciberespaço, a não ser em momentos específicos. Possíveis estudos poderiam compreender melhor os processos de arte-educação em meio digital e em mídias sociais, indicando a necessidade ou viabilidade de contratação de profissionais voltados para este campo.

A exemplo disso, o ano de 2023, até a conclusão desta pesquisa, contou com ações através da Programação da Sedac. Foram três mediações em vídeo para o Janeiro Lilás, Mês da Visibilidade Trans, disponibilizadas pelo *Instagram* e *YouTube*, uma série de quatro publicações acerca da produção artística de Rogério Nazari, para a programação do Mês do Orgulho LGBT, três em formato de *card* e ainda um vídeo com a Historiadora da Arte em formação Clarice Sena⁵¹. Em Abril, a 3ª edição do projeto “Repensando 19 de Abril” da Sedac, na qual o MARGS integrou com três ações, duas presenciais e uma *online*, intitulada “Primeira e Segunda Missa no Brasil”⁵², apresentando e refletindo acerca de uma obra na exposição “Glauco Rodrigues – TROPICAL”.

Encerro esse trabalho de conclusão de curso evidenciando que mais estudos de avaliação são necessários para ampliar e aprofundar o debate acerca de educação em museus e arte-educação em mídias sociais como, por exemplo, o *Instagram*. E da relevância das avaliações internas nesse processo, atividade ainda não adotada pelo MARGS como procedimento museológico.

⁵¹ Disponíveis em https://www.instagram.com/p/CtH7v40pbs-/?img_index=1, https://www.instagram.com/p/CtZ1VfMPbm3/?img_index=1, https://www.instagram.com/p/Ctr0U9LvZsD/?img_index=1, e <https://www.instagram.com/reel/Ct92LVqsaak/?igshid=MTc4MmM1Yml2Ng%3D%3D>. Acesso em: 13 jul. 2023.

⁵² Disponível em https://www.instagram.com/p/CqrAUKDsmel/?img_index=1. Acesso em: 13 jul. 2023.

Cabe, ainda, um questionamento sobre o *Instagram* como um mais um local onde acontece a Museologia. A cibermuseologia entende que o ciberespaço, como um todo, pode ser local de relações onde a Museologia acontece. É interessante, então, compreender quais fatores são basilares para esta construção, e se museus tradicionais físicos podem replicar ou adaptar seus processos para este território ou se pretende tratar a plataforma como meio de comunicação.

REFERÊNCIAS

ABREU, Izis. Entrevista concedida a Gabriela Mattia. Porto Alegre: 17 jul. 2023. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "D" desta monografia].

ALMEIDA, Amanda Mortara. O contexto do visitante na experiência museal: semelhanças e diferenças entre museus de ciência e de arte. **História, Ciências, Saúde-Manguinhos**, v. 12, n. Hist. cienc. saúde-Manguinhos, 2005 12 suppl, p. 31–53, 2005.

ALVES, Fernanda Queiroz. **Mediação em artes no ambiente virtual : o educativo do MARGS no primeiro ano de pandemia da Covid-19**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Práticas Curatoriais) – Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/248292> Acesso em: 02 fev. 2022

AQUINO, Vanessa Barrozo Teixeira; MATTIA, Gabriela Meneghel Colla. Os museus do interior gaúcho no ciberespaço: presenças e ausências durante a pandemia de COVID-19. In: **SEMINÁRIO BRASILEIRO DE MUSEUS**, 5., 2022, Porto Alegre. Caderno de Resumos [recurso eletrônico] / Ana Carolina Gelmini de Faria ...[et al.] (Organizadoras). Porto Alegre: UFRGS, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, 2022. p. 324. Disponível em <https://www.ufrgs.br/5sebramus/wp-content/uploads/2022/12/caderno-de-resumos-final-1.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2023.

_____. Conexões entre arte, educação e museus: a presença do MARGS no *Instagram*. 2021. In: **III Seminário de Acervos Culturais em Rede**. Universidade Federal de Pelotas, 2021. No prelo.

_____. A presença dos museus gaúchos no ciberespaço: reflexões acerca dos primeiros meses de Pandemia de COVID-19. In: Semana dos Museus da UFPel, 2021, Pelotas. **Anais da Semana dos Museus da UFPel. Pelotas: Editora da UFPel, 2021**. v. 5. p. 351-363. Disponível em <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/asm> Acesso em: 22 fev. 2023.

AQUINO, Vanessa Barrozo Teixeira; VARGAS, A. V. . Portas fechadas, janelas abertas: a experiência dos museus de Porto Alegre (RS) nos primeiros meses de isolamento social. **Revista Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 10, p. 221-252, 2021. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/36271>. Acesso em: 20 fev. 2023.

BALBÃO, Christina. Um museu vivo. In: GOMES, Paulo César Ribeiro; GRECCO, Vera Regina Luz (Org.). **MARGS 50 Anos: Memória do Museu**, v. 1. Porto Alegre : [s.n.] 2005. 240 p.

BANCO SAFRA. **O Museu de Arte do Rio Grande do Sul/MARGS**. São Paulo: Banco Safra, 2001. 320 p.

BARBOSA, Ana Mae. **Arte-Educação no Brasil: realidade hoje e expectativas futuras**. Estudos Avançados, v. 3, n. Estud. av., 1989 3(7), p. 170–182, set. 1989.

BARBOSA, Daniele. Entrevista concedida a Gabriela Mattia. Porto Alegre: 18 jul. 2023. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "D" desta monografia].

BARRETO, Bruno Gularte. **5 CASAS**. Desenho gráfico: Amanda Teixeira e Daniel Eizirik. Porto Alegre: Azulejo Arte Impressa, 2021. 272 p.

BATISTA, Carla. Entrevista concedida a Gabriela Mattia. Porto Alegre: 17 jul. 2023. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "D" desta monografia].

BORBA, Andressa Cristina Gerlach. **Curadoria educativa em museus de arte: três perspectivas**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em História da Arte) – Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2018. Disponível em <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/193846>. Acesso em: 15 de mar. 2023.

CHINI, Ana Carolina Cecchin. Entrevista concedida a Gabriela Mattia. Porto Alegre: 18 jul. 2023. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "D" desta monografia].

COCOTLE, Brenda. **Nós prometemos descolonizar o museu: uma revisão crítica da política museal contemporânea**, MASP - Afterall, 2019. Disponível em: <https://assets.masp.org.br/uploads/temp/temp-X87a1s0ahKuQghS3VJ4D.pdf> Acesso 16 mar. 2023.

CURY, Marília Xavier. **Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os museus**. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 12 (suplemento), p. 365-80, 2005.

DELFO: Espaço de Documentação e Memória Cultural. **Theo Wiederspahn**. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2023. Disponível em <https://www.pucrs.br/delfos/acervos/arquitetos/theo-wiederspahn/#abaperfil> Acesso 06 jul. 2023.

DESVALLÉES, A.; MAIRESSE, F. Educação. In: DESVALLÉES, A.; MAIRESSE, F. **Conceitos-chave de museologia**. São Paulo: ICOMBR, 2013. p. 38-39.

EIDELMAN, Jacqueline; ROUSTAN, Mélaïne; GOLDSTEIN, Bernadette (Org.). **O lugar do público : sobre o uso de estudos e pesquisas pelos museus**. Trad. Ana Goldberger. 1. ed. São Paulo : Iluminuras : Itaú Cultural, 2014. 360 p.

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Decreto n. 37.512, de 25 de junho de 1997**. Altera o nome do MARGS para Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli.

FERRARI, Mélodi Dallagnese Perin Franquine. **Comunicação em Museus: uma análise do site institucional do Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli (MARGS)**. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012. Disponível em <http://hdl.handle.net/10183/54338>. Acesso em: 04 de mai. 2023.

FIGURELLI, Gabriela Ramos. A relevância das práticas avaliativas na rotina dos museus. **MUSAS: Revista Brasileira de Museus e Museologia**, Brasília, DF, v. 7, n. 6, p. 134-145, jan. 2014.

GlobalWebIndex - GWI. **Global Audience Trends**. Disponível em <https://www.gwi.com/>. Acesso em: 06 jul. 2023.

GOMES, Paulo César Ribeiro; GRECCO, Vera Regina Luz (Org.). **MARGS 50 Anos: Memória do Museu**, v. 1. Porto Alegre : [s.n.] 2005. 240 p. Disponível em: <https://acervo.margs.rs.gov.br/materiais-graficos/margs-50-anos-1954-a-2004/>. Acesso em: 02 mar. 2023.

GRECCO, Vera Regina Luz. Histórico do Museu de Arte do Rio Grande do Sul. In: **Museu de Arte do Rio Grande do Sul**. Banco Safra, São Paulo, 2001.

INSIDER INTELLIGENCE. **Latin America Social Network Users 2022**. Disponível em <https://www.insiderintelligence.com/content/latin-america-social-network-users-2022>. Acesso 05 ago. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS - IBRAM. **Subsídios para a elaboração de Planos Museológicos**. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus - Ibram, 2016. 112 p.

LEAVER, Tama; HIGHFIELD, Tim; ABIDIN, Crystal. **Instagram: Visual Social Media Cultures**. Londres: Polity Press, 2020.

LESHCHENKO, A. **Digital Dimensions of the Museum: Defining Cybermuseum's Subject of Study**. ICOFOM Study Series, ISS – 43, ICOFOM/ICOM, Paris, p. 237-241, 2015. Disponível em https://www.academia.edu/19665480/Digital_Dimensions_of_the_Museum_Defining_Cybermuseum's_Subject_of_Study. Acesso em: 06 ago 2023.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3ª Ed– São Paulo: Editora 34, 2010 [1997].

LIMA, Marcelo Stoduto. **Museu, arte & educação : As práticas educativas do Museu de Arte do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 1954-1959**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Museologia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014. Disponível em <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/111906>. Acesso em: 02 de fev. 2023.

LOPONTE, Luciana Gruppelli. **Tudo isso que chamamos de formação estética: ressonâncias para a docência.** In: REVISTA BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO, v. 22, p. 429-452, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v22n69/1413-2478-rbedu-22-69-0429.pdf> Acesso 16 mar. 2023

MALAGOLI, Ruth. Em companhia de Malagoli. 2005, p. 55-59. In: GOMES, Paulo César Ribeiro; GRECCO, Vera Regina Luz (Org.). **MARGS 50 Anos: Memória do Museu**, v. 1. Porto Alegre : [s.n.] 2005. 240 p.

MARTINS, Dalton; CARMO, Danielle; SANTOS, Waldece Soares dos. A presença dos museus brasileiros nas mídias sociais: o caso do *Facebook*. In: **Revista Morpheus: estudos interdisciplinares em Memória Social**, Rio de Janeiro, v. 10, 2017, p. 1-18. Disponível em: <https://pesquisa.tainacan.org/repositorio-de-pesquisa/a-presenca-dos-museus-brasileiros-nas-midias-sociais-o-caso-facebook/>. Acesso: 10 fev. 2021.

MUSEU DE ARTE DO RIO GRANDE DO SUL - MARGS. In: INSTAGRAM: **@museumargs**. Disponível em <https://www.instagram.com/museumargs/> Acesso em: 16 mai. 2023.

_____. **Relatório do Núcleo Educativo e de Programa Público 2021.** Porto Alegre, 2021.

_____. **Relatório do Núcleo Educativo e de Programa Público 2020.** Porto Alegre, 2021.

_____. **Catálogo Geral.** V. 1. Porto Alegre : [s.n.], 2014. 430 p. Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/materiais-graficos/catalogo-geral-do-margs/> Acesso em: 30 mai. 2023.

_____. **O Museu de Arte do Rio Grande do Sul e sua história.** Disponível em <https://www.margs.rs.gov.br/o-margs-e-sua-historia/#1597252250251-812f20ad-a37e> Acesso 30 mai. 2023.

_____. **Acervo em movimento — Maio a agosto de 2022.** Disponível em <https://www.margs.rs.gov.br/midia/acervo-em-movimento-maio-a-agosto-de-2022/> Acesso 08 jun. 2023.

_____. **Lançamento do site do MARGS.** Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/atividades-do-margs/lancamento-do-site-do-margs/> Acesso 06 jun. 2023.

_____. **Boletim Informativo nº 19, Fev-Mai, 1984.** Disponível em <https://acervo.margs.rs.gov.br/periodicos/boletim-informativo-no-19/> Acesso 06 jul. 2023.

MIRANDA, Rose Moreira de. Redes sociais de museus brasileiros: mapeamento e comportamento da cultura durante a pandemia COVID-19 no Brasil. In: Pesquisa sobre

o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros: **TIC Cultura 2020** [livroeletrônico] = Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian cultural facilities: ICTin Culture 2020 / [editor] Núcleo de Informação e Coordenação do PontoBR. – 1.ed. – SãoPaulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2021.

MORAES, Julia. Entretecendo conceitos, mirando o horizonte da participação: musealização, comunicação e públicos. In: **Museologia & Interdisciplinaridade**, Vol. 9, Especial/Dez de 2020, p. 144-160. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/31995/28212> Acesso em: setembro de 2021.

MÖRSCH, Carmen. **Numa encruzilhada de quatro discursos – Mediação e educação na documenta 12: entre Afirmação, Reprodução, Desconstrução e Transformação**. São Paulo: Periódico Permanente, n. 6, fev. 2016, 32 p.

PETTER, Catarina *et al.* **Projeto de exposição curricular Emaranhado: reflexões sobre a cibercultura**. Porto Alegre, 2021.

QUINTARELLI, Stefano. **Instruções para um futuro imaterial**. Tradução: Marcela Couto. São Paulo: Elefante, 2019. 304 p.

ROSA, Vera Lúcia Machado da. Ação Educativa do MARGs. In: CAPRA, Carmen Lúcia; ROTTER, Mariane (Org.). **Fazer museu: arte e mediação no Núcleo Educativo UERGS/MARGs**. Porto Alegre: UERGS, 2012. 50 p.

SANTOS, Maria Célia T. M. Museu e Educação: conceitos e métodos. In: **Encontros museológicos: reflexões sobre a museologia, a educação e o museu**. Brasília: Ed. IBRAM, p.126-146, 2008.

SCHEINER, Tereza. Criando realidades através de exposições. In: Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST. **Discutindo Exposições: conceito, construção e avaliação**. Organização de: Marcus Granato e Claudia Penha dos Santos. Rio de Janeiro : MAST, 2006. 120p. Disponível em https://livroaberto.ibict.br/bitstream/1/929/1/mast_colloquia_8.pdf. Acesso em: 09 ago. 2023.

VARGAS, Aline Vargas de. **Entre públicos: um estudo sobre as ações educativo-culturais extramuros do Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli (1975 - 1979)**. 2023. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2023. Disponível em <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/256315>. Acesso em: 25 de mai. 2023.

ZORN, Pamela. Entrevista concedida a Gabriela Mattia. Porto Alegre: 21 jul. 2023. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "D" desta monografia].

APÊNDICE A – Carta de apresentação ao Núcleo de Comunicação e Design

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

CARTA DE APRESENTAÇÃO DE PESQUISA

Porto Alegre, 26 de junho de 2023

Prezada Cristina Barros, no decorrer do primeiro semestre acadêmico de 2023 da Universidade Federal do Rio Grande do Sul será realizada a pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso de Museologia intitulada provisoriamente de “Ações educativas do MARGS no *Instagram*: um estudo de avaliação museológica sobre interações entre o museu e seus públicos (2021)”, sob orientação da Professora Doutora Vanessa Barrozo Teixeira Aquino. Neste trabalho me dedico a investigar de que forma o público interno do MARGS, mais precisamente do Núcleo Educativo e de Programa Público, avalia as ações educativo-culturais realizadas no *Instagram* em 2021, assim como o engajamento do público externo nestas ações.

Para isso, buscarei dados sobre ações educativas do museu, a partir de documentos e outras fontes de pesquisa, assim como dados do engajamento do público externo no perfil da instituição no *Instagram*, além de informações sobre as reflexões dos agentes que atuaram na produção e realização dessas atividades no ano de 2021. Acredito que, enquanto Coordenadora do Núcleo de Comunicação e Design, e ao responder algumas questões e disponibilizar fontes de pesquisa, a Senhora estará contribuindo na qualificação deste trabalho. Caso aceite colaborar, peço que confirme a disponibilidade para agendarmos uma conversa e forma de disponibilização de métricas internas do *Instagram* de 97 postagens referentes a ações educativas realizadas nessa mídia ao longo de 2021. Para mais esclarecimentos abaixo se encontra sinalizado o e-mail da pesquisadora para contato.

Agradecemos desde já por sua colaboração para o desenvolvimento da pesquisa.

Atenciosamente,

Gabriela Meneghel Colla Mattia, estudante do Curso de Museologia da UFRGS

E-mail: gmcmmattia@gmail.com

Orientadora: Vanessa Barrozo Teixeira Aquino

E-mail: vanessa.barrozo@ufrgs.br

APÊNDICE B – Carta de apresentação ao Núcleo Educativo e de Programa Público

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

CARTA DE APRESENTAÇÃO DE PESQUISA

Porto Alegre, 26 de junho de 2023

Prezada Tatiana Funghetti, no decorrer do primeiro semestre acadêmico de 2023 da Universidade Federal do Rio Grande do Sul será realizada a pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso de Museologia intitulada provisoriamente de “Ações educativas do MARGS no *Instagram*: um estudo de avaliação museológica sobre interações entre o museu e seus públicos (2021)”, sob orientação da Professora Doutora Vanessa Barrozo Teixeira Aquino. Neste trabalho me dedico a investigar de que forma o público interno do MARGS, mais precisamente do Núcleo Educativo e de Programa Público, avalia as ações educativo-culturais realizadas no *Instagram* em 2021, assim como o engajamento do público externo nestas ações.

Para isso, buscarei dados sobre ações educativas do museu, a partir de documentos e outras fontes de pesquisa, assim como dados do engajamento do público externo no perfil da instituição no *Instagram*, além de informações sobre as reflexões dos agentes que atuaram na produção e realização dessas atividades no ano de 2021. Acredito que, enquanto Coordenadora do Núcleo Educativo e de Programa Público, e ao responder algumas questões e disponibilizar fontes de pesquisa, a Senhora estará contribuindo na qualificação deste trabalho. Caso aceite colaborar, peço que confirme a disponibilidade para agendarmos uma conversa e forma de disponibilização dos relatórios anuais do Núcleo de 2019, 2020, 2021 e 2022. Para mais esclarecimentos abaixo se encontra sinalizado o e-mail da pesquisadora para contato.

Agradecemos desde já por sua colaboração para o desenvolvimento da pesquisa.

Atenciosamente,

Gabriela Meneghel Colla Mattia, estudante do Curso de Museologia da UFRGS

E-mail: gmcmmattia@gmail.com

Orientadora: Vanessa Barrozo Teixeira Aquino

E-mail: vanessa.barrozo@ufrgs.br

APÊNDICE C – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Questionário estruturado voltado para as profissionais do Núcleo Educativo e de Programa Público do Museu de Arte do Rio Grande do Sul que atuaram na instituição em 2021

Você está sendo convidada a participar de entrevista que integra a pesquisa de Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Museologia (UFRGS) de Gabriela Meneghel Colla Mattia, intitulada “**Ações educativas do MARGS no *Instagram*: um estudo de avaliação museológica sobre interações entre o museu e seus públicos (2021)**”, sob orientação da Profa. Dra. Vanessa Barrozo Teixeira Aquino (Fabico/UFRGS). A pesquisa tem como objetivo principal reconhecer as ações educativo-culturais realizadas no perfil do MARGS no *Instagram* durante 2021 e desenvolver um estudo de avaliação de públicos do museu a fim de compreender como o público do externo participou das ações e como o público interno avalia as ações realizadas.

O presente documento indica seu consentimento na participação deste estudo e se qualifica como uma coleta de dados subjetivos para pesquisa qualitativa. A entrevista consistirá em respostas a perguntas indicadas para embasar a análise e avaliação dos agentes de atividades educativas no *Instagram* do Museu de Arte do Rio Grande do Sul. A participação se dará via preenchimento de questionário *online* disponibilizado pela pesquisadora.

Ao participar desta pesquisa, esperamos que você possa se beneficiar indiretamente ao compartilhar suas percepções sobre as dinâmicas do Núcleo Educativo e de Programa Público e sua relação com a arte-educação através de mídias sociais e, com isso, contribuir para a compreensão sobre como ações de educação não formal podem se relacionar com as pessoas através do meio digital, além de refletir sobre usos do *Instagram* no seu campo de atuação.

Ao participar deste estudo você permitirá que a pesquisadora Gabriela Mattia utilize suas respostas como fonte documental. O preenchimento do questionário tem previsão de duração de meia hora e você receberá via e-mail uma cópia de suas respostas. Você não terá nenhum tipo de despesa para participar deste estudo, bem como não receberá nenhum tipo de pagamento por sua participação. Você tem a liberdade de se recusar a participar deste estudo ou não responder a alguma pergunta. Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão tornados públicos nos meios acadêmicos e científicos.

Quaisquer dúvidas poderão ser também esclarecidas com a pesquisadora estudante Gabriela M. C. Mattia (gmcmmattia@gmail.com).

Ao assinar este documento (em duas vias, uma própria e outra para a pesquisadora) você concorda em participar desta pesquisa e declara que entende os objetivos de sua participação na pesquisa.

Nome:

Assinatura da Participante:

Data:

Nome:

Assinatura da Pesquisadora:

Data:

APÊNDICE D – Entrevistas na íntegra

ENTREVISTA COM SERVIDORA DO NÚCLEO EDUCATIVO E DE PROGRAMA PÚBLICO – CARLA BATISTA

P. Quando você começou a trabalhar no Núcleo Educativo e de Programa Público no MARGS? Quais eram suas expectativas sobre trabalhar neste setor?

C. Comecei a trabalhar no Núcleo Educativo do MARGS em 2014. Minhas expectativas estavam relacionadas à construção de conhecimento e desenvolvimento de projetos no campo da educação em artes.

P. Você participou da produção de conteúdo educativo para a plataforma *Instagram*? Considere produção como qualquer fase de pesquisa, planejamento, concepção, realização ou edição de material para atividades educativo-culturais do Museu.

C. Sim, em grande escala

P. Em quais ações educativas para o *Instagram* você participou?

C. Em todas, mas de diferentes formas (como proponente, como revisora, como pesquisadora etc)

P. Qual foi a proposição de atividade educativa do MARGS no *Instagram* que mais te marcou?

C. "Mediação em casa" me marcou por ser o primeiro projeto totalmente on-line, realizado de forma semanal. Particpei na revisão de conteúdos e no desenvolvimento do formato do projeto. "Quiz do MARGS", com minha proposição, me marcou por aliar arte e pesquisa histórica, reativando o meu interesse enquanto historiadora e pesquisadora. E "Presença Negra no MARGS" me marcou pelo significado e relevância do tema abordado, pelo projeto de pesquisa envolvido e por ser a mais longa ação, em formato de Programa Público, desenvolvida.

P. Como você avalia a mídia *Instagram* como espaço educativo com os públicos do Museu, especialmente no período de pandemia/isolamento social?

C. Avalio como sendo de fundamental importância, pois foi o elo que permaneceu ativo com os nossos públicos e, ao mesmo tempo, nos ofertou propósito em seguir trabalhando em um período tão difícil.

P. Na mediação e ações educativas, o diálogo é o ponto basilar para construir relações com os públicos. Você acredita que esse diálogo, essa troca, aconteceu no *Instagram*? Como você interpreta as interações dos públicos às propostas educativas no *Instagram*?

C. O *Instagram* é uma ferramenta muito utilizada para a produção e compartilhamento de conteúdo. A rede tem características próprias e determina o formato que precisa ser feito para gerar engajamento e, dependendo do tipo de material publicado, ela não faz uma entrega eficiente. No MARGS tínhamos estabelecidos de forma muito nítida quais eram os princípios que guiavam nossas ações educativas e o "diálogo" sempre foi uma questão central para a gente. Então apenas produzimos os conteúdos que estivessem de acordo com o nosso entendimento, princípios e valores em relação à educação a partir da arte. E desde 2020 tivemos um crescimento exponencial e orgânico no *Instagram* (sem patrocinar postagens). Por exemplo, percebemos que no início da pandemia, muitas instituições culturais estavam voltadas à realização de lives, quase como uma obrigatoriedade. E nós não nos impusemos essa questão e só realizamos ação nesse formato quando fazia muito sentido para o que a instituição estava trabalhando no momento. Também utilizamos a linguagem do *Instagram* e as ferramentas disponíveis para buscar interação e diálogo com nossos públicos, como convites para participarem das atividades postando nos stories (Mediação em casa), caixinhas de seleção nos stories (Quiz do MARGS), interação no feed (Qual é a obra), mensagens in box (Semana Nacional de Museus de 2021). Nos cursos, as atividades on-lines permitiram um alcance geográfico extraordinário. Tivemos inscritos de vários estados brasileiros, de diferentes regiões geográficas. Também tivemos muitos retornos positivos dos públicos via mensagens e comentários. Então, acredito, que de uma forma diferente da usual, do contato, do diálogo e da experiência presencial, conseguimos estabelecer um espaço de trocas também pelo *Instagram*.

P. Como o Núcleo Educativo se organizou para a retomada de ações educativas presenciais para reabertura do MARGS em maio de 2021?

C. Primeiro com a realização de uma pesquisa de público através do *Instagram* e depois propondo e construindo junto à Direção do Museu qual seriam as melhores estratégias para a retomada, quantas pessoas receberíamos em cada momento, quais seriam os itens de segurança necessários etc.

P. Como foi viver o momento híbrido do museu?

Considere momento híbrido como proposições educativas em formato online e presencial.

C. Foi bastante interessante, pois abrimos uma frente de trabalho até então não explorada naquela dimensão e profundidade e começamos a migrar algumas dessas experiências para o novo momento, como as visitas mediadas on-line das exposições em andamento. Ao mesmo tempo tínhamos que conciliar duas frentes de trabalho, muitas vezes trabalhando presencialmente durante o dia e dando suporte para lives e palestras on-lines à noite.

P. A partir dessa experiência junto ao *Instagram*, algo te fez repensar as ações educativas presenciais?

C. Foi um bom momento de reflexão sobre o que de fato são processos de educação a partir da arte. Sair um pouco da dinâmica do dia-a-dia da instituição, olhar em retrospectiva para o trabalho dos anos anteriores e criar ações no formato virtual, possibilitou essa análise do porque fazemos o que fazemos e de que forma podemos fazer. E, isso, de certa forma, impacta o desenvolvimento de qualquer projeto ou ação realizados a partir de então.

P. Espaço aberto para contar algum caso, comentar sugestões, críticas (institucionais ou à pesquisa), dúvidas!

[Questão não respondida]

ENTREVISTA COM SERVIDORA DO NÚCLEO EDUCATIVO E DE PROGRAMA PÚBLICO – IZIS ABREU

P. Quando você começou a trabalhar no Núcleo Educativo e de Programa Público no MARGS? Quais eram suas expectativas sobre trabalhar neste setor?

I. Minhas expectativas eram de aprender sobre arte educação no contexto do museu.

P. Você participou da produção de conteúdo educativo para a plataforma *Instagram*? Considere produção como qualquer fase de pesquisa, planejamento, concepção, realização ou edição de material para atividades educativo-culturais do Museu.

I. Sim

P. Em quais ações educativas para o *Instagram* você participou?

I. Presença negra no MARGS

P. Qual foi a proposição de atividade educativa do MARGS no *Instagram* que mais te marcou?

I. A publicação de conteúdo sobre artistas negros e negras que integram o acervo daquela instituição.

P. Como você avalia a mídia *Instagram* como espaço educativo com os públicos do Museu, especialmente no período de pandemia/isolamento social?

I. Positivo, mas pouco efetivo

P. Na mediação e ações educativas, o diálogo é o ponto basilar para construir relações com os públicos. Você acredita que esse diálogo, essa troca, aconteceu no *Instagram*? Como você interpreta as interações dos públicos às propostas educativas no *Instagram*?

I. Acredito que não.

P. Como o Núcleo Educativo se organizou para a retomada de ações educativas presenciais para reabertura do MARGS em maio de 2021?

[Questão não respondida]

P. Como foi viver o momento híbrido do museu?

Considere momento híbrido como proposições educativas em formato online e presencial.

I. Difícil, as distancia dificulta e interfere na produtividade que parte da interação entre os integrantes do setor.

P. A partir dessa experiência junto ao *Instagram*, algo te fez repensar as ações educativas presenciais?

[Questão não respondida]

P. Espaço aberto para contar algum caso, comentar sugestões, críticas (institucionais ou à pesquisa), dúvidas!

[Questão não respondida]

ENTREVISTA COM ESTAGIÁRIA DO NÚCLEO EDUCATIVO E DE PROGRAMA PÚBLICO – ANA CAROLINA CECCHIN CHINI

P. Quando você começou a trabalhar no Núcleo Educativo e de Programa Público no MARGS? Quais eram suas expectativas sobre trabalhar neste setor?

A. Comecei a trabalhar no Educativo durante a pandemia do COVID-19, em 2020. Quando entrei na equipe, não possuía experiência em Museu, somente com arte-educação em escolas, então fiquei muito empolgada para redescobrir outras formas de educação, em outro contexto.

P. Você participou da produção de conteúdo educativo para a plataforma *Instagram*? Considere produção como qualquer fase de pesquisa, planejamento, concepção, realização ou edição de material para atividades educativo-culturais do Museu.

A. Sim. Logo que entrei, o Educativo estava pensando em maneiras de adaptar-se às plataformas digitais.

P. Em quais ações educativas para o *Instagram* você participou?

A. Mediação em vídeo; Presença Negra no acervo do MARGS; Oficina virtual de produção de estampas a partir da exposição “Yeddo Titze – Meu jardim imaginário”

P. Qual foi a proposição de atividade educativa do MARGS no *Instagram* que mais te marcou?

A. Sem dúvidas, as mediações em vídeo, onde produzíamos visitas mediadas apresentando exposições em cartaz e propondo questões para o público pensar junto conosco a partir delas.

P. Como você avalia a mídia *Instagram* como espaço educativo com os públicos do Museu, especialmente no período de pandemia/isolamento social?

A. Acredito que nada supere o presencial, especialmente quando falamos em educação nesses espaços, mas considero essas plataformas indispensáveis para que pudéssemos estabelecer um contato mais direto com os públicos, em um momento onde não poderia ser feito de outra forma.

P. Na mediação e ações educativas, o diálogo é o ponto basilar para construir relações com os públicos. Você acredita que esse diálogo, essa troca, aconteceu no *Instagram*? Como você interpreta as interações dos públicos às propostas educativas no Instagram?

A. Não acredito que tenham acontecidos trocas comparáveis às presenciais. Acredito que tenha servido como um primeiro contato, um convite, uma proposta, mas a mediação em si necessita do contato imediato, do corpo no espaço físico, para acontecer de uma forma mais genuína. Muito do que é colocado na internet, passa por um filtro, as palavras e respostas são meticulosamente selecionadas, diferente do que acontece na mediação, onde as trocas me parecem mais espontâneas.

P. Como o Núcleo Educativo se organizou para a retomada de ações educativas presenciais para reabertura do MARGS em maio de 2021?

A. O MARGS foi muito cauteloso com a retomada de ações presenciais, respeitando o tempo de todos os protocolos e funcionáries.

P. Como foi viver o momento híbrido do museu?

Considere momento híbrido como proposições educativas em formato online e presencial.

A. Foi uma experiência interessante. Todas as ações precisavam ser pensadas considerando antes as possibilidades que tínhamos em determinado momento, que se transformavam muito rápido. Ninguém tinha certeza absoluta sobre os próximos passos, mas mesmo assim nunca deixamos de propor atividades online e, aos poucos, fomos pensando com cautela e responsabilidade em possibilidades de ações presenciais.

P. A partir dessa experiência junto ao *Instagram*, algo te fez repensar as ações educativas presenciais?

A. Me fez valorizar ainda mais a troca presencial e entender a importância fundamental do corpo no espaço educativo.

P. Espaço aberto para contar algum caso, comentar sugestões, críticas (institucionais ou à pesquisa), dúvidas!

A. Parabéns pela pesquisa, acredito muito na importância dessa escuta implicada com educadores de espaços museais para que nosso trabalho seja valorizado na área das artes e da educação.

ENTREVISTA COM ESTAGIÁRIA DO NÚCLEO EDUCATIVO E DE PROGRAMA PÚBLICO – DANIELE BARBOSA

P. Quando você começou a trabalhar no Núcleo Educativo e de Programa Público no MARGS? Quais eram suas expectativas sobre trabalhar neste setor?

D. Comecei a trabalhar no Núcleo em novembro de 2020.

Minhas expectativas eram ter uma melhor compreensão da estrutura institucional cultural e também adquirir experiência em arte e educação em museus. Como o núcleo era famoso por suas atividades e oportunidades de aprendizado, para mim em especial pelo acompanhamento de muitas dessas, o interesse de adentrar o setor e participar nessa construção era muito valioso.

P. Você participou da produção de conteúdo educativo para a plataforma *Instagram*? Considere produção como qualquer fase de pesquisa, planejamento, concepção, realização ou edição de material para atividades educativo-culturais do Museu.

D. Sim

P. Em quais ações educativas para o *Instagram* você participou?

D. É difícil lembrar com tanta certeza em quais ações exatamente eu estive envolvida. Mas vou citar algumas de que me lembro rapidamente: Atividade educativa para a exposição do Yeddo Titze, em que realizei oficina online. Pesquisa, produção e revisão dos cards do Projeto Presença Negra, em especial os que trataram de Maria Lídia Magliani, dentro ainda do Presença atuei na elaboração e estruturação do grupo de estudos, que teve suas divulgações e compartilhamento de resultados do grupo na página. Também contribuí em alguns materiais acerca da exposição de Lia Menna Barreto.

P. Qual foi a proposição de atividade educativa do MARGS no *Instagram* que mais te marcou?

D. Apesar de ter me entendido melhor enquanto "oficineira" com a atividade de Yeddo, a que mais me marcou foi a produção dos cards sobre Magliani. Esse trabalho de pesquisa documental e imagética foram fundamentais para dar base e fundamento para futuras pesquisas que eu viria a realizar além de contribuir para meu desenvolvimento crítico. Há também a parcela de compreensão dos desafios de produção online, no que diz respeito aos direitos de imagem e formatação, limitações da plataforma, entre outros. De toda forma, o trabalho de pesquisa e a autonomia permitida e compartilhada pelo Núcleo no que disse respeito a esse trabalho em específico, bem como as discussões acerca do

material e seus possíveis desdobramentos junto ao público me deram muito a pensar e desenvolver enquanto pesquisadora mas também enquanto agente do campo.

P. Como você avalia a mídia *Instagram* como espaço educativo com os públicos do Museu, especialmente no período de pandemia/isolamento social?

D. Acredito que foi o meio encontrado para dar continuidade aos trabalhos. Mas ainda bastante verde em sua compreensão e na ideia de uma, talvez, "replicabilidade" do que se realizava presencialmente. Considero que as realizações, de forma geral, foram frutíferas e de um esforço bastante genuíno, tendo possibilitado a ampliação do acesso, com suas limitações, e um exercício importante de pensamento, discussão e reflexão sobre o que poderia ser feito, como e seus resultados.

P. Na mediação e ações educativas, o diálogo é o ponto basilar para construir relações com os públicos. Você acredita que esse diálogo, essa troca, aconteceu no *Instagram*? Como você interpreta as interações dos públicos às propostas educativas no *Instagram*?

D. A minha participação, acredito curta, dentro dessa fase de produção (em relação a altura dos estágios da pandemia) e relacionamento com o público do Museu me parecem, de memória, que ficaram um tanto presas na produção, com menos diálogo, por assim dizer. E digo isso no sentido de que, na minha experiência, estávamos pensando em conteúdo, em proporcionar um relacionamento do público com as obras, seus universos ou ainda, gerar possibilidades de criação e aproximação, que se dariam num âmbito um tanto quanto distante do que seria uma troca real na ocasião de uma mediação no Museu, por exemplo. Não havia, com tanta certeza, a garantia de que as atividades criadas e propostas de fato seriam "acolhidas e exercitadas" pelo público, ao menos não me recordo de termos tido muitos retornos para além de comentários nos posts das atividades. Acredito que isso diga muito mais respeito às limitações da plataforma e da situação, de forma geral, visto que o momento se tratava, de fato, de um distanciamento.

P. Como o Núcleo Educativo se organizou para a retomada de ações educativas presenciais para reabertura do MARGS em maio de 2021?

D. Acredito que nesse momento fizemos um esforço coletivo de organização, de forma que respeitássemos nossas limitações individuais e remanejamento das agendas, que em todos os âmbitos estavam num momento de transição, em diálogo com as orientações e necessidades de trabalho. Nos dividíamos em escalas que determinavam se o trabalho seria presencial ou remoto com demandas específicas a serem concluídas. Ao passo que as visitas foram aumentando, as demandas presenciais também foram crescendo, além do avanço de atividades de produção para projetos como o do Presença.

P. Como foi viver o momento híbrido do museu?

Considere momento híbrido como proposições educativas em formato online e presencial.

D. Sinto que foi bastante frustrante, mas, no meu caso em especial, porque escolhi encerrar meu estágio antes por uma outra oportunidade de trabalho. Geralmente os mediadores ficavam no MARGS por dois anos, tempo que proporcionava um desenvolvimento bastante significativo e especial, que se deu de forma um tanto diversa graças ao contexto pandêmico e, posteriormente, híbrido. Lidar com os conteúdos para o *Instagram* foi uma espécie de continuidade de trabalhos, visto que eu fazia parte de alguns projetos de produção teórica para a plataforma (projeto Arquipélago, em que artistas e teóricos contribuía para uma conta a partir do isolamento, ou "ilhamento", provocado pela pandemia), que, inclusive, gerou uma produção em parceria com o Museu, de que fiz parte. Com o retorno ao presencial, a falta de experiência em mediação se encontrou com um contato bastante "1 pra 1" com o público, ao passo que as pessoas voltavam para o museu íamos tendo a oportunidade de exercitar a mediação e as trocas. Acredito que isso se deu, principalmente, pela oferta de mediações em vários dias e horários, possibilitando que o público individual ou familiar agendasse uma visita mediada. Dessa foram, realizávamos mediações, às vezes, para uma ou duas pessoas, o que possibilitava um contato próximo com o visitante e uma visita bastante afetiva às exposições, que estão ainda bastante marcadas em mim.

P. A partir dessa experiência junto ao *Instagram*, algo te fez repensar as ações educativas presenciais?

D. Acho que não muito. Nada é tão bom quanto a troca presencial. Penso que a relação com a internet deve ser eventual e de forma a ampliar o acesso e as possibilidades de encontro, mas como algo "a mais".

P. Espaço aberto para contar algum caso, comentar sugestões, críticas (institucionais ou à pesquisa), dúvidas!

D. Agradeço muito pelo convite, não tinha parado para pensar de forma reflexiva para esse momento vivido e para o que foi produzido, mas é interessante ver o quanto disso ainda remanesce e o quanto foi aprendido. Sorte no trabalho e nas demais etapas de desenvolvimento profissional, acadêmico e, especialmente, pessoal. Abraço!

ENTREVISTA COM ESTAGIÁRIA DO NÚCLEO EDUCATIVO E DE PROGRAMA PÚBLICO – PAMELA ZORN

P. Quando você começou a trabalhar no Núcleo Educativo e de Programa Público no MARGS? Quais eram suas expectativas sobre trabalhar neste setor?

Pamela. Em 2019/02. Nessa época, ainda pré-pandemia, minha expectativa principal era trabalhar com mediação de grupos no museu.

P. Você participou da produção de conteúdo educativo para a plataforma *Instagram*? Considere produção como qualquer fase de pesquisa, planejamento, concepção, realização ou edição de material para atividades educativo-culturais do Museu.

Pamela. Sim!

P. Em quais ações educativas para o *Instagram* você participou?

Pamela. Estive envolvida em praticamente todos os projetos pensados para o *Instagram* do MARGS, que foram elaborados no Educativo (portanto, todos ou quase todos os projetos). Recordo principalmente do QUIZ DO MARGS, o PRESENÇA NEGRA NO ACERVO DO MARGS, e as mediações em vídeo.

P. Qual foi a proposição de atividade educativa do MARGS no *Instagram* que mais te marcou?

Pamela. Em termos de pesquisa, o PRESENÇA NEGRA NO ACERVO, com certeza. Agora em termos de produção e envolvimento, as mediações em vídeo, pois eu estava encarregada, junto das minhas colegas, de além de gravar e aparecer nos vídeos, de monta-los em programa de edição digital.

P. Como você avalia a mídia *Instagram* como espaço educativo com os públicos do Museu, especialmente no período de pandemia/isolamento social?

Pamela. O *Instagram* acabou sendo o carro chefe das instituições nessa época, como meio possível de alcançar o público (ou parte dele). Ainda não consigo ter opinião quanto a efetividade da plataforma (a meu ver, nada substitui a experiência da visita em si e do encontro presencial, e acho que nunca se propôs a isso de qualquer modo) - mas entendo que em um momento pós-pandemia, a relação das instituições com as redes não foi mais a mesma.

P. Na mediação e ações educativas, o diálogo é o ponto basilar para construir relações com os públicos. Você acredita que esse diálogo, essa troca, aconteceu no *Instagram*? Como você interpreta as interações dos públicos às propostas educativas no *Instagram*?

Pamela. O diálogo acontecia de uma outra forma, majoritariamente por comentários nos posts/vídeos, e também em outro tempo que não é o instantâneo de uma comunicação presencial. A ausência do corpo, do movimento, também marca uma diferença - mas a vantagem do online também era a de estabelecer diálogo com públicos de fora da cidade, do estado, do país. Então eu diria que sim, o diálogo ocorria, mas de uma forma muito diferente do presencial.

P. Como o Núcleo Educativo se organizou para a retomada de ações educativas presenciais para reabertura do MARGS em maio de 2021?

Pamela. De maneira híbrida e com horários presenciais reduzidos para quem estava no estágio de mediação. Não recorro se os horários do museu estavam reduzidos também, mas havia restrição de público (com número limite de visitantes dentro do museu) e as mediações com grupos mediante agendamento não estavam acontecendo. Quanto estávamos nos espaços expositivos, o que fazíamos eram mediações espontâneas e recepção dos visitantes, explicando as novas regras de visita (com todos os cuidados recomendados).

P. Como foi viver o momento híbrido do museu?

Considere momento híbrido como proposições educativas em formato online e presencial.

Pamela. Eu acabei pegando apenas alguns meses do momento híbrido em si, pois meu estágio foi finalizado em junho de 2021 (fechando os dois anos). Foi um momento estranho porém feliz, pois tudo o que desejávamos era poder abrir as portas do museu novamente tanto enquanto funcionários quanto como público.

P. A partir dessa experiência junto ao *Instagram*, algo te fez repensar as ações educativas presenciais?

Pamela. Acredito hoje que o *Instagram* pode ser mais um aliado nas propostas e ações educativas nas instituições museais e nos centros culturais, sem se restringir apenas a divulgação de eventos, mas pensando também quadros/propostas voltadas ao digital como oficinas gravadas, lives, mediações em vídeo, etc.

P. Espaço aberto para contar algum caso, comentar sugestões, críticas (institucionais ou à pesquisa), dúvidas!

[Questão não respondida]