
CARTOGRAFIA DAS AÇÕES DA CAMPANHA #MUSEUSPELAVIDA

CARTOGRAPHY OF THE #MUSEUSPELAVIDA CAMPAIGN ACTIONS

CARTOGRAFÍA DE LAS ACCIONES DE LA CAMPAÑA #MUSEUSPELAVIDA

*Frieda Maria Marti¹; Felipe Carvalho²***RESUMO**

Diante do agravamento da pandemia da covid-19 no Brasil em 2021 e da proliferação de *fake news*, discursos de ódio, negacionistas e ideológicos contra a vacinação e as medidas de prevenção da doença, o comitê brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM BR) lançou a campanha online **#MuseusPelaVida**, disponibilizando em sua página um guia com recomendações de modos de abordagem sobre o tema. Com base no guia, buscamos compreender de que modo as recomendações para a campanha foram operacionalizadas nas redes pelos museus. Para tal, optamos pela cartografia na cibercultura para pensar-produzir esta pesquisa no Instagram durante o período de 10 a 31 de maio de 2021. Como desdobramento dessa cartografia na cibercultura, compreendemos que campanhas como essa do **#MuseusPelaVida** se apresentam como necessárias e fundamentais em nosso tempo, uma vez que vivemos em uma sociedade marcada pela política do ódio e do descrédito para com a ciência; e sugerimos que futuras ações online de campanhas ativistas de museus ultrapassem o modelo comunicacional massivo e lancem mão dos pressupostos e indicadores da Educação Museal Online a fim de gerar a participação ativa dos usuários por meio de conversações que fomentem a colaboração e a coautoria entre os museus e seus públicos, ampliando o alcance social e a democratização dessas instituições.

PALAVRAS-CHAVE: Pandemia. ICOM BR #MuseusPelaVida. Educação museal online. Ciberativismo.

¹ Doutora em Educação - Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Rio de Janeiro, RJ - Brasil. Educadora Museal e Pesquisadora - Coordenação de Educação do Museu de Astronomia e Ciências Afins (COEDU/MAST). Rio de Janeiro, RJ - Brasil. E-mail: friedamarti@mast.br

² Doutor em Educação - Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Rio de Janeiro, RJ - Brasil. E-mail: felipesilvaponte@gmail.com

Submetido em: 23/06/2022 - **Aceito em:** 16/02/2023 - **Publicado em:** 08/04/2024

ABSTRACT

Faced with the worsening of the covid-19 pandemic in Brazil in 2021, and the proliferation of fake news, hate speech, denialist and ideological discourses against vaccination and disease prevention measures, the Brazilian committee of the International Council of Museums (ICOM BR) launched the online campaign **#MuseusPelaVida**, making available on its page a guide with recommendations on ways to approach the topic. Based on this guide, we sought to understand how the recommendations for the campaign were operationalized online by the museums. To do so, we chose the cartography in cyberculture method to think-produce this research on Instagram during the period from the 10th to the 31st of May 2021. As an unfolding of this cartography in cyberculture, we understand that campaigns like **#MuseusPelaVida** are presented as necessary and fundamental in our time, since we live in a society marked by the politics of hatred and discredit with science. However, we suggest that future online actions of museum activist campaigns go beyond the massive communication model and make use of the premisses and indicators of Online Museum Education to generate active participation of users through conversations that foster collaboration and (co)authorship between museums and their audiences, expanding the social reach and democratization of these institutions.

KEYWORDS: Pandemic. ICOM BR #MuseusPelaVida. Online Museum Education. Cyberactivism.

RESUMEN

Ante el recrudecimiento de la pandemia de la covid-19 en Brasil en 2021 y de la proliferación de noticias falsas, discursos de odio, negacionistas e ideológicos contra la vacunación y las medidas de prevención de enfermedades, el comité brasileño del Consejo Internacional de Museos (ICOM BR) lanzó la campaña en línea **#MuseusPelaVida**, poniendo a disposición en su página una guía con recomendaciones sobre formas de abordar el tema. Con base en la guía, buscamos comprender cómo las recomendaciones para la campaña se realizaron en las redes por los museos. Para ello, optamos por la cartografía en la cibercultura para pensar-producir esta investigación en Instagram durante el período del 10 al 31 de mayo de 2021. Como desdoblamiento de esta cartografía en la cibercultura, entendemos que se presenten campañas como esta de **#MuseusPelaVida** como necesaria y fundamental en nuestro tiempo, ya que vivimos en una sociedad marcada por la política del odio y del descrédito con la ciencia; y sugerimos que las futuras acciones en línea de las campañas de activistas de museos vayan más allá del modelo de comunicación masiva y hagan uso de los supuestos e indicadores de la Educación en Museos en Línea para generar la participación activa de los usuarios a través de conversaciones que fomenten la colaboración y la co-autoría entre museos y sus públicos, ampliando el alcance social y la democratización de estas instituciones.

PALAVRAS-CLAVE: Pandemia. ICOM BR #MuseusPelaVida. Educación en museos en línea. Ciberactivismo.

1 PROBLEMATIZAÇÕES INICIAIS

Começamos a nossa cartografia pontuando que a pandemia da covid-19 golpeou o Brasil em cheio em 2020. O perfil negacionista e desumano do governo bolsonarista potencializou ainda mais a força desse golpe. Em seu terceiro ano, a pandemia já havia causado, até maio de 2022, a morte de mais de 650 mil brasileiras/os (BRASIL, 2022). A gestão desumana bolsonarista expôs ainda mais as vísceras das misérias humanas de nossa sociedade, aumentando o contexto de vulnerabilidade e de precarização da vida. É notório a todas/os que essa gestão foi na contramão das recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS, 2020), sobretudo no que diz respeito às práticas de prevenção contra a covid-19, como, por exemplo, o uso de máscara, a higienização das mãos, a necessidade de distanciamento físico e a vacinação em massa.

As falas proferidas e ações tomadas pelo ex-presidente da república Jair Bolsonaro e por sua equipe na condução da pandemia deixaram evidentes como essa gestão desumana foi operacionalizada no sentido de uma necropolítica: “formas contemporâneas que subjagam a vida ao poder da morte” (MBEMBE, 2016, p. 146). A publicação-compartilhamento de notícias falsas (*fake news*), de discursos de ódio, negacionistas e ideológicos contra a vacinação e as medidas de prevenção da doença, e de ataques à ciência e às/aos professoras/es-pesquisadoras/es são algumas das formas como essa necropolítica foi operacionalizada.

Cabe comentar que, neste cenário pandêmico e ao mesmo tempo obscurantista, inúmeros centros de pesquisa, instituições, movimentos sociais, associações, universidades, equipamentos culturais etc. promoveram diversas ações online de combate a essa gestão desumana, visando principalmente a informar a sociedade sobre cuidados sanitários e prevenção da vida. Entre essas ações cartografadas online, inclui-se a campanha **#MuseusPelaVida**³, que é o foco de discussão deste artigo.

2 O CONTEXTO DOS MUSEUS EM TEMPO DE PANDEMIA

A recomendação da OMS (2020) para a necessidade de distanciamento físico se desdobrou no fechamento de museus e na suspensão de suas atividades geograficamente localizadas, gerando graves impactos laborais. Esse distanciamento exigiu das/os profissionais do campo museal uma reconfiguração das próprias práticas em relação a seus públicos, o que impulsionou o aumento de ações museais desenvolvidas remotamente (CECA BR e REM BR, 2020; IBERMUSEUS, 2020; ICOM, 2020; MÖRSCH e GRAHAM, 2020; UNESCO, 2020).

Durante a 18ª Semana Nacional de Museus, Mario Chagas (2020, n.p.)⁴ argumentou que, em tempos de pandemia, os museus e a museologia são colocados diante do desafio de afirmação da humanidade: “Que sentido faz um museu que não opera a favor da solidariedade? Que sentido faz um museu que não opera a favor da coesão social?” Chagas (2020) destaca que esse debate sobre o papel do museu não é novo e que já integra as discussões acerca do papel social dos museus, e aponta para a função-potência terapêutica e de vida dos museus como espaços-tempos de convivência, de encontros e de celebração da vida. Esse autor chama a atenção para a necessidade da crítica e do combate a perspectivas dos museus necrófilos e das museologias necrófilas, que têm pouco interesse na vida e na relação social, e conclui os seus argumentos frisando a importância do investimento dos museus em novas construções solidárias, na dignidade humana e nos direitos humanos.

³ <https://www.icom.org.br/?p=2341>

⁴ https://www.youtube.com/watch?v=xIS_ELsfC0w

Lançada em maio de 2021 pelo comitê brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM BR), junto aos museus brasileiros, a campanha **#MuseusPelaVida** vai ao encontro das ideias trazidas por Chagas (2020), pois tem como objetivo mobilizar ações de comunicação museal em/na rede visando a informar seus públicos e comunidades locais acerca da importância das medidas de prevenção da doença e da imunização contra a covid-19.

Mais de um ano após o seu início, a pandemia de covid-19 se aprofundou no Brasil e continua tirando milhares de vidas por semana. A produção de vacinas contra a doença, em tempo recorde, nos traz esperança. Mas os debates acalorados sobre a imunização acendem um alerta: há um número incontável de pessoas que declara não ter a intenção de tomar a vacina, seja por dúvida a respeito de sua eficácia, seja por negacionismo ou posicionamento ideológico. Muitas pessoas também se recusam a adotar práticas de prevenção que têm eficácia comprovada, como o uso de máscaras e o distanciamento social.

Os museus brasileiros não podem ficar alheios à realidade em que estão inseridos. Com este pensamento, o ICOM Brasil lança a campanha **#MuseusPelaVida**, no intuito de mobilizar as instituições museais para defender ativamente a causa da prevenção e da imunização, prestando, dessa forma, um serviço relevante para suas comunidades (ICOM, 2021, n.p.).

Para incentivar a adesão dos museus à campanha, o ICOM BR disponibilizou em sua página um guia com recomendações sobre diferentes modos de abordagem sobre o tema **#MuseusPelaVida** (Figura 1), além da indicação de conteúdos e as logomarcas da campanha. “A ideia é que os museus ajudem a disseminar em seus canais digitais conteúdos de estímulo à vacina e à adoção das práticas de prevenção à covid-19.” (ICOM BR, 2021, n.p) Vemos as recomendações da campanha como formas de ampliar práticas “ético-estético-políticas” (FOUCAULT, 2006) em nossa sociedade, uma vez que estão preocupadas em mobilizar em cada um de nós experiências de cuidado de si e com o outro, com vista à promoção do cuidado coletivo. Cuidado este que requer, antes de tudo, o cuidado de si, pois só podemos cuidar do outro cuidando antes da gente. Também vemos essas recomendações como ações “insurgentes” (ROLNIK, 2018), “ciberativistas” (LEMOS, 2003), dado que elas têm por objetivo a preservação da vida e se rebelar contra a propagação de notícias falsas e de discursos de ódio, negacionistas e ideológicos sobre a covid-19.



Figura 1 – Recomendações ICOM: #MuseusPelaVida

Fonte: Autores (adaptado do Guia do ICOM, 2021)

Com base no guia do ICOM, procuramos compreender de que modo as recomendações para a campanha **#MuseusPelaVida** vêm sendo operacionalizadas nas redes sociais digitais por diferentes museus. Nossa aposta é que as recomendações da campanha ensejam o desenvolvimento de ações educativas museais online, dado que as recomendações se conectam a alguns dos indicadores da “Educação Museal Online” (EMO) (MARTI, 2021), como, por exemplo, a utilização de situações/questões cotidianas como gatilho para conectar com as temáticas discutidas pelos museus e, com isso, promover a conversação entre sujeitos envolvidos no processo educativo museal. Um outro indicador é a mobilização de múltiplas linguagens, mídias e gêneros textuais que emergem enquanto prática da cibercultura, como memes, *storytelling*, vídeos, jogos, para disparar conversas e a criação coletiva de

conhecimento. Um terceiro indicador é a utilização de recursos online do museu (e.g. acervos, exposições, “tours” online etc.) para fomentar a participação ativa e coautoral das/os seguidoras/es nas páginas dos museus pelas redes sociais, explorando situações que provoquem curiosidades e questionamentos.

Consideramos importante destacar que a EMO é uma noção e abordagem didático-pedagógica de se fazer-pensar a “Educação Museal” (COSTA et al., 2018) na/com a cibercultura.

Pressupõe, em primeira mão, a compreensão dos museus e de suas redes sociais digitais, ou outras presentificações online, como redes educativas e espaços multirreferenciais de aprendizagem em que o diálogo — as conversas — com/entre os praticantes culturais (os públicos e públicos não habituais) está na centralidade de suas ações educativas. Essas ambiências conversacionais são fomentadas pela mediação museal online que aciona e promove a criação e a socialização de conhecimentos, aprendizagens, sentimentos, emoções, inquietações, invenções em interatividade e em um ambiente em que múltiplas relações (intelectuais, cognitivas, psicossociais, culturais, históricas etc.) são tecidas em horizontalidade. As tecnologias digitais em rede (TDR) se inserem nesse contexto como meio e interfaces culturais que potencializam essas criações e trocas que se presentificam e são representadas em textos, imagens e sons. (MARTI, 2021, p. 252)

Discutimos, na seção a seguir, as movimentações epistêmico-metodológicas para a produção desta cartografia na cibercultura.

3 PENSAR-FAZER A PESQUISA EM REDE

Pensamos-praticamos essa “cartografia na cibercultura” (CARVALHO; POCAHY, 2020; CARVALHO, 2021) como um movimento ético e epistêmico-metodológico para produzir uma dada “realidade” (desejo). A cartografia na cibercultura é compreendida como a arte de teorizar a vida e as coisas em seus fluxos e descontinuidades, em ato, se dando, para produzir com isso “determinadas paisagens sociais, a desconstrução de outras e reconstrução de tantas outras” (CARVALHO; POCAHY, 2020, p. 64-65). Esse modo de pensar-fazer a pesquisa tem como base as ideias da cartografia de Deleuze e Guattari (1995), para quem é um mapa aberto, “conectável em todas as suas dimensões [...] Ele pode ser rasgado, revertido, adaptar-se a montagens de qualquer natureza, ser preparado por um indivíduo, um grupo, uma formação social” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 22). A cartografia na cibercultura é vista como “um conjunto de linhas diversas funcionando ao mesmo tempo [...] Acreditamos que as linhas são os elementos constitutivos das coisas e dos acontecimentos” (DELEUZE, 1992, p. 47). As linhas são (re)delineadas de acordo com as rotas, caminhos, movimentações, percursos que o/a pesquisador/a toma no ato de agenciar um determinado fluxo de produção de conhecimento (científico).

Outras teorizações destacam que a cartografia “constitui-se como um convite para que possamos desestabilizar verdades culturalmente construídas e que são reiteradas cotidianamente através das práticas sociais” (COUTO JUNIOR et al., 2020, p. 475); propõe “aproximar-se de uma realidade complexa vista como abordagem não dualista [...], com uma postura sempre questionadora com relação às abordagens tradicionais de produção de conhecimento” (OLIVEIRA; MOSSI, 2014, p. 192); é um “mapa em constante processo de produção, instaurando um processo de experimentação contínua capaz de criar novas coordenadas de leitura da realidade” (ZAMBENEDETTI; SILVA, 2011, p. 457); e é uma “estratégia de análise crítica e ação política, olhar crítico que acompanha e descreve relações, trajetórias, formações rizomáticas, a composição de dispositivos, apontando linhas de fuga, ruptura e resistência” (PRADO FILHO; TETI, 2013, p. 47) .

Para produzir esta pesquisa, traçamos linhas cartográficas para acompanhar os fluxos e os efeitos das ações de comunicação museal (as publicações dos museus pelos seus perfis) por meio da *hashtag* **#MuseusPelaVida** no Instagram (durante o período de 10 a 31 de maio de 2021) e, a partir dessas linhas, chegamos a determinados entendimentos relacionados à campanha e suas reverberações online. Em uma linha cartográfica, buscamos compreender como a campanha **#MuseusPelaVida** é operacionalizada-mobilizada no Instagram pelos museus; e em outra linha cartográfica, buscamos capturar aproximações, distanciamentos, potencialidades, despotencialidades e desdobramentos das ações de comunicação museal na sociedade. Optamos por cartografar pelo Instagram porque ele é uma das redes sociais digitais mais usadas no Brasil (KEMP, 2021) e porque o compreendemos como um “espaço multirreferencial de aprendizagem” (BURNHAM, 2012).

Operamos com as ferramentas conceituais foucaultianas de discurso e de enunciado para compreender os sentidos produzidos pelas ações de comunicação museal online. O discurso é constituído por um conjunto de enunciados, ele “não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é objeto de desejo” (FOUCAULT, 2013, p. 10). Já o enunciado é compreendido não somente como se faz pela análise da linguística (proposição) ou gramatical (frase), mas também do ponto de vista de sua condição de existência a partir de determinadas formulações. O enunciado não se reporta a um âmbito fundador, mas sim a outros enunciados com os quais estabelece correlações, conexões, rupturas e exclusões. É entendido “como um grão que aparece na superfície de um tecido de que é o elemento constituinte; um átomo do discurso” (FOUCAULT, 2008, p. 90).

Aprofundamos, a seguir, as análises desta cartografia na cibercultura.

4 CARTOGRAFIA DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO MUSEAIS ONLINE

Em nossas movimentações cartográficas por meio da *hashtag* #MuseusPelaVida no Instagram, nos deparamos com uma grande quantidade de informação, totalizando 432 publicações durante o período analisado pela pesquisa. No processo de produção de nossas análises, notamos que as publicações compartilhadas pelas redes museais fazem referência a múltiplas enunciações que se constituem em fragmentos de discursos voltados à **vacinação** (Figura 2), conforme publicado pelo Museu Municipal Atilio Rocco, Museu Felícia Leirner e Museu do Futebol, inclusive este último fez propaganda da vacinação com a técnica da seleção de futebol feminina Pia Sundhage e o ex-jogador da seleção de futebol masculina Walter Casagrande Jr; ao **uso de máscara** (Figura 3), como exposto pelo Acervo dos Palácios do Governo de São Paulo, Museu de Arqueologia e Etnologia da USP, Museu Biológico do Instituto Butantan e Museu do Ipiranga; e ao **distanciamento físico** (Figura 4), divulgados pelo Acervo dos Palácios do Governo de São Paulo, Museu Carlos Costa Pinto, Expomus e Casa da Marquesa de Santos — Museu da Moda Brasileira.

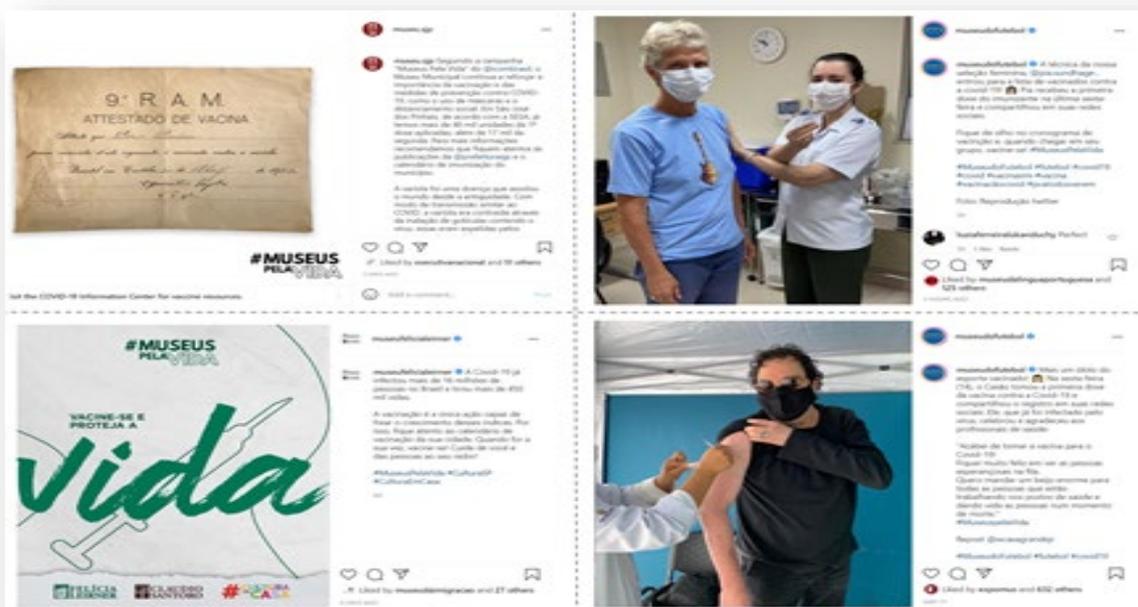


Figura 2 – Recomendações ICOM: #MuseusPelaVida
Fonte: Autores (adaptado do Guia do ICOM, 2021)



Figura 3 – Recomendações ICOM: #MuseusPelaVida
Fonte: Autores (adaptado do Guia do ICOM, 2021)



Figura 4 – Recomendações ICOM: #MuseusPelaVida
Fonte: Autores (adaptado do Guia do ICOM, 2021)

Com base nas ações de comunicação museal online, observamos que elas vão ao encontro de alguns dos indicadores da EMO (MARTI, 2021) e das recomendações disponibilizadas pelo ICOM BR (2021), pois destacam a importância das medidas de prevenção (máscara e distanciamento físico), utilizam a linguagem dos memes para engajar as/os usuárias/os e para promover a conversação, conectam o acervo do museu ao momento que estamos vivendo e a situações/questões cotidianas, têm o cuidado de compartilhar conteúdos de fontes confiáveis e divulgam pessoas famosas sendo vacinadas.

Compreendemos no ato de cartografar que há entre as ações online de comunicação museal algumas aproximações, como, por exemplo, promoção de redes solidárias e campanhas pela vida, cuidado de si, com o outro e com a saúde coletiva. Há também distanciamentos entre essas ações, como museus localizados em espaços-tempos distintos, postagens de acordo com os contextos em que se situam os museus, acervos diversos e diferentes tipologias museais. Identificamos potencialidades entre elas (as ações), como publicações em sintonia com as experiências vivenciadas no presente com a pandemia da covid-19, e atingir o maior número de cidadãos/ãs possível, buscando informar e educar a sociedade. Identificamos também despontualidades nas ações, como a utilização das redes sociais como mídia de massa por determinados museus, não fomentar a autoria e a colaboração para a produção do conhecimento em/na rede, a esposa do Zé Gotinha sem máscaras visitando um museu e a abertura de determinados museus durante a pandemia, sobretudo museus privados.

Notamos que essas ações tiveram desdobramentos na sociedade, como a ratificação da importância das medidas sanitárias, a produção de processos formativos na/em rede, os disparos de publicações com reflexões sobre o nosso contexto e o calendário de vacinação. Entendemos que essas ações potencializam modos de insurgir (em termos ético-estético-políticos) contra as “necropolíticas” (MBEMBE, 2016) do fazer-deixar morrer operacionalizadas pela gestão desumana bolsonarista. *Insurgir*, aqui, é complexificar o alvo a ser combatido no universo da micro/macropolítica, de sermos capazes de nos rebelarmos contra as violências que cercam os nossos corpos, de alcançarmos novos horizontes e de introduzirmos estratégias de insubordinação (ROLNIK, 2018). É mobilizar “práticas ciberativistas” (LEMOS, 2003) tendo como objetivo a dilatação da vida, do fazer-promover o viver bem, não precarizado, cuidando de si e da/o outra/o, como exposto pela campanha dos **#MuseusPelaVida** através das ações de comunicação museal online.

Como lugares de memória (e de esquecimentos e apagamentos), de patrimônio, de cultura e de ciência, os museus são espaços-tempos de interações sociais, de educação, de exposição, conservação e catalogação de artefatos culturais, além de “fontes importantes de aprendizagem e de contribuição para aumentar o nível de cultura da sociedade” (GOUVÊA et

al. 2010, p. 169). Os museus se constituem como importantes instrumentos/meios de democratização e de popularização do patrimônio cultural e natural, de formação da/o cidadã/ão e de desenvolvimento da comunidade na qual se encontram inseridos. Por conta disso, é fundamental olharmos e pensarmos nos museus:

Não como conectados com a morte, e sim com a vida em movimento, com a vida pulsante, com a vida que se faz, com a vida que reage, com a vida que luta, com a vida que enfrenta, quer enfrentar e enfrenta a COVID-19, que enfrenta a pandemia, que não se conforma com a possibilidade da morte (CHAGAS, 2020, n.p).

A vida e a defesa da vida vêm antes de tudo. Esse, talvez, deva ser considerado “o” princípio da museologia social. Tomara que um dia possamos dizer o mesmo para toda e qualquer museologia, mas enquanto existir uma museologia nazista, uma museologia fascista, uma museologia racista, homofóbica e etnocêntrica, não será possível afirmar a universalidade desse princípio. A museologia social, em sintonia com o princípio anteriormente apresentado, há de servir não apenas à preservação de coisas, objetos e artefatos, mas à valorização da vida em sociedade, não à vida orgânica e biológica apenas, mas à vida como relação, como vivência e convivência, como potência não orgânica de vida, como potência de criação e de resistência (CHAGAS; BOGADO, 2017, p. 141).

Nesse sentido, as ações cartografadas online se apresentam não somente como importantes ações museais ciberativistas em defesa da vida e de novas construções solidárias, mas também como ações educativas museais em potência e que visam ao alcance desses fins. Isso nos remete à importância de uma Educação Museal crítica, democrática e transformadora, implicada na/com a “formação crítica e integral dos indivíduos, sua emancipação e atuação consciente na sociedade com o fim de transformá-la” (COSTA et al., 2018, p. 74) a partir de práticas-teorias que contemplam as perspectivas heterogêneas de vivências/experiências e entendimentos/significações de mundos.

As ações online de comunicação museal e as ideias de Chagas (2020) e Chagas e Bogado (2017) reforçam também a nossa compreensão dos museus como “espaços multirreferenciais de aprendizagem” (BURNHAM, 2012), os quais são atravessados por múltiplas linguagens e conhecimentos-significações que ultrapassam os muros físicos de seus prédios e que possibilitam múltiplos espaços-tempos de vivências, convivências, encontros e celebração da vida.

Fechamos as nossas análises cartográficas considerando que, para além de ações de comunicação, as ações online da campanha **#MuseusPelaVida** são ações educativas museais. Todavia, apesar de algumas aproximações com os indicadores da EMO, como, por exemplo, “fazerem pontes” com os temas vinculados ao museu e lançarem mão de linguagens, mídias e gêneros textuais emergentes das práticas ciberculturais, notamos que em muitas não foram forjadas ambiências conversacionais genuínas dos museus com os seus usuários/públicos online. Verificamos comentários pontuais, sem interatividade, isto é, com pouca conversação e adesão à criação coletiva de conhecimento. Notamos também que foram explorados

diferentes recursos online, porém não foi fomentada a participação ativa e coautoral dos seguidores, e as ações quase não geraram curiosidades e/ou questionamentos.

5 CONCLUSÃO

Nesta cartografia na cibercultura, compreendemos que, apesar da necropolítica operacionalizada pela gestão desumana bolsonarista, inúmeras ações insurgentes emergiram em favor da vida, como as das redes museais através da campanha **#MuseusPelaVida**. Com base nos “enunciados” (FOUCAULT, 2008) compartilhados nas publicações dessa campanha, ficou evidente a constituição de discursos pelo cuidado com a vida e com a vida da/o outra/o. Aprendemos que campanhas como essa do **#MuseusPelaVida** se apresentam como necessárias e fundamentais em nosso tempo, uma vez que vivemos uma sociedade marcada pela política do ódio e do descrédito para com a ciência. Acreditamos que esse tipo de campanha online contribui para que as/os usuárias/os se organizem e se mobilizem por meio de trocas de informação na relação todos-todos, deliberando, negociando e produzindo ações que podem vir a se desdobrar em intervenções nas cidades e nos ciberespaços.

Destacamos a importância da campanha **#MuseusPelaVida** no que tange às discussões aqui apresentadas sobre a função social do museu e sua luta em prol da vida. Porém sugerimos que futuras campanhas educativas museais cibertativistas ultrapassem o modelo comunicacional hegemônico e massivo, uma vez que a pandemia desvelou o necessário estreitamento da relação entre as características sociotécnicas da contemporaneidade (cibercultura) e o campo dos museus, transformando assim os modos como os museus se presentificam e lançam mão das redes sociais e demais espaços-tempos online a fim de cumprir suas funções sociais e educativas. Os novos modos de fazer-pensar a Educação Museal na contemporaneidade nos levam à adoção dos pressupostos da Educação Museal Online para fomentar ações formacionais críticas, inclusivas e cidadãs que forjam a participação ativa, colaborativa e coautoral por meio de conversações entre os museus e seus públicos e públicos não habituais, ampliando, dessa forma, o alcance social dessas instituições e a sua democratização.

Fechamos as nossas discussões comentando que, no processo de produção de nossas análises, entendemos que não há atribuição neutra de sentido no ato de cartografar e que essa atribuição está presente em todas as esferas do nosso conviver e pesquisar, não é fixa e estável, está sujeita a ressignificações, dado que estamos a todo momento a atualizando em nossas experiências cotidianas. Gostaríamos de comentar também que pensar-fazer essa cartografia na cibercultura nos possibilitou compreender fragmentos do momento presente que vem sendo configurado, principalmente as políticas em disputa do fazer-deixar morrer e do fazer-dilatar a vida, e como essas políticas reverberam diretamente na vida cotidiana.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Painel Coronavírus. **Ministério da Saúde**. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>
Acesso em: 06 jun. 2022.

BURNHAM, Teresinha Fróes. **Análise cognitiva e espaços multirreferenciais de aprendizagem**: currículo, educação a distância e gestão/difusão do conhecimento. Salvador: EDUFBA, 2012.

CARVALHO, Felipe da Silva Ponte de. **#Pedagogiasciberculturais**: como aprendemos- ensinamos a nos tornar o que somos? Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Educação, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: http://www.proped.pro.br/teses/teses_pdf/2013_2-1195-DO.pdf. Acesso em 30 jun. 2021.

CARVALHO, Felipe da Silva Ponte; POCAHY, Fernando. O método cartográfico na/com a formação na cibercultura. **RE@ D-Revista de Educação a Distância e Elearning**, v. 3, n. 1, p. 62-77, 2020. Disponível em: https://revistas.rcaap.pt/lead_read/article/view/21899. Acesso em: 6 jun. 2021.

CECA BR; REM BR. **Carta Aberta aos educadores museais brasileiros sobre os efeitos da Pandemia de COVID-19 na educação museal no Brasil**. ICOM Brasil, 2020. Disponível em: http://www.icom.org.br/files/Carta_Aberta_e_Recomenda%C3%A7%C3%B5es_para_Educa%C3%A7%C3%A3o_Museal_no_Brasil.pdf. Acesso em: 29 mai. 2021.

CHAGAS, Mario. **Museus em tempos de pandemia**: novas construções solidárias. Centro Cultural Justiça Federal, 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xIS_ELsfC0w. Acesso em: 19 dez. 2021.

CHAGAS, Mario; BOGADO, Diana. A museologia que não serve para a vida não serve para nada: o museu das remoções como potência criativa e potência de resistência. In: CALABRE, Lia et al (org.). **Memória das olimpíadas no Brasil**: diálogos e olhares. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2017. p.139 -146.

COSTA, Andréa; CASTRO, Fernanda; CHIOVATTO, Mila e SOARES, Ozias. Educação museal. In: Instituto Brasileiro de Museus. **Caderno da Política Nacional de Educação Museal**. Brasília, DF: IBRAM, 2018.

COUTO JUNIOR, Dilton Ribeiro; AMARO, Ivan; ROMERITTO, Renato; RUANI, Ruann Moutinho. Celebrando a normatização da vida: (re)pensando os corpos infantis arbitrariamente generificados em vídeos de “chás de revelação” do YouTube. **Revista Interinstitucional Artes de Educar**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 469-488, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2WTzuwQ>. Acesso em: 23 maio 2020.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Tradução de Peter Pál Pelbart. Rio de Janeiro: Ed 34, 1992.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil platôs**: do capitalismo à esquizofrenia, vol. 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

PRADO FILHO, Kleber; TETI, Marcela Montalvão. A cartografia como método para as ciências humanas e sociais. **Barbarói**, n. 38, p. 45-59, 2013.

FOUCAULT, Michael. **Ditos e escritos V** - Ética, sexualidade, política. Rio de Janeiro: Forense Editora, 2006.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 23.ed. São Paulo: Loyola, 2013.

GOUVÊA, Guaracira. Mediação ou intervenção? Práticas de leituras em museus. ENCONTRO NACIONAL DA REDE DE EDUCADORES EM MUSEUS E CENTROS CULTURAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 1., 2010. **Anais do...**Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2010.

IBERMUSEUS. **O que os museus necessitam em tempos de distanciamento físico**: resultados da pesquisa sobre o impacto do COVID-19 nos museus ibero-americanos. Relatório de impacto da pandemia e repositório COVID-19 para os museus, julho, 2020. Disponível em: <http://www.ibermuseos.org/wp-content/uploads/2020/07/informecovid-vf.pdf>. Acesso em: 29 mai. 2021.

ICOM (Comitê Internacional de Museus). **Museums, museum professionals and COVID-19**: survey results. ICOM, covid-19, maio 2020. Disponível em: <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf> . Acesso em: 29 mai. 2021.

ICOM (Comitê Internacional de Museus). **#MuseusPelaVida**. 2021. Disponível em: <http://www.icom.org.br/?p=2341>. Acesso em: 29 mai. 2021.

KEMP, Simon. Digital 2021: **Global Overview Report**. DataReportal, 2021. Disponível: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>. Acesso em: 12 jun. 2021.

LEMOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (org.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MBEMBE, Achille. Necropolíticas. **Arte & Ensaios**/Revista do ppgav/eba/ufRJ, n. 32, dezembro, p. 124-151, 2016. Disponível em: <https://www.procomum.org/wp-content/uploads/2019/04/necropolitica.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2022.

MARTI, Frieda Maria. **A Educação Museal Online**: uma ciberpesquisa-formação na/com a seção de assistência ao ensino (SAE) do Museu Nacional-UFRJ. 298 f., 2021. Tese (Doutorado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Educação, 2021.

MÖRSCH, Carmen; GRAHAM, Janna. **Open Letter to Museums and Galleries in support of education and other essential workers**. Google Docs, 2020. Disponível em: https://docs.google.com/forms/d/11z1wwu3meYdLeYozGI_OCzoExpK-DiH0DmkrXn5qr4/viewform?edit_requested=true . Acesso em: 29 maio 2021.

OLIVEIRA, Marilda Oliveira de; MOSSI, Cristian P. Cartografia como estratégia metodológica: inflexões para pesquisas em educação. **Conjectura: Filos. Educ.**, Caxias do Sul, v. 19, n. 3, p. 185-198, 2014. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5140150>. Acesso em: 3 fevereiro 2023.

Organização Mundial da Saúde (OMS). **Covid-19**. OMS, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. Acesso em: 29 maio 2021.

ROLNIK, Suely. **Esferas da insurreição**: notas para uma vida não cafetinada. São Paulo: n-1 edições, 2018.

UNESCO. **Museums around the World in the face of COVID-19**. UNESDOC Digital Library, maio 2020. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530/PDF/373530eng.pdf.multi>. Acesso em: 29 maio 2021.

ZAMBENEDETTI, Gustavo; SILVA, Rosane Azevedo Neves da. Cartografia e genealogia: aproximações possíveis para a pesquisa em psicologia social. **Psicologia & Sociedade**, v. 23, n. 3, p. 454-463, 2011.

Revisão gramatical realizada por: Alvanísio Damasceno

E-mail: alvanisiod@gmail.com