

Relato de Experiência sobre a MOVA

Uma mostra de arte que passou a ser virtual
durante a pandemia da covid-19

Patrícia Villar Branco

Resumo

Este artigo apresenta reflexões decorrentes de uma experiência docente na prática de ensino no Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Ielusc – no contexto da pandemia da COVID-19. Um relato sobre a adaptação do formato de Mostra de Arte para Mostra Virtual de Arte. Devido à imediata suspensão de atividades presenciais (como medida de enfrentamento à transmissão do vírus), foi necessário recriar esta experiência acadêmica artística para outro meio, através de novas linguagens e estratégias. Essa tarefa foi realizada através da interdisciplinaridade, entre os componentes Arte Contemporânea, Cultura e Consumo e Direção de Arte, e teve como objetivo criar um espaço experimental digital voltado à arte contemporânea com a exposição dos trabalhos dos estudantes da terceira fase do curso.

Palavras-chave: Coronavírus. Redes sociais. Arte Contemporânea. Mostra de Arte.

Introdução

Transmissão ao vivo, EAD, Live, Webinar, entre outros, são alguns dos termos de maior repercussão desde que o mundo se impactou com as notícias da pandemia pelo novo coronavírus. Diante do caos global causado pela rápida transmissão do coronavírus SARS-Cov2, o Senado Federal aprovou o decreto que reconheceu estado de calamidade pública em 20 de março de 2020.

Nesse contexto, em decorrência da situação de emergência em saúde pública e da adoção de medidas para seu enfrentamento (BRASIL, 2020a), foi criado o Comitê Operativo de Emergência do Ministério da Educação (COE-MEC) (BRASIL, 2020b). O cenário foi de surpresa e imediata necessidade de adaptação às mais diversas atividades profissionais – inclusive aos educadores.

A Portaria n. 343/2020 (alterada pelas Portarias n. 345/2020 e n. 395/2020) e a Medida Provisória (n. 934/2020) passaram a autorizar a substituição de aulas presenciais por aulas em meios digitais, através do uso de meios e tecnologias da informação e comunicação. Essas medidas obrigaram instituições de ensino a interromper atividades presenciais durante o período de quarentena. Segundo a Unesco (UNESCO, 2020a)¹, a pandemia interrompeu as atividades presenciais de 91% dos estudantes de todo o mundo.

Diante disso, os esforços institucionais (e docentes, em um âmbito mais contextualizado) para revisar, reavaliar e replanejar atividades se deu de forma urgente e sem precedentes. Em poucos dias, profissionais da educação tiveram que encontrar recursos para conduzir e comunicar seus conteúdos, além de receber diretrizes e tutoriais para o uso de ferramentas de ensino online.

Com um aporte teórico que nos explana sobre os desafios da educação no contexto pandêmico e a relevância das metodologias ativas, este artigo traz um relato de experiência acadêmica docente sobre a organização de uma Mostra de Arte que deixou de ser física e passou a ser virtual. O objetivo foi descrever sobre procedimentos e etapas do processo da criação da MOVA – Mostra Virtual de Arte – durante dois semestres: um de 2020 e outro de 2021. Para isso, foi necessário trazer um corpo de discussão que passasse, também, pelo universo dos conteúdos artísticos online atuais.

Alguns autores, como Gusso (2020), Bacich e Moran (2018) e Calabre (2020), contribuem para esta discussão no intuito de nortear um debate que não se encontra apenas no campo da educação, mas passa por debates na área comunicação – considerando temas como inovação, arte e cibercultura.

1. Disponível em: <https://bit.ly/3ooleZR>. Acesso em: 15 jun. 2021.

Educadores na pandemia: metodologias ativas e enfrentamentos

Segundo dados do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef)², cerca de 44 milhões de crianças e adolescentes brasileiros abandonaram as salas de aula em decorrência do cenário pandêmico. Ainda que estes dados nos tragam números dos ensinos fundamental e médio, ao contrário do que se possa pensar, a realidade de muitos estudantes de ensino superior não é diferente.

Dificuldades de aprendizagem e concentração, falta de equipamentos eletrônicos de qualidade, qualidade insuficiente de conexão à internet são alguns dos vários desmotivadores para estudantes brasileiros. Cancelamentos de aulas, cronogramas alterados, atividades pedagógicas e sistemas de avaliação revisados – o desafio é o mesmo para docentes e estudantes: manter o fluxo do processo de ensino e aprendizagem, de forma agradável e inovadora.

Gusso (2020) analisa o cenário pandêmico em relação à condição de docentes e estudantes e explora propostas para orientar o trabalho de gestores universitários ao analisarem limitações impostas pela situação social decorrente da pandemia:

Da suspensão das aulas presenciais nas universidades públicas e privadas decorre a necessidade de desenvolvimento de maneiras alternativas de ensino, como as tentativas de adaptação e implementação de sistemas digitais. Essas tentativas, por sua vez, acabam por expor diversas (‘novas’) problemáticas. Entre elas encontram-se: a) a falta de suporte psicológico a professores; b) a baixa qualidade no ensino (resultante da falta de planejamento de atividades em ‘meios digitais’); c) a sobrecarga de trabalho atribuído aos professores; d) o descontentamento dos estudantes; e e) o acesso limitado (ou inexistente) dos estudantes às tecnologias necessárias (GUSSO, 2020, p. 4).

Apesar de, em muitos casos, as circunstâncias sociais (e ambientes profissionais) não favorecerem a prática de um fazer pedagógico inovador, não há dúvidas de que esse cenário abriu o debate sobre educação no século XXI – extremamente necessária para além da pandemia.

É possível afirmar que a pandemia acelerou o processo de revisão do sistema de ensino. A crise da Covid-19 deu visibilidade aos dinamismos pedagógicos, à autonomia do estudante e criatividade do docente frente à necessidade

2. Pesquisa TIC Kids Online 2019 do Cetic.br/NIC.br – realizada com o apoio da UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância.

de manter alunos engajados no conteúdo, com formatos alterados. Discussões sobre educação do futuro e o papel de protagonismo do estudante na construção do conhecimento foram resgatadas com força nos últimos meses.

A preocupação de Paulo Freire (2006) em relação à postura crítica do aprendiz, sua autonomia e libertação, estão sintonizadas com os desafios contemporâneos. Paulo Freire é considerado o mentor da educação para a consciência – reconhecido especialmente por seu pensamento pedagógico assumidamente político/crítico.

A ideia de “metodologias ativas” (BACICH; MORAN, 2018) vem ao encontro da concepção pedagógica de Freire, e importa para esse debate na medida em que nos concede meios práticos para se pensar em um panorama social que contrasta isolamento social, ensino à distância, revisão de sistemas de ensino e a necessidade de estabelecer vínculos reais e produtivos com estudantes, afim de obter não apenas aprendizagem, mas transformação social.

Segundo Bacich e Moran (2018) as metodologias ativas fortalecem a participação efetiva dos alunos na construção do conhecimento e no desenvolvimento de competências, respeitando seu próprio tempo e jeito de aprender:

Metodologias ativas para uma educação inovadora aponta a possibilidade de transformar aulas em experiências de aprendizagem mais vivas e significativas para os estudantes da cultura digital, cujas expectativas em relação ao ensino, à aprendizagem e ao próprio desenvolvimento e formação são diferentes do que expressavam as gerações anteriores. Os estudantes que estão, hoje, inseridos nos sistemas de educação formal requerem de seus professores habilidades, competências didáticas e metodológicas para as quais eles não foram e não estão sendo preparados (BACICH & MORAN, 2018, p. 14).

A metodologia ativa é uma concepção educativa que estimula processos construtivos de ação-reflexão-ação (FREIRE, 2006). Nesta perspectiva, o professor é mediador das ações que colocam o estudante como protagonista no processo de ensino e aprendizagem, proporcionando experiências que tornem os estudantes mais habilitados a lidar com os diversos contextos sociais.

Metodologias são importantes diretrizes para orientação desse processo, não apenas no âmbito prático (técnico, procedimental etc.), mas, principalmente, enquanto pensamento que transforma e norteia ações (FREIRE, 2009). Um estudante consciente de seu papel na apreensão do conhecimento, é um estudante capaz de encontrar soluções, pesquisar, trabalhar em equipe, se autoavaliar e utilizar de forma inteligente as tecnologias digitais.

A ideia de uma “aprendizagem ativa” nos interessa neste relato, pois a Mostra Virtual de Arte (assim como outras atividades da Faculdade Ielusc) visa dar autonomia ao aluno, instigá-lo e fazê-lo buscar, a partir de suas referências e acessos à informação, a melhor forma de concretizar uma ideia – nesse caso, uma Mostra de Arte.

Arte em tempos de pandemia: tendências que vieram para ficar

Tendo em vista a problemática sobre políticas públicas de cultura no Brasil, pensar na pandemia e suas consequências para esse setor significa tirar espaço de uma atividade que já se encontrava, antes de 2020, limitada.

Calabre (2020) explica que o ano de 2020 foi marcado, inclusive, pelo setor da cultura resistindo à diminuição de investimentos federais de aplicação direta pela atual Secretaria Especial de Cultura – especialmente se olharmos pelo campo das artes:

Buscando estratégias de sobrevivência e outros modelos de sustentação, o setor cultural, cada vez mais, vinha utilizando as alternativas de fomento locais (dos municípios e estados) além da ampliação de campanhas de financiamento coletivo ou, mesmo, mantendo a sobrevivência através da renda obtida nas bilheterias (CALABRE, 2020, p.10).

A necessidade de distanciamento para evitar a transmissão do novo Coronavírus fez com que atividades culturais – que, por sua natureza, geram aglomerado por promoverem encontros, espetáculos e eventos de muitos tipos – fossem proibidas. Para muitas pessoas, esse foi o instante em que se percebeu a importância da arte na vida social e individual. A historiadora descreve o cenário que cidadãos do mundo inteiro viveram (e ainda vivem):

[...] a música, o teatro, a literatura, a arte em geral, foram saudadas como canais de escape fundamentais da solidão, como alimento da alma, como alento e esperança de tempos e vidas sãs. Seja através de suportes já consagrados, como os livros impressos, os CD de música, seja através da internet em um volume muito maior, ou ainda nas janelas e varandas das casas, por todo mundo, temos assistido à ampliação do consumo de produtos culturais, da valorização da cultura e do uso do tempo diário com atividades de arte e cultura (CALABRE, 2020, p.11).

Mas, se por um lado, o setor da cultura sofreu um choque, também fez girar, através de sua multidão artística criativa e crítica, a roda da reinvenção. Um grande fenômeno ascendeu a partir da necessidade de sobreviver e entreter: a produção de arte e cultura online, presentes nas mais diversas redes sociais. Ou seja, se a procura por consumo cultural por meio da internet já era crescente, a partir de 2020, no contexto de isolamento social, tanto a oferta quanto a procura se intensificaram absurdamente; não se pode ignorar o salto dado por esta necessidade de mercado com as pessoas buscando conservar-se em casa.

Museus foram particularmente afetados por esta situação, segundo dados da UNESCO³, mais de 85.000 (cerca de 90%) instituições de todo o mundo encerraram suas portas no âmbito das medidas de combate à COVID-19. Como consequências da crise, houve diminuição drástica do turismo cultural, quedas consideráveis nas receitas, aumento do número de demissões, entre outros fatores. Segundo dados do relatório do Conselho Internacional de Museus (ICOM)⁴, os fechamentos afetaram principalmente regiões onde as instituições culturais são mais recentes e escassas. Na África, na Ásia e nos países árabes, fecharam respectivamente 24%, 27% e 39% dos espaços, com grande possibilidade de encerramento permanente das instituições. Em outros continentes, há o registro de 12% de impacto na América Latina, 10% América do Norte e 8% da Europa.

Diante dessa problemática, o ICOM e a UNESCO divulgaram relatórios com o intuito de incentivar a adaptação do setor cultural à crise imposta pela pandemia, trazendo a importância do uso de recursos tecnológicos durante este período. A discussão sobre acessibilidade à arte e instituições de arte retornou com força nos últimos tempos. O processo de adaptação à Era Digital foi acelerado pela pandemia e os grandes centros e galerias de arte se viram obrigados a flexibilizar seus conteúdos para o ambiente digital.

Em seu estudo sobre uso de tecnologias nas exposições de arte durante a pandemia, Costa (2020) comenta que a Realidade Virtual e a Realidade Aumentada são duas das maiores tendências tecnológicas da última década, trata-se de “recursos úteis para a exposição remota de obras de arte, permitindo alcançar um público diverso, acostumado a um mundo cada vez mais digital, e possibilitando a criação de exposições e o acesso a coleções em tempo de distanciamento físico” (COSTA, 2020, p.1).

3. UNESCO Report May 2020: Museums Around the World in the Face Of COVID-19 (2020), United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Disponível em: <https://bit.ly/3mT4avb>. Acesso em: 20 maio 2021.

4. Museums, museum professionals and COVID-19 (2020), International Council of Museums (ICOM). Disponível em: <https://bit.ly/3o6ER8n>. Acesso em: 10 maio 2021.

Para os objetivos propostos neste artigo, pensar em tendências tecnológicas parece ir além na discussão sobre consumo e criação de arte em ambiente digital. O fato é que a Mostra Virtual de Arte da Faculdade Ielusc se constituiu com uma base de debate que atravessa todos esses temas: distanciamento social, tecnologia, inovação e experiência acadêmica/artística.

Embora os estudantes da terceira fase não tivessem condições de desenvolver e aplicar ferramentas como as descritas por Costa (2020), o que se observou foi que o fenômeno da arte em tempos de pandemia sofreu uma efervescência sem precedentes – e as redes sociais foram *locus* para esses aparecimentos. Perfis de todos os tipos apareceram nas mais diversas plataformas⁵ e redes sociais: velhos artistas consagrados, novos artistas, artistas independentes, galerias e museus já renomados, além de novas galerias/mostras de arte, entusiastas da arte, plataformas de divulgação, acadêmicos e estudantes do campo. Ou seja, o ambiente digital possibilitou não apenas o acesso ao material que já existia e era distante, mas fez borbulhar o mundo da arte, valorizando linguagens, trazendo temas importantes, refletindo sobre o lugar da arte na vida e sobre a importância do artista no mundo.

São dezenas de possibilidades para acesso, inclusive presentes na plataforma *Google Arts and Culture*⁶, espaço desenvolvido em parceria com museus que disponibiliza visitas gratuitas e virtuais a algumas das maiores galerias de arte do Brasil e do mundo. Além disso, os índices mostram que os acessos ao *Google Arts and Culture* “mais do que dobraram”⁷.

Não é necessário maior esforço exploratório para demonstrar o alcance que o tema “arte digital e mundo pandêmico” (e/ou arte não digital em ambiente virtual) ganhou nos últimos meses. Além disso, a discussão vai além do que se tem, ela nos joga para o futuro, no sentido de pensar sobre tendências que vieram para ficar: linguagens, agentes culturais e formas de consumo que se sobressaíram durante esse tempo e que permanecerão para além da pandemia.

5. Para citar alguns exemplos de desdobramentos: 1) Mostra Museu: Arte na Quarentena – trabalhos estão exibidos em painéis digitais e estáticos em diversos bairros de São Paulo; 2) *National Museum of Women in the Arts* - único grande museu do mundo com conteúdo online exclusivamente dedicado a defender as mulheres por meio das artes; 3) Farol Santander – diversos passeios virtuais (com temas variados) criados para internautas interessados; 4) *Covid Art Museum* - o primeiro museu que nasceu desde que a pandemia do coronavírus se espalhou pelo mundo. Artes de todos os tipos abordando como tema o impacto social causado pela Covid-19. Curadores selecionam obras via Instagram, através da *#CovidArtMuseum*; 5) Museu do Isolamento - o 1º museu totalmente digital do Brasil reúne artes e reflexões para e sobre o cotidiano dos brasileiros; 6) Leonardo Da Vinci no Museu da Imagem e do Som, que lançou o projeto MIS Experience com foco em experiências multissensoriais. O MIS foi além: integrou com o *Google Cultural Institute*, uma plataforma do Google que realiza parcerias com centenas de museus, instituições culturais e acervos históricos para hospedar online os patrimônios culturais do mundo. Estes exemplos foram retirados de uma pesquisa exploratória em sites de notícias, tais como: CNN Brasil, SP-Arte, Cultura 930, Folha UOL.

6. Disponível em: <https://bit.ly/3bPpFa3>. Acesso em: 10 maio 2021.

7. Disponível em: <https://bit.ly/303UEop>. Acesso em: 20 jun. 2021.

Ora, se o artista (enquanto cidadão) é influenciado pela sociedade em que vive, também reflete e faz refletir seu momento histórico, social, cultural e científico. Se olharmos para a história da arte, perceberemos que arte, expressão e processo artístico desempenham diferentes papéis ao longo dos anos. O conceito de arte e de objeto artístico têm sofrido alterações significativas e contínuas desde o século XX. Com a chegada de uma época em que as produções simbólicas se alinham à cultura de consumo, cultura popular e mídia, a ideia de arte e artista também se modificam; especialmente se olharmos para um recorte histórico mais próximo à nossa realidade.

A arte contemporânea vem, cada vez mais, se debruçando sobre as possibilidades ofertadas pelas novas tecnologias. Não apenas no que diz respeito à estética, mas, principalmente, no âmbito das narrativas. Ou seja, usar a tecnologia para fazer é menos interessante do que pensar sobre o fazer arte por meio da tecnologia, no ambiente digital.

Lemos (2005, p. 1) fala sobre cibercultura e “re-mixagem”. Trata-se de um “conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, cut-up de informação a partir das tecnologias digitais”. Como características de uma arte dita contemporânea, desconstruções nos âmbitos da forma, narrativa e processo são sinais próprios do nosso tempo. A cibercultura e os acessos a todo tipo de informação ampliam o repertório pictórico e técnico de artistas que, agora, podem mesclar, hibridizar, misturar linguagens e, a partir disso, “falar a mesma coisa de uma outra forma”.

Na cibercultura, novos critérios de criação, criatividade e obra emergem consolidando, a partir das últimas décadas do século XX, essa cultura remix. Por remix compreendemos as possibilidades de apropriação, desvios e criação livre (que começam com a música, com os DJ's no hip-hop e os Sound Systems) a partir de outros formatos, modalidades ou tecnologias, potencializados pelas características das ferramentas digitais e pela dinâmica da sociedade contemporânea. Agora o lema da cibercultura é ‘a informação quer ser livre’ (LEMOS, 2005, p. 2).

Mesmo escrevendo de uma época em que a internet ainda era jovem, Lemos já demonstrava, em seus estudos, claras noções sobre arte na cibercultura. Quando o autor fala sobre a “re-mixagem” ele não fala apenas em tecnologias ou modos de fazer, mas, principalmente, em alcance e acessos. Aproximando estas discussões dos propósitos de uma Mostra de Arte acadêmica, se torna óbvia a escolha por utilizar a rede social (no caso, o Instagram) como vitrine.

O mercado de arte não se excluiu desse cenário. Artistas independentes, museus e galerias de artes têm aumentado seus investimentos em marketing digital para incrementar vendas e alcançar pessoas. Atualmente, o Instagram conta com mais de 1 bilhão de usuários ativos mensais e o Brasil ocupa o segundo lugar nesse ranking. Esses dados traduzem o poder desta rede que potencializa encontros, compartilhamentos e acessos a conteúdos que, até pouco tempo atrás, ficava restrito a um público muito específico e elitizado. Democratizar a arte significa dar espaço ao artista, enquanto profissional e comunicador, mas também criar um cidadão crítico e reflexivo.

Mostra de Arte e Mostra Virtual de Arte: A mostra diante do contexto pandêmico

A Mostra de Arte é um evento planejado e realizado durante a terceira fase do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Ielusc, na disciplina de Arte Contemporânea, lecionada pela professora Patrícia Villar, em diálogo interdisciplinar com o componente de Cultura e Consumo (lecionada pela professora Maria Elisa Máximo) e, eventualmente, Direção de Arte (lecionada pelo professor Rodrigo Ascensão).

Na disciplina de Arte Contemporânea, os estudantes se responsabilizam pela parte criativa e conceitual das obras artísticas, bem como a produção da exposição propriamente dita. Já no componente de Cultura e Consumo, os estudantes aprofundaram teoricamente conceitos e narrativas em torno dos temas escolhidos para as artes. Em alguns semestres a disciplina de Direção de Arte auxilia na dimensão comunicacional/gráfica da divulgação.

O que, até 2018⁸, se chamava de “exposição de arte”, se desmembrou em evento, com data marcada e horário de início e fim. A ideia de criar e expor arte pelas paredes e estruturas da instituição, se estendeu para um momento de demonstração e inspiração: a criação de um espaço alternativo, parecido com uma galeria de arte, no prédio histórico da instituição. Este evento teve o objetivo de proporcionar uma experiência estética e artística à comunidade

8. Com a proposta de se adequar às diretrizes definidas pela Resolução CNE n. 7, no primeiro semestre de 2020, o Curso de Publicidade e Propaganda iniciou um esforço institucional para integralizar pelo menos 10% da carga horária integral do curso com atividades de extensão planejadas, realizadas e avaliadas no interior dos componentes curriculares. O projeto de curricularização da extensão provocou a revisão da matriz curricular do curso afim de destacar eventos, ações e atividades já existentes que se encaixassem no eixo entre ensino, pesquisa e extensão. Nesse contexto, a Mostra de Arte, já realizada desde 2014 de modo informal e não obrigatório, se oficializa como parte da carga horária destinada à curricularização da extensão no curso.

acadêmica, a partir de produções artísticas coletivas dos estudantes.

Tendo em vista que a arte contemporânea traz, em um contexto global, uma narrativa disruptiva, inovadora e altamente crítica, entende-se que, além de abordar a teoria/história da arte, trabalhar e estimular a criatividade do aluno é fundamental para que a arte seja sentida, experimentada e pensada em termos políticos e sociais, enquanto mediadora de reflexão. Ao mesmo tempo, o campo da comunicação social se estabelece, de forma clara, na relação entre arte e narrativa. Entende-se que essa ligação pictórica entre conceber e concretizar é facilitada em trabalhos acadêmicos de cunho prático, como eventos de demonstrações e exposições.

Diante do inesperado estado de alarme criado pela pandemia da Covid-19, as universidades de todo o país se viram obrigadas a adaptar suas atividades pedagógicas através do uso das tecnologias. Na Faculdade Ielusc não foi diferente e a Mostra de Arte virou MOVA – Mostra Virtual de Arte. Imediatamente, de uma semana à outra, reservas de salas foram canceladas, obras artísticas físicas foram transformadas em ambiente virtual e obras digitais.

Este relato de experiência traz duas vivências com a MOVA, nos dois anos pandêmicos, respectivamente 2020 e 2021. O objetivo é descrever sobre procedimentos e métodos estabelecidos coletivamente, que fizeram a MOVA, nestes dois anos, bem-sucedida.

2020, o recálculo de rota

Na primeira quinzena de março de 2020 o tema geral para a Mostra já existia: “Sociodiversidade e Multiculturalismo”. Através desse amplo assunto, as duplas de estudantes (que também já haviam sido organizadas) puderam elaborar narrativas diversas para suas produções.

No total, foram dois meses de trabalho direcionados à esta atividade: nas quatro primeiras semanas professores e estudantes pensaram sobre a criação do espaço virtual, as possíveis linguagens artísticas, a distribuição de subtemas e a escolha de uma comissão de comunicação. Este foi um importante passo para que uma mostra virtual se realizasse: uma equipe treinada e atenta à operacionalidade da rede social.

Um perfil no Instagram (Figura 1) foi criado para este fim. Bem como uma identidade visual⁹ e outras estratégias de *branding*, através das facilidades da disciplina de Direção de Arte. A MOVA (Mostra Virtual de Arte) teve

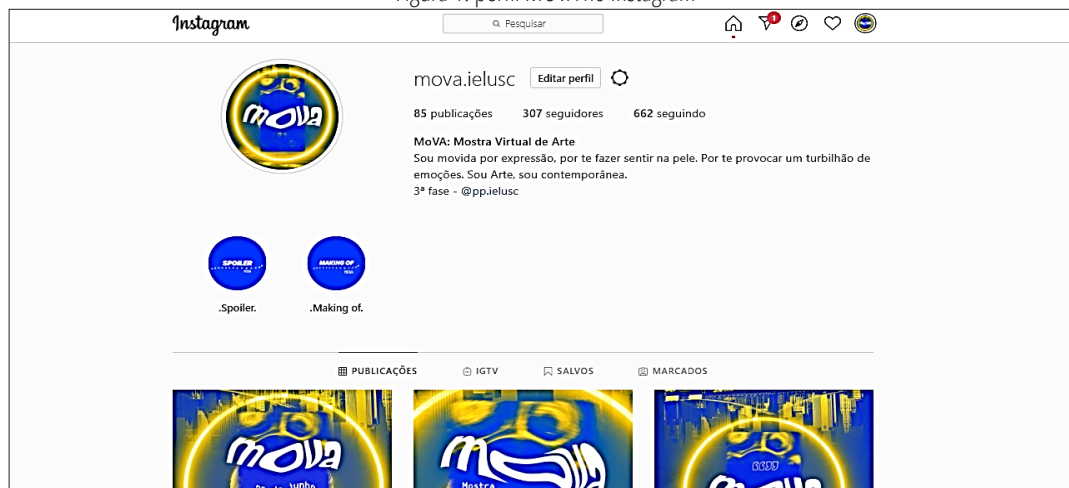
9. Conjunto de elementos gráficos que compõem a marca, como por exemplo, logotipo, paleta de cor e tipografia.

(e permanece) seu *locus* no perfil “@mova.ielusc”, disponível em: [instagram.com/mova.ielusc/](https://www.instagram.com/mova.ielusc/).

Entre tarefas criativas e de aprofundamentos conceituais, entre *brainstorms* e orientações em salas virtuais, maio de 2020 foi o mês mais ativo para os estudantes. Esses artistas acadêmicos passaram pelo processo de busca de referências visuais, leituras e pesquisas sobre cultura, identidade, política, gênero, sexualidade, globalização – todas no contexto do distanciamento social, através de encontros online – para que, por fim, pudessem idealizar uma peça artística digital que apresentasse qualidade na forma e conteúdo.

Ainda em maio a equipe responsável pela estruturação do Feed e mapa de postagens do Instagram entrou em atividade. Os estudantes responsáveis tinham os nomes das duplas, seus materiais artísticos (tipos e quantidades), as legendas dos posts e datas de postagem. Além disso, esta equipe ficou responsável por usar os artifícios dessa rede para divulgar sua existência e convidar interessados a acompanhar a página.

Figura 1: perfil MOVA no Instagram



Fonte: Disponível em: [instagram.com/mova.ielusc/](https://www.instagram.com/mova.ielusc/)

Em detalhes: a MOVA2020 teve uma duração 38 dias – com postagens entre 20 de maio até 28 de junho de 2020. Foram 14 duplas de estudantes, 65 posts com trabalhos artísticos e materiais audiovisuais contendo: vídeos de performances, vídeos de produção em *timelapse*, poesias, ilustrações digitais, ensaios fotográficos, colagens e instalações filmadas. As ferramentas do Instagram permitiram que estes materiais tivessem um bom alcance: posts carros-

sel, stories e filtros temáticos do evento, *hashtags* estratégicas, IGTV, publicações programadas em datas importantes do calendário social, entre outros.

A MOVA de 2020 foi considerada um sucesso, com alcance médio de 300 seguidores (de um público geral) e com alta visualização (considerando o pouco tempo de produção), número de visitas, compartilhamentos e marcações em postagens.

MOVA em 2021

No segundo ano pandêmico, Arte Contemporânea e Cultura e Consumo foram lecionadas pela mesma professora (Patrícia Villar). O cenário social pandêmico não surpreendeu, a atividade já era conhecida, mas o desafio era o mesmo: organizar uma galeria virtual e coletiva de arte.

Nesse ano, a atividade se desenvolveu com certa peculiaridade: os estudantes da terceira fase tinham a tarefa de: 1) produzir um trabalho de pesquisa qualitativa de cunho etnográfico na disciplina de Cultura e Consumo e, a partir dessa coleta de dados, tecer o aprofundamento cultural 2) na disciplina de Arte Contemporânea e gerar conceito e produção artística para a MOVA. O assunto em 2021 foi “Multiculturalismo e Identidades”, tópico abrangente que possibilita trânsitos temáticos.

No total foram nove grupos com trabalhos de aprofundamento cultural, dentre eles: pesquisas sobre Cultura da Dança em Joinville, Cultura da Pesca Regional, Comunidade Ayahuasca, Corporalidades e Procedimentos Estéticos Contemporâneos, Feminilidades e Concursos de Beleza, Cultura do Automobilismo, Arte Urbana/Graffiti e Saúde Mental.

Com procedimentos parecidos aos de 2020, a MOVA 2021 se deu da seguinte forma: até abril os alunos permaneceram coletando referências e buscando repertório artístico; em maio foram produzidos os materiais; em junho foram iniciadas as postagens no perfil do Instagram a partir de um planejamento estratégico para conteúdo criado pela equipe responsável.

Esse planejamento estratégico foi gerado a partir de um processo parecido ao do ano anterior: uma planilha com conteúdos pré, durante e pós Mostra. As informações diziam respeito à quantidade de posts, dias de postagens, legendas e *hashtags*, bem como outros conteúdos extras de divulgação.

Em detalhes: a MOVA 2021 teve uma duração de 20 dias, contanto com 30 postagens entre 25 de junho de 2021 e 15 de julho de 2021. Inspirados na MOVA 2020, muitos formatos e linguagens se mantiveram: vídeo performances, poesias, ilustrações digitais, gifs, ensaios fotográficos, colagens

e minidocumentários. Especificamente em 2021, os artistas fizeram uso frequente e criativo da nova ferramenta do Instagram, nomeada “reels”, além dos formatos já conhecidos – posts carrossel, stories, IGTV, etc.

A MOVA 2021 também foi considerada um sucesso, apresentando aumento de seguidores na página, além de compartilhamentos e interações, não apenas com a comunidade acadêmica (professores, funcionários e estudantes da Ielusc), mas com visitas diárias de um público variado (amigos, familiares, artistas locais, joinvilenses e amantes das artes) de muitas regiões do Brasil¹⁰. Ao explorar posts e comentários, é possível observar que este perfil promoveu trocas importantes entre seguidores e docentes, divulgou artistas locais, valorizou a cultura regional e trouxe, conforme seu maior objetivo, reflexão.

Considerações finais

De fato, o caos gerado pela pandemia da COVID-19 intensificou o uso de tecnologias, seja para os relacionamentos interpessoais, em ambientes profissionais, educacionais e/ou nas novas e diversas formas de consumo cultural. Além disso, trouxe mudanças significativas para a revisão do modelo tradicional de ensino.

Não é possível escrever um relato de experiência docente sobre atividades no contexto pandêmico sem considerar os impactos desta pandemia para o mundo da educação e da comunicação. A breve explanação apresentada nesse trabalho (especialmente nas duas primeiras sessões) são imprescindíveis para justificar a importância dessa atividade de curricularização para o curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Ielusc e todo seu corpo docente e discente.

Por outro lado, em muitos momentos desta reflexão, pode-se perceber um tom esperançoso e otimista em relação a esse cenário – um ponto importante a ser questionado. O fato é que, apesar de os estudantes de comunicação da Faculdade Ielusc contarem com estruturas digitais em sua prática de aula (como computadores, softwares, disciplinas voltadas ao marketing digital e criação gráfica), muitos deles não contam com essa estrutura em seus ambientes domésticos.

Ampliando a reflexão para além dos publicitários da instituição, é preciso registrar que toda a discussão que ronda o campo da educação atual

10. Isso também se deve ao fato de se utilizar estratégias de alcance de público, como é o caso das *hashtags*.

(especialmente voltada ao ambiente online) está permeada de desafios. Isso porque muitos estudantes brasileiros (inclusive professores) ainda não têm de acesso às ferramentas necessárias, além de conexão de qualidade e aparatos eletrônicos. Ou seja, estamos tratando de uma turma de comunicação que tem facilidade com tecnologias da informação e criação digital, mas não funciona assim para todos.

Como se discutiu nesse texto, pensar em uma educação nos moldes de Paulo Freire, significa criar uma maneira de ensinar conectada ao cotidiano dos estudantes e suas experiências – e não se pode negar que a experiência (existencial) sociocultural mais avassaladora e transformadora de nossos dias passa pela hiperconexão. A hiperconectividade é presente e tendência (ao mesmo tempo); bem como a hiperprodução e a hipercirculação de bens culturais e produtos artísticos digitais.

Se as gerações mais jovens sempre foram as que mais rapidamente assimilaram e incorporaram novas tecnologias no dia a dia, com a pandemia (e após ela) essa realidade ganha normalidade e o velho quadro negro, que continua a existir, se torna, cada dia mais, “*touch*” inteligente.

A presença das redes sociais está se expandindo e saindo da zona do entretenimento, atendendo diferentes nichos e se tornando parte integrante da cultura contemporânea com ferramentas que podem, facilmente, ser utilizadas em atividades educacionais. Um smartphone pode nos oferecer uma série de recursos de comunicação e acesso à internet, como câmeras, gravador, tocador de mídia, conteúdo multimídia, aplicativos, sensores, dispositivos etc.

É necessário incorporar essa cultura ao fazer pedagógico, pensar em “metodologia ativa” significa ter a cultura como meio para se chegar ao objetivo. Neste caso, usar os dispositivos e conexões atuais para uma experiência reveladora, atualizada e produtiva em termos de conhecimento. Significa, também, gerar acessibilidade para novos conteúdos e abrir possibilidades pedagógicas para se pensar em uma educação do futuro.

Trabalhos de cunho prático como a Mostra Virtual de Arte, mesmo acontecendo no modelo remoto, não deixam de aproximar saberes, pessoas e de expor produções acadêmicas à comunidade local. Nesse caso, isso tudo aconteceu a partir do protagonismo dos estudantes que cumpriram papéis essenciais para que esse evento acontecesse: foram idealizadores, organizadores, artistas, publicitários.

O questionamento mais presente nos últimos dois anos entre os estudantes é: “o que vamos fazer com esse perfil depois da pandemia?”. A resposta é quase óbvia. A Mova vai continuar existindo, ainda que a pandemia aca-

be e as aulas voltem ao modelo presencial. Se este perfil de Instagram surgiu como viabilidade na problemática do isolamento social, também significou uma produção valiosa em termos de comunicação e alcance. Por que não pensar em uma plataforma artística virtual permanente para os estudantes do curso? E aqui não falamos apenas em arte digital, falamos também em arte não digital para ambiente virtual.

O fato é que a pandemia nos trouxe um espaço de compartilhamento rico e poderoso, não apenas em termos de visibilidade institucional, mas em termos de linguagem e acessibilidade, que valoriza a arte e o fazer artístico.

Referências

BACICH, L.; MORAN, J. **Metodologias ativas para uma educação inovadora**: uma abordagem teórico-prática. Porto Alegre: Penso, 2018.

BRASIL. **Ministério da Educação**. Gabinete do Ministro. Portaria n. 343, de 17 de março de 2020. Dispõe sobre a substituição de aulas presenciais por aulas em meios digitais enquanto durar a situação de pandemia do Novo Coronavírus - COVID-19. Diário Oficial da União, ed. 53, seção 1, Brasília, DF, p. 39, 18 mar. 2020c. Disponível em: <https://bit.ly/303CKCs>. Acesso em: 06 junho de 2021.

BRASIL. **Ministério da Saúde**. Gabinete do Ministro. Portaria n. 188, de 03 de fevereiro de 2020. Declara Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) em decorrência da Infecção Humana pelo Novo Coronavírus (2019-nCoV). Diário Oficial da União, ed. 24-A, seção 1, Brasília, DF, p. 1, 04 fev. 2020a. Disponível em: <https://bit.ly/3bQ2xrY>. Acesso em: 08 maio 2021.

BRASIL. **Atos do Poder Executivo**. Medida Provisória n. 934, de 01 de abril de 2020. Estabelece normas excepcionais sobre o ano letivo da educação básica e do Ensino Superior decorrentes das medidas para enfrentamento da situação de emergência de saúde pública de que trata a Lei n. 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. Diário Oficial da União, ed. 63-A, seção 1, Brasília, DF, p. 1, 01 abr. 2020d. Disponível em: <https://bit.ly/3mQyQx8>. Acesso em: 20 abr. 2021.

BRASIL. **Ministério da Educação**. Gabinete do Ministro. Portaria n. 329, de 11 de março de 2020. Institui o Comitê Operativo de Emergência do Ministério da Educação - COE/MEC, no âmbito do Ministério da Educação. Diário Oficial da União, ed. 49, seção 1, Brasília, DF, p. 165, 12 mar. 2020b. Disponível em: <https://bit.ly/3wn6CNE>. Acesso em: 05 maio 2020.

CALABRE, L. **A arte e a cultura em tempos de pandemia**: os vários vírus que nos assolam. Extraprensa, São Paulo, 2020.

COSTA, M. J. P. R. G. **A realidade virtual e a realidade aumentada na exposição de obras de arte**: a pandemia de COVID-19 [Dissertação de mestrado, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório do Iscte, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/22334>. Acesso em junho de 2021.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**. Saberes necessários à prática educativa. 36 ed., São Paulo: Paz e Terra, 2009.

GUSSO, H. L. **Ensino Superior em tempos de pandemia**: diretrizes à gestão universitária. Revista Educação & Sociedade. Campinas, 2020.

ICOM. International Council of Museums. **Museums, museum professionals and COVID-19**. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3mO8P1v>. Acesso em maio de 2021.

LEMOS, A. Arte eletrônica e cibercultura. **Revista FAMECOS**, 2008. Disponível em: <https://bit.ly/3wpcINt>. Acesso em: 10 maio 2021.

UNESCO. **COVID19 Educational disruption and response**. Paris: Unesco, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3bQ2T1M>. Acesso em: maio 2021.

Sobre a autora

Patrícia Villar Branco. Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Associação Educacional Luterana Bom Jesus – IELUSC. Especialista em Magistério Superior pelo Centro Universitário Internacional. Mestre em Antropologia Social pela Universidade Federal do Paraná. Professora nos cursos de graduação de Publicidade e Propaganda e Jornalismo na Faculdade Ielusc.