

AS MÍDIAS SOCIAIS DO MUSEU AMAZÔNICO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS COMO INSTRUMENTOS DE EDUCAÇÃO NÃO-FORMAL

DOI: [10.29327/210932.12.2-11](https://doi.org/10.29327/210932.12.2-11)

Maria Carolina Malta Lemos
Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em
Administração Universitária, Santa Catarina - Brasil
mariacarllemos@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0191-5304>

Julio Eduardo Ornelas Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Instituto de Pesquisas e Estudos em
Administração Universitária, Santa Catarina - Brasil
julioornelas@yahoo.com.br
<https://orcid.org/0000-0001-8239-9606>

RESUMO: A educação permeia diversos ambientes sociais e pode acontecer das mais variadas formas. Um dos espaços institucionalizados de educação não-formal onde é possível vivenciar práticas educativas é o museu. O Museu Amazônico, órgão suplementar da Universidade Federal do Amazonas, tem por objetivo investigar e difundir acervos e informações acerca da região Amazônica por meio de exposições e variadas atividades educativo-culturais. Está presente nas principais mídias sociais, como *Facebook*, *Instagram* e *X* (antigo *Twitter*), além de um canal no *Youtube*. O intuito deste artigo é analisar como as mídias sociais digitais do Museu Amazônico podem contribuir para a educação não-formal de seu público, por meio das postagens feitas nas principais mídias sociais usadas pelo órgão - Facebook e Instagram. Buscou-se apresentar as mídias sociais distantes de seu uso comercial, como instrumentos a serviço da educação e da divulgação da arte, da história, do conhecimento. Para além de apenas comunicar, também podem ser caminhos e possibilidades de educadores para alcançar seu objetivo de dialogar com os educandos.

PALAVRAS-CHAVE: Museus. Educação não-formal. Mídias sociais.

MUSEU AMAZÔNICO SOCIAL MEDIA LIKE NON-FORMAL EDUCATION MECHANISM

ABSTRACT: Education permeates various social environments and can happen in many ways. One of the institutionalized spaces for non-formal education where educational practices can be experienced is the museum. The Amazon Museum, a supplementary entity of the Federal University of Amazonas, aims to investigate and disseminate collections and information about the Amazon region through exhibitions and various educational and cultural activities. It is present in the main social media such as Facebook, Instagram, and X (old Twitter), in addition to a YouTube channel. The purpose of this article is to analyze how the digital social media of the Amazon Museum can contribute to the non-formal education of its audience through posts made on the main social media used by the entity - Facebook and Instagram. We attempted to present social media, free from their commercial use, as instruments at the service of education and the dissemination of art, history, and knowledge. In addition to simply communicating, there can be paths and possibilities for educators to achieve their goal of dialoguing with students.

KEYWORDS: Museum. Non-formal education. Social Media.



INTRODUÇÃO

A educação humana não está reduzida apenas aos bancos escolares e aos ensinamentos formalizados das instituições ditas de ensino. Como afirma Freire (1981, p.14), a educação é um processo do ser humano em busca de si próprio, de ser sujeito da própria vida, da própria educação. Para este autor, “ninguém educa ninguém”. Ao encontro desta afirmativa, Cascais e Terán (2014) apontam que a educação deve preparar a pessoa para a vida, para o que nela acontece e desenvolver suas potencialidades como suporte das necessidades que possam aparecer em seu caminho ao longo da existência, sejam de cunho econômico, social, tecnológicos, principalmente no mundo de hoje, globalizado.

Freire (1981) ainda nos lembra que educação é um processo permanente e que estamos todos nos educando, do que podemos depreender que não somente nas escolas, mas em todos os lugares e em todo o tempo, é possível acontecer o processo educativo da pessoa humana. Portanto, todos os ambientes sociais podem ser considerados espaços educativos, desde que promovam reflexão, anseio pela melhoria pessoal, pois o “homem está no mundo e com o mundo” (Freire, 1981, p.15).

Estes espaços, em geral, podem ser classificados como formais e não-formais. É considerado um espaço formal de educação, de acordo com Jacobucci (2008, p.56), “um local onde a Educação ali realizada é formalizada, garantida por Lei e organizada de acordo com uma padronização nacional”, por exemplo, a escola. Como espaços não-formais, também Jacobucci (2008) divide em institucionalizados e não institucionalizados. Os primeiros, são os que estão regulamentados e possuem uma equipe responsável pelas ações que ali ocorrem, como, por exemplo, os museus. Os não institucionalizados são os espaços naturais ou urbanos não estruturados, mas que podem servir para uma ação de educação, como parques, praias, teatros e praças (Jacobucci, 2008). Além dos espaços educativos, a educação também se dá de maneira informal, sem espaços pré-definidos, com objetivos diversos. Como explica Gohn (2006, p.29),

A educação informal socializa os indivíduos, desenvolve hábitos, atitudes, comportamentos, modos de pensar e de se expressar no uso da linguagem, segundo valores e crenças de grupos que se frequenta ou que pertence por herança, desde o nascimento. Trata-se do processo de socialização dos indivíduos.

Podemos dizer então que a educação permeia diversos ambientes sociais e pode acontecer das mais variadas formas. Conforme apontado anteriormente, um dos espaços institucionalizados de educação não-formal onde é possível vivenciar práticas educativas e no qual nos deteremos no presente trabalho é o museu. Além de lugar educativo, o museu também é considerado um espaço de comunicação. Segundo a definição do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM, 2021), os museus são:

[...] instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico,

técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento.

O museu é, por conceituação, ele mesmo, meio de comunicação com a sociedade. Silva-Neponoceno afirma que “tão importante como as obras de arte, a comunicação de um museu tem de ser ‘uma obra de arte’ que torne visível, acessível e público tudo o que a instituição museológica oferece” (2018, p. 5).

O Museu Amazônico, órgão suplementar da Universidade Federal do Amazonas, vinculado diretamente à Reitoria da instituição, tem por objetivo “investigar e difundir acervos e informações acerca da região Amazônica por meio de exposições e variadas atividades educativo-culturais” (Museu Amazônico, 2020, p. 7). O Museu está presente nas principais mídias sociais, como *Facebook*, *Instagram* e *X* (antigo *Twitter*), além de um canal no *Youtube*. O objetivo deste artigo é analisar se as mídias sociais digitais do Museu Amazônico são utilizadas de forma a contribuir para a educação não-formal de seu público, por meio das postagens feitas nas principais mídias sociais usadas pelo órgão - facebook e instagram.

A SOCIEDADE EM REDE

De forma crítica, Byung-Chul Han (2017) alerta sobre a necessidade de exposição para a visibilidade, o reconhecimento, a ‘existência’. No mundo atual, afirma, “as coisas só começam a ter valor quando são vistas e expostas” (2017, p.125). Han critica a aceleração da comunicação como forma de produção, expressando como o alto nível de cobrança por produtividade e eficiência estão tornando a sociedade cada vez mais acelerada, e com isso, menos valorizada. Mas Castells (1999) nos lembra que a tecnologia é a sociedade, que uma reflete a outra e esta mesma sociedade só pode ser definida e explicada por suas ferramentas tecnológicas. Castells declara ainda que “a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades, sempre em um processo conflituoso, decidem dar ao seu potencial tecnológico” (1999, p.44), ou seja, é por meio das suas ferramentas tecnológicas que as sociedades se expressam, se apresentam, mostram sua evolução social.

Kenski nos traz, então, a reflexão que “toda aprendizagem, em todos os tempos, é mediada pela tecnologia disponível” (2003, p.3). O desenvolvimento tecnológico, seja ele em que nível for, atravessa o processo de ensino-aprendizagem, haja visto que também este é necessário para a criação de novas tecnologias. Como Freire (1981) explica, a compreensão da realidade permite ao homem criar novas soluções, que podemos aqui definir como tecnologias, que transformam o mundo e permitem a criação de um novo mundo.

As tecnologias de informação e comunicação (TIC's) de hoje nos trazem seus desafios. Uzeda, Ferreira e Júnior (2021) afirmam que todas as áreas e atividades sociais do nosso tempo já estão marcadas pela presença profunda das TIC's. Com isso, traz o rótulo de sociedade em rede para as primeiras décadas do século 21, por conta de sua força e abrangência, o que Castells (1999) já alertava ser uma transformação de dimen-

são histórica, uma transformação cultural. Como ele previu, esse sistema de integração e interação promovido pelas TIC's mudou e está mudando para sempre nossa cultura.

Barbosa e Batista (2011) defendem a ideia de que a cidadania depende também de como o sujeito se apropria das TIC's e que a integração destas com a educação é essencial para que não haja lacunas e defasagem quanto ao papel social da educação. A internet e as redes sociais digitais trouxeram novas perspectivas para as TIC's e para as relações humanas. Como afirma Castells (2001, p.7), “a Internet é o tecido das nossas vidas.” Com a internet, as redes sociais migraram também para esta galáxia, trazendo novas formas de relacionamentos e adaptando outras para este lugar, tornando-se “a alavanca na transição para uma nova forma de sociedade - a sociedade de rede [...]” (Castells, 2001, p. 08).

AS MÍDIAS SOCIAIS E A EDUCAÇÃO

Os conceitos de redes sociais e mídias sociais por vezes aparecem confusos e iguados. Recuero explica a diferença, lembrando que as redes sociais não nasceram com a Internet e que podem ser definidas como “a visão de um grupo social através de suas relações” (2019, s/p). Já mídias sociais podem ser apresentadas como “efeito da apropriação das ferramentas de comunicação digital, [...] conversações decorrentes da apropriação dessas plataformas pelas redes sociais, que modificam os modos de circulação de informações” (Recuero, 2019, s/p). Miller *et al.* (2019) alertam que as mídias sociais não devem ser definidas como as plataformas da rede que as pessoas registram seus pensamentos, mas, sim pelo próprio conteúdo ali colocado pelos usuários destas plataformas. São apresentadas por eles como “lugares que convivemos” (s/p).

Para este trabalho, adotaremos o conceito de mídias sociais como ferramentas digitais que possibilitam a comunicação para as redes, para pessoas e grupos, promovendo relações e troca de informações. No período analisado neste artigo, julho de 2022 a julho de 2023, as principais mídias sociais no Brasil são *Facebook, Instagram e X* (antigo Twitter) (Toledo, 2023). As mídias sociais, para além de canais de comunicação, também têm sido usadas para diversas finalidades, entre elas, como ferramentas de apoio no processo de ensino-aprendizagem, seja essa formal ou não-formal. Como afirmam Barbosa e Batista (2011, p. 3):

Vive-se em um mundo em rede, onde novos espaços de comunicação como as comunidades virtuais, blogs, fóruns e outros estão cada vez mais presentes, permitindo a interação social a partir do compartilhamento da informação, contribuindo assim para o surgimento de novas formas de aprender e de ensinar.

Corroborando com esta afirmação, Kenski (2003, p. 4) declara que “as novas possibilidades de acesso à informação, interação e de comunicação, proporcionadas pelos computadores (e todos os seus periféricos, as redes virtuais e todas as mídias), dão origem a novas formas de aprendizagem”. Pinto e Cardoso (2017) destacam que a realidade que vivemos, da tecnologia em rede, das mídias sociais, está transformando a educação,

resgatando a antiga dimensão comunitária da aprendizagem, ou seja, estamos buscando novas formas de encontrar conhecimento e ensino fora dos espaços escolares e fora dos muros físicos, nos espaços digitais, em rede, uns com os outros.

E de que forma espaços educativos podem se encontrar dentro desta nova realidade? Basta apenas se fazer presente dentro desta rede? Como atuar? Buscando responder a estas questões, podemos aceitar o que dizem Pinto e Cardoso (2017, p.35) sobre a educação nesta galáxia da internet: “A sociedade em rede está, assim, e progressivamente, tornando obsoletas as instituições [...] não conectadas. [...] torna-se essencial considerar novos espaços e caminhos para as aprendizagens, diferentes e inovadoras”. Também Kenski (2003) traz a reflexão de que as possibilidades que as mídias sociais e as tecnologias digitais criam devem servir para que novas formas de ensino sejam desenvolvidas, nesses novos tempos e espaço, e que estejam à disposição de todos, em qualquer hora e lugar.

Com isso, afirmamos que, mais do que apenas estar presente, é necessário entender e transformar o processo educacional desses lugares e movimentos que as mídias sociais propõem para a aprendizagem e a educação, refletindo no que Freire (1981) afirma sobre a instrumentação da educação, uma relação dialética com o contexto da sociedade, integrando-se ao ambiente, superando o falso dilema “humanismo-tecnologia”.

Os espaços educativos podem e devem enxergar nas mídias sociais mais do que um canal de comunicação para divulgação de suas atividades, mas, também, trazer para seu público e sua audiência propostas educativas, novos conhecimentos e possibilidades de interação que sejam agregadoras ao saber e à aprendizagem.

OS MUSEUS E A EDUCAÇÃO NÃO-FORMAL

De acordo com a definição de Gohn (2006, p.28), “a educação não-formal é aquela que se aprende ‘no mundo da vida’, via os processos de compartilhamento de experiências, principalmente em espaços e ações coletivos cotidianos”. Maria da Glória Gohn (2006, p.29) também destaca onde acontece essa educação:

os espaços educativos localizam-se em territórios que acompanham as trajetórias de vida dos grupos e indivíduos, fora das escolas, em locais informais, locais onde há processos interativos intencionais (a questão da intencionalidade é um elemento importante de diferenciação).

A partir disso, podemos afirmar que os museus são considerados espaços de educação não-formal, pois a disseminação do conhecimento ali disponível se dá de forma mais participativa e autogestionada (Marandino, 2017). Como espaços de educação não-formal, os museus desenvolvem atividades, projetos, ações, eventos, de cunho educacional, de maneira a cumprir seus objetivos de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo (IBRAM, 2021). Valente (2009, p.89) declara, ainda, que apenas com a ação de preservar e apresentar seu acervo, o museu já está desempenhando uma função

educativa: “Nesse sentido, independentemente de contar ou não com um programa específico de atividades pedagógicas, a instituição é em si mesma um meio educativo”.

Silva-Neponoceno (2018, p.2) ressalta que “dentre as várias funções do museu, a mais importante seria a transmissão de ideias, conhecimentos e valores através das exposições e dos programas educativos”, reforçando, assim, o caráter de lugar promotor de educação, podendo, desta forma, influenciar os modos de pensar e agir de seus frequentadores e usuários (Bastos, Silva e Silva, 2018). Mais do que um lugar para apreciar o passado ou curiosidades artísticas, os museus buscam cada vez mais assumir seu papel de espaços educadores, com uma aprendizagem ativa e transdisciplinar, agregando e indo além do que é vivenciado nas escolas (Bastos, Silva e Silva, 2018; Jacobucci, 2008).

Tendo em vista essa função social e o papel educacional não-formal, é natural que os museus acompanhem o avanço tecnológico e busquem assimilar, tanto de forma física quanto de forma virtual, as novas tecnologias para o cumprimento de sua finalidade de estar a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. Portanto, podemos concluir com a afirmação de Uzeda, Ferreira e Júnior (2021, p. 206) sobre a perspectiva dos museus dentro desta realidade:

Os museus, como conceito e como instituição, deverão continuar sua trajetória imbuídos da mesma resiliência que vêm demonstrando em sua trajetória histórica – negociando transposições de realidades, seja para as galerias físicas das exposições seja para o ciberespaço, permanecendo como intérpretes culturais privilegiados da sociedade e desse novo “real”, cada vez mais virtual.

O MUSEU AMAZÔNICO

O Museu Amazônico é um órgão suplementar da Universidade Federal do Amazonas (Ufam) e atua como apoio à pesquisa, ao ensino e à extensão em áreas fundamentais para o conhecimento da Amazônia e de suas culturas. Criado em 1975 e implantado em 1989, por conta do recebimento do acervo documental e bibliográfico da extinta Comissão de Documentação e Estudos da Amazônia (CEDEAM), e também da recepção do acervo da firma J. G. Araújo & Cia. Ltda., ele foi inaugurado no ano de 1991. Seu objetivo é “investigar e difundir acervos e informações acerca da região Amazônica por meio de exposições e variadas atividades educativo-culturais” (Museu Amazônico, 2021, p. 7).

Declara como missão promover a pesquisa e a difusão do conhecimento acerca da diversidade cultural e socioambiental dos povos amazônidas, fazendo-o a partir da preservação do patrimônio científico e cultural sob sua custódia. Como visão, tem o escopo de se afirmar como instituição de referência nos estudos sobre Amazônia, a partir da pesquisa, da preservação e da divulgação dos acervos científicos e culturais sob seus cuidados, bem como atuar como elo entre a Universidade Federal do Amazonas e toda a sociedade.

Os acervos do Museu Amazônico compreendem fundos e coleções de natureza arquivística, bibliográfica e museológica, sob guarda e tutela das Divisões de Arqueologia, Pesquisa e Documentação Histórica, e Museologia. Conta com um espaço físico onde

realiza exposições e atividades culturais, abertas a toda a sociedade, mas muito requisitado pela comunidade escolar, principalmente do seu entorno, como está pontuado no Plano Museológico (Museu Amazônico, 2021).

No que diz respeito à comunicação, o Museu atua por meio de sua estrutura física e pelas exposições, pelas ações educativas e culturais, em parceria com a Ufam e com outras instituições locais e nacionais, e também por meio das mídias tradicionais e sociais digitais. Como vimos, as mídias sociais vêm corroborar com o propósito de educação não-formal do Museu, permitindo que a instituição consiga se relacionar com seu público para além de seu espaço físico e suas ações presenciais, aumentando seu raio de alcance, proporcionando uma maior disseminação da produção de conhecimento que ali acontece.

Para a elaboração deste trabalho, foram analisadas as postagens de fotos, vídeos e texto feitas pelo Museu Amazônico em seu perfil nas mídias digitais *Facebook e Instagram* (por serem as que têm postagens atualizadas de forma mais constante e maior número de seguidores) durante o período de julho de 2022 a julho de 2023.

O Museu está presente nas principais mídias sociais digitais, no X (antigo *Twitter*) desde 2009, no *Facebook* desde 2011 e no *Instagram* desde 2017. Apesar de estar há mais tempo no X (antigo *Twitter*), rede social onde é possível interagir com postagens de vídeos, fotos e textos, e possuir mais de 1.100 seguidores, o Museu não atualiza informações desde 2012. No *Facebook*, o órgão conta com mais de 5 mil e 200 seguidores e mais de 2 mil pessoas já fizeram check in, ou seja, já estiveram no Museu e avisaram seus próprios seguidores que estavam lá. No *Instagram*, o perfil do Museu já tem mais de 5 mil e 300 seguidores (dados referentes a julho 2023).

Kidd (*apud* Martins, Carmo e Santos, 2017) categoriza as postagens de museus de três maneiras: marketing, inclusão e colaboração. Na categoria marketing, as mídias sociais são usadas para divulgação de eventos e projetos da instituição; já na categoria inclusão, as postagens têm a finalidade de criar uma comunidade para fomento da reflexão e do diálogo. Por colaboração, o autor entende como “envolver o público nos processos de tomada de decisão das instituições em relação aos eventos e exposições” (Kidd *apud* Martins, Carmo e Santos, 2017, p. 3). Tendo em vista a discussão sobre o papel educativo das mídias sociais dos Museus, podemos, aqui, associar a categoria inclusão com a função de educação destas instituições, haja vista que, quando se promove a reflexão e o diálogo, também se está educando seu público e usuário, pois, como afirma Freire, “nenhuma ação educativa pode prescindir de uma reflexão sobre o homem e de uma análise sobre suas condições culturais” (1981, s/p).

AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS DO MUSEU AMAZÔNICO: UMA BREVE ANÁLISE

É possível identificar nas postagens feitas pelo perfil do Museu nas mídias sociais *Facebook e Instagram* as categorias de marketing e de inclusão. No período de julho de 2022 a julho de 2023, foram 170 postagens no *Instagram* e 106 no *Facebook*. A partir da descri-

ção das categorias de marketing e inclusão, podemos identificar que, das 170 postagens no Instagram, 111 fazem parte desta descrição de anúncio e divulgação das atividades e projetos que acontecem no Museu. Exemplos de postagens de marketing no Instagram:



Figuras 1 e 2: Postagens no perfil do *Instagram* do Museu Amazônico enquadradas na categoria “Marketing” - julho e junho de 2023.

Também é possível identificar cerca de 59 postagens que podem ser caracterizadas como de inclusão, levando conhecimento para reflexão e aprendizagem de seu público, como exposições virtuais, exibição de palestras, explicação sobre a AIDS e outros. Exemplos de postagens de inclusão no Instagram:



Figuras 3 e 4: Posts do perfil do Museu Amazônico no *Instagram* enquadrados na categoria “Inclusão”- maio de 2023.

No Facebook, foi possível identificar 100 postagens dentro da categoria de marketing no período avaliado, com divulgação dos eventos, fotos das atividades e visitas, cartazes dos projetos e ações desenvolvidas pelo Museu. Exemplo de postagem de marketing no *Facebook*:



Figuras 5 e 6: Posts do perfil do Museu Amazônico no Facebook enquadrados na categoria “Marketing”- maio de 2023.

Das postagens do período analisado, 06 podem ser caracterizadas como de inclusão, com disseminação de conhecimento e exposição virtual.

Exemplo de postagem de inclusão no Facebook:



Figuras 7 e 8: Posts do perfil no Facebook do Museu Amazônico com exemplos de postagens enquadradas na categoria “Inclusão”- maio e janeiro de 2023.

A partir dos dados observados, podemos afirmar que quase todo conteúdo compartilhado pelo órgão no período avaliado é voltado especialmente para divulgação de seus eventos e projetos, usando pouco essa ferramenta como lugar educativo e de comparti-

lhamento do conhecimento produzido e armazenado na instituição. Apenas com esta análise não é possível concluir o porquê desta escolha e destacamos que os fatores podem ser muitos: falta de profissional dedicado, desconhecimento do potencial da ferramenta, falta de credibilidade nas mídias sociais, divergência do público de interesse com o das mídias sociais, enfim, os motivos podem ser vários.

As mídias sociais para Byung-Chul Han (2017) são vitrines onde nos expomos, por sermos mera mercadoria que utiliza a Internet para nos fazer importante, nos produzir, acelerando a comunicação, transformando todas as relações humanas em relações comerciais. Neste trabalho, tentamos apresentar as mídias sociais profanadas de seu uso comercial, como instrumentos a serviço da educação e da divulgação da arte, da história, do conhecimento. Para além de apenas comunicar, também podem ser caminhos e possibilidades de educadores para alcançar seu objetivo de dialogar com os educandos.

Como instrumentos de educação não-formal, as mídias sociais do Museu Amazônico ainda carecem de ampliar sua ação educativa, levando ao público que interage de forma virtual com a instituição para além de notícias de seu funcionamento e eventos. Nos dados apresentados, é notório que ainda não se utilizam as mídias digitais de maneira mais efetiva, no sentido de contribuir para a reflexão e diálogo, finalidade da função de inclusão, conforme Kidd (*apud* Martins Carmo e Santos, 2017). Mesmo havendo todo o potencial destas mídias, para que estas postagens possam ser caracterizadas como de inclusão ou educativas, é necessário que haja uma visão estratégica quanto seu uso na educação não-formal do público do Museu Amazônico, para que se possam “abrir janelas de conhecimento sobre o mundo que circunda os indivíduos e suas relações sociais” (Gohn, 2006, p.29).

CONCLUSÃO

Como explicitado pela simples investigação no Museu Amazônico, o uso das mídias digitais como instrumentos de educação não-formal é um caminho ainda a ser descoberto, pois, mesmo com toda a aceleração da comunicação nas redes, é pouco explorado nesta linha de desconstrução do capital, a serviço da inclusão e da educação. Talvez essas mesmas mídias sociais sejam a rua festiva da humanidade em que as obras de artes possam ser exibidas e celebradas, saindo das paredes dos museus e dos cofres, voltando a se tornar acessíveis a todos.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, J. S.D.; BATISTA, D. L. **As mídias sociais na educação**. V Colóquio Internacional Educação e Contemporaneidade. São Cristóvão, 2011. Disponível em <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/10374/3/25.pdf>. Acesso em 23 de junho de 2022.
- BASTOS, A. S.; SILVA, F. O.; SILVA, A. F.S. **O museu como espaço de educação não formal e de integração do idoso na sociedade**. Encontro Internacional de Formação de Professores e Fórum Permanente de Inovação Educacional. 2018. Disponível em <https://eventos.set.edu.br/enfope/article/view/9089>. Acesso em 8 de julho de 2022.
- CASCAIS, M. G. A.; TERÁN, A.F. Educação formal, informal e não formal na educação em ciências. **Ciência**

- em Tela, vol.7, n.2, 2014. Disponível em <http://www.cienciaemtela.nutes.ufrj.br/artigos/0702enf.pdf>. Acesso em 25 de junho de 2022
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Vol.1. 6a edição. São Paulo: Paz e Terra. 1999
- CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar. 2001
- FREIRE, P. **Educação e Mudança**. 12a edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1981
- GOHN, M. G. Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas. **Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, Rio de Janeiro, v.14, n.50, p. 27-38, jan./mar. 2006. Disponível em <https://www.scielo.br/j/ensaio/a/s5xg9Zy7sWHxV5H54GYdfQ/?format=pdf&lang=pt> Acesso em 25 de junho de 2022.
- HAN, B.C. **A sociedade do cansaço**. 2a edição ampliada. Rio de Janeiro: Vozes. 2017
- IBRAM - INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Museus do Brasil**. 2021. Disponível em <https://www.gov.br/museus/pt-br/assuntos/os-museus/museus-do-brasil>. Acesso em: 20 de junho de 2022.
- JACOBUCCI, D. F.C. Contribuições dos espaços não-formais de educação para a formação da cultura científica. **Revista Em Extensão**, v. 7, n. 1, 2008. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/revextensao/article/view/20390>. Acesso em: 25 junho de 2022.
- KENSKI, V. M. Aprendizagem mediada pela tecnologia. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, v. 4, n.10, p.47-56, 2003. Disponível em http://paginapessoal.utfpr.edu.br/kalinke/novas-tecnologias/pde/pdf/vani_kenski.pdf. Acesso em 25 de junho de 2022.
- MARANDINO, M. Faz sentido ainda propor a separação entre os termos educação formal, não formal e informal? **Ciência e Educação**. Bauru. v. 23, n. 4, p. 811-816, 2017. Disponível em <https://www.scielo.br/j/ciedu/a/cmjvH7v4mFZMsdjV5bWLJfM/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em novembro de 2024.
- MARTINS, D. L.; CARMO, D.; SANTOS, W. S. A presença dos museus brasileiros nas mídias sociais: o caso facebook. **Revista Morpheus - Estudos Interdisciplinares Em Memória Social**. Rio de Janeiro, v. 10, 2017. Disponível em: <http://seer.unirio.br/morpheus/article/view/7584>. Acesso em 8 de julho de 2022.
- MUSEU AMAZÔNICO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS. **Plano Museológico**. 2020. Disponível em: <https://www.museuamazonico.ufam.edu.br/plano-museologico.html>. Acesso em 20 de junho de 2022
- MILLER, D. *et al.* **Como o mundo mudou as mídias sociais**. UCL Press. 2019
- PINTO, J. CARDOSO, T. **Redes sociais e educação aberta**. Que relação? *In*: TORRES, Patrícia. **Redes e Mídias Sociais**. Curitiba: Appris. 2017
- RECUERO, R. **Mídia social, plataforma digital, site de rede social ou rede social? Não é tudo a mesma coisa?** 2019. Disponível em <https://medium.com/@raquelrecuero/m%C3%ADdia-social-plataforma-digital-site-de-rede-social-ou-rede-social-n%C3%A3o-%C3%A9-tudo-a-mesma-coisa-d7b54591a9ec>. Acesso em 9 de julho de 2022.
- SILVA-NEPONOCENO, G. R. **Planejamento de Comunicação do Museu do Alto Sertão da Bahia – MASB**: A importância da comunicação estratégica nas instituições museológicas. Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-0528-1.pdf>. Acesso em: 20 de junho de 2022.
- TOLEDO, M. **Qual é a rede social mais buscada em 2023?** CNN Brasil. 2023. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/qual-e-a-rede-social-mais-buscada-em-2023/> . Acesso em novembro de 2024.
- UZEDA, Helena C.; FERREIRA, Lorhana S. R.; JUNIOR, Paulo C. S. R. Museus no Ciberespaço: as Redes Sociais como nova dinâmica do Público Digital. **Museologia & Interdisciplinaridade**. vol. 10, nº Especial, Dez. de 2021. pp 195-208. Disponível em <https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/37506> . Acesso em 26 de junho de 2022
- VALENTE, M. E. A. **Educação e Museus**: a dimensão educativa do museu. *in* GRANATO, Marcus; SANTOS, Cláudia P.; LOUREIRO, Maria L.N.M. (org.) **Museu e Museologia: Interfaces e Perspectivas**/Museu de Astronomia e Ciências Afins. Rio de Janeiro:MAST, 2009.