



A Educação Patrimonial por meio do lazer: o trabalhador em seu horário livre

Tiago de Chaves Fidélis¹

Esta ideia foi inicialmente desenvolvida para o Museu Municipal Atílio Rocco, de São José dos Pinhais que, devido a sua localização no centro da cidade, possui um grande número de estabelecimentos comerciais no seu entorno gerando um grande público. Este modelo de educação patrimonial, no entanto, pode ser aplicado a qualquer museu que atue em centros urbanos e com muitos estabelecimentos comerciais ao seu redor. Este projeto nasceu da necessidade de tornar mais acessível a cultura e a História regional para os trabalhadores inserindo-as em sua rotina de trabalho, usando para isso, horários vagos como o de almoço.

Tendo em vista a aproximação do Patrimônio com a sociedade, que algumas vezes julga um museu como um estabelecimento para outras classes sociais e ajudando a desconstruir preconceitos, este plano visa inserir uma flexibilização de horários e formas de atendimento do Museu para facilitar o acesso à História na apressada rotina de trabalho dos funcionários comerciais, industriais, públicos, entre outros.

Em primeira instância, é preciso preparar o circuito expositivo, tornando as exposições mais claras e objetivas possíveis e, se for possível, oferecer visitas guiadas, que também devem ser feitas de forma resumida e objetiva. Esta adaptação deve-se ao fato de o horário de almoço, na maioria dos casos, ser de no máximo 1 hora, sendo assim, a adaptação é necessária para que o trabalhador possa se alimentar e ainda desfrutar do restante de seu tempo livre diário visitando um museu.

Para dar continuidade, entrar em contato com estabelecimentos comerciais (lojas, restaurantes, fábricas, etc.) para convidar os funcionários, seja por e-mail, telefone ou de forma presencial. Entrar em contato com gerentes ou responsáveis pode ser um meio eficaz para divulgação do museu, ou até para agendar visitas guiadas, conforme o interesse da empresa no lazer de seu operário.

Como nem todo museu dispõe de verba para fazer propaganda de suas atividades, deve-se fazer uso das ferramentas que atualmente estão disponíveis como meio de propaganda, a mais abrangente delas, as Redes Sociais. Criar uma conta no Facebook, Twitter, Instagram ou qualquer outra que possibilite a postagem de fotos, servirá como um meio de propagar o Patrimônio e o envolvimento dele na sociedade.

Para o público-alvo tomar posse de seu patrimônio e de sua história, pode-se solicitar ao visitante/funcionário que indique a exposição que ele mais se interessou e, em seguida, tirar uma fotografia dele junto da exposição escolhida para registro no museu. Esta imagem, depois de receber autorização do visitante, poderá ser postada em uma ou mais contas de redes sociais que o museu possui, assim propagando o projeto, informando sobre o trabalho realizado ou horários de funcionamento e estreitando os laços entre a sociedade e seus patrimônios materiais e imateriais.

¹ Estudante do Curso de Licenciatura em História da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.