

MUSEU AFRO-BRASIL-SUL (MABSUL) – A POPULARIZAÇÃO DA CULTURA E DAS MEMÓRIAS NO MEIO VIRTUAL

CAMILA CAETANO FERREIRA; RENAN GOMES LEMOS; MATHEUS BORGES;
ROSEMAR GOMES LEMOS

Universidade Católica de Pelotas (UCPel) – camilaferreira_ag@hotmail.com
Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – renan.glemos@outlook.com

Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – borgesmatheus045@gmail.com
Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – rosemar.ufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Museu Afro-Brasil-Sul (MABSul) surge por iniciativa da Prof. Dr^a Rosemar Lemos no final de 2019 com objetivo de resgatar e divulgar a história e cultura afro-brasileira da região sul do Brasil, tendo como foco de investigação para a construção do seu acervo os estados brasileiros: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná. O MABSul, vinculado ao Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), promove a pesquisa e a construção do conhecimento acerca das peculiaridades regionais, simbologias e singularidades da cultura negra. Na busca do resgate identitário e memória histórica, o MABSul formaliza a manutenção e a preservação do Patrimônio histórico material e imaterial do povo negro sul-brasileiro(CORRÊA, 2020).

Com a colaboração dos mais de quarenta membros do projeto de pesquisa e extensão MABSul (os colaboradores, sendo dos três estados já citados para objeto de pesquisa) está sendo possível a criação de um material amplo e diverso, com os temas: personalidades negras, carnaval, educação e clubes sociais negros, por exemplo. Essas ações têm permitido que consigamos organizar um acervo para ser compartilhado com a comunidade em geral, através das redes sociais.

Dentre os objetivos do museu, um deles é que a lei 11.645/08 seja cumprida, de modo que seja reconhecida a história, resistência e contribuição do povo negro ao Brasil, assim como o patrimônio cultural. Patrimônio cultural é um conjunto de elementos históricos que carregam uma importância específica para um seletivo grupo, sendo este um país, estado, cidade ou comunidade, herdado dos antepassados e com o desejo de ser valorizado pelos seus detentores. Segundo Varine (2000), o patrimônio cultural é importante para o passado, para o presente e para o futuro da sociedade do qual faz parte. O autor aponta que o patrimônio cultural representa para o passado a materialização da procedência do indivíduo e da comunidade. Já para o presente sustenta a cultura viva da qual ele é alicerce; e para o futuro torna-se um instrumento em potencial para ser descoberto e gerido (PADILHA, 2018).

2. METODOLOGIA

Devido ser um museu virtual, em que foram utilizados acervos pessoais dos membros dos projeto e também pesquisas realizadas em livros e na internet, foi criado um site e redes sociais nos mais diversos sites, tais como Facebook, Instagram, YouTube, além de Podcasts em plataformas de streaming, ou seja, com os arquivos sendo distribuídos digitalmente com a ausência da necessidade

de fazer *download* dos próprios. O material produzido é disponibilizado no Facebook e Instagram, a fim de que se obtenha um maior alcance e uma maior interação do público com o museu, visto que conforme informa a Época Negócios (2019), o Brasil é o 2º lugar do mundo em que as pessoas passam mais tempo nas redes sociais. Ao analisar o número de curtidas até o momento, a partir do tempo de implementação (3 meses), os sites de redes sociais para o grupo são ótimas ferramentas de expansão e conhecimento do museu.

Os conteúdos de cunho museológico e documental, entre 2006 e 2010 na internet não serviam como um complemento do espaço expositivo (museu ou exposição em particular), não era diretamente exposto como é agora (ELER, 2008). Alguns anos após, todo o conteúdo documental começou a ser exposto na internet. Segundo a Conferência *Museum and Web* temia-se que fosse criada uma divisão, vulgo, uma separação dos domínios físico e *online* - que apenas agora está começando a ser transposta. Como foi visto nessa tradução direta de propriedade intelectual, segundo Denise Eler (2008), isto não se deve a qualquer falta de interesse ou desejo de reunir o museu virtual e o museu físico. Na verdade, era esperada a maturação de um número de tecnologias. O objeto museológico digital é compreendido como um objeto carregado de valores informacionais, patrimoniais e documentais, que circulam nas redes e são apreciados pelos públicos/usuários heterogêneos da sociedade da informação e do conhecimento. Ressaltamos que o objeto museológico digital apresenta uma nova história, usos e disseminação em meio ao ambiente web (PADILHA, 2018).

Foram realizados a partir do conteúdo museal os webinars, que colaboraram com a divulgação e a adequação do conteúdo originado e desenvolvido pelos membros responsáveis pela parte técnica e de pesquisa no museu. Webinar é uma espécie de videoconferência, que se utiliza de ferramentas para poder interagir com o público, tais como slides e tutoriais. Além de ser possível a comunicação do público com os apresentadores através de voz e texto. No mais, os participantes recebem certificado de participação. Os webinars realizados pelo MABSul tiveram o objetivo de partilhar saberes com a comunidade, como por exemplo, acerca da história e cultura afro-sul-brasileira e desafios do museu e da rádio em meio a uma pandemia, mas também sobre a produção de vídeos e formas de engajar as redes sociais, o que além de ter colaborado para os membros dos grupos de pesquisa do museu, também acrescentou para o público em geral. O conjunto de eventos estão parcialmente disponibilizados no Youtube. Eles foram realizados em um plataforma online da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), que é a Webconf UFPel - Webconferência e tiveram os seguintes nomes: Patrimônio como a trincheira para a luta antirracista, “O rádio e a museologia em tempos de pandemia”, Em Cena: A história negra sul-brasileira, “Engaje: Outras formas de explorar conversas em mídias sociais”, Resgatando e registrando memórias e patrimônios negros do sul do Brasil, O desafio do uso de novas tecnologias na promoção e construção de novos saberes. Essa ação extensionista proporcionou um grande engajamento para o museu, e como consequência, a sua popularização, já que alguns desses eventos virtuais foram abertos ao público com direito a perguntas e comentários feitos por voz e texto.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em vista do museu possuir um site em todas as redes sociais, de maior alcance, fora proporcionado grandes interações com o público. Visto que além

de publicações, perguntas enquetes foram realizadas para que fosse possível ter mais comunicação e interação com os seguidores, e dessa forma saber o que lhes era esperado encontrar no museu. Além do mais, todos os webinars produzidos e demais vídeos estão disponíveis na plataforma do Youtube a fim de que esteja ao alcance de todo nosso público, mas também daqueles que estão chegando para conhecer o museu.

O MABSul está sendo um sucesso na internet, frente a diversos acontecimentos. Desde o início das atividades tivemos envolvimento do público. Sempre procuramos conseguir diversos seguidores para desenvolver tudo. O webinar foi mais uma chance de aprender sobre diversos tipos de museu virtuais e físicos, pode-se usar como exemplo o MASP ou o Museu do COVID-19. Frente a esse cenário de pandemia, houveram resultados inesperados e suficientes para que fossem desenvoltas as nossas campanhas que ocorreram por fases. No início, introduzimos as pessoas sobre o que aparecia no museu trazendo fotos pré-armazenadas (de autoria de membros do grupo de pesquisa) e logo partimos para outras etapas onde, foi e está sendo desenvolvido o nosso acervo virtual offline.

Através da planilha automatizada que abrange especificamente o Facebook, dividida nas seguintes colunas: publicado (data da publicação), publicação (título da publicação), tipo, direcionamento, alcance e envolvimento, obtemos os seguintes dados que comprovam um grande engajamento do público para os dias quatro de setembro de 2020 com um alcance de 4,3 mil pessoas. E no dia dezessete de agosto de 2020, um número de 2,6 mil pessoas alcançadas. As seguintes postagem foram de uma respectiva personalidade negra de Arroio Grande, e um vídeo sobre o dia do patrimônio virtual.

4. CONCLUSÕES

Acredita-se que através das redes sociais, será possível a concretização de nossos objetivos, como por exemplo, o citado no início do texto, que é o objetivo de que a lei 11.645/08 seja efetivada. À medida que profissionais da educação e estudantes terão acesso ao material, poderão conduzir em seus âmbitos de trabalho a história e cultura afro-brasileira. No mais, já temos resultados positivos, visto que tornou-se viável a disseminação do patrimônio cultural, história e cultura afro-brasileira, o que torna possível o alcance aos mais diversos públicos.

Assim, a internet entra neste contexto como uma ferramenta significativa no processo de comunicação do museu com o público, “A sua utilização como complemento do espaço físico do museu vem facilitar a transmissão da mensagem pretendida e captar a atenção do visitante, possibilitando uma nova visão do objecto museológico (MUCHACHO, 2005, p. 15)”.

Em veículo dos resultados positivos obtidos desde a criação do museu nas redes sociais, dentre eles publicações no Facebook e Instagram, exposição dos vídeos dos webinars no Youtube e disponibilização dos podcasts no Spotify e Youtube, concluímos que as redes sociais são de grande importância para a divulgação e popularização do nosso museu, visto que por meio delas foi possível alcançar os mais diversos públicos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PADILHA, R.C. **A representação do objeto museológico na época de sua reproduibilidade digital.** 2018. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) -

Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina.

CORRÊA, Maristela Machado. **Sobre**. Museu Afro-Brasil-Sul, 2020. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/museuafrobrasilsul/sobre/>>. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

BRASIL, BBC News. **Brasil é 2º em ranking de países que passam mais tempo em redes sociais**. Época Negócios - Globo, 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/09/brasil-e-2-em-ranking-de-paises-que-passam-mais-tempo-em-redes-sociais.html>> . Acesso em: 12 de setembro de 2020.

ELER, Denise. As práticas museológicas emergentes na Internet e as tecnologias que as viabilizam. **Leituras Transdisciplinares de Telas e Textos**, Belo Horizonte, v.4, n.8, p.18-28, 2008