

DIVULGAÇÃO, ENGAJAMENTO E IDENTIDADE: A RELEVÂNCIA DAS REDES SOCIAIS NO MABSUL

JOÃO VICTOR CRUZ FERREIRA¹; SABRINA HAX DURO ROSA²; RENAN GOMES LEMOS³; ROSEMAR GOMES LEMOS⁴

¹Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – joaovictorcruz5@gmail.com

²Instituto Federal do Rio Grande do Sul – Rio Grande (IFRS/RG) – sabrina.rosa@riogrande.ifrs.edu.br

³Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – renan.glemos@outlook.com

⁴Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – rosemarmemos@ufpel.edu.br

1. DESCRIÇÃO DA INOVAÇÃO

O Museu virtual Afro-Brasil-Sul - MABSul, vinculado ao Centro de Artes da UFPEL, dedica-se à preservação e difusão da memória e cultura afro-brasileira, com foco no sul do Brasil. Desde sua criação, o MABSul buscou estratégias de comunicação eficazes, superando a ausência de espaço físico. O Instagram (@museuafrobrasilsul) tornou-se essencial, evoluindo de expositor para um canal interativo de comunicação e mediação cultural. Diferente de outros museus, o MABSul utiliza-se do Instagram como principal promotor de comunicação com a comunidade, reforçando sua identidade e acesso às mais diversas Instituições também comprometidas com o cumprimento da Lei 10.639. Essa inovação redefine o cotidiano do museu, ao direcionar-se ao público com matérias que lhes permitem acompanhar o avanço ou retrocesso das políticas públicas de enfrentamento ao racismo, o acesso à educação inclusiva e ao mercado de trabalho, às novas ferramentas tecnológicas que permitem maior acesso aos patrimônios imateriais, livros que tratam das relações étnico-raciais, além de suas atividades institucionais enquanto museu universitário pertencente a uma instituição pública.

2. ANÁLISE DE MERCADO

Segundo o Guia Rede de Acervos-afrobrasileiros 2024 (disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcapccpglclefindmkaj/https://www.sisemsp.org.br/wp-content/uploads/2025/02/guia-acervos-afro-brasileiros-2024.pdf>), até o ano de sua publicação, o Museu Afro-Brasil-sul era o único museu focado na cultura negra entre os estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Além disso, segundo o Censo Demográfico de 2022 do IBGE, a população que se autodeclara preta ou parda — categorias que compõem o grupo de pessoas negras segundo a classificação do IBGE — representa cerca de 26,74% da população da Região Sul do Brasil. Com base na população total da Região Sul (aproximadamente 30 milhões de habitantes), estima-se que haja cerca de 8 milhões de pessoas negras (pretas e pardas) vivendo na região. Ou seja, temos uma população significativa que precisa conhecer sua história e culturas em um meio próprio para tal fim, se considerada a museologia social, na qual o MABSul se identifica.

Todavia, não somente a população negra visita o Instagram do MABSul. Seu público é amplo e diverso e pode ser segmentado em três principais grupos:

1. Comunidade acadêmica – estudantes, professores e pesquisadores da UFPel e de outras instituições educacionais, interessados em temas de memória, cultura afro-brasileira, artes e educação.

2. Comunidade local de Pelotas e região – composta por moradores da cidade, coletivos culturais, escolas e grupos sociais que interagem diretamente com as ações do museu.

3. Público digital ampliado – formado por seguidores de diferentes partes do Brasil e do exterior que acessam o museu principalmente por meio do Instagram.

Tal realidade mostra que o MABSul utiliza o Instagram tanto como ferramenta de inclusão regional (ao divulgar eventos e atividades locais), quanto como meio de projeção internacional, ampliando a visibilidade da cultura afro-brasileira produzida no sul do país.

No campo museológico, outras instituições também utilizam as redes sociais para divulgação, como o Museu da Pessoa (SP), além de museus de história e arte que adaptaram suas práticas comunicacionais para o ambiente digital. Entretanto, a estratégia do MABSul diferencia-se por estar enraizada em sua condição de museu virtual: ao contrário de museus com espaço físico, o Instagram não é apenas apoio, mas estrutura essencial para a mediação cultural e a construção de vínculos com o público.

3. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO

O MABSul é uma instituição sem fins lucrativos, dessa forma, o uso do Instagram (@museuafrobrasilsul), tem como meta a sustentabilidade cultural. O objetivo da Instituição é preservar valores, reduzir as posturas racistas, promover o conhecimento das diversidades e contribuições culturais promovendo o desenvolvimento do pensamento de um povo onde a pluralidade de idéias seja conhecida e respeitada.

A Agenda 2030 para o “Desenvolvimento Sustentável”, adotada pelas Nações Unidas em 2015, reconhece a cultura como um pilar fundamental para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Por que? Principalmente, porque a cultura contribui para a erradicação da pobreza, a proteção ambiental, a promoção da paz e da justiça, e a construção de sociedades mais prósperas e resilientes.(ver:<https://123ecos.com.br/docs/sustentabilidade-cultural/>)

O museu utiliza a rede social para: divulgar suas atividades e projetos acadêmicos desenvolvidos na UFPel ou com seus parceiros, NEABI-UNESC e NEABI-IFRS-RG; estabelecer um diálogo com a comunidade; valorizar produções artístico-culturais afro-brasileiras; garantir visibilidade a eventos artístico-culturais no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Esse modelo amplia a responsabilidade social do museu, consolidando-o como ator ativo na democratização da cultura.

3.1 Etapas de Desenvolvimento

O conteúdo divulgado no Instagram é de autoria da equipe de trabalho do museu e de parceiros, protegendo imagens, textos e produções culturais vinculadas ao MABSul. O registro da marca e a curadoria de conteúdo garantem autenticidade e credibilidade institucional. Assim, a implementação do Instagram do MABSul ocorreu em etapas:

1. Criação do perfil institucional como expositor do acervo e espaço de comunicação oficial;
2. Expansão para conteúdos dinâmicos, como postagens sobre datas comemorativas, efemérides afro-brasileiras e divulgação de pesquisas acadêmicas;
3. Integração e Consolidação com a comunidade local, por meio de divulgações de eventos culturais, rodas de conversa, lives e parcerias com coletivos de Pelotas;

No que se refere ao TRL – Nível de Maturidade Tecnológica, o uso do Instagram pelo MABSul pode ser classificado como um TRL 9 – sistema comprovado em ambiente real. A prática está consolidada, sendo utilizada diariamente como parte central da comunicação e já validada pelo engajamento constante do público.

No que tange aos desafios e riscos, verifica-se:

1. **Dependência das plataformas privadas:** mudanças no algoritmo do Instagram podem reduzir o alcance das publicações;
2. **Limitações de equipe:** a gestão e manutenção da relevância do perfil exige constante atualização e produção de conteúdo, o que pode sobrecarregar a equipe, que é pequena;
3. **Inclusão digital:** parte da população ainda não possui acesso pleno às redes sociais, o que exige pensar em estratégias complementares;

Para mitigar esses riscos, o museu aposta em uma comunicação estratégica, na integração com outras plataformas (Facebook, Youtube, Spotify e Deezer) e no fortalecimento de vínculos com a comunidade local, incluindo os eventos presenciais e a divulgação da marca em outros espaços que não os educacionais.

4. RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTO

Impacto Social e Cultural

O uso estratégico do Instagram pelo MABSul tem como principal resultado esperado a ampliação do acesso à cultura afro-brasileira no sul do Brasil e a consolidação do museu como espaço de diálogo social. Entre os impactos mais relevantes, destacam-se: a) aproximação da comunidade local e da juventude: a página funciona como agenda cultural viva, divulgando eventos, oficinas, rodas de conversa e atividades em Pelotas; b) fortalecimento da identidade afro-brasileira ao compartilhar narrativas, efemérides e conteúdos educativos, o museu contribui para a valorização da memória negra e para a luta contra o racismo estrutural; c) acessibilidade ampliada: como museu virtual, o MABSul supera barreiras geográficas, permitindo que pessoas de diferentes regiões do Brasil e do exterior acessem seus conteúdos.

Projeções e Resultados Esperados

Espera-se que o @museuafrobrasilsul, a curto e médio prazo: a) aumente seguidores e se torne referência em comunicação museológica digital; b) intensifique a interação com instituições educacionais e coletivos culturais, fortalecendo parcerias; c) expanda com novos formatos de conteúdo (podcasts, vídeos, colaborações); d) continue direcionando usuários ao site do MABSul para detalhes sobre patrimônios, metodologias (Lei 10.639) e pesquisa.

Visão de Futuro

A presença digital do MABSul aponta para a consolidação de um museu híbrido, no qual as ações virtuais e presenciais se complementam. A rede social não substitui o espaço museológico tradicional, mas o reinventa, permitindo novas formas de mediação cultural. Espera-se investimento de empresas privadas a partir de termos de cooperação, de acordo com a legislação brasileira vigente que permitam divulgar marcas que respeitem a diversidade mas que também promovam novas descobertas em termos de patrimônios culturais materiais e imateriais.

5. CONCLUSÕES

A experiência do MABSul com o uso do Instagram (@museuafrobrasilsul) demonstra como as redes sociais podem se constituir como ferramentas inovadoras de comunicação museológica. O perfil consolidou-se como porta de entrada para o museu virtual e, ao mesmo tempo, espaço de comunicação e troca de saberes com a comunidade, fortalecendo o vínculo entre a instituição, a cidade de Pelotas e o público digital ampliado.

A inovação é percebida no modo como o MABSul ressignifica o cotidiano museológico: o Instagram informa, engaja, educa e conecta a partir de uma linguagem própria. Através dele, o museu democratiza o acesso à memória afro-brasileira, valoriza identidades, combate o racismo estrutural e cria oportunidades de ampliação dos conhecimentos. Os resultados esperados apontam para o fortalecimento de um modelo de museu híbrido e afirmativo, capaz de integrar experiências virtuais e presenciais em benefício da sociedade.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASTELLS, M. A sociedade em rede. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Painel Cor ou Raça*. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/painel-cor-ou-raca/>. Acesso em: 20 ago. 2025
- ICOM. Museums, Sustainability and Wellbeing. Paris: International Council of Museums, 2022.
- LÉVY, P. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MARTINS, M. C.; PICOSQUE, G. Mediação cultural: reflexões e práticas. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2012.
- SILVA, M. C. L. da; OLIVEIRA, M. A. (orgs.). Museus e comunicação: teoria e prática em debate. Salvador: EDUFBA, 2018.
- TURINO, C. Pontos de Cultura: o Brasil de baixo para cima. 2. ed. São Paulo: Anita Garibaldi, 2010.
- WE ARE SOCIAL; MELTWATER. Digital 2024: Global Overview Report. Disponível em: <https://wearesocial.com/>. Acesso em: 10 ago. 2025.
- SÃO PAULO (Estado). Sistema Estadual de Museus de São Paulo – SISEM-SP. Guia de acervos afro-brasileiros 2024. São Paulo: SISEM-SP, 2024. Disponível em: <https://www.sisemsp.org.br/wp-content/uploads/2025/02/guia-acervos-afro-brasileiros-2024.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2025.
- ECOCOMUNIDADE. Sustentabilidade Cultural – O que é, princípios, benefícios e desafios. 123 Ecos. Disponível em: <https://123ecos.com.br/docs/sustentabilidade-cultural/>. Acesso em: 20 ago. 2025.