



## Museu Comunitário Treze de Maio: O Ponto de Cultura Afro de Santa Maria<sup>1</sup>

Grazielle FONSECA<sup>2</sup>

Rosane ROSA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria - RS

### RESUMO

O Museu Comunitário Treze de Maio é um espaço que existe há 10 anos na cidade de Santa Maria que luta pela igualdade racial e pelo reconhecimento de sua identidade cultural. Diante dessa relevância, buscamos conhecer e analisar as ações culturais e educacionais da ONG, os usos e apropriações dos dispositivos midiáticos e tecnológicos, a fim de contribuir com esse Movimento Social Negro. O estudo tem caráter qualitativo, exploratório, composto por pesquisa bibliográfica, documental, observação direta e entrevistas. Teoricamente, optamos pela perspectiva da educação (SCHAUN, 2002; SOARES, 2000 e PERUZZO, 2009), por entendermos que a comunicação educativa é a que melhor dá conta dos desafios comunicacionais de uma ONG.

**PALAVRAS-CHAVE:** museu treze de maio; educação; cultura afro; cidadania.

### INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como principal tema a Educação voltada à Organização Não Governamental (ONG) Museu Comunitário Treze de Maio de Santa Maria – RS, a qual tem como principal missão preservar o patrimônio material e imaterial através de atividades culturais e manifestações que fortaleçam a cultura afro-brasileira e busquem reconhecimento, espaço na sociedade e na mídia tradicional regional.

Objetiva-se conhecer e analisar as práticas culturais e educacionais desenvolvidas na ONG. Além disso, pretende-se investigar de que forma o Museu Comunitário Treze de Maio apropria-se dos dispositivos midiáticos e das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) para promover e fortalecer a identidade do grupo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014. IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania

<sup>2</sup> Graduada do Curso de Jornalismo da UFSM, email: [graziellegf23@gmail.com](mailto:graziellegf23@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do Trabalho. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFSM. email: [rosanerosar@gmail.com](mailto:rosanerosar@gmail.com)



étnico. Após essa análise, apontar-se-á alternativas para qualificação da comunicação da ONG, principalmente por meio do uso de dispositivos midiáticos.

Justifica-se a relevância desta pesquisa pelo fato da educomunicação ser uma atividade recente, há muitas discussões, questionamentos sobre o seu uso no meio educativo e, principalmente, nas instituições do terceiro setor.

A relevância da pesquisa para os movimentos sociais negros e seus integrantes é a afirmação de sua força de intervenção cultural diante do grupo étnico e demais indivíduos da sociedade. O movimento social pode ser fortalecido com a utilização adequada dos dispositivos midiáticos, evidenciando que a Educomunicação pode contribuir com a consolidação da cultura afro-brasileira de forma interativa e inclusiva. Pode-se, por exemplo, promover projetos e mobilizações pela valorização da igualdade, liberdade, justiça, cidadania, motivando a coletividade e educando sobre a história e o valor do negro na sociedade contemporânea.

Destaca-se também a importância desta pesquisa visto que a comunicação educativa é indispensável à consolidação da instituição perante a sociedade não só afrodescendente, mas de outras etnias de Santa Maria e demais localidades. Nesse cenário, reporta-se a Schaun (2002) o qual afirma que a Educomunicação é um campo de práticas sociais inter-relacionadas que transpassa a comunicação e a educação, derivando das novas tecnologias da mídia e da comunicação, criando novos modos de percepção e atuação, legitimando, assim, a sociedade atual.

Para investigar aspectos anteriormente mencionados, optou-se por realizar uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo, composta por pesquisa bibliográfica; pesquisa documental, análise de conteúdo e entrevistas (GIL, 2002). Busca-se conhecer os dispositivos comunicacionais utilizados pelo Museu Comunitário Treze de Maio e discorrer teoricamente acerca do tema educomunicação e Movimento Social Negro. Por fim, efetua-se a análise dos dados coletados e apontam-se alternativas para possíveis limitações comunicacionais que necessitam qualificar-se.

Nesta pesquisa, efetua-se entrevista com dois gestores do Museu, a diretora técnica, Marta Nunes e Vilnes Gonçalves Flores Júnior conhecido como Nei D'Ogum, para obter-se informações aprofundadas acerca da instituição e dados complementares sobre a história, carências e anseios da ONG. Além disso, é entrevistados os coordenadores das diferentes ações educacionais e culturais desenvolvidas pelo Museu Treze de Maio.



## **EDUCOMUNICAÇÃO, MOVIMENTOS SOCIAIS E CIDADANIA**

A educomunicação é um campo de pesquisa, de reflexão, intervenção social e de inter-relações de diversos tipos de saberes inter e transculturais e disciplinares. É uma prática que entrecruza e constrói saberes que, com pequenas ações, se obtêm resultados satisfatórios, baseadas na cogestão, no processo colaborativo, na cultura do diálogo, na busca pela construção de conhecimentos criativos e emancipatórios. Busca promover um novo entendimento sobre assuntos que consideramos relevantes: sociais, culturais, educacionais e políticos. Trata-se de uma comunicação educativa que utiliza e promove a apropriação dos dispositivos midiáticos e tecnológicos, visando à inclusão, ao protagonismo e ao empoderamento dos participantes do processo. O campo de conhecimento e de saber educacional tem na ação dialógica, na práxis, o seu “elemento inaugural” (SOARES, D. 2006, p.3).

De acordo com o autor (2006, p. 7), promover ações educacionais é “experimentar uma outra forma de convivência social. [...] é, antes de tudo, uma proposta de organização social essencialmente diferente dessa que estamos inseridos” é desenvolver conteúdos que envolvam: “O que sentem e pensam as pessoas de si mesmas, dos outros e do mundo que as rodeia, não importando idade, sexo, credo ou condição social” (SOARES, D. 2006, p. 1).

Diante dessa reflexão, podemos perceber a similaridade da proposta da educomunicação com o que o nosso objeto de pesquisa (Museu Treze de Maio) propõe-se a defender, quando, através de oficinas e atividades de discussão, promove a inclusão, a igualdade racial, o reconhecimento de uma cultura ainda socialmente excluída por meio de diferentes práticas culturais e educativas onde a comunicação educativa mostra-se de extrema relevância. Para que as diferentes atividades promovidas pelo Museu efetivem-se sem contradizer a cultura afro e comunitária é preciso haver a cogestão, ou seja, sujeitos autônomos que reconhecem também os demais como sujeitos com direito a participar.

Para Peruzzo (2009), essa comunicação horizontal tem como característica a participação, o comunitário e a democracia concretizada pelo envolvimento ativo de sujeitos exercendo o direito a comunicação. Essa comunicação educativa, crítica, política, aberta e criativa busca promover a inclusão social dos sujeitos em sua comunidade.



No caso em estudo do Movimento Social Negro também é relevante abordar, pois, trata de um conjunto de sujeitos e entidades que se mobilizam para a mudança social.

Por Movimento Social Negro (MSN) entende-se o negro brasileiro na luta organizada contra o racismo e a exclusão social, reivindicando seus direitos, sua cidadania. Esse movimento surgiu para combater o preconceito e a discriminação, desvelar o racismo estrutural e ideológico vigente, derrubar o mito da democracia racial e buscar a inclusão do povo negro. (DUTRA, 2007, p.9)

Ismar Soares (2013, p. 1) destaca o crescente poder que vem sendo descoberto pelas pessoas, que essas estão buscando cada vez mais exercer seu direito a comunicação, defender seus interesses e do próximo, a partir do ingresso em movimentos sociais, considerados como uma “educação informal”. No entendimento de (MAIA, 2008, p. 3): “O confronto entre o direito que se tem e o que se gostaria de ter é o que dá forças aos movimentos sociais para buscar mudanças, progresso e reconhecimento”.

Já Castells (1999, p. 24) aborda formas e origens da construção da identidade desses movimentos sociais populares: identidade legitimadora, identidade de resistência e identidade de projeto. Os movimentos de identidade legitimadora têm o intuito de inserir ideias de dominação frente a sociedade das minorias; os de resistência organizam-se para confrontar a classe e modelo dominante e a última classificação visa a criar uma nova identidade e modificar a estrutura social. Desse modo, o nosso objeto de pesquisa, o Museu Treze de Maio, enquadra-se em duas classificações: o de resistência e de identidades de projeto.

Peruzzo (2009), por sua vez, classifica os movimentos populares em quatro dimensões, em que a primeira consiste no processo de reanimação, com a introdução de ferramentas inovadoras de comunicação que vêm paralelo à evolução tecnológica, como por exemplo, os *blogs*, *websites*, *web* rádios, entre outros. A segunda dimensão está, na “conquista de leis garantidoras da possibilidade de uso de meios massivos de comunicação, como o rádio de baixa potência e a televisão” (PERUZZO, 2009, p. 41). E a terceira dimensão do reposicionamento da sociedade civil na democratização da comunicação, está “na reafirmação das lutas pela construção da cidadania, [...] o interesse em ampliar o respeito aos direitos humanos e o estabelecimento da justiça social”.



Já a quarta dimensão:

se revela na maior explicitação desses aspectos de apropriação da Comunicação e da mídia nos movimentos sociais – ou na presença mais clara da preocupação com a incorporação de canais massivos e digitais. Ela é indicada pelo aumento recente da mídia alternativa e comunitária, pela ressonância social mais efetiva da questão do direito à comunicação e pelo maior interesse em olhar criticamente o conteúdo dos meios de comunicação, especialmente a programação da televisão (PERUZZO, 2009, p. 41).

A autora, então, considera os movimentos sociais, a cidadania e a comunicação como uma prática de direito humano, seja, civil, político ou social.

Com isso, podemos notar a força de organização, transformação dos direitos a cidadania exercida essencialmente por pressão coletiva e de mudança promovida pelos movimentos sociais populares constituídos por uma parcela da sociedade civil.

Segundo Soares (2013), essa atitude mostra um avanço na democratização e utilização dos meios comunicativos na sociedade principalmente pelos órgãos comunitários. O autor afirma que as ONGs, além de serem objetos de estudos, eram reconhecidas “como parceiras intelectuais e geradoras de novas propostas de ensino e pesquisa” (Soares, 2013, p. 2), em que esse setor popular organizado está transformando o cenário social e da mídia, obrigando a inserir mais temas de interesse público, comunitário e menos mercadológico.

Segundo Peruzzo (2009, p. 3) é de suma importância a comunicação para os movimentos sociais poderem reivindicar, mobilizar e difundir suas ações:

A comunicação faz parte dos processos de mobilização dos movimentos sociais em toda a história e em conformidade com os recursos disponíveis em cada época. [...] Os movimentos sociais específicos também se ajustam às condições dadas para poderem se comunicar. No Brasil, tais movimentos sempre usaram meios próprios de comunicação, até pelo cerceamento à sua liberdade de expressão por meio da grande mídia.

Para Maia (2008, p. 9), a importância ao acesso a comunicação vale por disponibilizar múltiplas concepções e olhares sobre diversos assuntos, culturas e vivências, tendo assim, “a necessidade de participação dos indivíduos para que múltiplas vozes possam ser ouvidas, seja na comunicação comunitária ou também na mídia tradicional”.

Por essa razão, as instituições necessitam construir estratégias diferenciadas de comunicação para divulgar suas ações, uma dessas saídas são os meios alternativos.



Pelo fato dos movimentos sociais no Brasil conseguirem utilizar meios alternativos de comunicação para expressar e quebrar barreiras impostas pelas autoridades, essas organizações ocupam-se de materiais como panfletos, fôlderes, *blog*, redes sociais, entre outros dispositivos, e conseguem, por vezes, atingir seu público alvo. Segundo Peruzzo (2009, p. 36) “evidencia o exercício concreto do direito à comunicação como mecanismo facilitador das lutas pela conquista de direitos de cidadania”.

## **MUSEU TREZE DE MAIO: REALIDADE, DESAFIOS E POSSIBILIDADES EDUCOMUNICATIVAS**

### **Contexto histórico**

O Rio Grande do Sul é o estado que possui o maior número de clubes negros, com aproximadamente 55 espaços. E hoje, o Museu Comunitário Treze de Maio, com 10 anos de existência, faz parte de uma rede de Clubes sociais negros intitulados como Movimento Clubista.

O espaço surgiu em contrapartida ao modelo de segregação racial que imperava na cidade, onde a população negra era impedida de frequentar lugares tidos para não negros, os denominados “Clubes sociais brancos”. Em 2001, com resistência por parte de antigos sócios e simpatizantes, a SCFTM passou a ser considerada Museu Comunitário Treze de Maio. Passou, assim, a compor o Programa de Preservação e Revitalização da Mancha Ferroviária de Santa Maria, impedindo que o prédio fosse leiloado.

Em dezembro de 2004, o MTM foi tombado como Patrimônio Cultural Municipal pela Lei nº. 4809/04 e, em 21 de dezembro desse mesmo ano, o Governo do Estado sancionou a Lei nº 12.183, declarando-o como bem integrante do Patrimônio Histórico e Cultural do Estado do RS. A partir de 2013 passou a ser considerado Ponto de Cultura <sup>4</sup> pela Rede Estadual de Pontos de Cultura do RS pelas diversas atividades artísticas e culturais voltadas a comunidade negra e não-negra como: a CIA de Dança Afro Euwá-Dandaras; Roda de Lembranças; CIA do Samba; Festival Municipal de

---

<sup>4</sup> “São entidades reconhecidas e apoiadas financeira e institucionalmente pelo Ministro da Cultura [...], que desenvolvem ações de impacto sócio-cultural em suas comunidades, atuando em redes sociais, estéticas e políticas. Um aspecto comum a todos é a transversalidade da cultura e a gestão compartilhada entre poder público e comunidade”. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/site/>



Artes Negras; Semana da Consciência Negra de Santa Maria; Associação de capoeira de Rua Berimbau Santa Maria; Sexta-feira Treze e o Grupo vocal de mulheres negras.

## **REALIDADE COMUNICACIONAL DO TREZE DE MAIO**

O principal dispositivo midiático utilizado pelo Museu Treze de Maio e considerado pelos próprios dinamizadores é o *Facebook*. A *fan page* do Museu tem aproximadamente 3.000 amigos que “curtem” a página.

Usasse também o *blog*. Pouco acessado, mas que agrega valor comunicacional e institucional ao Museu. Há raros comentários nas postagens, o sistema de busca pode ser feito pela ordem cronológica das informações ou através de marcadores de postagens.

Outro dois dispositivos midiáticos usado pela ONG são os *folders* e cartazes impressos, que podem ser expostos em locais diferentes e de grande fluxo de pessoas na cidade. Pode-se identificar que as peças são bem produzidas, com um colorido atraente e que prendem a atenção do espectador. Utilizam muito as cores que simbolizam a resistência negra (amarelo, vermelho, preto e verde).

A estratégia de aproximação comunicacional empregada nos cartazes produzidos pelo MTM é a utilização de personalidades do próprio Museu para representar a beleza da mulher negra e a força do homem negro. Utilizam bastante, nos materiais, representações já legitimadas pela cultura afrodescendente como lanças, desenhos artísticos em cor e tinta branca no corpo do(a) guerreiro(a) negro(a); a representação dos cabelos denominados *Black Power*; simbologias africanas e artigos religiosos.

## **A PERCEPÇÃO COMUNICACIONAL DOS COORDENADORES E VOLUNTÁRIOS DO MUSEU TREZE DE MAIO**

Para conhecermos a percepção dos coordenadores e voluntários do MTM a respeito da comunicação na instituição, foram realizados questionários com perguntas abertas, por e-mail, com a Diretora Técnica da ONG, Marta Nunes; o responsável pelo Núcleo de Comunicação, Luis Henrique Rosa, graduando em Ciências da Computação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e há quatro anos presta trabalho voluntário na ONG; e a idealizadora do Roda de Lembranças e, agora, colaboradora do Museu, Giane Vargas Escobar. A entrevista semiestruturada e presencial foi realizada



com o Coordenador do Núcleo de Atividade Cultural e Educativa (NACE), Vilnes Gonçalves, compondo a amostra de quatro fontes.

Partimos então da premissa que o passo inicial para o êxito de qualquer organização é compreender que as estratégias de comunicação é um fator indispensável para o relacionamento com o público e para o desenvolvimento dos objetivos e metas propostas. E os entrevistados comprovaram que acreditam nisso. Segundo, Marta Nunes (2013) “atualmente é impossível pensar e organizar uma atividade sem a utilização da mídia e das TIC, são importantes também na socialização dos resultados alcançados.” Para Vilnes Gonçalves (2013), “as TICs são grandes aliadas e decisivas para se conquistar sucesso”.

Mas logo que se começa a discutir sobre dispositivos midiáticos, mídia hegemônica e contra-hegemônica, é ressaltado por eles os fatores que lhes distanciam da mídia tradicional que é não contemplar as causas, dar voz e espaço aos negros, Vilnes Gonçalves (2013) afirma que “o Diário de Santa Maria, A Razão, o jornal A Cidade, que são mídias impressas e até mesmo o jornal on line do Diário, da A Razão, eles não retratam e não dão visibilidade para a nossas questões”. Outra justificativa que colabora para essa situação é o histórico do MTM, mesmo que o objetivo da ONG seja unir em um mesmo ambiente todas as raças, gêneros e credos, sem discriminação, como ratifica Luis Henrique Rosa (2013), “o museu é um espaço agregador”. Entretanto, a distância da mídia tradicional vem desde os primórdios da fundação da Sociedade Treze de Maio. De acordo com Giane Escobar, a Sociedade:

[...] é por excelência um espaço contra hegemônico, por sua própria historicidade. ele foi criado na contramão do sistema, quando um grupo de “cidadãos negros”, recém saídos de um processo de escravidão, fundam na cidade de forma ousada.

Pelas justificativas acima, são muito empregadas, pelo Núcleo de Comunicação, as mídias alternativas. Segundo Marta Nunes (2013), “já existe uma boa articulação nos meios alternativos, vejo ainda como desafio alcançarmos os tradicionais!”. Já Vilnes (2013) salienta que “o único dispositivo difusor das atividades do Treze e traz força ao espaço negro é o *facebook*, jornais e revistas eletrônicas.” E isso é preocupante para eles, pois, de acordo com Vilnes, tanto a mídia tradicional quanto alternativa são formadoras de opinião e contribuem para a divulgação das ações das instituições.





Luiz Henrique (2013), quando questionado sobre qual estratégia de comunicação o núcleo adota, afirmou que “O Museu desenvolve uma comunicação através de sua página no *facebook*, o seu blog e *materia* (sic) gráfico de seus eventos.”

Podemos notar também, através das respostas, que por mais que trabalhem com a mídia alternativa, ainda há receios pelos coordenadores quanto a baixa valorização e espaço da cultura negra e do Museu Treze de Maio na mídia tradicional.. Neste sentido, a compreensão da Educomunicação como propulsora da formação de “ecossistemas comunicativos” pode contribuir para a efetivação de novos caminhos como a intensificação do uso colaborativo das redes sociais e *blog*.

Também, analisamos a opinião dos quatro entrevistados sobre a importância ou não da capacitação dos voluntários do MTM, e ainda sobre a possibilidade da instituição contar com uma equipe de profissionais de comunicação que cuidasse exclusivamente da imagem e meios de divulgação do espaço negro. Todas as respostas foram positivas, ratificando a importância da capacitação dos coordenadores e dinamizadores. Segundo Giane, seria sim relevante essa capacitação, pois o Museu carece de recursos, as pessoas trabalham de forma voluntária e, assim, o espaço não tem garantia de “empregados” por tempo determinado. Já Luis Henrique entende que a qualificação é de extrema importância, pois o museu é um espaço de colaboração e todos deveriam saber lidar com as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Vilnes (2013), em sua fala, corrobora a falta de domínio das ferramentas, “nós ainda temos dificuldade em, vamos dizer, em ter intimidade e dominar tudo que a internet nos propicia, ela é instantânea sim e precisa formação específica para manusear programas, em fim, que são acessados via internet.”

Na visão de Marta Nunes (2013):

Sim, alguns recursos mais complexos poderiam ser mais explorados. Além disso, tendo em vista as velocidades de mudança de paradigmas e tecnologia, a equipe deveria estar sempre atualizada pra poder interagir e utilizar estes recursos da melhor maneira possível.

Embora as campanhas de divulgação do Museu terem dado certo a partir da ação voluntária de acadêmicos da comunicação ou áreas afim; mesmo eles reconhecerem a importância dessas colaborações e da necessidade de uma equipe profissional atuante, sempre é lembrado por eles que já existe o trabalho do Núcleo de Comunicação na ONG.



No entanto, a resposta que evidencia uma visão mais dialógica e educacional foi de Vilnes (2013), que ressalta o desejo de uma gestão comunicacional colaborativa e com foco no processo de formação e auto-representação, “nós gostaríamos, que nós do Treze de Maio, que a equipe da Coordenação de Comunicação tivesse habituado, tivesse qualificado para então, transmitir com o nosso olhar o que nós queremos mostrar nas mídias”.

Quando questionados sobre qual mídia (tradicional ou as digitais) o Museu busca espaço e tem interesse em divulgar suas atividades, três deles responderam que as duas formas de mídia devem ser igualmente trabalhadas considerando que cada uma delas tem sua peculiaridade que interessa a ONG.

Sobre a capacitação dos coordenadores e dinamizadores, todos os entrevistados responderam que é de extrema relevância a capacitação dessas pessoas, que assim poderiam explorar mais as ferramentas de comunicação e entender como se aproximar de seu público alvo.

Em resposta a pergunta sobre quais mudanças comunicacionais gostariam de ver no Museu, surgiram as seguintes sugestões: um jornal ou revista eletrônica; acesso a internet; a qualificação da coordenação de comunicação; divulgação das ações e eventos nas mídias hegemônicas; um maior investimento e apoio do poder público; a criação de um *website* e a atuação de um diagramador, repórter e editor.

Ao apontarem as potencialidades e fragilidades na comunicação do Museu Treze de Maio, surgiram muitas respostas que a comunicação em si não daria conta de resolver, pois envolve questões, por exemplo, de infraestrutura, mas mencionaremos as que têm relação direta com o campo estudado.

Quanto às potencialidades da comunicação no MTM foram ressaltadas a existência do Núcleo de Comunicação; a criação da página no *facebook*; a aspiração de desenvolvimento e determinação dos dinamizadores; o espaço físico próprio; a identificação dos gestores com a ONG; a participação do Treze em eventos regionais e locais; a inserção do Museu nas redes sociais a partir de 2010.

Já as fragilidades apontadas por eles foram a falta de um plano de comunicação e divulgação de longo prazo; a dificuldade em atrair, ainda mais, a comunidade negra, principalmente, da zona periférica de Santa Maria; dificuldade em atingir o público que não tem acesso à internet e redes sociais; obter espaço nas mídias tradicionais (rádio, TV e impresso); falta de acesso à internet no local e profissionais qualificados na área de comunicação.



Quando indagados para apontar um exemplo de estratégia de comunicação que deu certo e trouxe bons resultados à instituição, dois dos entrevistados citaram a parceria com a UFSM em que alunos da comunicação realizaram trabalhos voluntários na instituição.

Com esses resultados, notamos que, embora as redes sociais sejam um meio de comunicação rápida, fácil de acessar e que abrange um grande público, pouco é lembrado pelos entrevistados como alternativas de atividades e divulgação através dos meios impressos, que podem também ser de fácil produção e chegar ao público desejado.

A identificação dos coordenadores com a ONG é algo evidente nas entrevistas, na observação direta e na análise dos documentos. Existe um forte sentimento de pertencimento, responsabilidade e orgulho de fazer parte daquele espaço centenário.

Notamos que acontece uma transformação particular do sujeito ao se integrar ao movimento social, muito se trabalha a autoestima afro e isso acaba refletindo na identificação dos indivíduos que frequentam o Museu; a inserção da ONG na vida digital a partir o ano de 2010, assim permitindo o elo entre a instituição e a comunidade negra e não negra, demonstrando a constante evolução mesmo que simplória do Museu Treze de Maio.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Consideramos que os objetivos iniciais de pesquisa foram alcançados com êxito, embora seja um estudo basilar e a solução das dificuldades comunicacionais não só do Museu Treze de Maio, mas de qualquer organização, demanda um estudo mais aprofundado e periódico, em decorrência das constantes transformações sociais, culturais e tecnológicas.

A pesquisa evidenciou que o MTM apropria-se de uma forma básica dos dispositivos midiáticos e tradicionais, usando imagens tradicionais do negro, para compor as peças comunicacionais, mas sempre com uma visão educativa. Entre os principais usos e apropriações estão: criação de grupos virtuais para possibilitar debate entre os participantes das atividades, o que denota a preocupação com uma gestão participativa dos Núcleos; divulgação dos eventos através das mídias impressas dirigidas, em diversos pontos e instituições de ensino da cidade. Além disso, o recurso fotográfico é bastante explorado pela ONG e o *blog* é um recurso que possui um



potencial de divulgação, mas percebemos através da baixa divulgação e visualizações da plataforma que para os frequentadores, agrega pouco valor.

Podemos inferir que pode ser alto o número de excluídos digitais entre os frequentadores, pois atualmente, os usuários da internet buscam meios instantâneos para manterem-se informados. Todavia, percebemos que os voluntários, mesmo com recursos limitado, efetuam um trabalho engajado, bem como o empenho em obter um produto final bem elaborado. Apesar disso, a comunicação precisa avançar para acompanhar o crescimento do Museu Treze de Maio, a demanda do público e a necessidade visibilidade nas mídias sociais, alternativas como também na hegemônica.

Outros fatores evidenciados pela pesquisa, por meio dos entrevistados, foram: a necessidade e importância de maior qualificação comunicacional e educativa de seus colaboradores, para que possam explorar o potencial dos dispositivos midiáticos e tecnológicos voltados à participação do público, ao desenvolvimento e à divulgação das atividades dos Núcleos; a continuidade e permanência dos coordenadores voluntários e o reconhecimento da mídia hegemônica por meio da abertura de espaço.

Quanto ao uso de mídias alternativas e dirigidas, sugerimos aos coordenadores a produção de fanzine que pode ser temático (música, poesia, feminismo, bandas, livros, entre outros). É uma produção de baixo custo, independente, de fácil e rápida construção. Outra possibilidade seria a construção de um boletim informativo que apresentasse um resumo das notícias, novidades, lembretes e recados digitados em apenas uma folha. Para o custo ser acessível, a distribuição pode ser em pontos da cidade, instituições e comunidades periféricas.

Mas fica a pergunta: como elaborar esses materiais se há pouco conhecimento para isso?

Pensando em alternativas para aproximar ainda mais a ONG e a comunidade, os coordenadores poderiam descentralizar as suas atividades. Assim, proporcionando a outras pessoas da comunidade Santa-mariense a oportunidade de um conhecimento básico e se comunicar com zonas periféricas da cidade. Talvez criando outros colaboradores a partir da ampla difusão das ações do Museu.

Entendemos que o Museu Treze de Maio poderia utilizar mais a mídia radiofônica, por exemplo, a Rádio Universidade, a Rádio Comunitária Carai FM, localizada Bairro Urlândia de SM, bem como as Rádios Escolas, integrantes da 8ª. Coordenadoria de Educação de Santa Maria. O uso da mídia radiofônica traz benefícios



tanto aos ouvintes quanto ao emissor, pois “o processo de fazer rádio se torna altamente educativo” (PERUZZO, 2007, p. 15).

Quanto à qualificação dos coordenadores e voluntários seria interessante haver uma parceria consistente e duradoura com o Programa EDUCOM UFSM e com a disciplina de Comunicação e Cidadania que possui um bloco prático para democratização de uma Comunicação Social e Educativa visando o compartilhamento de saberes e a formação de multiplicadores.

Quanto ao *blog*, sugerimos que a instituição busque fazer uma “conexão” entre o *facebook* e o *blog*. Essa ação poderia ser efetuada a partir de “chamadas” no *facebook* em que convide os usuários da rede social a buscar mais informações sobre determinado assunto na página do *blog*. E também procurem solicitar aos estudantes da comunicação a oficina de *blog* para a capacitação desses dinamizadores, que, em sua maioria, não são profissionais e acadêmicos de comunicação. Desse modo, já estariam promovendo a interdisciplinaridade da comunicação/educação, não concentrada em um profissional, mas sim multiplicada.

Por fim, sugerimos a criação de um *website* que dê um caráter mais formal para a instituição, comparado ao uso das redes sociais e *blog*. Poderia, igualmente, ser desenvolvido por acadêmicos da Universidade e alimentado pelo Núcleo de Comunicação do Museu. Seria um ponto de referência prático e fácil a quem desejaria manter-se informado a respeito da cultura negra local.

Enfim, procuramos conhecer, diagnosticar e apontar alternativas para a qualificação da comunicação da ONG, numa perspectiva educacional, focada na gestão participativa e colaborativa e na formação de multiplicadores.

Temos consciência das limitações desse estudo acadêmico, mas desejamos que sirva de desafio para que outros pesquisadores continuem e aprofundem os estudos educacionais voltados a cultura afro, local e regional. A relevância dessa temática está, principalmente, no fato de envolver diretamente questões de direitos humanos e de cidadania.

## REFERÊNCIAS

- CASTELLS, Manuel. **A era da Informação: economia, sociedade e cultura**. vol. II. O poder da Identidade. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.



MAIA, A. S. C. **Cidadania, informação e direito à comunicação.** CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31, 2008. Natal. Anais. Natal: Intercom Norte, 2008.

PERUZZO, C. **Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas.** Revista Fronteiras – Estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 11, n. 1, p. 33-43, jan./abr. 2009.

QUEVEDO, Júlio; DUTRA, Maria Rita Py (org.). **Nas trilhas da negritude: consciência e afirmação.** Porto Alegre: Martins Livreiro, 2007.

SCHAUN, A. **Práticas Educomunicativas: grupos Afro-descendentes – Salvador - Bahia.** Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SOARES, D. **Educomunicação – O que é isto?** 2006, Instituto Gens de Educação e Cultura. Disponível em:

<[http://portalgens.com.br/baixararquivos/textos/educomunicacao\\_o\\_que\\_e\\_isto.pdf](http://portalgens.com.br/baixararquivos/textos/educomunicacao_o_que_e_isto.pdf)>.

Acesso em 22 de agosto de 2013.

SOARES, I. **Uma Educomunicação para a cidadania.** São Paulo: USP, 2013.

## Entrevistas

ESCOBAR, Giane Vargas. **Idealizadora da Roda de Lembranças.** 15 de Novembro de 2013. Entrevista concedida a Grazielle Gonçalves da Fonseca.

NUNES, MARTA. **Diretora Técnica do Museu Treze de Maio.** 4 de Novembro de 2013. Entrevista concedida a Grazielle Gonçalves da Fonseca.

ROSA, Luis Henrique. **Responsável pelo Núcleo de Comunicação do Museu Treze de Maio.** 7 de Novembro de 2013. Entrevista concedida a Grazielle Gonçalves da Fonseca.

GONÇALVES, Vilnes. **Coordenador do Núcleo de atividade Cultural e Educativa do Museu Treze de Maio; idealizador do Festival Municipal de Artes Negras e do Projeto Sexta-feira Treze.** 31 de Outubro de 2013. Entrevista concedida a Grazielle Gonçalves da Fonseca.

## Sites

Clubes Sociais Negros do Brasil. **Bem vindo ao clube.** Disponível em: <[www.clubessociaisnegros.com.br](http://www.clubessociaisnegros.com.br)>. Acesso em: 15 Set. 2013.

**Fan Page do Museu Treze de Maio.** Disponível em: <[www.facebook.com/museutrece.demaio](http://www.facebook.com/museutrece.demaio)> Acesso em: 10 Out. 2013

Museu Comunitário Treze de Maio. **Histórico.** Blog Museu Treze de Maio. 2010. Disponível em: <<http://museutrezedemaio.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 10 Ago. 2013.