

POPULARIZAÇÃO DO CONHECIMENTO

Recebido em 6 de fevereiro de 2020

Aprovado em 9 de março de 2020

Popularizar em tempos de isolamento: o caso do Museu D. João VI (Escola de Belas Artes/UFRJ)

DOI: <https://doi.org/10.24206/lh.v6i2.40558>

Alberto Martín Chillon

Possui graduação e licenciatura em Historia del Arte pela Universidade Complutense de Madrid (2006), mestrado em História da Arte - Universidad Complutense (2010), e doutorado em Artes (História e Crítica da Arte) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (2017). Professor Adjunto do Departamento de História da Arte da Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Membro do grupo Entresséculos. Tem experiência na área de Artes, com ênfase em História e Crítica da Arte, atuando na arte do século XIX, especialmente na escultura, sobre conceitos como academismo; modernidade e tradição; indianismo e construção da imagem nacional brasileira.

E-mail: albertomchillon@eba.ufrj.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6007-5205>

O diálogo entre a universidade e a sociedade é um dos grandes desafios do mundo acadêmico na atualidade, que cada vez mais deve sair de seus muros, dos seus ambientes de ensino, pesquisa e produção, para estabelecer projetos duradouros que revertam em saberes compartilhados e em espaços de construção conjunta. Essa iniciativa procura diminuir a distância que, como nos mostraram os últimos tempos, tem se estabelecido entre a universidade e parte da sociedade, para a qual a universidade não se faz presente e/ou vivencia um certo estranhamento em relação ao funcionamento e necessidade da academia.



Para construir estes laços, resulta fundamental o conceito de extensão universitária, definido, pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras, como “*um processo interdisciplinar educativo, cultural, científico e político que promove a interação transformadora entre universidade e outros setores da sociedade*”.

A Universidade Federal do Rio de Janeiro participa deste processo, incentivando que seus docentes pratiquem a tríade ensino, pesquisa e extensão, ao mesmo tempo em que os próprios discentes devem também cursar uma determinada quantidade de horas como extensionistas. O processo crescente de projetos de extensão e popularização foi interrompido de forma significativa com a chegada da COVID-19 que alterou completamente o mundo que conhecíamos. Este isolamento forçoso e as limitações que trouxe para a popularização do conhecimento se unem, no caso que nos ocupa, a algumas especificidades do Museu D. João VI da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Juntamente com o Arquivo Histórico e com a Biblioteca de Obras Raras, o Museu D. João VI faz parte do Setor de Memória e Patrimônio da Escola de Belas Artes, e encontra-se sediado no sétimo andar do prédio Jorge Machado Moreira, conhecido como prédio da Reitoria, na Ilha do Fundão, Rio de Janeiro.

O isolamento provocado pela COVID-19 se soma ao isolamento anterior que vivia o Museu D. João VI. Em outubro de 2016, um incêndio atingiu o oitavo andar do prédio da Reitoria, a ainda que não tenha afetado diretamente o acervo, impediu o funcionamento normal do museu, do arquivo e da biblioteca, que mantiveram seus trabalhos, mas se viram impossibilitados de continuar recebendo visitantes e pesquisadores presencialmente. Como uma forma de paliar ligeiramente esta carência, elaboramos o projeto de extensão *Museu D. João VI: um museu fechado de braços abertos*, coordenado

pelos professores Alberto Chillón e Marize Malta (EBA – UFRJ). Este projeto surgiu como consequência direta ao isolamento forçado do museu, que precisou pensar novas formas de chegar ao seu público e cumprir sua vocação didática e social.

O Museu D. João VI é um museu universitário eminentemente de pesquisa, com uma vocação clara de utilidade pública, que, além de guardar um acervo extremamente importante, gera uma grande quantidade de pesquisas e conhecimentos. Diante da importância do acervo, que compreende parte fundamental do ensino artístico no país, e de outras destacadas coleções artísticas, como a Coleção Ferreira das Neves, torna-se necessário divulgar o Museu para a comunidade universitária e para a sociedade de modo geral.

O Museu D. João VI é testemunho e depositário de mais de 200 anos de ensino de arte no Brasil. A Escola Real de Ciências, Artes e Ofícios foi criada por Dom João VI, por decreto de 12 de agosto de 1816, como primeira tentativa de organizar um ensino artístico institucionalizado e comum para todos os artistas da Corte. Após várias mudanças de nome, o projeto de uma instituição artística central nos moldes europeus só se consolida em 1826, quando a Academia Imperial de Belas Artes trasladou-se ao edifício próprio desenhado por Grandjean de Montigny para tal fim. Durante toda sua existência, a Academia se constituiu como o mais importante centro artístico do Império, tanto para a formação artística quanto para a criação do gosto e a consolidação de um mercado artístico, ao mesmo tempo em que contribuiu à consideração da arte como uma atividade digna e intelectual, através de exposições periódicas, concursos, formação de coleções artísticas nacionais etc. A Academia Imperial de Belas Artes (1816-1889) passará a denominar-se Escola Nacional de Belas Artes (1890-1965) e depois Escola de Belas Artes, pertencente à Universidade do Rio de Janeiro desde 1931, à Universidade do Brasil desde 1937 e à Universidade Federal do Rio de Janeiro desde 1965.

Nessa trajetória, com a criação do Museu Nacional de Belas Artes em 1937, o acervo da Academia e da Escola se dividiu entre o próprio Museu e a Escola de Belas Artes, permanecendo com a escola as obras mais didáticas e grande parte do acervo documental. Em 1979, o professor Almir Paredes Cunha decide reunir todos esse material, esparso pela Escola, para criar o atual Museu D. João VI, depositário desde então desta parte importante da memória artística e histórica brasileira.

Diante da responsabilidade de conservar e disponibilizar esse excepcional acervo, o projeto, iniciado em agosto de 2019, visava levá-lo à sociedade assim como as atividades do museu. Para isso foram pensados três eixos principais de trabalho: o primeiro, a divulgação em redes sociais e outros recursos on-line; o segundo, a organização de roteiros culturais; e o terceiro, a elaboração de materiais didáticos e a oferta de palestras e atividades em escolas.

Até o momento de suspensão das atividades presenciais, teve lugar a primeira edição do Roteiro Cultural, em novembro de 2019, data de comemoração do 40º aniversário do Museu. Pensado para

ter uma periodicidade mensal, o roteiro teve apenas a sua primeira edição, pois, após as férias de verão, a edição de fevereiro não chegou a celebrar-se. Os estudantes extensionistas membros do projeto realizaram o levantamento das obras situadas fora do museu, e escolheram o grupo mais numeroso, localizado no andar térreo e primeiro andar do prédio da Reitoria. Após identificar as obras, esculturas na sua totalidade, os estudantes realizaram uma pesquisa sobre as mesmas e elaboraram textos informativos, incluindo imagens relacionadas e links complementares que ofereciam um entendimento mais amplo das obras, e que podiam ser acessados pelos códigos QR fixados nos pedestais ou superfícies próximas às obras. Desta forma, as obras, que em muitos casos careciam de cartela informativa e passavam despercebidas para os usuários do prédio, ganharam uma nova dimensão, pois podem ser acessadas facilmente pelo celular, e o usuário pode construir seus próprios percursos artísticos e experiências. Nesses códigos QR foram utilizados os desenhos realizados pelos extensionistas para os materiais educativos, que foram os mais afetados pela suspensão de atividades presenciais. Por sua vez, os encontros em escolas e que foram planejados tornaram-se inviáveis, e este eixo de trabalho se encontra em redefinição para poder se adaptar à nova realidade.



Imagem 1 – QR codes fixados nas obras do Roteiro Cultural.

Imagem 2 – Banner do 1º Roteiro Cultural do Museu D. João VI, 29 nov. 2019.

Sem dúvida, a forma mais imediata e eficaz de atingir o público foram as redes sociais. Para isso, revitalizamos e reorganizamos o Facebook (<https://www.facebook.com/museudomjoaovi>) do Museu e abrimos um perfil no Instagram (https://www.instagram.com/museu_dom_joao_vi/), contando na atualidade com 1.400 seguidores. As redes sociais foram o principal veículo de popularização pelo

fechamento do museu, e ainda mais pela chegada da pandemia. O objetivo principal foi garantir a continuidade do diálogo entre o museu e seu público, aproveitando para alcançar novos usuários. Pensamos, assim, em uma série de posts que garantissem não só a divulgação, mas também a interação e a popularização. Como elementos mais visuais e imediatos, optamos por criar *memes*, unindo obras do museu a conselhos e dicas, seja sobre a pandemia, seja sobre o mundo da arte. O caráter lúdico e a linguagem atraente dos *memes* foram utilizados também para criar *quizzes*, nos quais o usuário interage dando uma resposta ou escolhendo-a entre várias opções propostas, para responder a uma pergunta baseada na diversidade do acervo. Insistindo na interação, propusemos também ao público uma reinterpretação pessoal de uma obra do museu, *Nu de menino*, de João Baptista da Costa, 1889, ainda que o alcance da proposta tenha sido limitado. Num sentido mais tradicional, continuamos publicando *posts* específicos sobre artistas e obras, assim como seguimos comemorando datas específicas de caráter nacional e internacional.



Imagem 3 - Quiz sobre uma peça da coleção de indumentária, publicado no Instagram.

Imagem 4 - Série de posts realizados no Instagram e Facebook no começo da pandemia.



Imagem 5 - *Nu de menino*. João Baptista da Costa, 1899. Óleo/tela, 64,7x44 cm.
 Museu D. João VI, EBA-UFRJ. Registro MDJVI 0083.

Imagem 6 - Reinterpretação realizada por uma seguidora.

Outros tipos de *posts* procuravam ainda mais facilitar o entendimento de questões próprias da história da arte, história ou restauro, como *posts* sobre técnicas artísticas e léxico específico, aproximando-nos assim aos processos de produção das obras e à linguagem especializada empregada para sua descrição e estudo. Também na seção *Dicas culturais* seguimos oferecendo ao público possibilidades de cursos, exposições, repositórios etc. Da mesma forma, tentamos aproximar as pesquisas produzidas com base no acervo do museu na categoria de *posts* *O que andam pesquisando?* e *Artigos para todos*, nos quais realizamos um resumo das pesquisas, procurando despertar o interesse dos leitores. Com semelhante objetivo, *Podcasts para todos* é o mais novo lançamento do projeto. Nele disponibilizamos textos sobre o acervo do museu em forma de *podcasts* no *Spotify*, incluindo a descrição das imagens, para facilitar ainda mais o acesso a esse tipo de textos de uma forma diferente.



Imagem 7 - Seção *Dicas culturais*.

Imagem 8 - Seção *O que andam pesquisando?*.

Imagem 9 - Seção *Artigos para todes*.

Imagem 10 - Seção *Podcast para todes*.

A última grande ferramenta utilizada foi a elaboração de vídeos com o mesmo intuito, com o propósito de aproximar, numa linguagem mais convidativa e direta, tanto o acervo quanto as pesquisas desenvolvidas sobre ele. Assim foram produzidos vídeos sobre temas concretos como o ornato no museu; objetos como uma xícara de porcelana ou a pintura *O violinista*; e também vídeos relacionados com datas comemorativas, como o dia da consciência negra, destacando a falta de estudos sobre os artistas negros brasileiros no século XIX, todos eles disponibilizados no canal de youtube (<https://www.youtube.com/channel/UCh7sa1xacdWrHZeDQY14wDw>).

Para um maior destaque sobre certos assuntos, lançamos as semanas temáticas, iniciadas com a Semana Eliseu Visconti, com vídeo de professores, *posts* sobre técnicas, obras e a biografia do artista, assim como uma entrevista com o neto do artista, Tobias Stourdzé Visconti. O projeto participou também em outros eventos como a Semana dos Museus, a Primavera dos Museus ou o Festival do Conhecimento da Universidade Federal do Rio de Janeiro.



Imagem 11 - Banner da Semana Eliseu Visconti, 27-31 jul. 2020.

Por último, queremos destacar que nos foi importante apresentar um museu mais humano, formado por pessoas, e não só por obras de arte. Pudemos, assim, apresentar individualmente nas redes sociais toda a equipe e contar com seus depoimentos em formato de *post* e vídeo, mostrando o trabalho de cada um e a sua vital importância para manter a nossa memória com coragem e dedicação, inclusive em momentos adversos como o vivido após o incêndio, que não conseguiram abalar o profissionalismo e o amor que sentimos pelo museu. Por isso queremos agradecer a todas as funcionárias também nestas páginas. Obrigado!

Tampouco podemos esquecer de deixar registrado o nosso agradecimento a todos os estudantes que fizeram e fazem parte do projeto, que com seu esforço conseguiram materializar esse anseio, e são os responsáveis por manter o museu presente para o público: um museu que, ainda que fechado, continua de braços abertos.