

## Ativação e consumo digital no Museu de Favela

Monica Machado<sup>1</sup>

Antônia Soares<sup>2</sup>

### Resumo

Este artigo objetiva investigar o engajamento digital no Museu de Favela, na comunidade do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho, no Rio de Janeiro. O campo conceitual é a Antropologia digital, compreendida na Inglaterra como subdisciplina da Antropologia por Horst e Miller (2012). Os autores salientam que o ativismo digital é um sistema de mediação cultural, associado às experiências culturais precedentes. A análise é também orientada por Geismar (2012), que define o digital no contexto dos museus, compreendendo-o como parte de uma longa história de seleção, classificação e representação da humanidade e da cultura material. O debate se desdobra para o estudo de como as memórias pessoais, coletivas e culturais são reeditadas na linguagem digital do Museu de Favela. Compreendemos que as cosmologias são singulares em cada contexto cultural específico, por isso investimos em um estudo de caso que reflita como a concepção de um museu social é partilhada e consumida nas redes e plataformas digitais.

**Palavras-Chave:** Museu de Favela. Digital e museu. Ativismo digital.

### Abstract

This article is based on the study of digital engagement in the Favela Museum, Cantagalo, Pavão, Pavãozinho in Rio de Janeiro. The conceptual frame is the digital anthropology coined as a sub-discipline by Horst and Miller (2012) which highlights that digital activism can be seen as a socio-cultural mediation system. The arguments is also guided by Geismar (2012) who defines digital engagement in the museum context. She argues that the emergence of digital technologies is part of a long-standing trajectory of networking, classifying and forging representations of human being and material culture. The debate about personal memories, collective or culture memories can be highlighted for different contemporary issues. In each local digital culture, technology plays a different role. For this reason, it is important to understand, as a case study, first the context of the Favela Museum and how they share their thoughts and lifestyle in social media system.

**Keywords:** Favela Museum. Digital and museum. Digital Activism.

---

<sup>1</sup>Professora da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e do Programa de Pós-Graduação Eicos-IP-UFRJ. Doutora em Comunicação e Cultura (ECO-UFRJ), com pós-doutorado em Antropologia digital na UniversityCollege London (UCL – UK). E-mail: monica.machado@eco.ufrj.br

<sup>2</sup>Diretora-Presidente do Museu de Favela do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho. E-mail: antonia@museudefavela.org

## 1 Introdução

Este artigo visa descrever a experiência de desenvolvimento das plataformas digitais para o Museu de Favela e também parte da hipótese de que o engajamento e o consumo do digital amplificam o senso de cultura participativa do legado da favela. A perspectiva teórica está respaldada na Antropologia digital e nos estudos da cultura material, em especial no debate sobre o capital simbólico das relações entre o digital, as culturas e as humanidades. O argumento central nessa teoria é de que o digital pode ser visto como um processo paradoxal em que as fronteiras do virtual e do simbólico são tênues e se constituem pelas trocas que democratizam as relações sociais, mas que também produzem efeitos complexos, como riscos, perda de liberdade e controle. Em certa medida, o debate entre o digital e a cultura humana coloca em perspectiva uma profusão da abstração virtual que nos afeta e supõe graus de superficialidade e dispersão. A expansão do ambiente digital, portanto, vai produzindo efeitos positivos e negativos. Na convergência com esse ponto, o discurso antropológico no ambiente digital é ambivalente entre a abertura e o fechamento da visão de mundo. Assim, podemos compreender o movimento de ativação digital nas áreas populares no Brasil como um movimento dialético: pode ser visto como um signo da modernização, portanto, como expansão cognitiva e do conhecimento, mas também como referência de dispersão e risco, abrindo a complexa discussão sobre inclusão e exclusão digital (HORST; MILLER, 2012; MACHADO, 2017; MADIANOU; MILLER, 2012; MILLER; SINANAN 2014).

Nesse enquadramento teórico, Geismar (2012) argumenta que a sua definição do digital no contexto dos museus vai na contramão de alguns analistas que defendem que as tecnologias digitais representam uma nova epistemologia. O ponto de partida da autora é de que o digital faz parte de uma longa trajetória de pensar as relações, sistemas classificatórios e modos de representação da humanidade. Quando utilizamos essa referência, podemos supor que cada experiência de uso do digital corresponde a uma dada cosmologia, referente a um singular ambiente sociocultural e tecnológico. Por essa razão, é importante compreender como pressuposto metodológico o caso do Museu de Favela e como sua ideologia está ancorada nos cânones da museologia social. O Museu de Favela foi lançado em 2008 como um projeto de protagonismo social local, em que os moradores, coordenadores e lideranças locais assumiriam as responsabilidades por registrar, classificar e documentar a história. A ideia central é de que todo o legado do museu e também as etapas de seus sistemas de seleção

Memória e Informação, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

de acervo sejam debatidas com a comunidade. A participação comunitária e a voz dos moradores é ancorada no conceito de “museu sem muros”.

O desafio para a proposta está na definição das linhas que demarcam e definem os parâmetros para pensar o que é legado museológico e o que são objetos, conhecimentos, pessoas e cultura dentro e fora desse patrimônio. Mais ainda, a proposta do Museu é abrir o debate para refletir sobre os diálogos entre histórias e memórias, a literatura e a oralidade, o mundo e a imagem em um contexto social da cultura de periferia. Como veremos, o Museu de Favela trabalha com um modelo que reflete sobre a ideia de museu sem território e, desse modo, o seu patrimônio é todo o território da favela. Depois de investigar sobre as concepções de museologia social e descrever o caso do Museu de Favela, este artigo investigará como as plataformas digitais foram desenvolvidas para ampliar o sentido da cultura participativa e como a comunidade e os diferentes tipos de audiência se mobilizaram com a proposta.

## **2 O conceito do Museu de Favela do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho**

O Museu de Favela (MUF) é uma organização não governamental comunitária, fundada em novembro de 2008 por residentes da comunidade do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho, localizada entre Ipanema e Copacabana, Zona Sul, Rio de Janeiro. O projeto nasceu de uma experiência sem modelos nos quais se inspirar. O conceito: um museu-território que enfatiza a liberdade da comunidade e a identidade cultural local. O museu-território da cultura da favela, talvez o primeiro no mundo, tem duas formas de coleções: uma exibição permanente de grafites instalados nas casas de moradores, formando um Circuito Cultural que atravessa todo o morro, nomeado como Casas-tela; e uma segunda vertente, de exposições itinerantes e exposições temporárias, como *workshops*, festivais ou outros tipos de eventos. Essas atividades ocorrem na Base 1 do Museu de Favela. A proposta de incluir toda a comunidade como acervo museológico reafirma a ideia de museu-vida. O *Circuito Casas-tela* também tem um importante viés político, porque estimula a visitação de turistas no Museu e contribui para promover as ações do Muftour (agência de negócios e turismo cultural MUF). Esse núcleo colabora para promover *workshops* culturais, performances musicais e circuitos de danças e para fomentar todos os demais negócios locais, como bares, restaurantes e *hostels*. A missão institucional do Museu de Favela é pensar na visão de futuro de transformar o Morro do Cantagalo, Pavão, Pavãozinho em um monumento histórico do turismo da cidade do Rio de Janeiro: das origens das favelas, do samba, da imigração de outros estados

Memória e Informação, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

brasileiros, da cultura negra, das artes visuais. O projeto foi fundado com apoio da Associação Brasileira de Museus (ABM) e de outros parceiros do Departamento de Museus do Ipha, do Ibram e do Ministério da Cultura. O museu ainda recebe suporte de outros investidores comunitários, tem uma rede de voluntários e alguns parceiros institucionais. O desafio para a proposta consiste em atingir os objetivos do autofinanciamento e da estabilização dos financiamentos públicos como sistemas de fluxo contínuo, pois há muitas discontinuidades das ações, na medida em que os editais costumam ter duração de apenas dois anos. Outra dificuldade está relacionada ao fato de que os financiadores têm problemas para apoiar um “museu sem território”, pois consideram que a proposta é muito experimental e que é difícil avaliar os *feedbacks* dos investimentos. A primeira exibição permanente do Museu de Favela foi o *Circuito Casas-tela*. O objetivo desse projeto é recorrer ao grafite como arte de expressão para traduzir momentos das memórias coletivas— inspirando-se no projeto *Mulheres Guerreiras e Velhos Ilustres*<sup>3</sup>, da comunidade, que buscou capturar memórias coletivas das experiências locais. O projeto envolveu inicialmente a pintura de 20 casas, inspiradas nas narrativas e registros orais dos moradores, especialmente as pessoas mais antigas da comunidade. A ideia da experiência, que combina as memórias dos residentes com a expressão artística, reafirma a proposição do Museu de expandir o sentido de cidadania. A ênfase é no estudo das memórias orais das primeiras famílias das comunidades e seus descendentes, no mapeamento das primeiras experiências dos imigrantes nordestinos e do interior de Minas Gerais e do Rio de Janeiro. *Workshops* foram promovidos com o intuito de formar entrevistadores locais para recolher os relatos dos moradores. A dinâmica da proposta está finamente associada ao que Van Dijck (2007) chama de “memórias coletivas”. Inspirando-se em uma perspectiva interdisciplinar, a autora argumenta que, quando nós capturamos produtos de memórias – diários, fotos, vídeos caseiros, filmes –, trabalhamos para construir um senso de identidade individual, enquanto nos engajamos em um processo comunal coletivo de registrar histórias da nossa comunidade e cultura. Nesse caso, a atmosfera política pode ser vista como uma referência central, dado que os prismas, os filtros, as historiografias são desenhadas através das memórias sociais e das escolhas do que deve ou não ser de domínio público.

### **3 Descrevendo a experiência de ampliar o engajamento digital no Museu de Favela**

---

<sup>3</sup>O projeto que deu origem à documentação das memórias orais foi conduzido pelos gestores do Museu de Favela, iniciando-se em 2011, em parceria com o grupo Interdisciplinar de Subjetividade do Departamento de Psicologia e o Núcleo Interdisciplinar de Memória, Subjetividade e Cultura (Numesc) da PUC-Rio. *Memória e Informação*, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

Os achados da nossa pesquisa neste estudo de caso se desdobram agora para a descrição de como foi possível desenvolver as plataformas digitais do Museu de Favela. As experiências de trocas entre as memórias pessoais e coletivas são legados fundamentais para o patrimônio do Museu. As associações entre memórias individuais, histórias orais pessoais e coletivas, narrações sobre a vida da comunidade e lembranças institucionais se mesclam como material de acervo do Museu. Os filtros de seleção das lembranças e dos materiais visuais, sonoros e textuais são acionados pelos gestores do Museu, sendo privilegiados os documentos históricos da comunidade.

A vivência da parceria entre as lideranças do Museu de Favela e o grupo de trabalho de extensão universitária Laboratório Universitário de Publicidade Aplicada (Lupa-ECO-UFRJ)<sup>4</sup> viabilizou a criação dos dispositivos digitais, contribuindo para a democratização do acesso ao legado do museu.

Na trilha de Horst e Miller (2012) e Slater e Miller (2007), afirmamos que:

[...] a cultura material e o mundo imaterial são mutuamente constitutivos, nós notamos a importância do uso do grafite como forma de expressão para conotar as vozes da favela. As expressões artísticas culturais revelam essa dinâmica: o profundo senso de espiritualidade, a devoção aos santos, o culto ao futebol e ao samba, os relatos dos imigrantes, os conflitos devido às precárias condições de infraestrutura e às situações de falta de água, problemas com a coleta de lixo, as fragilidades das casas, assim como os conflitos armados entre traficantes e policiais. Ou seja, todos esses temas são abordados e estão nas paredes das casas como celebrações do modo de vida da favela e o culto à memória histórica. (MACHADO, 2016, p. 70).

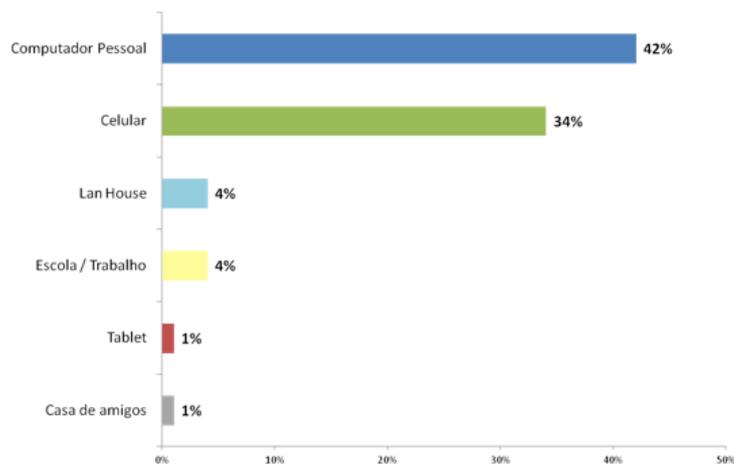
Em permanente interação com a equipe de gestores do Museu, decidimos em 2014 desenvolver um *survey* na comunidade durante os meses de junho e julho, com uma amostra de 400 entrevistas, distribuídas por cotas de acordo com os dados do Censo da UPP-Social e do Instituto Pereira Passos (2010). A proposta do estudo foi mapear os hábitos de mídia dos moradores jovens (18-26 anos) das duas comunidades (Cantagalo, Pavão e Pavãozinho) e compreender seus usos das mídias digitais, bem como conhecer como os jovens locais se informavam sobre as atividades do Museu de Favela. Nós trabalhamos no campo durante dois meses seguidos para coleta dos dados e o processamento e produção dos gráficos foram realizados durante os meses de agosto e setembro de 2014. Os resultados nos permitiram criar

---

<sup>4</sup>O Laboratório Universitário de Publicidade Aplicada (Lupa) é um projeto de extensão da Escola de Comunicação da UFRJ. O projeto, fundado em 2006, tem como proposta central refletir sobre as linguagens publicitárias para causas sociais e, a partir da reflexão, produzir novas suportese formas de expressão do discurso publicitário para projetos sociais, culturais e institucionais. *Memória e Informação*, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

as estratégias conceituais de comunicação que descrevemos ao longo do artigo. Agora, portanto, vale a apresentação de alguns de nossos achados. A figura 1, a seguir, demonstra nosso objetivo de investigar o quanto a população jovem da comunidade usa internet em suas atividades e de que plataformas costuma fazer uso. Nós inicialmente trabalhávamos com a hipótese de que os espaços de usos da internet ainda eram compartilhados por jovens com seus familiares ou de que o tempo de uso era limitado em espaços públicos como *lanhouses* ou ambientes escolares. Os dados, contudo, revelam um exponencial crescimento do uso do computador pessoal e também dos planos de pacotes de dados de internet no celular. Tais indicadores nos orientaram no encaminhamento da criação das plataformas digitais para o Museu, como veremos. Uma questão importante como avaliação para compreensão do cenário da ativação digital foi estudar o comportamento de consumo de experiências digitais:

**Questão 2: (Se sim) De qual ou quais locais você acessa a Internet em seu cotidiano?**

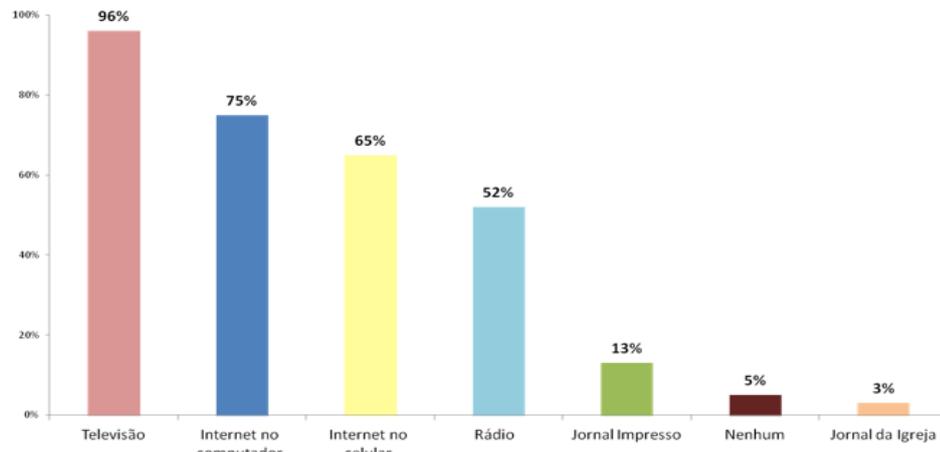


Base filtro (sim, tem acesso à Internet): 304 entrevistas

**Figura 1** – Plataformas de acesso à internet no cotidiano. Base filtro (sim, tem acesso à Internet): 304 entrevistas. Questão 2. (Se sim) De qual ou quais locais você acessa a internet em seu cotidiano?

Perguntamos também quais eram os meios de comunicação que mais utilizavam em seu cotidiano para se informar sobre os acontecimentos/notícias. A figura 2 a seguir revela a forte presença da mídia eletrônica, mas também aponta para a hipótese de que as experiências digitais já fazem parte do dia a dia dos moradores jovens do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho.

**Questão 3: Meio de comunicação que mais acessa no cotidiano**



Base (Total da Amostra): 400 entrevistas

**Figura 2** – Hábitos de uso de meios de comunicação. Base (total da amostra): 400 entrevistas. Questão 3. Meio de comunicação que mais acessa no cotidiano

Com os dados do *survey* nos orientando para a produção de conteúdo digital, nosso primeiro desafio foi trabalhar na ampliação da comunicação institucional do Museu de Favela, especialmente para que as informações sobre seu acervo chegassem aos possíveis investidores e outros museus parceiros. Como já relatado em outro artigo, nós imaginávamos também que os dispositivos digitais poderiam facilitar a relação do museu com influenciadores internacionais e possíveis novas redes de colaboradores, assim como poderiam auxiliar na conexão com o trabalho voluntário. Por isso, iniciamos o campo mapeando as mídias que o Museu de Favela classicamente utilizava para comunicar sobre o seu legado. Notamos, portanto, que tradicionalmente dois meios de comunicação eram dominantes em suas práticas: uso de mídia impressa (fôlder como informativo e um jornal mensal) e os “Faladores do MUF”, megafones utilizados em pontos de fluxo da comunidade para divulgar eventos (MACHADO, 2016).

Nós compreendíamos que esses meios eram muito importantes na cultura local. Contudo, os meios impressos dependiam de financiamento para impressão que nem sempre chegava, em função da descontinuidade de editais de suporte para a gestão do museu. A decisão de criar dispositivos digitais como mídias para o Museu obedeceu a duas variáveis: a primeira trata da relevância da ativação digital na comunidade e do uso intenso de todas as plataformas; a segunda faz referência aos custos de produção, mais baixos do que no uso da Memória e Informação, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

mídia impressa. Geismar (2012, 2009) quando reflete sobre a suposta nova epistemologia do digital no contexto dos museus, argumenta, conforme já descrevemos anteriormente:

[...] o debate sobre o digital e a nova epistemologia nos museus envolve questões sobre a autenticidade do patrimônio e o quanto o processo de compartilhamento digital reproduz a experiência da visita e os sentimentos do visitante com as coleções dos museus. (MACHADO, 2016, p. 72).

Em profundo diálogo com os coordenadores do Museu de Favela, nós fizemos um levantamento preliminar para localizar quais mídias eram utilizadas para disseminar as ações sociais do Museu. Observamos que o Museu tinha um orçamento limitado para imprimir um jornal mensal, com baixa circulação, e produzia outros materiais gráficos impressos como pôsteres, sem frequência determinada e com baixo orçamento para impressão sofisticada ou em cores, produção que demandava buscar apoios e financiamentos, nem sempre disponíveis para suportar as despesas do Museu. Nesse sentido, o trabalho de campo partiu da investigação de todos os dispositivos de comunicação que o Museu anteriormente possuía, para propor novas plataformas de mídias.

O primeiro investimento que fizemos foi desenvolver a proposta da *Revista Digital*. Partimos da premissa de que uma revista digital iria expandir as mensagens institucionais do Museu para fora da comunidade, mas também seria um caminho para ampliar a comunicação interna institucional do Museu com os moradores locais. A partir dessa proposição inicial, nós desenhamos de modo colaborativo toda a arquitetura da revista – desde a política editorial, os conteúdos informativos, a seleção dos editoriais, o estilo de linguagem e a identidade visual. Sobre o conteúdo informativo, nós pesquisamos e compartilhamos com eles nossos achados sobre diversos projetos de revistas culturais, com seus editoriais, sessões e colunas, e selecionamos alguns como inspirações. Para definir a linha de identidade visual da revista, nós cuidadosamente pesquisamos os registros iconográficos do território, as referências visuais na comunidade, as inspirações na cultura do grafite. Nós visitamos a comunidade diversas vezes, andamos pelas vielas e ruas estreitas, conversamos muito com os moradores, participamos de festas, almoçamos nos restaurantes populares comunitários, observamos cuidadosamente os grafites das *Casas-tela*, pudemos observar as dinâmicas das cores na comunidade. Toda essa experiência etnográfica nos deu, finalmente, pistas para capturar o caminho da expressão visual que queríamos seguir. No livro *Casas-Tela* (2012), há um depoimento de um coordenador local do Museu de Favela que diz que a essência do Museu é reativar e reconectar memórias: “O passado agora é salientado com vida e cores. As cores são Memória e Informação, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

signos de resistência em uma comunidade pobre do Brasil” (PINTO, R; SILVA, C.; LOUREIRO, K., 2012, p.21). Essa declaração nos guiou nas estratégias para o raciocínio criativo de todas as mídias digitais.

Toda a referência gráfica da revista, portanto, está refletida nesse investimento de capturar a atmosfera social da favela. As ilustrações e os recursos visuais passaram a ser determinados como padrão para as edições que se seguiram da primeira. Quem estiver interessado em conhecer as edições da *Revista Digital do Museu de Favela* pode encontrar os quatro primeiros números no website<sup>5</sup>. Até julho de 2014 nós tínhamos produzido quatro edições da revista. Os primeiros dois números foram amplamente discutidos com os coordenadores locais do Museu de Favela, mas, embora nós tenhamos elaborado juntos a linha criativa e os recursos visuais, a produção da revista foi feita no nosso espaço do Lupa, na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Os coordenadores locais tiveram ampla participação e todas as vezes que nós visitávamos a comunidade nós discutíamos em detalhes cada fase: cada editorial, os conteúdos, os detalhes das fotos e estilos visuais, a capa. No primeiro número nós salientamos a dimensão institucional do Museu de Favela, na voz dos testemunhos de seus diretores e sócios-fundadores. Eles relataram a missão, a visão e os valores do Museu. O primeiro número, portanto, tinha como compromisso descrever as proposições conceituais do projeto.

Na segunda edição, nós propusemos mudar a direção e fazer o número como um projeto editorial altamente colaborativo. Assim, os atores sociais da favela poderiam ser protagonistas e a revista teria a proposta de refletir os engajamentos das memórias sociais coletivas da comunidade. Por isso, fizemos diversas reuniões para ouvir relatos e depoimentos, para recolher os temas mais latentes e os desejos de divulgação destes. Assim, preparamos um Conselho de decisão de pauta para escolha dos assuntos dos editoriais. Na terceira edição a decisão foi intensificar mais o processo de compartilhamento do conhecimento e toda a produção da revista aconteceu no Museu de Favela. Por isso, realizamos dois *workshops* para capacitar os atores locais para que eles próprios pudessem realizar os números subsequentes. Nessa oportunidade, compartilhamos os nossos conhecimentos nas plataformas do InDesign e Photoshpe orientamos os coordenadores locais para que pudessem assumir o protagonismo nas edições seguintes. Assim, a terceira edição foi quase toda feita no Museu de Favela, sob a nossa supervisão. Na quarta edição nós

---

<sup>5</sup>As quatro edições das revistas digitais do Museu de Favela que desenvolvemos pelo Lupa- ECO-UFRJ podem ser conferidas no site: <[www.museudefavela.org.br](http://www.museudefavela.org.br)>. Memória e Informação, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

revertermos o processo. Os atores locais do Museu prepararam toda a revista, orientando-se pelos conhecimentos básicos que adquiriram dos *softwares* que compartilhamos, e nós supervisionamos o processo. Depois nós esperávamos que os próximos números fossem produzidos com mais autonomia; no entanto, os coordenadores locais com que trabalhávamos deixaram o Museu. Nesse sentido, retrocedemos no processo e agora temos o compromisso de capacitar os líderes locais para as futuras edições. Essa experiência nos sinalizou, como aprendizado, que precisamos documentar em áudio e vídeo nossos *workshops* e também produzir manuais e cartilhas para compartilhar os conhecimentos, pois, desse modo, mesmo que alguns integrantes da equipe saiam do projeto, teremos registrado o nosso processo de trabalho. O modo do processo de trabalho descontínuo é um padrão nos projetos sociais na favela e a dependência de editais de apoio e patrocínio de curta duração estimula essa descontinuidade. Esse padrão é um desafio para as políticas públicas de projetos culturais em favelas e deveria ser pensado como uma variável no momento de seleção de parcerias e apoios.



Fonte: Ricardo Godot, 2013.

**Figura 3** – *Workshop* de criação da *Revista Digital do Museu de Favela* com a nossa equipe do Lupa-ECO-UFRJ e os gestores do Museu

O resultado desse esforço de comunicação pode ser documentado em vários *feedbacks* que recebemos dos coordenadores do Museu. Muitos parceiros e admiradores do projeto elogiaram a incitativa da *Revista Digital* e se mostraram encantados com a proposta visual e com o seu conteúdo informativo. Outro indicador relevante do impacto da revista foi o resultado de um *survey* que fizemos na comunidade quando descobrimos que muitos moradores do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho aprenderam sobre as propostas do Museu de Memória e Informação, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

Favela através da *Revista Digital*. Nesse caso, nós descobrimos que a revista pode ampliar a comunicação local e colaborar na difusão dos eventos realizados no Museu. Nós já sabíamos que a ação da Associação de Moradores tinha muita repercussão na comunidade como forma de difusão dos projetos locais, mas também salientamos a importância de criar uma ação digital de impacto. Nas conversas com os moradores locais, compreendemos que muitos projetos do Museu, como *Mulheres Guerreiras* ou *Cine MUF Caixa D'água*, passaram a ser mais conhecidos depois que a revista começou a circular. A experiência de criar a *Revista Digital* nos fez pensar que as tecnologias digitais podem ser vistas como diferentes formas de socialização cultural. Como Geismar (2009, 2012) enfatiza, são formas de ampliar os fóruns em alguns museus e, além disso, essas práticas digitais podem ser realizadas em forma de catálogos digitais, *website*, exibições *on-line*, por meio das mídias sociais ou outras interfaces e também podem estar relacionadas com as experiências dos visitantes. Todo esse novo processo, ressalta a autora, é desenhado como um novo contexto sociotemporal.

Além da revista digital, escolhemos a *fanpage* do Facebook como outra plataforma digital para divulgação das ações do Museu. Nós nos inspiramos no livro de Van Dijck (2007) *Mediated memories in the digital age* e também na obra de Hine (2015, 2000) para a proposta de compartilhamento dos conteúdos informativos do Museu no Facebook. Como as autoras argumentam, as plataformas digitais poderiam ser vistas como um retorno ao nosso modo de pensar o passado e compartilhar nossas memórias sociais. Elas analisam que as memórias são mais socializadas como matrizes coletivas do que como processos individuais. Por essa razão, observamos como o Facebook poderia ser visto como uma plataforma que amplifica as relações sociais e reescreve memórias e pensamentos. Nesse sentido, nós podemos ver a página do Museu de Favela como uma forma ativa de linguagem de comunicação, que pode fortalecer os laços sociais e criar redes de sociabilidade na comunidade, assim como ampliar a comunicação para outros atores sociais. Basicamente, imaginam-se os espaços de postagens e comentários como arenas férteis para expandir os diálogos de comunicação do Museu para a comunidade. Por exemplo, quando o Museu lançou o projeto *Mulheres Guerreiras*<sup>6</sup> – que tem por objetivo registrar as narrativas de vida de mulheres e seus papéis sociais, culturais e

---

<sup>6</sup>A exposição itinerante *Mulheres Guerreiras* é uma extensão do prêmio Mulheres guerreiras, lançado por ocasião da V Primavera de Museus, do Instituto Brasileiro de Museus em 2011, tendo como tema Mulheres, Museus e Memórias. A partir das entrevistas feitas com as moradoras das favelas de Cantagalo, Pavão e Pavãozinho, o Conselho do Museu faz uma curadoria e seleciona anualmente as 13 mulheres guerreiras do Museu de Favela, que tenham belas histórias para contar, que falem das lutas e desafios que enfrentaram para sustentar seus filhos e manter a família unida, das dificuldades de sobrevivência, das conquistas, dos amores, das perdas de pessoas queridas, de seus sonhos e planos. Enfim, são relatos e narrativas que enriquecem os registros das trajetórias das moradoras das comunidades de Pavão, Pavãozinho e Cantagalo. *Memória e Informação*, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

políticos na comunidade –, o Facebook foi uma importante ferramenta de compartilhamento. Nesse caso, as lideranças locais escolheram registros iconográficos, vídeos de curta duração e trechos de depoimentos como recursos para compartilhar suas histórias na *fanpage* do Museu de Favela.

Nós trabalhamos cuidadosamente para escolher as imagens, colecionamos referências iconográficas dos grafites das *Casas-telas* para traduzir o espírito do projeto. Uma vez que a nova *cover* foi lançada, muitos estudantes e jovens da comunidade ajudaram na difusão, compartilhando em suas páginas pessoais a *fanpage* do Museu de Favela, orgulhosos da beleza visual da página, uma forma de ampliar o sentido de autoestima comunitária. Assim, a *fanpage* do Facebook poderia ser interpretada nesse caso como uma importante ferramenta para estreitar os laços comunitários e até para ampliar o conhecimento que se tem das biografias das pessoas ilustres da comunidade. A página do Facebook é também usada para compartilhar festividades e projetos –o projeto *Morro Acima*, por exemplo, que se realiza na Laje do MUF, uma plataforma com uma deslumbrante vista para as praias de Ipanema e Copacabana, para a Lagoa Rodrigo de Freitas e o Cristo Redentor. Os visitantes do Museu, durante essas festas, se sentem encorajados a postar vários conteúdos (fotos, memes ou vídeos) inspirando-se na bela paisagem do local. Como diz Sydney Tartaruga, o criador do projeto e um dos coordenadores do Museu de Favela, o projeto visa integrar “morro”, o “asfalto” e outras partes da cidade. As festas são financiadas por movimentos sociais, instituições ou corporações que estão interessadas em ampliar os diálogos com a favela. O relato dessas experiências revela que o uso das mídias sociais para divulgação institucional do Museu de Favela se consolida como uma forma de socialização para fortalecer a imagem do Museu. Um bom exemplo das histórias orais compartilhadas na página do Facebook do Museu de Favela foi o período de postagens do movimento *Memórias LGBT*. O projeto, que ocorreu durante o ano de 2015, teve várias fases e basicamente desejava publicar experiências e histórias de gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros que vivem na favela e reescrevem suas próprias histórias de vida. O Facebook do Museu de Favela, nesse caso, desempenhou o papel de multiplicador das vozes comunitárias. Durante as eleições presidenciais no Brasil em 2014, a expressão política do Facebook cresceu muito. Nesse contexto, um tema sempre debatido nas redes sociais era a luta contra a homofobia. Alguns grupos extremistas utilizaram o Facebook para, em contrapartida, promover a homofobia. Por essa razão, quando o Museu de Favela categorizou e catalogou as mensagens do movimento LGBT, expandiu o diálogo social e as reivindicações em pautas por respeito às minorias sociais, cidadania e defesa dos direitos

Memória e Informação, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

humanos. Pensando, portanto, sobre a principal proposta de catalogar memórias, a página do Facebook do Museu de Favela pode ser vista como uma ferramenta para estocar a experiência e salientar as histórias coletivas das pessoas que residem em favelas. Assim, ao mesmo tempo, o Museu e as mídias sociais estabelecem vínculos comunitários, suas atividades podem criar um senso de cultura colaborativa. Desenvolver plataformas digitais para um museu poderia ser visto como uma novidade em alguns contextos, mas, no caso particular do Museu de Favela, é um caminho para reativar o modo de estabelecer sociabilidades e reafirmar o processo pelo qual o patrimônio, as exposições e as coleções são decididas, organizadas e dispostas.

#### **4 Conclusão: cultura participativa, Museu de Favela e legado digital**

O modelo de processo de trabalho no Museu de Favela e seu modo de se relacionar com o legado do território, seu exercício poético e político, sua relação com a comunidade e as diferentes formas de mobilização das audiências estão em conexão com os conceitos de museologia social e cultura material. Em todo o contexto das plataformas digitais, as *hashtags* #museudefavela, #circuitocasastela ou #muf foram utilizadas para ampliar as comunicações institucionais do Museu, encorajar a audiência, compartilhar as experiências, partilhar fotos das visitas e expandir o legado das memórias locais. O caminho da cultura participativa se mostrou uma possibilidade de ampliar o senso de pertencimento e a conectividade proporcionada pelas redes sociais, já que as redes sociais são muito valorizadas pelos residentes. Essas plataformas digitais podem codificar diferentes formas de sociabilidades quando são dispostas como fóruns de debates sobre os acessos ao legado do Museu de Favela. Nesse sentido, nós concordamos com Geismar (2009, 2012) quando ela diz que os projetos de ativação digital no museu mantêm os mesmos fundamentos do processo de trabalho do museu de modo geral e criam um senso de comunidade pública e engajamento com ampliação da formação educacional e cidadania. A experiência digital do Museu de Favela mantém fortes laços com os projetos de memória social, delineando as histórias orais dos residentes e ampliando conhecimentos sobre o estilo de vida na favela.

Tal constatação nos conduz ao conceito de *theory of attainment* (teoria da retenção) que Miller e Sinanan (2014) desenvolvem no livro *Webcam*. Para os pesquisadores do grupo Global Social Media Impact, da University College London, o mundo digital não é mais ou menos autêntico do que o mundo presencial. Em linhas gerais, as mediações digitais tendem a

Memória e Informação, v. 2, n. 1, p. 51-65, jan./jun. 2018

refletir as contradições culturais que já estão dispostas nas redes de sociabilidades. Se o pressuposto for aceito, compreendemos que a gestão participativa, organizada em fóruns comunitários e em colegiados do Museu de Favela, orienta as diretrizes conceituais dos compartilhamentos digitais de suas plataformas: o modo como seu acervo permanente e suas exposições itinerantes são espalhadas, disseminadas e partilhadas nas redes sociais.

Como reportado aqui, outro ponto é que o Facebook pode ser usado como modo de estocar as referências do passado. Portanto, no contexto do Museu de Favela, podemos argumentar que a proposição está próxima do que Van Dijck (2007, 2013) chama de memórias mediadas, dado que as mensagens do patrimônio cultural da favela podem ser estocadas e pesquisadas no futuro. Finalmente, todas as plataformas digitais poderiam ser vistas como um modo de promover a cultura da favela e ampliar as bordas da cultura local. Assim, os laços de cidadania podem ser compartilhados com os residentes, outras comunidades que têm museus sociais ou projetos culturais de expressão e atores institucionais, como jornalistas, representantes de movimentos sociais, grupos sociais organizados, turistas e a sociedade civil de modo geral.

### Referências

CHAGAS, Mário. Museus, memórias e movimentos sociais. **Cadernos de Sociomuseologia: questões interdisciplinares na museologia**, Lisboa, n. 41, p. 5-16, 2011.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

GEISMAR, Haidy. Museum + Digital? In: HORST, Heather A.; MILLER, Daniel (Ed.). **Digital anthropology**. London: Berg, 2012. p. 266-287.

GEISMAR, Haidy. The photograph and the Malanggan: rethinking images on Malarial, Vanuatu. **The Australian Journal of Anthropology**, [S.l.], v. 20, n. 1, p. 48-73, 2009. DOI: 10.1111/j.1757-6547.2009.00003.x

HEGEL, Georg. **The Philosophy of Right**. Oxford: Oxford University Press, 1967.

HINE, Christine. **Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday**. London: Bloomsbury Academic, 2015.

HINE, Christine. **Virtual ethnography**. London: Sage, 2000.

HORST, Heather A.; MILLER, Daniel (Ed.). **Digital anthropology**. London: Berg, 2012.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico de 2010**. Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, dados referentes ao município do Rio de Janeiro. 2010. Disponível em: <<http://censo2010.ibge.gov.br/resultados.html>>. Acesso em: 20 out. 2014.

MACHADO, Monica. **Antropologia Digital e experiências virtuais do Museu de Favela**. Curitiba: Appris, 2017.

MACHADO, Monica. Imaginários sociais sobre as favelas cariocas: o turismo-cultural do museu de favela e seus modos de ativação digital. **Diálogo com a Economia Criativa**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 61-74, jan.-abr. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.22398/2525-2828.1161-74>.

MANDIANOU, Mirca; MILLER, Daniel. **Migration and new media**: transnational families and polymedia. London: Routledge, 2012.

MILLER, Daniel (Ed.). **Materiality**. politics, history and culture. Durham; London: Duke University Press, 2005.

MILLER, Daniel. **Stuff**. Cambridge: Polity, 2010.

MILLER, Daniel. **Tales from Facebook**. Cambridge: Polity, 2011.

MILLER, Daniel; SINANAN, Jolynna. **Webcam**. London: Polity, 2014.

MUSEU DE FAVELA. Página inicial do site. Disponível em: <<https://www.museudefavela.org>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

PINTO, R.; SILVA, C.; LOUREIRO, K. (Org). **Circuito das Casas-Tela, caminhos de vidano Museu de Favela**. Rio de Janeiro: Museu de Favela, 2012.

RODRIGUES, Fernanda da Silva Figueira. **Registros de memória em arte fugaz**: o grafitti das casas-tela do Museu de Favela (2010-2014). 2015. 264 f. Dissertação (Mestrado em Memória Social)–Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

SLATER, Don; MILLER, Daniel. Movements and moments in the study of consumer culture: a discussion between Daniel Miller and Don Slater. **Journal of Consumer Culture**, [S.l.], v.7, n. 5, p. 5-23, 2007. DOI: 10.1177/1469540507073506.

VAN DIJCK, José. **Mediated memories in the digital age**. Stanford, California: Stanford University Press, 2007.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. New York: Oxford University Press, 2013.