



Ativação e consumo digital no Museu de Favela

Mônica Machado¹

Resumo: *Esse artigo objetiva investigar o engajamento digital no Museu de Favela, na comunidade do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho, Rio de Janeiro. O campo conceitual é a antropologia digital, compreendida na Inglaterra como sub-disciplina da antropologia por Miller e Horst (2013). Os autores salientam que o ativismo digital é um sistema de mediação cultural e associado a 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 re-editadas 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 1. Digital e museu 2. Ativismo digital.*

1. Introdução

Esse 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 amplifica 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 a o capital simbólico das relações entre o digital, a cultura e a humanidade. O argumento central nessa teoria é de que o digital pode ser visto como um processo paradoxal onde as fronteiras do virtual e do simbólico são tênues e que são processos de trocas que democratizam as relações sociais mas 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

¹ Mônica Machado é prof. Adjunto IV da Escola de Comunicação da UFRJ e pós-doutora em Digital Anthropology na University College London.



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 dialético movimento: pode ser visto como um signo da modernização, portanto como expansão cognitiva e do conhecimento mas também como referência de dispersão, risco e abrindo o debate para a complexa discussão sobre inclusão e exclusão digital. (Miller & Horst, 2012; Miller & Mandianou, 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 argumentam 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, referida a um singular ambiente sociocultural e tecnológico.. O Museu de favela foi lançado em 2008 como um projeto de protagonismo social local, onde seus moradores, coordenadores e lideranças locais assumiriam as responsabilidades por registrar, classificar, documentar a história. A participação comunitária e a voz dos moradores é reportada pelo 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.

1.1. Refletindo sobre o conceito de cultura material e museologia social

A noção de museologia social pode ser vista, de um lado, com o tradicional debate sobre o capital cultural e a memória social. Em outra perspectiva, o conceito pode ser ampliado para a discussão sobre patrimônio. O debate não é novo. Desde a década de 70, na IX Conferência Geral do ICOM (International Council of Museum) em Paris em Grenoble e na Mesa Redonda de Santiago do Chile, a temática do



patrimônio ganha novos sentidos, inspirando-se nos movimentos políticos de Maio de 68. Os debates giravam em torno do papel político do museólogo, as noções de preservação, classificação e catalogação de acervo ganharam contornos mais antropológicos: com olhares mais voltados para culturas locais, ampliou-se o debate sobre as culturas periféricas e reflexões sobre as novas práticas sociais que valorizam mais a ideia de cultura em ação e em interação. Em 1983 foi criado, inspirando-se nos museus escolares mexicanos, o Programa de Museus Comunitários que servira de parâmetro para os demais países da América Latina. E em 1984 foi elaborada a Declaração de Quebec, que em seus pressupostos valoriza tanto a preservação do patrimônio histórico das civilizações, quanto a nova museologia que destaca o papel de agência dos atores comunitários na formulação de suas categorizações sobre o que deve ou não ser registrado enquanto história. Assim, em 1985, nasce o MINON (Movimento Internacional para uma Nova Museologia) como um marco de diálogos que ao longo das últimas décadas vêm refletindo sobre as noções de território, patrimônio e legado cultural. (CHAGAS, 2011; RODRIGUES, 2015).

Portanto, trabalhamos com a hipótese de que essa concepção foi desenvolvida em fina sintonia com o conceito de cultura material². Como Miller (2005) argumenta, a visão tradicional sobre as correlações entre as noções de materialidade e imaterialidade são resignificadas nessa teoria. O autor reflete sobre as ideias de fetichismo e reificação na teoria marxista e defende que o tema da alienação que foi um dos enquadramentos discursivos mais relevantes nos estudos de mídia - especialmente na tradição da teoria crítica dos meios de comunicação de massa - e que tal pressuposto merecia revisão. Nessa tradição, a razão instrumental, a mecanização da arte e da cultura e a fragmentação, teriam produzido públicos passivos e sem consciência crítica, incapazes do pensamento autônomo. O principal debate aqui, estava relacionado a ideia de autenticidade e falsa consciência. Então,

²O conceito de cultura material é uma importante referência teórica para os estudos sobre a cultura do consumo. Desde os primeiros achados de Mary Douglas na década de setenta, atravessando toda a literatura do Anthropology Department of Material Culture do Anthropology Institute na University College London, particularmente a obra do prof. Daniel Miller (2010;2011;2012;2014).



autores dessa linha teórica entendiam que a reificação da estrutura agia na consciência humana, apagando a essência qualitativa das coisas e experiências culturais. Assim, a subjetividade estaria condicionada a ser oprimida pela produção quantitativa, tecnológica e pelo cálculo racional. Miller (Idem) nos diz que o melhor modo de compreender a nossa humanidade e prestar atenção em nossa profunda materialidade. Mais do que isso, não é apenas porque as sociedades de consumo demandam esse *frame*, mas porque todas as culturas expressam suas vidas sociais através dos objetos que dispõe. Por exemplo, a escolha sobre o que vestir é absolutamente relevante para compreender os valores da vida cotidiana de uma comunidade. Outros objetos como adornos nas residências têm forte relação com a cultura de seus donos e são mutualmente constitutivos. Nesse sentido, os museus poderiam ser vistos como territórios férteis para o diálogo entre o material e o imaterial. Os objetos são as pistas para a revisar a história e repensar nossos pontos de vista sobre o mundo.

A proposição do MINON (Movimento Internacional para uma Nova Museologia), então, que visa associar a ideia de participação popular na gestão dos museus e na definição do que deve ou não ser legado na diversidade territorial local, está fortemente identificado com a noção de cultura material. Outros termos como “Ecomuseus”; “museus comunitários”; “museu do capital itinerante”; “museu sem muros” ganham diferentes formas espaço-sociais e colaboram para estender a noção de museu social. A redefinição do objeto museológico também modifica as práticas de gestão: as decisões sobre o que deve ou não se assumir enquanto coleções nos museus vai depender das decisões políticas comunitárias.

1.2. O conceito do Museu de Favela do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho

Após uma breve contextualização do conceito de Museologia Social, sua associação com a noção de cultura material e a compreensão de que o Museu de Favela faz parte dessa tradição, cabe agora descrever a história do surgimento do museu, sua missão e seu conjunto de valores. 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 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 grafittis instalados nas casas de moradores formando um Circuito Cultural que atravessa todo o morro e nomeado como Casas-Tela. E uma segunda vertente que são exposições itinerantes e exposições temporárias como workshops, festivais ou outros tipos de eventos. Esses na Base 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, as performances musicais, os circuitos de danças e 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 brasileiros, da cultura negra, das artes visuais. O projeto foi fundado com apoio da ABM (Associação Brasileira de Museus) e 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. A primeira exibição permanente do Museu de Favela foi o Circuito Casas-Tela. O objetivo desse projeto é - inspirando-se no projeto Mulheres Guerreiras e Velhos Idosos³ da comunidade, onde se buscou capturar memórias coletivas das experiências locais na comunidade - recorrer ao

³ O projeto que deu origem a 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, o Núcleo Interdisciplinar de Memória, Subjetividade e Cultura - NÚMESC da Puc-Rio.



grafitti como arte de expressão para traduzir momentos dessas memórias coletivas. O projeto envolveu inicialmente a pintura de vinte casas, inspiradas nas narrativas e registros orais dos moradores, especialmente as pessoas mais antigas da comunidade. A ideia da experiência que combina 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, mapear as 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 associadas 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 e 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.

1.3. Descrevendo a experiência de ampliar o engajamento digital no Museu de Favela.

Os achados da nossa pesquisa nesse estudo de caso se desdobram agora para descrição de como foi possível desenvolver as plataformas digitais do Museu de Favela. Os diálogos entre memórias pessoais, coletivas e memórias culturais podem ser salientados por diferentes contemporâneos pontos de vista. No Museu de Favela esses registros são os principais capitais. Mais ainda, o patrimônio do Museu é delineado entre atos de lembranças individuais, narrativas pessoais, histórias comunitárias, memórias institucionais e a mediação dos objetos. Os produtos da memória são configurados de acordo com os filtros de seleção dos atores



comunitários. São esses atores que decidem o que deve ser codificado em registros visuais, sonoro ou textuais e as memórias que não devem ser documentadas.

Para Van Dijck (Idem) as mídias e as memórias são mutualmente transformadas e constitutivas e não há como considerar essas instâncias como processos separados na contemporaneidade. Ela argumenta, por exemplo, que os referenciais mnemônicos que são estimulados por fotos e vídeos podem ser confundidos com nossas memórias individuais sobre a nossa infância e nos ajuda a construir realidades ou a reeditar narrativas. Ela cunhou o conceito de “memórias mediadas” que discute como os produtos de memórias - como fotos, vídeos, álbuns de recortes, diários - visam remodelar as versões anteriores da história, embora, ao mesmo tempo, esse processo refere-se a um movimento criativo onde a estrutura de expressão pode subverter a enunciação. Seguindo a acepção de Miller (2012) de que a cultura material e mundo imaterial são mutualmente constitutivos, nós notamos a importância do uso do grafitti 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 as precárias condições de infra-estrutura e as situações de falta de água, problemas com 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 na favela e o culto à memória histórica. Durante dois anos de intensa relação entre as lideranças do Museu de Favela e meu grupo de trabalho de extensão chamado Laboratório Universitário de Publicidade Aplicada (LUPA- ECO/UFRJ)⁴, nós dialogamos para desenvolver as plataformas digitais que foram experiências criativas para o Museu. As nossas diretrizes conceituais apontavam para a hipótese de que os usos das mídias sociais poderiam ser modos de partilha da rica experiência

⁴ O LUPA (Laboratório Universitário de Publicidade Aplicada) é um projeto de extensão da Escola de Comunicação da UFRJ. O projeto foi fundado em 2006 e têm como proposta central refletir sobre as linguagens publicitárias para causas sociais e, a partir da reflexão, produzir novos suportes, formas de expressão do discurso publicitário para projetos sociais, culturais e institucionais.



museológica e era uma oportunidade de ampliar a sociabilidade da vida cotidiana na favela, expandindo as fronteiras e ampliando o diálogo com a cidade.

Assim nosso primeiro desafio foi imaginar como ampliar a comunicação institucional do Museu de Favela para a esfera pública, tanto para outros museus parceiros como para as instituições governamentais que poderiam suportar a proposta, assim como partilhar a experiência com ONGs, OS e OSCIPS, outras redes de projetos culturais, possíveis parceiros internacionais e possíveis apoiadores nas universidades, além da sociedade civil como um todo. Assim nós começamos o nosso trabalho de campo documentando as principais formas de comunicação que o Museu de Favela dispunha. Nessa época, descobrimos que a principal mídia local era um jornal impresso quinzenal. E então decidimos começar a investir na construção das plataformas digitais para ampliar a partilha de informações.

Como Geismar (2012) salienta, o debate sobre a nova epistemologia sobre o digital 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. O mesmo princípio pode ser aplicado para refletir o quando as mídias sociais são usadas para promover as atividades do Museu de Favela. Um interessante ponto aqui é a ideia de que trata-se de um museu sem muros, por essa razão a nossa proposta de criação de uma Revista Digital como primeiro produto, tinha o desafio de documentar essa experiência.

Em profundo diálogo com os coordenadores do Museu de Favela, nós fizemos um levantamento preliminar para localizar quais as mídias que 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 folders, sem frequência determinada e com baixo orçamento para impressão em cores ou sofisticada 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 comunicação. O primeiro investimento que fizemos foi desenvolver a proposta de uma Revista Digital. A premissa que partimos era 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 das editoriais, o estilo de linguagem e a identidade visual. 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 re-conectar memórias: “O passado agora é salientado com vida e cores. As cores são signos de resistência em uma comunidade pobre do Brasil” (Idem, 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 determinadas como padrão para as edições que se seguiram a primeira. Para quem estiver interessado em conhecer as edições da Revista Digital do Museu de Favela pode encontrar os quatro primeiros números no website (www.museudefavela.org.br)

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 elaborados juntos a linha criativa e os recursos visuais, a produção da Revista foi feita no nosso espaço do LUPA (Laboratório Universitário de Publicidade Aplicada) 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 propomos 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 dos mesmos e assim preparamos um Conselho de decisão de pauta para escolha dos assuntos das editoriais. Na terceira edição a decisão foi de intensificar mais o processo do compartilhamento do conhecimento e todo 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 Photoshop e 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 revertemos o processo. Os atores locais do Museu preparam 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, teríamos registrado o nosso processo de trabalho. O modo do processo de



trabalho descontinuo 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.

O resultado desse esforço de comunicação pode ser documentado em várias *feedbacks* que recebemos dos coordenadores do Museu. Muitos parceiros e admiradores do projeto elogiaram a iniciativa 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 Favela através da Revista Digital. Nesse caso, nós descobrimos que a revista digital 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. 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 (2012) enfatiza, são formas de ampliar os fóruns em alguns museus e essas práticas digitais podem ser realizadas em forma de catálogos digitais, em forma de website, exposições online, uso das mídias sociais ou outras interfaces e também relacionadas com as experiências dos visitantes. Todo esse novo processo, ressalta a autora, é desenhado como um novo contexto sócio-temporal. No caso do Museu de Favela, podemos afirmar que os usos da Revista Digital podem ampliar o efeito social das informações sobre exposições e coleções, fazendo circular mais o acesso aos eventos e democratizando informações.

A segunda plataforma que escolhemos foi a *fanpage* do Facebook. Nós nos inspiramos no livro de Van Dijck “*Mediated Memories in the Digital Age*” (2007) para proposta de compartilhamento dos conteúdos informativos do Museu no Facebook. Como a autora argumenta, as plataformas digitais poderiam ser vistas como



um retorno ao nosso modo de pensar o passado e compartilhar nossas memórias sociais. Sua percepção é a de que as memórias são mais socializadas como matrizes coletivas do que como processos individuais. Por essa razão, nós vemos como o Facebook poderia ser visto como uma plataforma que amplifica as relações sociais e re-escreve memórias e pensamentos. Nesse sentido, nós podemos ver que 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 amplia a comunicação para outros atores sociais. Basicamente imaginando os espaços de postagens e comentários como arenas férteis para expandir os diálogos de comunicação do Museu para a comunidade. Por exemplo, quanto o Museu lançou o projeto “Mulheres Guerreiras”⁵ - que tem por objetivo registrar as narrativas de vida de mulheres e seus papéis sociais, culturais e políticos na comunidade - o Facebook foi uma importante ferramenta de compartilhamento. Nesse caso, as lideranças locais escolheram registros iconográficos, vídeos de curta duração, trechos de depoimentos como recursos para compartilhar suas histórias na *fanpage* do Museu de Favela.

A capa da *fanpage* do Facebook foi produzida pelo LUPA em abril de 2014.⁶ Nós trabalhamos cuidadosamente para escolher as imagens, colecionamos referências iconográficas dos graffitis 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 e como forma de ampliar o sentido de

⁵ 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 (IBRAM) 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, suas 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.

⁶ A *cover* da *fanpage* do Museu de Favela no Facebook, bem como todas as postagens aqui abordadas podem ser conferidas na página:
<https://www.facebook.com/museudefavela/?fref=ts> Acesso em: 21 jan. 2016.



auto-estima comunitária. A página do facebook é também usada para compartilhar festividades e projetos. O projeto Morro Acima, por exemplo, que se realiza na “Lage 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. O relato dessas experiências revela que o uso das mídias sociais para divulgação institucional do Museu de Favela se consolida como formas de socialização para fortalecer da 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 re-escrevem suas próprias histórias de vida. 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 jeito de estabelecer sociabilidades e reafirmar o processo pelo qual o patrimônio, as exposições e coleções são decididas, organizadas e dispostas.

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 e sua relação com a comunidade e 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 or



#muf foram utilizadas para ampliar as comunicações institucionais do Museu e encorajar a audiência a compartilhar suas experiências, partilhar fotos de suas 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 é muito valorizada pelos residentes. Essas plataformas digitais podem codificar diferentes formas de sociabilidades quanto são dispostas como fóruns de debates sobre os acessos ao legado do Museu de Favela. Nesse sentido, nós concordamos com Geismar (2012) quando ela diz que os projetos de ativação digital no museu mantém os mesmos fundamentos do processo de trabalho do museu de modo geral e cria 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.

Como reportado aqui, outro ponto é que o Facebook poder 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 sentido que Van Dijcks (Idem) 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, atores institucionais como jornalistas, representantes de movimentos sociais, grupos sociais organizados, turistas e a sociedade civil de modo geral.

Referências:



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

CHAGAS, Mário. Museus, memórias e movimentos sociais. Cadernos de Sociomuseologia - Questões Interdisciplinares na Museologia. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, n. 41, p 5-16, 2011.

GEISMAR, Haidy. The photograph and the Malanggan: Rethinking Images on Malarial, Vanuatu. Australian Journal of Anthropology. 20: 48-73, 2009.

GEISMAR, Haidy. Museum + Digital ? Digital Anthropology. London: New York: Berg. 13: 266-287, 2012.

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

MILLER, Daniel; SINANAN, Joyanna. Webcam. London: Polity Press, 2014.

HORST, Heather.; MILLER, Daniel. Digital Anthropology. London. New York: Berg, 2012.

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

RODRIGUES, Fernanda. Registros de memória em arte fugaz: O Grafitti das Casas-Tela do Museu de Favela (2010-2014). DISSERTACAO (Mestrado em Memória Social) Rio de Janeiro: UNIRIO: 2015, 264 p

SLATER, Don; MILLER, Daniel. Moments and Movements in the study of consumer culture: a discussion between Daniel Miller and Don Slater. Journal of Consumer, Culture, n. 7/5, p. 5-23, 2007.

VAN DIJCKS, Jose. Mediated Memories in the Digital Age. Stanford, CA: Stanford University Press, 2007.