

O *DESIGN* DA INFORMAÇÃO NA CRIAÇÃO DE UM MODELO PARA O MUSEU AFRO BRASIL: UM ESTUDO COMPARATIVO

Information Design to create a model for Museu Afro Brasil: a comparative study

Maria José Vicentini Jorente, Natalia Nakano, Lucinéia da Silva Batista, Nandia Letícia Freitas Rodrigues (1)

(1) UNESP – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, mjjorente@yahoo.com.br, natinakano@gmail.com, lucineia.bat@gmail.com, nandiarodrigues@gmail.com,

Resumo

O uso de *Web* colaborativa em ambientes digitais de comunicação e disseminação da informação por instituições museológicas possibilita, de forma ideal, o acesso e a interação com internautas. Entretanto, percebe-se que, no Brasil, os *Websites* de museus afro, em sua grande maioria, utilizam, ainda, de um modelo informacional na ambiência virtual caracterizado como *Web 1.0*. Buscamos, neste sentido, sob a égide da Ciência da Informação (CI), comparar e analisar recursos do *Design* da Informação (DI) e de Curadoria Digital do *Website* do Museu Afro Brasil (MAB) e do *Canadian Museum of History* nas convergências de linguagens em suas interfaces de interação. A metodologia se caracteriza como teórica e exploratória, com fundamentação teórica sobre o *Design* da Informação e funcionalidades da *Web 2.0*. A análise comparativa com *Canadian Museum of History* oferece subsídios para a verificação da interatividade e pode ser modelar.

Keywords: Informação e Tecnologia; *Web* colaborativa; *Design* da Informação; Curadoria Digital; *Museus*.

Abstract

The use of collaborative Web in digital environments for information communication and dissemination by museum institutions allows ideal access and interaction with netizens. However, it is noted that, in Brazil, African museum websites are still making use of an information model characterized as Web 1.0. In this context, this study aims to compare and analyze the Information Design (ID) and digital curatorship capabilities of Museu Afro Brazil (MAB) and the Canadian Museum of History in their language convergences in their interaction interfaces. The methodology is characterized as theoretical and exploratory, with a theoretical framework of Information Design and Web 2.0. A comparative analysis with Canadian Museum of History provides subsidies to verify interactivity and can be used as a model for other interactive environments.

Keywords: Information and Technology; Collaborative Web; Information Design; Digital Curatorship; Museums.

1 Introdução

No novo paradigma da cibercultura, o uso de *Websites* ou ambientes digitais de comunicação e disseminação da informação por instituições museológicas possibilita, de forma ideal, o acesso e a interação com os internautas que proporciona visibilidade às instituições na *Web* e realiza a mediação da informação, entre outras, das memórias e das culturas de negros e afrodescendentes, preservadas em alguns museus brasileiros.

Entretanto, nota-se que, no Brasil, os *Websites* de museus em geral e, em especial de museus afro, utilizam-se, ainda, de um modelo informacional na ambiência virtual caracterizado como *Web 1.0*. Isto implica em ambientes virtuais estáticos, configurados mais como catálogos e guias, que não oferecem interatividade colaborativa ao internauta.

A problemática do presente estudo, portanto, constrói-se a partir da indagação sobre qual seria um modelo necessário para que os *Websites* dessas instituições museológicas atuassem com eficiência e eficácia na realização do seu papel informacional dentro do ambiente *Web*, com acesso tanto para computadores estacionários ou fixos quanto para aparatos móveis.

Busca-se, neste sentido, sob a égide da Ciência da Informação (CI) e disciplinas correlatas, comparar e analisar recursos do *Design* da Informação (DI) do *Website* do Museu Afro Brasil (MAB) e do *Canadian Museum of History* em suas interfaces de interação. Assim, os objetivos específicos do presente estudo são: 1) elencar aspectos do *Design* da Informação (DI) e funcionalidades relacionadas à *Web 2.0* para *Websites*; 2) analisar, por meio de princípios da CI, convergências de linguagens na interface virtual do Museu Afro Brasil, como paradigmático de seus pares – cujas funcionalidades identificamos com a *Web 1.0*, – comparando-a

com a interface digital do *Canadian Museum of History*, um museu que, embora de características *Web 1.0*, converge características *Web 2.0*; 3) verificar, nesses ambientes digitais da *Web*, as iniciativas de interoperabilidade com mídias, por exemplo o *Twitter* para troca de informação com a comunidade de internautas.

A metodologia deste artigo caracteriza-se como teórica e exploratória – com fundamentação teórica sobre o *Design* da Informação, funcionalidades da *Web 2.0*, interação, convergências de linguagem, interoperabilidade e, principalmente, convergências de plataformas interativas de museus com redes sociais. Comparamos o *Website* do *Canadian Museum of History* e o *Website* do MAB para identificação de recursos do DI em interfaces digitais de ambos. A análise comparativa entre ambas as interfaces oferece subsídios para a verificação se estes ambientes desenham-se de forma interativa, assim como, subsídios para a proposição de um modelo mais colaborativo e dialógico em relação ao internauta. Neste trabalho, limitamo-nos a apresentar sugestões de um modelo interativo para museus de tipologia afro.

Esta urgência se faz devido ao desconhecimento, por parte dos cidadãos, sobre as circunstâncias históricas e socioculturais que giram em torno da identidade brasileira, sobretudo no que tange à trajetória e as contribuições, tanto culturais quanto religiosas e artísticas, oriundas dos povos africanos que trabalharam arduamente, na condição de escravos, em terras brasileiras no decorrer do período colonial.

A importância deste estudo justifica-se, portanto, pela necessidade de resgate da memória e da cultura de negros e de afrodescendentes no Brasil, bem como a de preservação, salvaguarda, disponibilização e disseminação da informação para a construção de uma identidade social. Soma-se a isso o fato de que tais iniciativas poderão contribuir para o conhecimento da trajetória histórica do país e dos indivíduos que o compõem: uma compreensão e uma ressignificação contínua da História do Brasil.

2 Recursos de DI em interfaces digitais

Compreendido no âmbito do *Design*, o *Design* da Informação tem seu foco no processo de criação de espaços informacionais centrados nas necessidades dos sujeitos que interagem nesses ambientes como protagonistas, colaboradores e co-criadores de informação e conhecimento.

O DI é uma área do conhecimento que se preocupa como a apresentação otimizada da informação, para que os agentes, especializados ou não, tenham acesso com facilidade. Segundo Horn: “*Design* da Informação é definido como a arte e a ciência da preparação da informação para que ela possa ser usada por seres humanos com eficiência e efetividade.” (1998, p. 15, tradu-

ção nossa). A Sociedade Brasileira de *Design* da Informação conceitua o DI como:

[...] uma área do *design* gráfico que objetiva equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação (SI) através da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao seu público-alvo. Seu princípio básico é o de otimizar o processo de aquisição da informação efetivado nos sistemas de comunicação analógicos e digitais. (SBDI, 2006).

Nesse sentido, na preparação da informação, o DI conduz e regula o uso de linguagens multimodais. As linguagens ativas nesses ambientes podem ser textuais, imagéticas ou audiovisuais que, graças a uma curadoria digital, convergem e interagem em interfaces na *Web 2.0* para maior interação do internauta.

Na primeira fase da *Web* na *Internet*, a tecnologia era centrada na transmissão de informação unilateral, ou seja, apenas os programadores e administradores de ambientes digitais produziam informação, enquanto as pessoas não especializadas não tinham possibilidade de produzir conteúdo, interagir ou contribuir com os sistemas. Daí a denominação de usuário para as pessoas que apenas usavam os sistemas. Quanto à mobilidade, não havia uma estrutura que acomodasse a convergência e nenhuma preocupação com a adaptação das linguagens para aparatos estacionários.

Em uma segunda fase, denominada *Web 2.0* – a tecnologia *Web* evoluiu para incluir as pessoas na produção e disseminação da informação. A interação é uma característica predominante na *Web 2.0*, ou *Web* colaborativa, em que modos de acesso e de participação de internautas permitem além do acesso de conteúdos, que estes também sejam produzidos de maneira colaborativa horizontal ou ascendente. Uma das características da *Web 2.0* é a colaboração; seu foco volta-se para colaboração de atores informacionais, o que, segundo Vacas (2007), constituiria uma *Web* das pessoas. Já para O’Reilly (2005, p. 7), a lição da *Web 2.0* é: “[...] alavancar o auto-serviço do consumidor e algoritmos de gerenciamento de dados, visando atingir a rede em toda sua extensão e não apenas o centro, até a cauda longa e não apenas a cabeça”.

Na passagem de *Web 1.0* e para *Web 2.0*, altera-se a forma com que a informação se apresenta no ambiente digital. Se na *Web 1.0* a característica era a da textualidade ou a da imagem, na *Web 2.0* diferentes linguagens convergem: textual, imagética ou audiovisual; além dessas convergências, as pessoas são consideradas como centrais no desenvolvimento do ambiente. A maneira como a interação e a colaboração ocorrerão são planejadas pelos *designers* de informação dos sistemas para que os sujeitos tenham uma experiência eficaz e satisfatória.

Neste sentido, verificamos que a curadoria digital de ambientes museológicos pautados em características da *Web 2.0* possibilita a convergência de mídias sociais que se interoperam e cujos ambientes podem também ser convergidos para a difusão e disseminação da informação, facilitando a interação e criação de novos conteúdos essenciais para a memória coletiva e a cultura brasileira.

Abaixo, figura indicativa de mudanças entre paradigmas *Web*:

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	Bit Torrent
mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipédia
Sites pessoais	blogs
eufile	ucoming.org e EVCB
Especiação com nomes de domínio	otimização para ferramenta de busca
page view	custo por clique
"Screen scraping"	serviço web
publicação	participação
Sistemas de gerenciamento de conteúdo	vídeo
diretórios (taxonomia)	tags ("folksonomia")
richness	syndicator

Figura 1. *Nossa ideia de Web 2.0 através de exemplo*. Fonte: O'Reilly, 2005, p. 2.

Como objeto deste artigo, as características dialógicas da *Web 2.0* foram os elementos propiciadores de colaboração e conversação que nos interessam e que apresentamos no quadro abaixo:

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação da informação na interface ▪ Produtos, Serviços e Aplicativos oferecidos ▪ Busca e acesso ao acervo ▪ Acervo digital ▪ Mídias Sociais ▪ Convergências de mídias na interface ▪ Interatividade do internauta 		<p>Web 1.0</p> <p>Web 2.0</p>
--	--	-------------------------------

Figura 2. *Recursos de Design de Informação em interfaces digitais*. Fonte: Autores.

Como parte da metodologia, a exploração dos ambientes digitais dos museus observou as características de *Web 2.0* descritos na Figura 2, e que dependem de um planejamento eficiente em *Design* da Informação. Os *Websites* foram acessados, e a análise se seguiu com a verificação da presença das características não apenas na interface inicial, mas no ambiente como um todo complexo, em todas as suas camadas e partes.

3 Museus afro e *Web 2.0*: uma análise preliminar para a necessária transmigração

A partir de alguns apontamentos e discussões encontradas na literatura sobre o tema, entre as muitas variações

de ambientes digitais de museus existentes, é possível agrupá-los e classificá-los em três grupos distintos.

Antes da implementação da *Web 2.0* já se falava de Museu na *Internet*. Segundo Piacente (1996, p. 5-8 apud Valença; Santos; Silva Filho, 2012, p. 1) podemos identificar no ambiente da *Internet* as seguintes categorias de museu: Folheto Eletrônico, Museu no Mundo, e o Museu Virtual. Classificados como Folhetos Eletrônicos seriam aqueles ambientes mais voltados a disponibilização de informações básicas, como horário de funcionamento, e-mails e telefones de contato, informações sobre a instituição, seus acervos, atividades e eventos. Trata-se de um uso ferramental da rede, visando o marketing da instituição ou, ainda, informar o internauta sobre assuntos pertinentes ao museu físico por meio do ambiente digital.

Na classificação Museu no Mundo Virtual, segundo apontamentos realizados por Valença, Santos e Silva Filho (2012), de dezesseis anos depois, nesse conceito estariam inseridos os ambientes de caráter levemente interativo, que possibilitam que o internauta realize uma espécie de tour virtual, conheça o museu físico pela tela do seu celular, computador, *tablet*, etc.. Seria a representação do museu físico no ambiente virtual.

Na terceira e última classificação, sob a denominação de Museu Virtual, estariam museus característicos da *Web 2.0*, totalmente interativos, que estabelecem comunicação direta com o internauta e possibilita a construção coletiva do conhecimento; nestes ambientes, os internautas possuem autonomia para a conversação com o ambiente, com os profissionais da informação que neles trabalham e entre si, além de poderem realizar *download* e *upload* de documentos, fotos e vídeos e da possibilidade de criar suas próprias coleções no ambiente. São museus que não existem no ambiente físico, são essencialmente virtuais.

Podemos citar como exemplos de museus virtuais o Museu da Pessoa, o Museu Afro Digital, O Museu Digital da Memória Afro-brasileira e Africana Bahia-MDAFRO, entre outros.

Atualmente, segundo estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) o Brasil conta com aproximadamente 3.025 instituições museais mapeadas. Porém, desse total, pouquíssimas instituições são voltadas ao segmento da afro-brasilidade.

Museus afro no Brasil, tanto em ambientes físicos quanto em ambiência digital, cumprem a função de, através de suas exposições, inspirar nas pessoas a reprodução da imagem e do imaginário referente ao Negro no país, abrangendo sua trajetória desde o período escravocrata até os dias atuais. Representar o Negro por meio das coleções no ambiente museológico é contar não somente a história de um povo em especial, mas também a história do Brasil, uma vez que, a sociedade

brasileira foi construída sob diversas influências e contribuições do povo negro e afrodescendente.

A partir da realização de um breve levantamento na literatura e por buscas em sítios eletrônicos, constatou-se a existência (entre outros) das seguintes instituições de memória do legado negro no Brasil: Museu Afro Brasil, Museu da Abolição, Museu Nacional da Cultura Negra (MUNCAB), Museu do Negro Museu Afro-Brasileiro de Sergipe, Museu Afro-Brasileiro (MAFRO), Museu do Percurso do Negro, Museu do Homem do Nordeste, Museu Capixaba do Negro, Museu África Brasil, Museu do Homem Sergipano, Museu do Negro de Campinas, Museu Senzala do Negro Liberto, Museu 13 de Maio, Memorial dos Pretos Novos, entre outros.

4 Museu Afro Brasil (MAB) e *Canadian Museum of History*: comparar para visualizar interações

Dentro de um universo de poucos escolhemos o ambiente digital do Museu Afro Brasil como o objeto da atual investigação, bem como por ser considerado pela literatura científica referência nacional no seu segmento. A interface do ambiente digital do MAB está mostrada na figura 3.



Figura 3. Interface da página inicial do MAB. Fonte: <http://www.museuafrobrasil.org.br/>>. Acesso em 26/01/2016.

Em seu *Website*, o MAB apresenta-se da seguinte forma: “O acervo abarca diversos aspectos dos universos culturais africanos e afro-brasileiros, abordando temas como a religião, o trabalho, a arte, a escravidão, entre outros temas ao registrar a trajetória histórica e as influências africanas na construção da sociedade brasileira”.

Na análise exploratória, observamos que o ambiente *Web* do MAB oferece informações sobre publicações, ações educativas e convida os sujeitos que lá buscam informações a se cadastrarem no mailing do museu

para recebimento de mais informações, de forma unilateral, via *e-mail*.

Para tal divulgação, apesar do ambiente contar com conversor de idioma, percebe-se que há mudança e perda de informação ao utilizarmos o recurso para versão do português para outras línguas. Quanto aos produtos, serviços e aplicativos convergidos e interoperantes na *Web* para acessibilidade, o MAB diz oferecer, ao internauta surdo e com necessidades especiais, o uso do *software* de Libras Prodeaf. Porém, em 08 de junho de 2016, o recurso estava ainda inoperante, de acordo com nossas investigações.

Por outro lado, embora haja o recurso para aumentar o tamanho da fonte, este funciona apenas e de forma insipiente em uma das colunas de informação textual da interface. Na barra de navegação, por outro lado, se a fonte já se apresenta de maneira inadequada para os leitores com baixa visão, não há alteração de tamanho quando acionado o botão, prejudicando a operacionalidade de uma importante ferramenta de acesso.

O banner rotativo logo abaixo do menu é uma incorporação recente no ambiente e dispõe imagens atraentes das exposições permanente e temporária que traduzem a estrutura física do museu. Uma sobreposição de página em tríptico traz informações de folder guia para o ambiente físico nas duas primeiras colunas e na coluna à direita ferramentas de busca, link para o museu virtual, campos para cadastro do internauta e *links* externos (governo do estado e portal da transparência)

Nota-se que, embora tenha sido acrescentado o banner rotativo, a forma de interação do conjunto do ambiente é ainda característica de *Web 1.0*, assim como os recursos Fale Conosco e Ouvidoria, que propõem uma comunicação, mas não a criação de conteúdo informacional ou colaboração na curadoria digital do acervo do museu. Quanto à busca e ao acesso a informações no acervo do museu, é importante ressaltar que este recurso ainda não conta com filtros para busca como título, autor, assunto, tipo de mídia, entre outros. Neste sentido, acrescenta-se que o acervo do MAB não pode ser acessado em sua interface digital.

Além disso, embora o ambiente *Web* do MAB ofereça ao internauta acesso a mídias sociais interoperantes e convergentes tais como *Facebook*, *Twitter*, *Flickr*, *Instagram*, *Youtube*, *Foursquare*, em sua ambiência digital, essas, porém, são subutilizadas, cumprindo apenas, e mal, a função de divulgação de seus eventos e serviços. Verifica-se, por exemplo, uma Galeria de imagens no *Flickr* sem indicação clara de que tais imagens correspondam ao acervo do museu, ou a alguma exposição temporária, entre outras possibilidades. No mesmo endereço *Flickr*, na aba *Álbuns*, abre-se um álbum com imagens de um projeto; outro álbum de imagens não deixa claro seu conteúdo; uma coleção; uma exposição;

e, por último, um álbum de imagens do acervo, o que é diferente de acervo digitalizado. O problema verificado é, assim, a ausência do recurso da Descrição, recurso que poderia ter sido instruído por um Profissional da Informação, em equipe multidisciplinar atuante no museu para melhor integração das informações.

Por outro lado, *Favoritos* e *Grupos* são campos da interface de interação desenhados, construídos, porém ainda não utilizados, o que indica a pouca penetração do ambiente junto aos internautas. Aqui poder-se-ia perguntar o porquê e explorar um universo de respostas possíveis, tais como carência de atenção ao internauta remoto nas políticas institucionais.

Em relação às convergências de mídias e linguagens na interface digital, percebe-se a convergências de linguagens textual com imagens estáticas, ou seja, recurso também subutilizado, uma vez que a curadoria digital não prevê a convergência de linguagem audiovisual em formato vídeo no DI de sua interface digital. Na análise dessa aplicação recorreu-se ao recurso de busca para a verificação da existência de vídeos. Como resultado da busca por vídeos, apresentaram-se cinco *links*: um que remete ao site do Fórum Permanente, um que não remete ao vídeo propriamente, mas a uma biografia; outro que remete a um vídeo do canal *YouTube*. Um outro *link*, que não apresenta página com vídeo, mas com um banner rotativo simples; e, finalmente, um quinto *link* que remete ao portal, interface em que, originalmente, não se verificara a existência de vídeos.

Finalmente, no ambiente digital do MAB, características de *Web 2.0* relativas à interatividade e interoperabilidade para aprendizagem e entretenimento foram verificadas apenas no *link* (ícone) *Divirta-se* (dois jogos) e no site *Tripadvisor* (comentários e avaliações sobre o MAB).

Quanto a outros aplicativos, a interface conta com o recurso *QR Code* em seu portal, a fim de disseminar seu conteúdo informativo em um APP: MUSEU AFRO BRASIL, que embora analisado não será objeto deste artigo.

Com relação ao *Canadian Museum of History*, sua interface inicial apresenta linguagem textual, imagética e audiovisual. O *grid* da página inicial é hierárquico e modular, tradicionalmente apresentado em três, ou ainda, em duas colunas. A imagem é decisiva nessa construção espacial, recurso de *Design* de Interação que cria uma visualização dinâmica e fluida da interface de interação, o que se mantém em todas as camadas acessadas pelo menu de navegação principal. A ênfase é, portanto, imagética, com informação verbo-textual mínima, em fonte sem serifa, na cor branca, sobre a imagem. O *Design* gráfico é, desta forma, condutor da interação. As cores predominantes no *banner* - e mesmo, de maneira geral - da interface, são cores frias, relacionadas

às cores do logotipo em *gris* e vermelho, situado à esquerda na identidade visual do museu.

Embora não apresente conversor de linguagem, o site canadense possibilita acesso em inglês e em francês. Também não apresenta recurso digital de acessibilidade, embora o contraste de cor entre fonte e imagem, e informação organizada modularmente facilite a visualização. Entretanto, o ambiente físico do museu apresenta recursos de acessibilidade que estão divulgadas no site, tais como Teleprinter, cadeiras de roda e elevadores.

Os recursos do museu divulgados no ambiente digital do *Canadian Museum of History*, dentre as mais importantes são: informações para visitantes no ambiente físico, exposições especiais, exposições *online* e exposições itinerantes; além desses, informações lojas (física e digital) do museu, maneiras como a comunidade pode colaborar com o museu, informações institucionais e estatísticas.

Com relação aos pontos de acesso ao acervo, destaca-se como o mais evidente, um campo de busca simples na barra de navegação principal, sinalizada por uma lupa. Além disso, cada módulo do *grid* da página inicial contém uma imagem com um *link* que direciona para as exposições temáticas.

Nesta pesquisa exploratória, ao clicar no módulo *Horse Power - The Paul Bienvenu Carriage*, uma exposição de carruagens, o internauta é direcionado a uma segunda página com mais informações sobre a exposição temporária exibida no ambiente físico. Considerando as características da *Web 2.0* nessa exposição, o ambiente converge linguagem textual, imagética e audiovisual. Consoante e coerente com o *grid* da página inicial, o que se vê inicialmente na página da exposição é um módulo com duas colunas. O primeiro módulo à esquerda traz uma imagem representando *Horse Power* e a informação sobre o período da exposição. O segundo módulo (à direita), traz a chamada para uma competição de micro histórias por meio do *Twitter*.

Essa página também disponibiliza um vídeo apresentando o colecionador Paul Bienvenu. O colecionador fala sobre o interesse pessoal por colecionar veículos movidos a cavalo e a relevância da exibição desses objetos no museu. Nota-se que o vídeo traz a identidade visual do *YouTube* no canto inferior direito, assim, destaca-se que o site do *Canadian Museum of History* é interoperável com o *YouTube*.

Logo abaixo da janela, encontra-se informação textual sobre curiosidades relacionadas à exposição. Nota-se que o convite à leitura dessas informações encontra-se destacada pela frase *Você sabia?* em fonte bem maior do que a do texto, para chamar a atenção dos visitantes.

Abaixo das curiosidades encontram-se as atividades relacionadas à exibição, no caso, o museu está convidando a comunidade a participar de uma atividade ao ar livre que ocorrerá com agendamento aos domingos. As atividades são: decorar uma carruagem, jogar croquete e aprender a selar e tratar de um pônei.

Ainda, abaixo das atividades relacionadas, o acesso ao acervo é possibilitado clicando nas imagens que representam o objeto museal. Nota-se que além da imagem, o visitante tem acesso a uma breve descrição do contexto histórico do objeto.

Com relação à atividade realizada por meio do *Twitter*, o *twitterature* (combinação dos termos *Twitter* e *literature*), trata-se de uma competição de histórias. O acesso às informações sobre as regras da competição se dá clicando no módulo à direita da página, representada por uma carruagem e informação textual *Horse Power - Twitterature Contest* (Cavalos de Poder - Competição *Twitterature*). Para participar, tanto o visitante do ambiente físico quanto o do ambiente digital têm que escrever uma história inspirada por um dos objetos da exposição em até 140 caracteres e publicar no *Twitter* com uma *hashtag* específica, *#@HistVoitureCar*. As 10 micro histórias mais votadas no *Twitter* e na exibição ganharão a competição.

Destaca-se que além de trazer imagens dos quatro objetos que servem de inspiração para os participantes da competição, essas imagens vêm acompanhadas de suas respectivas descrições sobre o ano de construção, origem, material, propriedade, etc.

A página inicial do *Canadian Museum of History* também traz no seu menu de navegação a aba exposições online (*online exhibitions*). Nessas exposições, é possível ter acesso ao acervo com imagens e informação textual, além da descrição dos objetos. Os pontos de acesso ao acervo se dão das seguintes maneiras: busca simples, disponível no lado esquerdo da página, na coluna de navegação principal. Clicando em busca, é possível acessar o acervo por palavra chave, ou por *tags* (etiquetas), classificadas e hierarquizadas (tipo, materiais, origem e período).

Percebe-se o movimento do museu para atrair os cidadãos canadenses, independente da idade, gênero ou etnia para a instituição tanto no ambiente físico quanto no ambiente digital. É possível ao internauta cadastrar-se no site para receber informações, o museu mantém um blog, um centro de mídia com as publicações e os contatos com os curadores do museu, bem como os recursos das redes sociais *Facebook* e *Twitter*.

Há algumas décadas, a compreensão sobre patrimônio cultural ainda se concentrava nos bens materiais ligados às artes ou obras arquitetônicas. Contemporaneamente, este conceito foi ampliado e, hoje, engloba toda

a produção social do ser humano, herança que recebemos do passado e transmitiremos a futuras gerações.

No Brasil, em especial nas instituições museológicas voltadas ao tema da afro-brasilidade, a necessidade de mediação dialógica institucional é ainda mais latente, uma vez que rareiam informações que dizem respeito à Diáspora Negra no país, desde a fase do tráfico de pessoas advindas do Continente Africano, passando pelo período escravocrata, chegando-se à valiosa contribuição deste povo para a construção do Brasil. Assim, uma curadoria digital utilizando-se do DI em interface *Web* colaborativa poderá contribuir para a função social do museu.

Conclui-se que, embora a interface de interação do Museu canadense ainda careça de maior dinamicidade e possa ser caracterizada como de *Web 1.0* - se comparado à outras instituições que possuem interfaces mais dinâmicas - tem no seu *design* funcionalidades *Web2.0* que possibilitam uma melhor interação com os internautas e que propiciam situações de aprendizado e entretenimento.

4 O uso do *Twitter* como recurso de *Design* por instituições de memória

O *Twitter* é uma rede social que possibilita, em sua potencialidade, a aproximação dos museus com os internautas, pois, as redes sociais se destacam na difusão das informações, do conhecimento, do compartilhamento, da construção coletiva de ideias, e da potencialização de movimentos emergidos das classes sociais. Foi escolhido neste artigo por ser um aplicativo para a mobilidade e, ainda, pela forma exemplar que foi utilizado, incitando seu espelhamento nos ambientes de informação.

Observamos que, tanto o MAB quanto o *Canadian Museum of History* fazem uso de mídias sociais como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube* e que o MAB ainda utiliza o *Instagram*;, o *Flicker*, e *Google +*. Com relação ao *Twitter*, percebe-se que o *Canadian Museum of History* faz uso mais amplo desse recurso, enquanto que o MAB utiliza esta rede social apenas para divulgação de sua programação, seus produtos e seus serviços.

O *Twitter*, por ser mais um recurso de interação – fixo, mas também responsivo à mobilidade – entre o Museu e o internauta, pode, além de realizar essas atividades de divulgação, ser utilizado para reconstrução de histórias sobre a presença do povo negro e de afrodescendentes no Brasil.

Iniciativas realizadas no *Twitter* - como as do *Canadian Museum of History* - podem ser encontradas na *Web 2.0* para a divulgação de ambientes digitais de Arquivos, com a narração de eventos ocorridos na história, nacional e mundial, ou ainda de bibliotecas e editoras

que promovem concursos de micro-contos no ambiente. Estas histórias foram ou estão sendo narradas por algumas instituições e também por internautas e podem ser recebidas como *Design* de conteúdo em seus aparatos móveis.

Como exemplos de iniciativas no *Twitter*, podemos mencionar também o perfil Tomada da Laguna, criado pelo Jornal Diário de Santa Catarina, em 2011. Na experiência desenhada no *Twitter* para narrar este evento, Anita Garibaldi e Joseph Garibaldi ganharam perfis, complementados com a possibilidade de visualização de documentos de arquivo. Este evento, que contou com 613 seguidores, chama a atenção pela possibilidade de utilização de documentos arquivísticos de maneira provocativa, para o engajamento e interação dos internautas na experiência.

Uma outra iniciativa foi o perfil Segunda Guerra, criado por Alwin Collinson, com 325.800 seguidores, em que o autor faz uso de imagem, documentos, gravações radiofônicas, vídeos, livros de história e transcrições de relatos de vítimas desta guerra, presentes em arquivos digitais e na própria *Web*. Este perfil chama a atenção pela quantidade de visualizações direta e indiretamente de um *tweet*, tomado como exemplo, pelo número de *retweets* realizados pelos seguidores.

O perfil *War Cabinet*, criado pelo Arquivo Nacional Britânico, também narra à Segunda Guerra Mundial, fazendo uso de documentos produzidos no Gabinete de Guerra, de Winston Churchill e conta com 12.379 seguidores.

A diferença desses dois perfis é que, a Segunda Guerra Mundial reconstruída por Alwin Collinson se dá na abordagem ascendente, que mostra o lado das pessoas comuns que viveram (ou morreram) nesta guerra. O contraste se dá na abordagem descendente (de cima para baixo) feita pelo Arquivo Nacional Britânico, que mostra uma visão oficial da guerra. A diferença pode ser sentida no reflexo na quantidade de seguidores e no potencial de disseminação, pois a quantidade de *retweets* é muito maior no perfil de Alwin Collinson do que no Arquivo Nacional Britânico.

Além destas iniciativas, verificamos, ainda, outras como o perfil “Civil War WaPo”, que reconstrói a Guerra Civil Americana a partir de imagens, com 8.301 seguidores; outra, o perfil Guerra Civil 2.0, narração da Guerra Civil Espanhola que usa uma hemeroteca (coleção de jornais) e conta com 2.322 seguidores; o perfil “TITANIC Voyage” que abordou os últimos acontecimentos do Titanic, com imagens, dados sobre o evento com 64.158 seguidores. É importante destacar que algumas destas iniciativas já terminaram sua narração e outras ainda estão ativas.

Esses tipos de iniciativas que foram realizadas por instituições como o Arquivo Nacional Britânico, o Jornal

de Santa Catarina e por internautas, como Alwin Collinson entre outros, que criaram perfis no *Twitter* para reconstrução da história, podem ser adaptados por museus para que se promova o aumento de visibilidade de seus acervos, visto que a disseminação da informação, em redes sociais, é muito mais rápida do que outras mídias convencionais.

Além disto, oportuniza-se uma forma de contato diferente com a memória, principalmente se utilizada na abordagem da cultura dos negros e afrodescendentes no Brasil. Esta iniciativa, ao povo brasileiro, implicaria no conhecimento de suas múltiplas origens e, em termos sócio-culturais, em um novo modelo de colaboração para a reflexão e ressignificação na reconstrução de uma identidade transnacional dos brasileiros.

5 Sugestões tecnológicas e tecno-sociais para um modelo interativo de museus na *Web 2.0*

Para que o MAB e que outros museus possam, em seus ambientes digitais, utilizar-se da *Web 2.0* e explorar todo o seu potencial interativo e colaborativo a fim de criar oportunidades para que os sujeitos oriundos da cultura afro e de afrodescendentes, ou não, possam colaborar e interagir com os acervos, a exemplo do que acontece na interface do *Canadian Museum of History*, sugere-se uma curadoria digital com o emprego de estratégias da área do *Design* da Informação.

Cumprе ressaltar que existem outros museus em ambiente digital que convergem recursos mais interativos e mais colaborativos que o *Canadian Museum of History*, como por exemplo os museus que disponibilizam tour virtuais, porém, seu ambiente foi escolhido por trazer recursos *Web 2.0* que independem de investimentos financeiros ou grande expertise da equipe de TI de um museu - a disponibilização de recursos *Web 2.0* como as do *Canadian Museum of History* requer uma política museológica que entenda a relevância e poder desses recursos para promover uma aproximação do museu com a comunidade e criatividade do curador.

No entanto, idealmente, uma equipe multidisciplinar, incluindo-se nela cientistas da informação e *designers* da informação, ou ainda de profissionais da informação híbridos (*blended librarians, blended archivists*), seria desejável para que se prevejam convergências e interoperabilidades entre sistemas e pessoas, assim como para a convergência otimizada de mídias e linguagens na interface digital. Destaca-se aqui o papel fundamental desses profissionais especializados para o tratamento e a disponibilização do acervo e conteúdos informacionais no ambiente *Web*.

Sugere-se os seguintes recursos de *Design* da Informação para um modelo interativo nestas ambiências: plataforma multilíngue, aberta e *open source* para que haja colaboração e inserção de conteúdos tanto por parte de

profissionais da informação do MAB quanto por internautas, *online* e em fluxo de informação; *Design* Responsivo, com adaptação da interface para dispositivos móveis, considerando a crescente disseminação da Internet por meio dos dispositivos móveis.

Em relação a produtos, sugere-se uma pesquisa para a inserção e ampliação de serviços e aplicativos, além da disponibilização de acervo digitalizado, oferta de recurso de busca avançada com filtros de busca (tema, autor, data, entre outros); assim como do funcionamento efetivo dos recursos Fale Conosco e Ouvidoria, da divulgação da programação, divulgação de publicações do museu e sobre o museu, artigos e trabalhos acadêmicos produzidos pelos museus ou sobre os museus; oferecimento de cursos *online*; interface de interação multilíngue, inclusive com tradução para Libras; QRCode, com trabalho de base que descreva obras do acervo ou ainda inter-relações com outros itens de cultura material e imaterial, entre outros.

Os ambientes digitais, ou *Websites*, são meios promissores para as unidades de informação que almejam aumentar seu leque de possibilidades para levar informação e conhecimentos aos seus usuários.

Os museus aderiram ao uso de *Websites* como meio de promoção dos seus produtos e serviços e se inseriram no ambiente cibernético a partir de meados da década de 90, período em que o mundo inteiro presenciava o advento da grande rede mundial de computadores, a Internet (VALENÇA, SANTOS, SILVA FILHO, 2012).

Porém, desconsideraram o avanço das TIC e do *Design* da Informação como meios para a interatividade, o protagonismo e a conversação entre pessoas para a construção coletiva do conhecimento no século XXI. Assim, o estudo no ambiente digital do MAB concluiu que ele possui características de ambiência *Web* 1.0.

6 Considerações

Levando-se em conta que, no Brasil, mais de 50% da população declara-se negra ou afrodescendente, considera-se neste artigo que os responsáveis pelo ambiente digital do MAB deveriam buscar toda a potencialidade da *Web* 2.0 para que a sua interface digital seja um meio de incentivo a interações e colaborações, promovendo, desta maneira, cidadania e protagonismo sócio-cultural.

Vale salientar que é possível notar um movimento do MAB em direção à incorporação de características *Web* 2.0 ao seu ambiente digital. O museu, neste momento, disponibiliza dois recursos importantes para melhor visualização e disseminação do seu conteúdo para a sociedade, na tentativa de melhor atender as necessidades e exigências de seus visitantes, inexistentes no início da pesquisa exploratória. Uma significativa incorporação

ao ambiente digital diz respeito à disponibilização do "Museu Afro Brasil Virtual", visualizado na interface da página inicial do *Website*. Ao clicar no ícone (*link*) do museu virtual, o visitante é direcionado a uma página no *Google Arts e Culture* que disponibiliza quatro exposições, intituladas: Espírito da África - os Reis Africanos; Museu Afro Brasil; Arte, Adorno, *Design* e Tecnologia no Tempo da Escravidão; e O Banzo, o Amor e a Cozinha de Casa obras de Sidney Amaral. Essas exposições são compostas por imagens e seus respectivos textos explicativos. A página disponibiliza também, por meio do ícone "*In This Collections*", três coleções intituladas: Tinta; Brasil e Camarões, composta por imagens e pinturas. Conta ainda com a exposição com cerca de 120 itens imagéticos e a possibilidade de fazer uma visita (*tour* virtual) pelas salas do museu físico através do ícone "Explorar". Clicando no ícone, o internauta é levado a conhecer algumas das salas e exposições do museu físico, possibilitada por uma ferramenta análoga ao *Google Street View*.

Pode-se concluir que esse movimento da curadoria do Museu Afro Brasil de possibilitar a visualização do museu físico, bem como de parte do seu acervo imagético melhora o acesso e interatividade com o ambiente digital, além de ampliar a divulgação e disseminação do seu acervo. Essas ações demonstram a adoção de uma política institucional para levar o museu à adesão integral dos recursos *Web* 2.0.

Além do exposto, alerta-se para o fato de que, embora a adesão de *Websites* por instituições museológicas tenha se tornado uma realidade cada vez mais frequente, até o presente momento, o ICOM ainda não possui uma comissão ou grupo de trabalho específico para tratar de questões voltadas à utilização de ferramentas tecnológicas ou de *Web* 2.0 pelos museus.

Questões relacionadas aos museus e ao uso de tecnologias de informação e comunicação são discutidas pelo Comitê de documentação – CIDOC, que ao contrário do ICOM, possui um comitê específico para esclarecimento de dúvidas e direcionamento de tomada de decisões pertinentes ao uso da *internet*, multimídias, preservação do patrimônio e a adesão dos novos recursos tecnológicos. No entanto, informação a respeito do CIDOC no *Website* do ICOM informa que seu trabalho se concentra em documentação museal, e não especificamente em apoiar *Websites* ou ambientes digitais de museus.

Assim, considerando que não existem regulamentações ou diretrizes para a disponibilização de informação museal em *Websites*, esse estudo conclui com a sugestão, para estudos futuros, de investigações que possam criar um modelo de diretrizes a serem seguidas para construção de *Websites*, e dessa maneira garantir eficiente interação com os sistemas informacionais, visando à construção de conhecimento; modelo esse que envolva es-

estratégias provindas do campo do *Design* e nele do *Design* da Informação, bem como do *Design* Responsivo. Esses recursos do *Design*, e nele as áreas do *Design* de Informação, do *Design* Gráfico, do *Design* de Interação e do *Design* de Informação Computacional, entre outros, prevêem convergências de linguagens multimodais e interoperabilidades entre sistemas, determinantes e definidores em curadoria digital que poderia estender significativamente o alcance institucional de museus na *Web*, bem como auxiliar nos processos de educação patrimonial – palavra entendida em seu sentido amplo – no Brasil.

Nesse cenário, a Curadoria Digital exerce um papel fundamental, tornando-se um meio importante de ação tecnossocial para manutenção de sistemas memoriais em geral e, no contexto desta pesquisa, para contribuir com recuperação da memória social e da identidade de comunidades negras e afro-brasileiras, na contemporaneidade.

Referências

- IBRAM (2011). Instituto Brasileiro de Museus. Museu do Brasil. Brasília, 2011. Acesso em: <http://www.museus.gov.br/os-museus/museus-do-brasil/>.
- Fumero, Antonio.; Roca, Génis (2007). Redes Web 2.0. Madrid: Fundación Orange, 2007. Acesso em: http://www.oei.es/salactsi/WEB_DEF_COMPLETO2.pdf.
- Horn, Robert (1999). Information Design: Emergence of a New Profession. In: Jacobson, Robert (Org.). Information Design. // Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 15-33, 1999.
- O'Reilly, Tim (2006). O que é web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software. Tradução de Miriam Medeiros. 2006. Acesso em: <http://pressdelete.files.wordpress.com/2006/12/o-que-e-web-20.pdf>.
- SBDI (2006). Sociedade Brasileira de Design da Informação. Home. Rio de Janeiro, 2006. Acesso em: <http://www.sbdí.org.brAndgt>.
- Valença, Viviane Ribeiro; Santos, Ana Cláudia de Araujo; Silva Filho, Arlindo Francisco da. (2012). Museu afro digital. IN: Anais Eletrônicos do V Colóquio de História "Fases da Cultura na História: 100 anos de Luiz Gonzaga. Flavio José Gomes Cabral (Org.) // Recife. (2012) 401-406. Acesso em: <http://www.unicap.br/coloquehistoria/wp-content/uploads/2013/11/6Colp.401-406.pdf>.

Copyright: © 2016 Jorente (et al.). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons CC Attribution-ShareAlike (CC BY-SA), which permits use, distribution, and reproduction in any medium, under the identical terms, and provided the original author and source are credited.

Received: 2016-06-10. Accepted: 2016-06-10