

O Design da Informação em ambientes digitais de museus do feminino: um recurso convergido à Ciência da Informação

Information Design in digital environments of women's museums: a converged resource with Information Science

Stephanie Cerqueira Silva, Maria José Vicentini Jorente

Design da Informação, representação imagética, museu do feminino, estudos de gênero

Os museus do feminino exercem papéis significantes para discussões sociais, e seus acervos incorporaram diálogos de temáticas relevantes para a sociedade. A disponibilização deles na Web favorece a construção de narrativas visuais pela diversidade de linguagens de suas representações. Assim, o objetivo geral foi contextualizar os conceitos e definições do Design da Informação, interdisciplinar à Ciência da Informação, a fim de identificar contribuições para a organização e apresentação da informação em acervos digitais de museus do feminino por meio das convergências multimodais. O estudo foi de natureza qualitativa do tipo descritivo-exploratório, com levantamento bibliográfico relacionado ao Design da Informação e à Ciência da Informação em acervos digitais desses museus. Ao correlacionar os dados da coleta com as estratégias e recursos do Design da Informação articulados com práticas da Ciência da Informação, verificou-se que os filtros de busca e os pontos de acesso de assunto são possibilidades de *affordances*, que, quando inseridas nesses ambientes, podem atuar e transformar as zonas estáticas em propriedades de possíveis ações. Considera-se que a organização e a apresentação eficiente, efetiva e eficaz da informação na Web, entendidas como estratégia do Design da Informação, são necessárias para que estimulem expressões e ideias provocadoras de diálogos por meio de propostas funcionais de acesso e de compartilhamento.

Information Design, image representations, Women's museums, genre studies

Women's museums take on significant roles for generating social discussions, and their collections have incorporated dialogues of themes relevant to society. Their availability on the Web favors the construction of visual narratives due to the diversity of languages of their representations. The general objective was to contextualize the concepts and definitions of Information Design, interdisciplinary to Information Science, to identify contributions to the organization and presentation of information in women's museums digital collections through the multimodal convergences. The study was of qualitative approach based on the descriptive-exploratory type, with bibliographic study related to the Information Design and the Information Science in digital collections of these museums. When correlating the data collect with the strategies and resources of the Information Design articulated with CI practices, it was found that the search filters and the subject access points are possibilities of affordances which can act and transform the static zones into properties of possible actions, when inserted in these environments. The study concluded that the efficient, effective and effective information organization and presentation on the Web, understood as a strategy of the Information Design, are necessary so that they stimulate expressions and ideas that provoke dialogues through functional proposals of access and sharing.

1 Introdução

As representações imagéticas tem sido reconfiguradas no decorrer do tempo devido às renovações sistêmicas em subsistemas infocomunicacionais técnicos e tecnológicos, de suportes, da cultura e da sociedade.

Nessa tela, o surgimento da fotografia na Europa, no final do século XIX, desestabilizou o cenário artístico e cultural e modificou percepções, olhares e sentidos. Modificou, também, os próprios sistemas de reprodução de representações, marcados, até esse período, pelos princípios técnicos e mecânicos da pintura e da gravura. A consolidação da fotografia contribuiu para a estruturação sintática e semântica de representações e linguagens, que potencializaram a convergência entre imagens, textos e sons, em diversos meios de comunicação.

Posteriormente, a expansão das Tecnologias da Informação e Comunicação gerou mudanças nos relacionamentos e nas interações dos sujeitos com a informação, com ênfase nas convergências de linguagens que se intensificaram, principalmente, com o surgimento dos computadores pessoais e, exponencialmente, na rede mundial de computadores (Web). Tais convergências viabilizaram os trânsitos da informação nos ambientes digitais, moldaram a percepção humana nos processos de vivência em sistemas complexos, que se conformaram, predominantemente, por imagens.

No cenário atual dos equipamentos relacionados à memória e à cultura, como os museus, as representações imagéticas disponibilizadas na Web exigem um tratamento que compreenda a complexidade dos ambientes digitais, dos sistemas de informação, dos sujeitos informacionais, das comunidades de interesse e de outras partes envolvidas nos processos infocomunicacionais. As representações imagéticas dos objetos museais em ambientes da Web, conjugadas com suas descrições textuais, ampliam e auxiliam o entendimento da informação, potencializam relacionamentos entre contextos e possibilitam o acesso e o compartilhamento da informação. Além disso, estimulam a constante reconstrução de narrativas visuais constituídas por diversas temáticas, de modo que possam ser continuamente experienciadas nos âmbitos científico, cultural e social.

As funções exercidas pelos museus na salvaguarda, por meio da preservação e da oportunização do acesso à memória, incorporaram diálogos de temáticas relevantes para a sociedade, como as dos museus da mulher e do feminino. Neles, tem-se buscado resgatar a memória do feminino e contextualizar discussões sociais, a fim de dar visibilidade às mulheres nas diversas perspectivas cotidianas. Nesse sentido, disponibilizar seus acervos na Web favorece as possibilidades de construção de narrativas visuais de um protagonismo feminino, uma vez que a diversidade de linguagens - pinturas, fotografias e esculturas - das representações do feminino envolvem o internauta e se interpõe entre a materialidade dos artefatos e os sujeitos na interface de interação.

A organização eficiente, efetiva e eficaz dessas representações dígito-virtuais, a partir das estruturas e dos atributos da Web como canal de informação e comunicação referente à memória e à cultura, é necessária para que a apresentação dos objetos museais estimulem

expressões e ideias que suscitem os diálogos entre as comunidades de interesses. Assim, o problema deste trabalho visa compreender o Design da Informação, interdisciplinar à Ciência da Informação, como recurso para a elaboração de ambientes digitais com propostas funcionais voltadas para a perspectiva do acesso e do compartilhamento da informação. O objetivo geral do estudo é contextualizar os conceitos e definições do Design da Informação, a fim de identificar possíveis contribuições para a organização e apresentação da informação em acervos digitais de museus do feminino por meio das convergências multimodais.

O estudo é de natureza qualitativa fundamentada no tipo descritivo-exploratório. O levantamento bibliográfico foi direcionado para o tratamento das relações entre o Design da Informação e a Ciência da Informação em acervos digitais de museus do feminino. A fase exploratória da pesquisa utilizou o método do *Design Thinking*, “metodologia que inclui todo o espectro das atividades inovadoras com design focado no ser humano” (Brown, 2008, p. 1, tradução nossa). O *Design Thinking* se divide em três fases: imersão (definição do problema e/ou oportunidade); ideação (geração e desenvolvimento de ideias); implementação (aplicação da ideia) (Brown, 2008). Contudo, a fase de implementação não foi contemplada neste estudo.

Na fase de imersão, por meio da observação, buscou-se coletar dados sobre o contexto de acervos e museus do feminino no âmbito digital. Para isso, de janeiro a maio de 2021, foram realizadas consultas na *International Association of Women's Museums* (IAWM) e no *Patrimônio em Femenino* com o intuito de traçar um cenário quantitativo (número de iniciativas, de museus presenciais e de museus não-presenciais por região; número de ambientes e acervos digitais disponíveis) e qualitativo (assuntos abordados) acerca de tais acervos e museus. Foram analisados, também, o ambiente e o acervo digital da *National Museum of Women in the Arts* (NMWA), cuja escolha se deu por seu amplo acervo de representações imagéticas.

Na fase de ideação, foram verificadas e listadas potenciais *affordances* para direcionar caminhos dentro do cenário identificado na fase anterior: filtros de períodos, tipologias e temáticas. Dessa conduta, convergida com a fundamentação teórica, foram conceitualizadas ideias, em que tanto a categorização e a classificação quanto o acesso e o compartilhamento se oportunizem aos sujeitos informacionais como promotores da reflexão, do aprendizado e da aquisição do conhecimento a partir de estratégias e práticas do Design da Informação na Ciência da Informação.

Dessa maneira, os resultados demonstraram que a Ciência da Informação pode se beneficiar das articulações com o Design da Informação para propiciar a otimização do acesso e do compartilhamento da informação. Assim, para a organização e apresentação da informação, foi identificado dois recursos específicos: os filtros de busca e os pontos de acesso de assunto; que proporcionariam, a partir da convergência entre o Design da Informação e a Ciência da Informação, a construção de narrativas por meio das representações imagéticas. As operações descritas podem transformar as zonas estáticas dos ambientes digitais em propriedades de possíveis ações.

Considera-se que a construção de acervos digitais nos ambientes digitais contribui para que os museus do feminino expandam seus objetivos por meio das articulações entre representações imagéticas e outras linguagens presentes na Web implementadas pela perspectiva do Design da Informação e da Ciência da Informação. A organização e a apresentação da informação em meio dígito-virtual viabilizam o acesso e o compartilhamento da informação, e oportuniza que a memória das mulheres e do feminino consista em fundamentos para discussões de questões sociais na contemporaneidade.

2 A interdisciplinaridade entre o Design da Informação e a Ciência da Informação nas representações imagéticas de objetos museais em ambientes digitais

Entender como o Design da Informação interage com a Ciência da Informação exige conhecimento referente ao comportamento humano e as mudanças cognitivas, desde o surgimento da fotografia e seus derivados, pois as linguagens se transformaram radicalmente no contexto das tecnologias digitais, o que modificou a percepção e cognição (Jorente, Nakano & Padua, 2020). Nesse sentido, o diálogo com disciplinas que tratam do comportamento humano é relevante para facilitar os processos de construção de conhecimento e para a compreensão da mudança nos aspectos socioculturais da comunicação digital.

Os processos para a organização da informação em um sistema e/ou de um ambiente digital articulam linguagens, tecnologias e humanidades que envolvem características interdisciplinares para obter êxito no acesso e no compartilhamento da informação. Por ser um processo complexo, necessita de conhecimento em abordagens baseadas em métodos e estratégias potencializadoras da organização e da apresentação da informação para seu planejamento e na sua execução.

Assim, nesta seção, explora-se o Design da Informação como recurso para as construções de narrativas visuais a partir das representações imagéticas dos objetos museais para a interação e a participação das comunidades de interesse com a informação.

A linguagem imagética permeia nossas vidas, nossas decisões e as formas de aquisição de conhecimento. A matriz visual é inerente à condição humana, porém suas percepções estão cultura e socialmente associadas aos hábitos cotidianos, diferentemente da linguagem verbal, que é estudada no contexto educacional, de modo que se esquivam de uma compreensão minuciosa.

Roland Barthes, em *Rethoric of the image*, de 1964, descreveu duas funções nessa relação: ancoragem: o texto condiciona e apoia a imagem, tem função denotativa e/ou guia a interpretação da leitura; revezamento: o texto é complementar à imagem e pode proporcionar significados não encontrados na imagem (Barthes, 1977). Para Donis A. Dondis (1997), uma imagem podia acrescentar, ilustrar e/ou esclarecer uma informação no texto. Da convergência emerge a linguagem visual, que une textos e imagens em uma unidade só Robert Horn (1999) considerou que “não se pode remover palavras, imagens ou formas de uma linguagem visual

sem destruir ou diminuir radicalmente o significado que o leitor pode obter” (p. 27). Rune Pettersson (2020) reafirmou que as relações entre imagem e texto possuem funções complementares para que a informação seja mais clara e inequívoca.

Os autores concordam, portanto, que a convergência de linguagens é importante para a leitura e interpretação, independentemente da função estabelecida entre elas, e o planejamento da organização e apresentação da informação deve considerar as características e contextos de cada elemento do processo simbólico (Portugal, 2018).

Para isso, o Design da Informação, “arte e ciência de preparar a informação que possa ser usada por seres humanos com eficiência e eficácia” (Horn, 1999, p. 15), se constitui como uma disciplina que planeja e produz discursos informacionais por meio de métodos e estratégias potencializadores das interações (Jorente, 2015). A informação planejada e configurada com os recursos do Design da Informação deve ser acessível, apropriada quanto ao seu conteúdo e para quem terá acesso, atrativa, confiável, completa, concisa, interpretável, objetiva, relevante (estar conectada ao propósito) e, sobretudo, utilizável (International Institute for Information Design [IIID], 2007 & Frascara, 2015). Tanto a organização da informação – conteúdo e seus significados, textos e imagens – quanto a apresentação – planejamento e implementação visual – devem contemplar os tipos de linguagens, símbolos, textos e imagens; entender os processos cognitivos; compreender como os sujeitos podem transitar pelo conteúdo na interação (Frascara, 2015).

Interdisciplinar à Ciência da Informação, campo multidisciplinar e situada como ciência humana e social (Araújo, 2018), o Design da Informação contribui para a representação visual da informação nos ambientes digitais de museus. A partir do uso de seus recursos, estratégias e metodologias, concentra-se diretamente no humano, no conteúdo, na linguagem e na forma da informação, a fim de atender às necessidades dos sujeitos (Pettersson, 2020). Cria, também, uma comunicação capaz de melhorar os processos de percepção, leitura, compreensão, memorização e uso da informação (Frascara, 2015).

Compreender a complexidade dos sistemas humanos e de seus artefatos interessa ao terceiro paradigma da Ciência da Informação - do acesso - para o planejamento e para a criação de ambientes digitais com o intuito de potencializar e promover a interação no processo infocomunicacional de museus. Tais ambientes devem ser entendidos como parte da estrutura de comunicação e de relacionamento dos museus com as comunidades de interesse, e a disponibilização de seus acervos na Web, com as potencialidades oferecidas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação, pode resultar na integração e interatividade para os internautas em diferentes suportes (Padua, Jorente & Semedo, 2019).

Por outro lado, a apresentação de reproduções/simulacros de representações de obras de arte já fora apontada por Walter Benjamin, em 1935, que considerava a representação como objeto criado para a reprodução e com valor de exposição – a reproduzibilidade técnica –; dessa maneira, ela se distanciava de seu uso ritual e aumentava as situações que são expostas (Benjamin, 1987).

Os museus possuem acervos com vasta diversidade de objetos, que, quando fotografados e digitalizados, são simulados nos ambientes digitais: daí a sua conceituação como simulacros, representações imagéticas fundamentais no processo infocomunicacional. Nos ambientes dígito-virtuais de museus, o uso das representações imagéticas amplia o entendimento dos internautas com os objetos descritos e disponibilizados em seus acervos. A reprodutibilidade técnica se tornou, nesse contexto, uma grande aliada na era digital.

A reprodução das representações imagéticas é predominante na Web, capta rapidamente a percepção humana e é compartilhada massivamente. Tratar tais representações e suas associações permite aos museus a criação de diversas narrativas ao transformar suas tarefas clássicas de colecionar, conservar e compartilhar seus objetos e ao comunicar mensagens culturais e sociais por meio das mídias e da digitalização de seus acervos em uma sociedade em constante movimento (Canclini, 2007).

O paradigma pós-custodial da Ciência da Informação necessita incorporar em seus estudos diversas maneiras de disponibilizar informações, independentemente da linguagem utilizada. O Design da Informação atua como uma ciência interdisciplinar à Ciência da Informação por meio de suas conceituações, estratégias e metodologias, em que seus recursos resultam na solução de problemas concretizados pela convergência de linguagens e pela complexidade que fazem parte de um macrossistema cultural. Para as instituições museológicas, é, portanto, essencial fomentar estratégias de comunicação relacionadas aos seus acervos em ambientes digitais por meio dos atributos e recursos das duas áreas para promover, satisfatoriamente, a convergência entre linguagens.

3 Narrativas visuais das representações em museus do feminino

No cenário anteriormente traçado, as problemáticas relacionadas a gênero são pautas importantes e crescentes, em que a preservação e o acesso à memória oferecem subsídios para diálogos necessários. Os museus do feminino podem colaborar, com suas características sociais e culturais, para o estímulo da criação de narrativas visuais que contextualizem aspectos diversos e fragmentados da história das mulheres.

Diante disso, iniciativas que busquem novas perspectivas na criação, no acesso e no compartilhamento de seus acervos tornam-se indispensáveis para a representação e representatividade da mulher e devem compor das estratégias de embasamento nos enfrentamentos decorrentes das lutas sociais. Fomentar e contribuir com debates, expansão da visibilidade, empoderamento de grupos, desenvolvimento de projetos e práticas de políticas públicas são oportunidades para algumas das práticas, que podem ser desempenhadas por tais equipamentos de informação e cultura.

As potencialidades e a escalabilidade proporcionadas pela reprodutibilidade técnica da fotografia e, posteriormente, pelas tecnologias subsequentes, os acervos digitais de museus armazenam uma diversidade de representações imagéticas referentes a pinturas, esculturas, documentos, fotografias, entre outras obras. Nesse sentido, os museus do feminino

oportunizam a aproximação com as comunidades de interesse e, ainda, com grupos potenciais dada a disponibilização da informação na Web.

os museus da mulher e/ou do gênero estão a abrir novos caminhos tanto no campo especificamente historiográfico como no levantamento de problemáticas que ajudam a compreender o modo como as mulheres modelaram as suas vidas e as articularam (e articulam) com as mudanças sociais (Vaquinhas, 2014, p. 10).

Os acervos dos museus do feminino podem assumir papéis significativos para discussões sociais e visam “resgatar a memória e os patrimônios femininos e dar visibilidade à participação ativa das mulheres na vida social, política, cultural e quotidiana, tanto no passado como no presente” (Vaquinhas, 2014, p. 2).

De acordo com a *International Association of Women’s Museums* (IAWM), iniciativa com o objetivo de preservar a memória feminina a partir da cooperação entre instituições que trabalham com a temática da mulher e/ou gênero pelo mundo, os museus do feminino buscam ser espaços próprios de educação, capacitação e incentivo da autoconfiança às mulheres por meio de ações alinhadas aos seus objetivos (IAWM, 2021b).

A IAWM reúne em uma lista os museus do feminino e iniciativas ao redor do mundo. Na atualização do ano de 2021, estão contabilizados 79 museus tradicionais, 21 museus não-presenciais e 46 iniciativas, divididas por regiões (Tabela 1).

Tabela 1: Números de museus do feminino e iniciativas pelo mundo

| Região | Museus tradicionais | Museus não-presenciais | Iniciativas | Total |
|------------------|---------------------|------------------------|-------------|------------|
| África | 06 | 0 | 08 | 14 |
| Ásia | 13 | 06 | 04 | 23 |
| Austrália | 04 | 0 | 01 | 05 |
| Europa | 25 | 06 | 23 | 54 |
| América do Norte | 26 | 04 | 02 | 32 |
| América Latina | 05 | 05 | 08 | 18 |
| TOTAL | 79 | 21 | 46 | 146 |

Fonte: elaborada pelas autoras (2021).

Nota: dados coletados na lista de museus do feminino (IAWM, 2021a).

Os números apresentados demonstram a importância desses museus para a preservação da memória em nível global. Desse total, 108 possuem ambientes digitais; contudo, apenas 44 apresentam acervo digital disponibilizados. Outro ponto a ser destacado, é a massiva concentração europeia e norte-americana, que, se comparada com a América Latina, formada por 20 países, é relevante. A escassez de museus e iniciativas do feminino nos países latino-americanos pode ser minimizada em meio digital através de procedimentos de verificação de

acervos na Web, bem como sua *linkagem*, que criem interoperabilidade via linguagem hipertextual, entendida como um recurso apropriado e otimizado da Web 2.0; entendida, também, como um elemento de Design da Informação para compor e ampliar o alcance e a integração com a sociedade.

Uma expansão desses acervos na Web seria significativa para o intercâmbio de informação entre eles, bem como promoveria o acesso e o compartilhamento para a comunidade de interesse.

Ademais, entre as tipologias dos museus do feminino pesquisados, destacam-se as relacionadas à história, à arte e ao direito, que abordam temáticas como as guerras, as sexualidades, as lutas sociais, as profissões, entre outras temáticas emergentes das relações sociais. Dada a diversidade temática, a confluência de seus acervos potencializa a criação de narrativas ao considerar aspectos característicos de cada região e, assim, promover uma informação rica em diversidades e contrastes essenciais para os diálogos sociais.

Nesse contexto, a experiência *Patrimonio en femenino*, promovida por seis anos pelos acervos de museus na Espanha, reuniu um catálogo digital com o intuito de “esboçar visões da presença feminina por diferentes ângulos, e contextualizar seu protagonismo nas mais diversas civilizações, desde às origens da humanidade até os dias atuais” (Garrido & Gómez, 2016, p. 82).

Ao relacionar a emergência de tal experiência, documentada no último catálogo¹ “A memória feminina: mulheres na história, história das mulheres”, à escassez do número de museus do feminino na América Latina, verificam-se oportunidades de convergir representações imagéticas com temáticas que se encontram com os objetivos desses museus e que, simultaneamente, podem lhes propiciar uma visibilidade necessária.

Tabela 2: Categorias de temáticas do catálogo “A memória feminina” de 2016

| Seção | Sobre a seção | Nº de objetos |
|--|--|---------------|
| Mulher e identidade: comunidade e interculturalidade | apresenta o papel desempenhado pelas mulheres, sujeitas a papéis de gênero estabelecidos e perpetuados, nas comunidades e sociedades em que viveram, sejam étnicas, locais, religiosas, de interesses ou, ainda, os ambientes familiares - esfera do privado em que vivem em reclusão há tempos. | 41 |
| Direitos e igualdade | demonstrar a história da desigualdade entre mulheres e homens e, sobretudo, a luta para que seus direitos sejam reconhecidos, bem como a independência de qualquer tutela que os pais ou maridos possam exercer. | 54 |

¹ A razão para a escolha deve-se ao fato desse catálogo abordar acervos dos países da Argentina, do Brasil, do Chile, da Colômbia, do México e do Uruguai.

| | | |
|-------------------------------------|---|----|
| Símbolos e mitos em torno do gênero | inclui símbolos que, no campo da cultura, foram identificados com conceitos das mulheres ou com a ideia de feminilidade, dando origem, em muitos casos, a estereótipos. | 48 |
| Território do patrimônio | visa destacar e valorizar aquelas mulheres que desempenharam um papel fundamental na proteção e conservação do patrimônio cultural de suas comunidades e povos. | 19 |

Fonte: elaborada pelas autoras (2021).

Nota: dados coletados do catálogo no site *Patrimônio em Femenino* (2021).

As temáticas trabalhadas nesse catálogo evidenciam um possível campo para a inserção dos acervos digitais em museus do feminino, em que as estratégias e recursos da interdisciplinaridade do Design da Informação e da Ciência da Informação podem contribuir efetivamente.

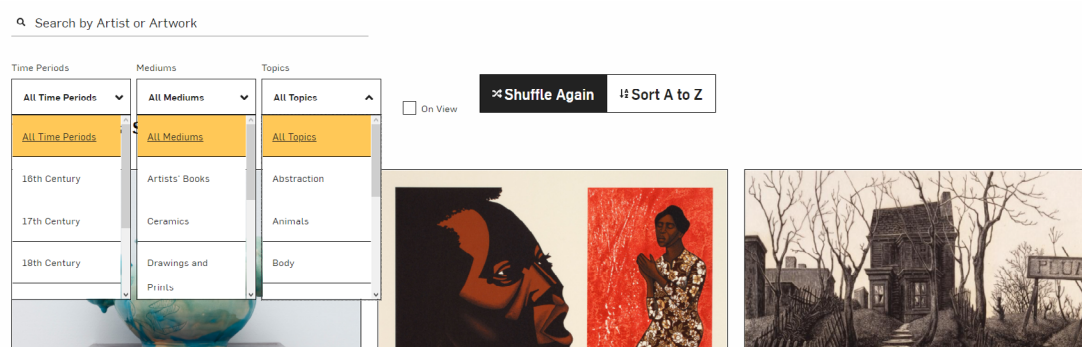
4 Os benefícios resultantes das convergências entre o Design da Informação e a Ciência da Informação

Para identificar os benefícios das convergências do Design da Informação e a Ciência da Informação, de acordo com o nosso objetivo, contextualizamos e identificamos as contribuições do DI para que as informações mediadas pela organização e apresentação desses acervos sejam funcionais.

Diante das possibilidades de utilizar o Design da Informação para tais finalidades, a escolha para este trabalho buscou evidenciar uma estratégia, em particular, que interrelaciona o Design da Informação e a Ciência da Informação: a *linkagem* da informação por meio de filtros de busca e de pontos de acesso de assunto a partir da classificação e categorização, atividades das subáreas da Ciência da Informação.

A comunicação de linguagem multimodal propiciada na Web requer tratamentos de informação que vão além dos tradicionais. No terceiro paradigma - pós-custodial - da Ciência da Informação, organizar e apresentar as informações, também, deve ser entendida como estratégia de design, e mais especificamente do Design da Informação. Tal estratégia oportuniza aos sujeitos a liberdade de acesso e de compartilhamento, promotores da reflexão, do aprendizado e da aquisição do conhecimento; bem como a possibilidade de criação de narrativas em um acervo de representações imagéticas, que pode ser elaborada por meio de *affordances*.

Para Lupton (2020), *affordance* é um potencial, ou conjunto de propriedades, de qualquer objeto, que resulta em uma ação; é a essência das narrativas, pois cria caminhos para guiar os sujeitos, como são os botões e os menus. Tal recurso pode ser visualizado no acervo digital da *National Museum of Women in the Arts* (NMWA), que utiliza três filtros: períodos, tipos e temas, como caminhos para *linkagem* (Figura 1). A atividade de categorização e classificação exercida conduz, de maneira otimizada, o caminho do internauta, o que pode ser entendido como encontrabilidade.

Figura 1: *Affordances* do acervo digital da NMWA

Fonte: NMWA (2021).

A informação e o conteúdo existentes nas representações imagéticas são percebidos e disponibilizados com o propósito intrínseco da Ciência da Informação, o de preparar a informação para torna-se conhecimento. Portanto, ao confluir *affordances*, como tais filtros, com propostas de temáticas semelhantes as apresentadas na Tabela 2, pode-se estimular as narrativas visuais e, ainda, diálogos potencializadores que retornem em ações para a sociedade e cultura.

Desse modo, as estratégias do Design da Informação objetivam as condições de compartilhamento e da interoperabilidade de linguagens para criar uma informação eficiente, compreensível e de rápida recuperação, e, ainda, permitir a orientação dos internautas de forma natural (Jorente, Nakano & Padua, 2020).

Na mesma perspectiva dos filtros de busca, os pontos de acesso criam conexões que potencializam a escalabilidade da informação por seus desdobramentos hipertextuais. Na Tabela 2, a coluna de Seção apresenta temáticas que são tratadas nesse catálogo de acervos que reúne alguns dos Iberomuseus. A Seção abre uma perspectiva de criação de pontos de acesso de assunto que seriam provocadores de diálogos entre os internautas e, também, entre as instituições de museus do feminino. Sua inserção poderia se configurar de variadas maneiras, como *hashtags*, botões, nuvens de palavras, etc. inseridas no design das interfaces dos ambientes. Assim, elas deixariam a forma estática, como se apresentam na tabela, e assumiriam uma dinâmica dialógica necessária.

Por outro lado, a terceira coluna da mesma tabela traz um número de objetos relacionados às suas seções temáticas. As representações imagéticas desses objetos, em um projeto empoderador de Design da Informação, deveriam estar linkadas à primeira coluna (Seção) - em que a temática é descrita como ponto de acesso, e também entre si - e criar conjuntos sistêmicos que contariam, inclusive, com variados caminhos para chegar às informações e determinados pontos. Seriam, então, transformados em facetas de um sistema dinâmico, portas para diferentes abordagens de assuntos no redesign de ambientes de museus do feminino. As operações descritas transformariam zonas estáticas do ambiente em *affordances*.

Os pontos de acesso são frutos de processos em que se criam uma etiqueta por taxonomias ou folksonomias, em que se usam termos estratégicos extraídos de um conjunto de

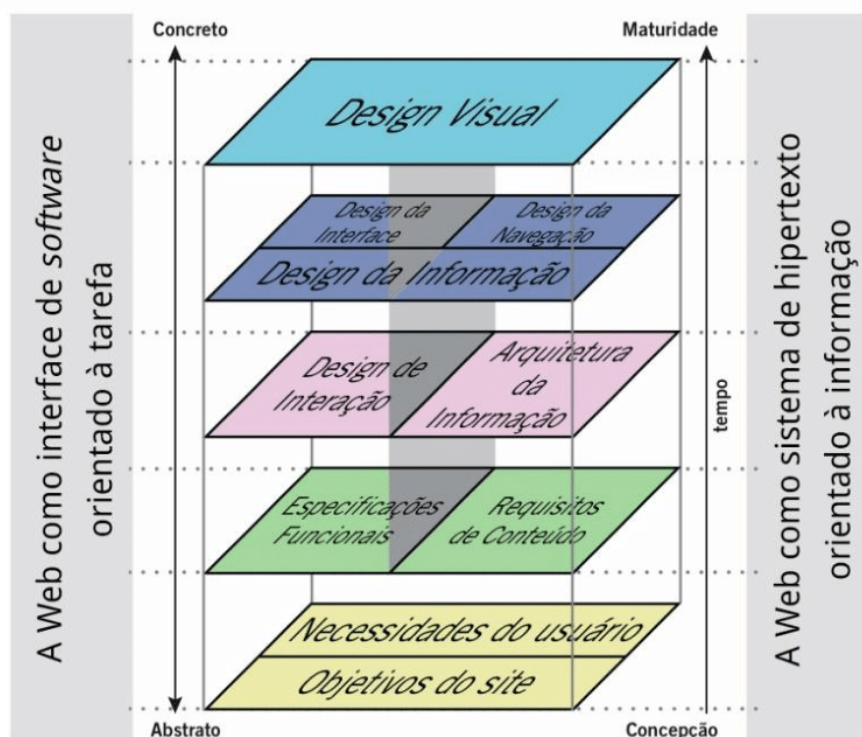
informação para a sua indexação. Ao criar conexões potencializariam a escalabilidade da informação por seus desdobramentos hipertextuais.

As taxonomias utilizadas por profissionais da informação para a encontrabilidade, mesmo fora dos sistemas digitais, poderiam convergir, também, com folksonomias, conjuntos de etiquetas criadas por sujeitos informacionais que tem a mesma função, de encontro da informação.

A diferença é que as folksonomias são criações orgânicas em linguagem natural, um encontro entre essas duas atividades em interfaces de museus do feminino seria um diferencial muito potencializador das informações. É importante destacar, que a Web, como plataforma criada sobre um modelo sistêmico e globalmente utilizada, introduziu o que entendemos como escalabilidade nos compartilhamentos realizados em seu interior. Inseridos nos pontos de acesso, os referentes aos assuntos podem se constituir de ligações importantes.

Nos dois recursos trabalhados, como destaca Garret (2003) em seu diagrama visual da Web como hipertexto e como software (Figura 2), o Design da Informação se encontra primeiro orientado à tarefa e, também, orientado à informação, ou seja, a plataforma Web como interface de software e como sistema de hipertexto.

Figura 2: Diagrama de Garret: Web como hipertexto e como software



Fonte: Garret (2003).

Recursos de *linkagem* familiares aos internautas conduzem a caminhos da encontrabilidade e, ainda, da construção dos ambientes na Web: os filtros tem sido utilizados, desde a Web 1.0, em diferentes ambientes digitais, com finalidades variadas; os pontos de acesso são utilizados, comumente, em formato de *hashtags* e *tags* nas redes sociais, por exemplo; no entanto, a atividade de etiquetagem popularizada na Internet é, há muito tempo, comum na criação de

indexadores e metadados biblioteconômicos. Percebe-se, nesse contexto, as confluências entre as áreas do Design da Informação e da Ciência da Informação.

Populares e de conhecimento banalizado, tais *affordances* inseridas em ambientes digitais de equipamentos culturais, como os museus do feminino, são alguns exemplos que podem, de maneira muito simples, atuar em seu empoderamento como instituições cujo papel social seja relevante.

5 Considerações

As funções de acesso à memória e à cultura dos museus da mulher e do feminino incorporaram diálogos de temáticas relevantes para a sociedade em busca de resgatar e contextualizar discussões sociais. O protagonismo feminino pode ser enfatizado pelas possibilidades de construção de narrativas visuais na Web diante da diversidade de linguagens das representações do feminino.

Nesse sentido, os conceitos e definições do Design da Informação contribuem para a organização e apresentação da informação em acervos digitais desses museus por meio de seus recursos e suas estratégias. A comunicação de linguagem multimodal propiciada na Web requer tratamentos de informação, que, no terceiro paradigma - pós-custodial - da Ciência da Informação, devem ser entendidos como estratégia de design, e mais, especificamente, do Design da Informação, para organizar e apresentar as informações.

A organização e apresentação da informação em meio dígito-virtual se constitui em um panorama claro ao processo infocomunicacional e à leitura visual. Além disso, o acesso e o compartilhamento da informação das representações disponibilizadas quando funcionais e orientados aos internautas permitem a construção de narrativas visuais potencializadoras de discussões.

Os conceitos praticados nas subáreas da Ciência da Informação – Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia – podem se beneficiar de articulações com o Design da Informação para propiciar a otimização do acesso e do compartilhamento (uso e reuso). A configuração colaborativa da Web propicia aos sujeitos informacionais interações e atuações que facilitam a aquisição de conhecimento coletivo de acordo com as comunidades de interesse. No que diz respeito as questões de gênero na América Latina, os recursos investigados neste trabalho poderiam ser parte de soluções que conjuguem áreas afins, como o Design da Informação e a Ciência da Informação, para o empoderamento de pessoas e coletivos.

Destacamos que as soluções buscadas vão muito além das elencadas nesse recorte ensaístico que ora apresentamos, dados os limites impostos e outras séries de resultados de investigações que serão apresentadas em ocasiões oportunas.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de financiamento 001.

Referências

- Araújo, C. A. A. (2018). *O que é Ciência da Informação*. Belo Horizonte, KMA.
- Barthes, R. (1977). Rethoric of the image. In S. Heath, *Image, music, text* (pp. 32-51). Hammersmith: Fontana Press.
- Benjamin, W. (1987). A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica. In W. Benjamin, *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e história da cultura* (pp. 165-196). São Paulo: Brasiliense.
- Brown, T. (2008). *Design Thinking*. Harvard Business Review. Disponível em <https://readings.design/PDF/Tim%20Brown,%20Design%20Thinking.pdf>.
- Canclini, N. G. (2007). El poder de las imágenes. Diez preguntas sobre su redistribución internacional. *Estudios visuales: ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo* (pp. 35-56).
- Dondis, D. A. (1997). *Sintaxe da linguagem visual*. Disponível em http://www3.uma.pt/dmfe/DONDIS_Sintaxe_da_Linguagem_Visual.pdf.
- Frascara, J. What's information design. In J. Frascara (Ed.), *Information design as principled action* (pp. 5-56). Illinois: Common Ground Publishing LLC.
- Garrido, R. C., & Gómez, A. N. Género em red: seis años de Patrimonio en Femenino. Ministerio de educación, cultura y deporte. *La memoria femenina: mujeres en la historia, historia de las mujeres* (pp. 79-86). Espanha: Iberomuseos
- Garret, J. J. (2003). *The elements of User Experience*. New York: AIGA; American Institute of Graphic Arts.
- Horn, R. E. (1999). Information Design: emergence of a new profession. In R. E. Jacobson, *Information Design* (pp. 15-34). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- IAWM. (2021a). *List of Women's Museums*. Disponível em https://iawm.international/?page_id=21
- IAWM. (2021b). *The history of IAWM*. Disponível em https://iawm.international/?page_id=17
- IIID. (2007). *idX Information Design Core Competencies: what information designers know and can do*. Austria: IIID, 2007. Disponível em <https://www.iiid.net/idx-information-design-core-competencies/>.
- Jorente, M. J. V. (2015). *Tecnologias e Design da Informação: interdisciplinaridades e novas perspectivas para a Ciência da Informação*. Bauru: Canal 6.
- Jorente, M. J. V., Nakano, N., & Padua, M. C. (2020). *A emergência do Design da Informação na contemporaneidade da Ciência da Informação*. 2 ed. Marília: Oficina Universitária.
- Lupton, E. (2020). *Design como storytelling*. Osasco: Gustavo Gil.
- NWAM. *Collection*. Disponível em <https://nmwa.org/art/collection/>
- Padua, M. C., Jorente, M. J. V., & Smedo, A. (2019). Design da Informação e ações comunicacionais em websites de museus. In Anais do Congresso Internacional de Design da Informação, 9, 1604-1614. <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/design-da-informao-e-aes-comunicacionais-em-websites-de-museus-33744>

Patrimonio en Femenino. (2021). *La memoria femenina: mujeres en la historia, historia de las mujeres*. Disponível em <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/museos/mc/ceres/catalogos/catalogos-tematicos/patrimoniofemenino/memoria-femenina/catalogo.html>

Pettersson, R. (2020). *ID Theories*. Tullinge: Institute for Infology.

Portugal, C. (2018). *Design, educação e tecnologia*. Rio de Janeiro: DTX Digital. Disponível em <http://dxtdigital.com.br/det/index.html>

Vaquinhas, I. (2014). Museus do feminino, museologia de género e o contributo da história. *Midas*, (3), 1-15. <https://doi.org/10.4000/midas.603>