



**PGDESIGN** | Programa de Pós-Graduação  
Mestrado | Doutorado



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ENGENHARIA  
FACULDADE DE ARQUITETURA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

Vera Lucia Felippi da Silva

**MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS:  
FONTE DE PRESERVAÇÃO E PESQUISA EM AMBIENTE DIGITAL**

TESE DE DOUTORADO

Porto Alegre

2018

**VERA LUCIA FELIPPI DA SILVA**

**MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS:  
FONTE DE PRESERVAÇÃO E PESQUISA EM AMBIENTE DIGITAL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Design - Escola de Engenharia e Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora:

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Evelise Anicet Rùthschilling

Coorientadora:

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gabriela Trindade Perry

Porto Alegre

2018

**Vera Lucia Felippi da Silva**

**MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS:  
FONTE DE PRESERVAÇÃO E PESQUISA EM AMBIENTE DIGITAL**

Esta tese foi julgada adequada para a obtenção do Título de Doutor em Design e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Porto Alegre,

---

**Régio Pierre da Silva**

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design (UFRGS)

**Banca Examinadora:**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Evelise Anicet Rüttschilling  
Orientadora / UFRGS

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gabriela Trindade Perry  
Coorientadora / UFRGS

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lucy Carlinda da Rocha  
Niemeyer  
Examinadora Externa / UERJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Joana Bosak de Figueiredo  
Examinadora Externa / UFRGS

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Francisca Ferreira Michelin  
Examinadora Externa / UFPEL

---

Prof. Dr. Régio Pierre da Silva  
Examinador Interno / UFRGS

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Evelise Anicet Rüttschilling, e à minha coorientadora, Gabriela Trindade Perry, pelas contribuições e por terem compartilhado seus conhecimentos ao longo da pesquisa.

À minha família – especialmente à minha mãe, Fátima; à minha irmã, Fabiana; e ao meu cunhado, André.

Preocupa-me citar nomes, pois neste momento muitos pensamentos povoam a mente, e posso me esquecer de alguém, mas preciso mencionar o carinho, o apoio e a generosidade de pessoas como:

Cláudia Aristimunha e Eliane Muratore: muito obrigada por toda a atenção que sempre me deram.

Meus colegas e amigos integrantes do Grupo Estudos História da Arte e Cultura da Moda-UFRGS: vocês são incríveis! Todos tão interessantes, inteligentes, prestativos, amáveis...

Lucy Niemeyer, por ter “marcado” minha vida e me levado a desbravar uma temática tão rica por meio da coleção que, generosamente, doou para a UFRGS.

Minhas colegas e amigas Carolina Quintero, Marina Giongo, Nathália Alborguetti, Paula Radicci Fraga e Thays Ramos, por serem tão prestativas e sempre disponíveis para ajudar.

Professoras Joana Bosak de Figueiredo, Lucy Niemeyer e Francisca Michelon e Professor Régio da Silva, por terem aceitado integrar a banca de defesa desta tese.

Agradeço também à equipe do NAPEAD, aos integrantes da Remam e à CAPES, pelo auxílio financeiro concedido, permitindo a efetivação do doutorado e dedicação à pesquisa.

Por fim, um agradecimento mais do que especial ao meu parceiro de vida, Francisco Petersen de Souza, que sempre me apoiou, incentivou e esteve ao meu lado.

## RESUMO

SILVA, V.L.F. **Museu Moda e Têxtil UFRGS: fonte de preservação e pesquisa em ambiente digital**. 2018. 177 f. Tese (Doutorado em Design), Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

Museus vinculados às universidades atuam como meio propício de salvaguarda de patrimônio cultural, disseminação de conhecimento e incentivo às investigações práticas e teóricas. O objetivo nesta tese é a criação do Museu Moda e Têxtil (MMT), vinculado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), bem como investigar elementos das áreas de museologia, moda e têxtil e ambientes digitais visando salvaguardar e disponibilizar o patrimônio artístico, técnico e científico em formato de museu digital. Configura-se por ser uma pesquisa de natureza aplicada e abordagem qualitativa. A coleta de dados foi feita mediante pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo com observação sistemática em *websites* de 31 museus das áreas de moda, têxteis e artes, a fim de elencar elementos de interação e design e aplicá-los no ambiente digital do museu. A fundamentação teórica abrange as áreas de: museologia, moda e têxteis como bens da cultura material e imaterial e desenvolvimento de ambiente digital, com foco no design de interface e interação. A criação do museu e de seu ambiente digital foi a solução encontrada para que a UFRGS pudesse acolher objetos e coleções de moda e têxteis com relevância cultural, histórica e social doados à universidade. No ambiente digital do museu estão disponibilizados o acervo, as publicações e conteúdo educativo. Está também desenvolvido o espaço para exposições virtuais e para divulgação de eventos. O MMT foi legitimado como museu membro da Rede de Museus e Acervos Museológicos da UFRGS em 2015. Para a gestão do acervo, foram definidos parâmetros com base em três elementos: a documentação, a preservação e o acesso *on-line*, os quais foram aplicados no MMT e demonstraram adequados. A tese contribui para a inserção do MMT como museu focado na tipologia de moda e têxteis, ampliando e diversificando as opções de museus já vinculados à UFRGS e a posiciona como universidade pública federal pioneira na disponibilização *on-line* de patrimônio cultural de moda e têxteis. As informações textuais e visuais podem apoiar e incentivar o ensino em aspectos de preservação de patrimônio cultural, como suporte para investigações e aplicações práticas em áreas como: design, história, moda, arquitetura, sociologia, comunicação e artes, entre outras.

**Palavras-chave:** Museu de moda. Museu têxtil. Museu digital. Acervo *on-line*. Design.

## ABSTRACT

SILVA, V.L.F. **Museu Moda e Têxtil UFRGS: fonte de preservação e pesquisa em ambiente digital**. 2018. 177 f. Tese (Doutorado em Design), Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

Museums linked to universities act as a prosperous means of protecting and maintaining cultural heritage, disseminating knowledge and encouraging practical and theoretical researches. The aim of this thesis was to create the development of the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS)´s Fashion and Textile Museum (Museu Moda e Têxtil), as well to investigate elements from the areas of museology, fashion and textiles and digital environments aiming to safeguard and make available the artistic, technical and scientific heritage in format of digital museum. This thesis is configured as qualitative research and data collection was done through bibliographical research and field investigation with systematic observation of 31 museum´´s websites in the areas of fashion, textiles and arts, in order to list elements of interaction and design applicable to the museum's digital environment. The theoretical framework look at the areas of: museology, fashion and textiles as material and immaterial culture and development of digital environments, focusing on interface and interaction design. The creation of the digital museum allows the UFRGS to host fashion and textiles objects with cultural, historical and social relevance that have been donated to the university. In the museum´´s digital environment are available the collection, publications and educational content. The space for virtual exhibitions and for the dissemination of events is also developed. The MMT was legitimized as a museum member of the UFRGS´´s Network of Museums and Museological Collections (Rede de Museus e Acervos Museológicos) in 2015. For the management of the collection, parameters were defined based on three elements: documentation, preservation and online access, which were applied in MMT and demonstrated adequate. This thesis contributes to the establishment of the MMT as a museum focused on the typology of fashion and textiles, broadening and diversifying the portfolio of museums linked to UFRGS and positioning the university as pioneer federal public university in the *on-line* availability of cultural heritage of fashion and textiles. The textual and visual information contributes to the teaching environments, on aspects of cultural heritage preservation, as a tool for research and practical applications in areas of design, history, fashion, architecture, sociology, communication and arts, among others.

Keywords: Fashion museum. Textile Museum. Digital museum. On-line collection. Design.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Áreas envolvidas no desenvolvimento deste trabalho .....	15
Figura 2 – O design de interação no contexto do design da experiência do usuário .....	60
Figura 3 – Fluxo de estruturação das atividades para desenvolvimento do ambiente digital do Museu Moda e Têxtil UFRGS .....	67
Figura 4 – Mapa do site do Museu Moda e Têxtil UFRGS .....	83
Figura 5 – Malha estrutural básica para o site do Museu Moda e Têxtil UFRGS .....	84
Figura 6 – Mapa estrutural da página principal do site do Museu Moda e Têxtil UFRGS .....	85
Figura 7 – Esboço da tela principal do MMT para visualização em desktop .....	85
Figura 8 – Protótipos da interface do MMT UFRGS para visualização em tablet .....	86
Figura 9 – Protótipo da interface do MMT UFRGS para visualização em celular .....	87
Figura 10 – Detalhe da Home do site do Museu Moda e Têxtil UFRGS .....	89
Figura 11 – Detalhe da página O Museu .....	90
Figura 12 – Detalhe da página Acervo do MMT .....	92
Figura 13 – Detalhe da página Acervo: Coleção de rendas Lucy Niemeyer .....	93
Figura 14 – Detalhe da seção Acervo: visualização de itens de coleções .....	94
Figura 15 – Detalhe da página Publicações do site do Museu Moda e Têxtil UFRGS .....	95
Figura 16 – Detalhe da página Exposições do MMT .....	96
Figura 17 – Detalhe da página Educativo do Museu Moda e Têxtil .....	97
Figura 18 – Detalhe da página do MMT na rede social Facebook .....	98
Figura 19 – Diagrama do ecossistema do Museu Moda e Têxtil .....	101
Figura 20 – Gráfico de representação dos itens de rendas da Coleção Lucy Niemeyer, doados ao MMT, produzidos em processo manual .....	110
Figura 21 – Gráfico que representa as rendas do processo industrial .....	113
Figura 22 – Marcação dos objetos do acervo do MMT .....	118
Figura 23 – Roteiro para atividades de preservação do acervo do MMT .....	122
Figura 24 – Objetos do acervo do MMT acondicionados: foram construídos suportes para que os rolos fiquem suspensos a fim de evitar deformações das rendas .....	125

Figura 25 – Detalhe de renda do acervo do MMT, capturado em microscópio estereoscópico. Escala 1000µm = 1mm .....	125
Figura 26 – Fluxograma de análise de objetos para o acervo do MMT .....	130
Figura 27 – Estudo de similares: referências de marcas de museus .....	133
Figura 28 – Estudos de alternativas para o logotipo do MMT UFRGS .....	134
Figura 29 – Marca do MMT UFRGS .....	135



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Etapas dos procedimentos de investigação para estruturação do MMT e seu ambiente digital .....	64
Quadro 2 – Ficha com roteiro de coleta de dados nos museus .....	70
Quadro 3 – Elementos de interação, navegação e design avaliados .....	71
Quadro 4 – Relatório da coleta de dados de elementos de interação e design .	73
Quadro 5 – Tarefas solicitadas pelo usuário .....	78
Quadro 6 – Elementos de interação e tarefas do usuário .....	79
Quadro 7 – Relação entre perfis de usuários X elementos de interação .....	81
Quadro 8 – Classificação das rendas a partir dos processos e técnicas .....	105
Quadro 9 – Coleção de rendas do MMT: processo manual .....	108
Quadro 10 – Coleção de rendas do museu: processo industrial .....	111
Quadro 11 – Coleções Fashion Revolution 2016 e 2017 .....	115
Quadro 12 – Exemplos de códigos numéricos e alfanuméricos para registro de acervos .....	117
Quadro 13 – Ficha de catalogação do Museu Moda e Têxtil UFRGS .....	119
Quadro 14 – Elementos de interação e design levantados na pesquisa de campo para aplicação no site do MMT .....	137

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação entre população e número de museus .....	22
-------------------------------------------------------------	----

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AVA – Ambiente virtual de aprendizagem

Cidoc – Comitê Internacional para Documentação

CNM – Cadastro Nacional de Museus

ICOM – *International Council of Museums*

Ibram – Instituto Brasileiro de Museus

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

LdSM – Laboratório de Design e Seleção de Materiais

LIT – Laboratório de Imagem e Tecnologia

MASP – Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand

MMT – Museu Moda e Têxtil UFRGS

NAPEAD – Núcleo de Apoio Pedagógico à Educação a Distância da UFRGS

NDS – Núcleo de Design de Superfície

NMS – Núcleo de Moda Sustentável

Remam – Rede de Museus e Acervos Museológicos da UFRGS

SEM – Sistema Estadual de Museus

UNESCO – *United National Educational, Scientific and Cultural Organization*

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

V&A – *Victoria and Albert Museum*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA .....	18
1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA .....	24
1.3 PROBLEMA DE PESQUISA .....	25
1.4 QUESTÃO DE PESQUISA .....	25
1.5 OBJETIVO GERAL .....	25
1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	25
1.7 JUSTIFICATIVA .....	26
1.8 METODOLOGIA DA PESQUISA .....	28
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	30
2.1 MUSEUS E O AMBIENTE DIGITAL .....	30
<b>2.1.1 O que justifica a presença de museus em ambientes digitais?</b> .....	36
<b>2.1.2 Museus e educação</b> .....	38
2.2 MODA E TÊXTIL COMO PATRIMÔNIO CULTURAL .....	41
<b>2.2.1 Patrimônio Cultural</b> .....	41
<b>2.2.2 Cultura material e imaterial</b> .....	44
<b>2.2.3 Moda e têxteis como cultura material e imaterial</b> .....	48
2.3 AMBIENTE DIGITAL E DESENVOLVIMENTO DE SITES .....	53
<b>2.3.1 Design de interface</b> .....	55
<b>2.3.2 Design de interação</b> .....	57
<b>2.3.3 Metodologia para desenvolvimento de interface</b> .....	60
<b>3 PROCEDIMENTOS PARA ESTRUTURAÇÃO DO MMT</b> .....	64
3.1 O PROJETO METODOLÓGICO PARA O AMBIENTE DIGITAL DO MMT...	67
3.2 DELINEAMENTO DO PROJETO .....	68
3.3 PESQUISA DE CAMPO E COLETA DE DADOS .....	69
3.4 DEFINIÇÃO DOS REQUISITOS PARA O SITE .....	77
3.5 DESIGN DO SITE .....	82
<b>3.5.1 Mapa do site</b> .....	82
<b>3.5.2 Design da Interface: malha estrutural</b> .....	84
<b>3.5.3 Protótipos</b> .....	85
<b>4 O AMBIENTE DIGITAL DO MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS</b> .....	88

4.1 HOME DO MUSEU MODA E TÊXTIL .....	88
4.2 PÁGINA: O MUSEU .....	90
4.3 PÁGINA: ACERVO .....	91
4.4 PÁGINA: PUBLICAÇÕES .....	94
4.5 PÁGINA: EXPOSIÇÕES .....	96
4.6 PÁGINA: EDUCATIVO .....	97
4.7 REDE SOCIAL .....	98
4.8 PÁGINA: ADMINISTRAÇÃO .....	98
<b>5 O MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS .....</b>	<b>100</b>
5.1 O ACERVO .....	102
5.2 O ACERVO EXISTENTE .....	103
<b>5.2.1 Coleção de rendas Lucy Niemeyer .....</b>	<b>104</b>
<b>5.2.2 Coleção Fashion Revolution Porto Alegre .....</b>	<b>114</b>
5.3 GESTÃO DO ACERVO .....	115
<b>5.3.1 Estruturação de número de registro de objetos .....</b>	<b>116</b>
<b>5.3.2 Parâmetros para catalogação .....</b>	<b>119</b>
<b>5.3.3 Parâmetros de preservação do acervo .....</b>	<b>120</b>
<b>5.3.4 Parâmetros para imagens .....</b>	<b>126</b>
<b>5.3.5 Documentos e termos .....</b>	<b>127</b>
<b>5.3.6 Fluxograma de análise de objetos para inserção no acervo do MMT .....</b>	<b>129</b>
5.4 REGIMENTO INTERNO .....	131
5.5 IDENTIDADE VISUAL .....	132
<b>6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>136</b>
<b>7 CONCLUSÃO .....</b>	<b>141</b>
REFERÊNCIAS .....	146
APÊNDICE A .....	156
APÊNDICE B .....	158
APÊNDICE C .....	160
APÊNDICE D .....	164
APÊNDICE E .....	170
ANEXO A .....	177
ANEXO B .....	178

## 1 INTRODUÇÃO

Esta tese de Doutorado em Design é continuidade de um trabalho que vem sendo realizado pela proponente desde 2011, quando a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) recebeu a doação de uma coleção de têxteis. Desde então, resultados práticos e teóricos vêm sendo apresentados,<sup>1</sup> demonstrando a relevância cultural, histórica e social desses objetos.

Neste estudo, tem-se como objetivo a criação do Museu Moda e Têxtil (MMT) vinculado à UFRGS, bem como investigar elementos das áreas de museologia, moda e têxtil e ambientes digitais, visando salvaguardar e disponibilizar o patrimônio artístico, técnico e científico em formato de museu digital.

No contexto da universidade, a tipologia de acervo do MMT complementa e diversifica os acervos e coleções já existentes na UFRGS, que totalizam 24 diferentes espaços de memória em diferentes áreas de conhecimento<sup>2</sup>. Os museus e acervos que a Universidade possui são articulados na Rede de Museus e Acervos Museológicos (Remam), criada em 2011 com o objetivo de elaborar políticas de preservação do patrimônio científico-cultural e promover atividades de compartilhamento do conhecimento com a comunidade acadêmica e a sociedade (SOUZA et al., 2014).

Diante do exposto, o problema desta pesquisa está vinculado em como articular os aspectos característicos dos museus de moda e têxteis no desenvolvimento de um ambiente digital para disponibilização *on-line* de conhecimento, visando a contribuir e incentivar novas pesquisas interdisciplinares.

Nesse sentido, torna-se oportuno esclarecer o entendimento de têxteis e de moda neste trabalho. Por têxteis, segundo *The Oxford Dictionary and Thesaurus* (ABATE, 1997) e o *Dictionary of Fiber & Textile Technology* (1999), entende-se que podem ser qualquer material tecido, qualquer roupa, o tecido em si, fibras descontínuas ou

---

<sup>1</sup> A lista das publicações pode ser acessada em: [www.ufrgs.br/mmt/publicações](http://www.ufrgs.br/mmt/publicações).

<sup>2</sup> Números do Guia Remam 2012-2014 (SOUZA et al., 2014).

filamentos usados como fios para tecer, tecidos e outros produtos manufaturados feitos de fibras e/ou fios, roupas e outros artigos fabricados com fibras, fios ou tecidos nos quais os produtos retêm como características a flexibilidade e o panejamento. Os têxteis inserem-se na fabricação de produtos de vestuário e acessórios e de uso doméstico (cortinas, tecidos utilizados na decoração – tapeçarias, revestimentos de mobília, etc.).

Tais objetos não necessariamente estão inseridos em contextos de moda ou são por eles influenciados; como exemplos, podem-se citar os têxteis funcionais (empregados para produzir roupas de segurança) e os têxteis para confecção de peças folclóricas, militares e eclesiásticas, mais vinculadas a usos tradicionais.

Por moda, o entendimento inicia-se com a etimologia da palavra e avança no sentido de sua compreensão como sistema. Em francês, *mode* originou-se da palavra *modus*, que significa *manner* em inglês. Já a palavra inglesa *fashion* origina-se do latim *facio* ou *factio*, que significa *fazer* (KAWAMURA, 2005). Segundo Kawamura (2005), não é fácil apresentar uma definição para *moda* porque a palavra apresenta diferentes conotações no decorrer da história; além disso, seus significados mudaram para adequar-se aos costumes sociais e hábitos de vestuário de pessoas em diferentes estruturas sociais. A autora reforça que “Moda não é a roupa, são os elementos invisíveis incluídos na roupa.” (KAWAMURA, 2005, p. 4), e acrescenta que é praticamente impossível desvincular moda dos objetos materiais, como as roupas e os acessórios. Assim, entende-se que moda se desdobra em componentes imateriais – maneira, estilo, conjunto de opiniões, tendências – e que sua manifestação se dá por objetos materiais – roupas e acessórios.

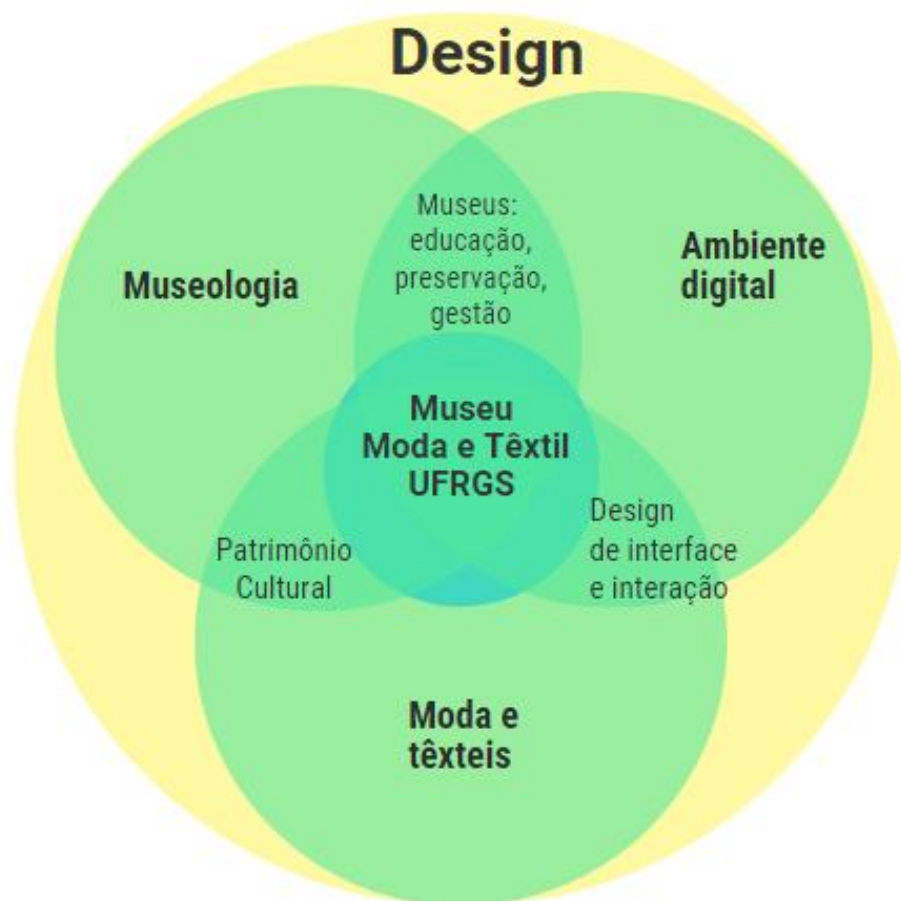
A ideia de moda conecta-se a um sistema complexo (LIPOVETSKI, 1989; KAWAKURA, 2005; BARTHES, 2005 apud HELLMANN, 2009; TOFTEGAARD, 2014), estruturado em vários estágios, abrangendo profissionais, tendências, produção (industrial e artesanal), marketing, comunicação, distribuição e consumo, sendo que, mais recentemente, se inseriu nesse cenário a preocupação com a sustentabilidade.

Diante da abrangência do tema, este trabalho focaliza a moda e os têxteis como patrimônio cultural, considerando sua importância social e histórica como registros

de memória e de fazeres e como bens da cultura material e imaterial (aprofundado na seção 2.2). Autores como Prown (1982), Kopytoff (1986), Eastop (2007) e Paula (2006), além do *International Council of Museums – ICOM* (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013), são mencionados para fundamentar teoricamente esta questão.

Além do aporte teórico em moda e têxteis como patrimônio, as áreas de museologia e ambiente digital fundamentam teoricamente este trabalho e são abordadas no Capítulo 2. A Figura 1 ilustra a interação das áreas envolvidas neste estudo.

Figura 1 – Áreas envolvidas no desenvolvimento deste trabalho



(fonte: elaborada pela autora)

A museologia fornece subsídios para o conceito de museus, incluindo os museus que estão no ambiente *web* e disponibilizam seu conteúdo de forma *on-line*. As publicações do Instituto Brasileiro de Museus – Ibram (2011a, 2011b, 2011c) e de autores como Karp (2004) e Schweibenz (2004), ambos doutores vinculados ao



ICOM, contribuem para o entendimento dos conceitos. Já a estruturação de parâmetros para a gestão do acervo como documentação, preservação, catalogação e registros apoia-se em Padilha (2014), nas recomendações do Comitê Internacional para Documentação – Cidoc – e do Conselho Internacional de Museus – ICOM (COMITÊ INTERNACIONAL DE DOCUMENTAÇÃO; CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS, 2014), no *Manual de Conservación Preventiva de Textiles*, do *Comité Nacional de Conservación Textil* do Chile (2002a), em *Ethics Checklist*, do Departamento de Conservação do Victoria and Albert Museum (2017) e, ainda, em Paula (2006).

As áreas de design de interface e interação são estudadas visando à construção do ambiente digital mencionado, seguindo conceitos contemporâneos com base em Lowdermilk (2013), Norman (2013), Borenstein (1991), Winograd (1996) e Spence (2007). A proposta de roteiro metodológico é fundamentada em Lowdermilk (2013) e Chandler e Unger (2009), com o objetivo de construir um roteiro que se adéque às necessidades do ambiente digital para o museu proposto nesta tese.

O Capítulo 3 traz o projeto metodológico para o desenvolvimento do ambiente digital. Neste capítulo, são apresentados o delineamento do projeto, os resultados da coleta de dados e definição dos requisitos para o ambiente digital.

No Capítulo 4, apresenta-se o primeiro resultado desta tese, que diz respeito ao ambiente digital desenvolvido para o museu. As seções Museu, Acervo, Exposições, Publicações e Educativo visam a demonstrar seus conteúdos e conexões. Este capítulo tem vinculação com os resultados teóricos e práticos obtidos no Capítulo 3 e na base teórica sobre design de interface, design de interação e metodologia para desenvolvimento de *websites*.

Na sequência, o Capítulo 5 traz o segundo resultado, relativo à criação do MMT como instituição, abrangendo aspectos, tais como objetivos, finalidades, o acervo e sua gestão. Além disso, contemplam-se propostas e definições de parâmetros para catalogação, preservação e registros fotográficos, modelos de documentos e o fluxograma de análise de recebimento de objetos. O Regimento Interno do Museu também é abordado, com vistas a nortear e estruturar a organização da instituição.

Para fechar o capítulo, apresenta-se o trabalho de construção da identidade visual para o museu.

Os Capítulos 6 e 7 fazem o fechamento da tese, com a discussão dos resultados e conclusões. Nos apêndices, encontram-se documentos complementares, como a lista de museus pesquisados, o modelo de descrição e caracterização de coleções (como exemplo, foi feita a caracterização da Coleção de rendas Lucy Niemeyer), modelos de termos, o Regimento Interno e o *Manual de Identidade Visual* do MMT.

Também se integra a esta tese o acervo físico e digital, ambos devidamente documentados e inseridos no ambiente digital do museu. A documentação diz respeito às fichas de catalogação e aos termos de doação, os quais estão impressos e têm cópias em arquivos digitais. Os objetos físicos estão devidamente higienizados e acondicionados, sendo que tais atividades também fizeram parte deste trabalho.

O MMT estrutura-se como museu tendo em vista o resgate, a salvaguarda, a preservação, a documentação e a disponibilização do patrimônio físico e digital de forma *on-line* e livre.

Por ter sido desenvolvido dentro de um Programa de Pós-Graduação em Design e pela natureza interdisciplinar característica da área, as contribuições do museu e seus conteúdos (acervo, publicações, atividades educacionais) permitem a integração com diversas áreas do conhecimento, tais como artes, história, sociologia, museologia, antropologia, arquitetura, etc. Além disso, no que concerne ao próprio design, há possibilidades de estudos da história do design dos têxteis e de moda, das práticas ancestrais e contemporâneas de produção e da transposição para novos suportes e materiais de referências formais, estruturais e visuais, configurando-se um campo fértil para colaborações e construção de conhecimento.

No âmbito museológico, a contribuição deste trabalho vincula-se à disponibilização de objetos e estudos com o foco em moda e têxteis como bens da cultura material e imaterial. Conforme apontam autoras como Andrade (2006, 2014, 2015), Bonadio (2012) e Paula (2006), essas são temáticas que carecem de esforços e aprofundamento no cenário nacional. Assim, a partir da proposta desta tese,

acredita-se que é possível contribuir para dinamizar o cenário nacional com os resultados apresentados e instigar novas investigações e pesquisas. Destaca-se que o MMT disponibiliza a primeira coleção especificamente de rendas em ambiente digital no país.

O museu tem como uma das finalidades a educação. Sendo assim, as atividades e os conteúdos do museu são também tratados como fonte de reflexão e estímulo interdisciplinares, haja vista o potencial educativo dos objetos museológicos. O MMT apresenta-se como oportunidade de fornecer fontes primárias e secundárias (o conteúdo disponibilizado no ambiente digital), publicações científicas, eventos e cursos focados na construção de conhecimento na temática de moda e têxteis como patrimônio cultural.

Na sequência, são apresentados os elementos que orientam a pesquisa: contextualização, delimitação, problema, objetivos geral e específicos, justificativas e metodologia da pesquisa.

### 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA

O surgimento da temática da moda nos museus está vinculado à presença de roupas e acessórios nessas instituições, mas é a partir da década de 1960 que o tema passou a estar presente em exposições e a ser o foco estratégico de museus europeus e norte-americanos (MELCHIOR, 2014). As roupas e os têxteis, presentes nos museus de diferentes tipologias, até então, destacavam-se por representar qualidades técnicas e estéticas dos tecidos ou das roupas e de seu processo de produção, complementando seu valor histórico.

O ponto alto nessa transição e no interesse pela inserção da moda nos museus ocorreu com a exposição intitulada *Fashion, Anthology by Cecil Beaton*, no Victória & Albert Museum (V&A), de Londres, em 1971 (MELCHIOR, 2014). Em 1973, a exposição intitulada *The World of Balenciaga* marcou o início da reformulação das exposições do Metropolitan Museum - Costume Institute, de Nova York, transformando-a em uma experiência imersiva, reflexo da inserção de iluminação e objetos, tais como manequins, artefatos e mobiliário, como pano de fundo (KODA; GLASSCOCK, 2014). Neste último caso, foi a influência da editora-chefe de moda

Diana Vreeland<sup>3</sup> que apontou os novos rumos das exposições, o que repercute na forma de expor do museu até os dias de hoje.

Visando a ilustrar essa adaptação e renovação de acervos e dos próprios museus com a inserção da temática da moda, mencionamos aqui alguns casos envolvendo museus relevantes do cenário europeu.

O Designmuseum, da Dinamarca, fundado em 1890, é um exemplo de museu que alterou o nome de sua coleção no decorrer do tempo, a partir da percepção de que o interesse por exposições de moda aumentava. O acervo de têxteis intitulava-se *The Textile Collection* e, a partir de 2007, passou a chamar-se *The Textile and Dress Collection* (TOFTEGAARD, 2014). Atualmente, verifica-se, pelo acesso ao *site* do museu, que a coleção se chama *Fashion and Textile Design* (DESIGN MUSEUM DANMARK, 2018).

O Mode Museum, da Antuérpia (Bélgica), focado em moda, inclui criações de designers de moda contemporâneos e, também, tem suas raízes em coleções de vestuário. O museu foi criado em 2002 a partir do antigo Costume and Textile Museum Vrieselhof (MODE MUSEUM, 2018), cuja história remonta ao acervo de roupas e tecidos pertencentes a habitantes dos Flandres, iniciado em 1930 por um grupo de historiadores e colecionadores (PAPPACODA, 2013).

Em 1937, foi criado o Museum of Costume Art em Nova York, que em 1946 passou a chamar-se Costume Institute e se vinculou ao Metropolitan Museum of Art – MET (METROPOLITAN MUSEUM OF ART, 2018). Desde 1959, o *Costume Institute* é um departamento de curadoria do MET e promove exposições temáticas e específicas de importantes designers de moda, como as que ocorreram sobre Poiret, em 2007, Alexander McQueen, em 2011, e Rei Kawacubo em 2017.

O atual Fashion Museum de Bath, na Inglaterra, foi fundado em 1963, mas até 2007 chamava-se Museum of Costume (FASHION MUSEUM BATH, 2018). Abrange em seu acervo objetos criados a partir do século XVIII: vestuário, acessórios (chapéus,

---

<sup>3</sup> Diana Vreeland foi editora-chefe de duas das maiores revistas de moda de alcance internacional: *Vogue* e *Harper's Bazaar*, e consultora do museu de 1972 até sua morte, em 1989. A influência de Diana no MET repercutiu também nos museus europeus (METROPOLITAN MUSEUM OF ART, 2018).

bolsas, sapatos) masculinos e femininos, fotografias, desenhos, revistas e documentos. A estratégia do museu é apresentar seu acervo e envolver pessoas de diferentes nacionalidades, idades, gêneros e bases culturais para que se inspirem, aprendam e se divirtam (HARDEN, 2014).

Os museus mencionados têm em comum a inclusão da temática de moda em seus contextos, seja pela inserção da palavra *moda (fashion)* no nome do museu, seja pela reunião de objetos dessa tipologia em seu acervo. Incluem-se aqui exposições em seus calendários de programação, as quais se intensificaram a partir da década de 1990. A exposição de 1994 que ocorreu no V&A, intitulada *Streetstyle: From Sidewalk to Catwalk*, é apontada como a primeira a desviar o foco do acervo de roupas e artefatos para uma visão que aponta a função da moda como um fenômeno cultural (TEUNISSEN, 2014).

Percebeu-se, no decorrer do tempo, que a temática de moda passou a ser estratégica para os museus. Nesse sentido, cabe a pergunta: por que os museus passaram a ter interesse em moda? A resposta pode ser dada a partir das considerações de autores como Melchior (2014) e Teunissen (2014), que apontam a popularidade da temática, a produção de exposições espetaculares, o interesse e a visibilidade dada pelas mídias e, como consequência, o aumento do número de visitantes. Percebe-se um encadeamento das movimentações e consequências mencionadas, pois a popularidade da moda nos museus é viabilizada por investimentos econômicos para produzir as grandes exposições (principalmente nos museus de grande porte) e, também, contribuir com discussões sobre o tema que contemplam o fenômeno da moda e o estudo dos objetos e da história.

De acordo com Teunissen (2014), os museus transformaram-se em um “novo” lugar para compreender o trabalho de vanguarda de designers de moda e entender a moda como parte da cultura visual contemporânea. A temática tem forte apelo entre o público jovem, que muitas vezes reluta em visitar uma exposição de roupas folclóricas, por exemplo. Neste último ponto, há necessidade de os museus dessa tipologia pensarem em estratégias de aproximação entre o acervo e o público.

No que diz respeito aos acervos, tanto na Europa quanto nos demais continentes, os objetos de moda e têxteis inserem-se também em museus de diferentes temáticas,

como museus de arte, históricos, design (*Designmuseum*, da Dinamarca; MUDE de Lisboa), ciência e tecnologia (*Norwegian Museum of Science and Technology*) e artes aplicadas (*Musée des Arts Décoratifs*).

No Brasil, os museus classificam seus acervos por tipologias organizadas da seguinte forma: Antropologia e Etnografia, Arqueologia, Artes Visuais, Ciências Naturais e História Natural, Ciência e Tecnologia, História, Imagem e Som, Biblioteconômico, Documental e Arquivístico, e Virtual (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011a). Importante salientar que se inserem na tipologia Virtual se a coleção existe somente no meio digital, e não fisicamente (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011a)<sup>4</sup>. Se a coleção estiver no meio digital e existir coleção física correspondente, o museu não pode ser considerado virtual. O aprofundamento sobre essa tipologia é feito no item 2.1 - Museus e o ambiente digital, à luz dos conceitos e pensamentos de autores contemporâneos.

Os museus nacionais podem ter diversas coleções, e estas podem enquadrar-se nas diferentes tipologias apontadas pelo Ibram, sendo que os próprios museus apontam sua(s) escolha(s). Nesse sentido, conforme a missão do MMT, tratada no Capítulo 6, o museu enquadra-se nas seguintes tipologias:

- a) antropologia e etnografia: pela possibilidade de ter coleções relacionadas às artes e tradições populares e voltar-se para o estudo antropológico e social de diferentes culturas;
- b) artes visuais: nesta categoria, enquadram-se coleções de pinturas, gravuras, desenhos e esculturas, bem como artes voltadas para a produção de objetos – artes aplicadas;
- c) documental: aqui, enquadram-se manuscritos, impressos e/ou eletrônicos, reunidos a partir de uma temática;
- d) arquivístico: conjunto de documentos reunidos por pessoa ou instituição durante o exercício de atividades, independentemente do suporte;
- e) imagem e som: inserem-se aqui documentos sonoros, vídeos, filmes e fotografias;
- f) ciência e tecnologia: nesta tipologia, enquadram-se os bens culturais que representam a História da Ciência e da Técnica.

---

<sup>4</sup> As orientações constam no *Manual do Cadastro: instruções para o preenchimento dos itens* (p. 9), que faz parte do Anexo da publicação *Museu em Números*, no seu volume 1.

Levando em consideração que o Museu Moda e Têxtil faz parte do contexto do estado do Rio Grande do Sul, tratamos de alguns pontos neste cenário, extraídos da publicação *Museu em Números*, volumes 1 e 2 (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011a, 2011b).

No Rio Grande do Sul (RS), encontram-se 397 museus oficialmente registrados, de um total de 3.025 museus no país, ocupando a segunda posição em número de museus. Pelas tipologias de acervo no RS, o destaque fica por conta dos museus de História (76,8%), seguidos pelos museus de Imagem e Som (49,4%) e Artes Visuais (46,7%). A maior parte dos museus do RS é pública, correspondendo a 66,2%, e o restante consiste de instituições de natureza privada (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011a). A Tabela 1 apresenta os números do estado, em comparação com a Região Sul e o país.

Tabela 1 – Relação entre população e número de museus em 2010

LOCAL	POPULAÇÃO (milhões)	NÚMERO DE MUSEUS	POPULAÇÃO/ NÚMERO DE MUSEUS
Rio Grande do Sul	10,5	397	26.657
Brasil	184	3.025	60.822

(fonte: INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011b)

Dos 397 museus do estado, 98 possuem acervos que variam de 501 a 3.000 bens, destacando-se o Museu de Ciências e Tecnologia da PUC, em Porto Alegre, com 2,5 milhões de objetos, ocupando o 6º lugar como um dos maiores do país (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011b, p. 504).

O Museu Júlio de Castilhos, também localizado em Porto Alegre, destaca-se por ter sido o primeiro museu criado no estado, em 1903. O acervo da instituição conta com 11 mil objetos, divididos em 29 coleções, abrangendo, entre outras: iconografia, indumentária, armaria, etnologia, utensílios domésticos, objetos de uso pessoal e missões. A coleção Indumentária é composta por 1.140 objetos, mas não especificamente só objetos têxteis, pois se inserem nessa coleção bengalas e enfeites (feitos de materiais como metal e plumas, por exemplo). Na coleção Utensílios Domésticos, há fronhas, barra de lençol e pequenas toalhas, em meio a

xícaras, recipientes e demais objetos de uso doméstico. Além disso, objetos têxteis podem ser encontrados em bandeiras (61 itens) e condecorações, sendo algumas feitas de tecido (fitas)<sup>5</sup>.

Os números mencionados no Museu Júlio de Castilhos contribuem para ilustrar que, apesar da disponibilidade de números do cenário museológico nacional e do estado do Rio Grande do Sul, não foi identificado estudo que apontasse o número de acervos de têxteis, indumentária ou moda. A provável resposta para a dificuldade desse levantamento é a falta de tipologia específica de têxteis/indumentária/moda no Cadastro Nacional de Museus (CNM), sistema de informação do Ibram. O CNM disponibiliza opções de consulta *on-line* e, em 2015, adotou a plataforma Museusbr,<sup>6</sup> permitindo consultas por tipologias, unidade da federação, situação de funcionamento e natureza administrativa. Como não há maneira de pesquisa específica da temática *moda e têxteis*, aqui se verifica a impossibilidade de mensurar números de museus de moda e têxteis ou número de acervos dessa natureza, pois os objetos podem estar inseridos nas tipologias existentes no Ibram.

Na tentativa de mapear os museus de moda e têxteis, contataram-se também pesquisadores e museólogos, além de se realizar uma busca em publicações científicas de renomados estudiosos da área, os quais reforçam a dificuldade de saber o número de museus ou acervos de moda e têxteis. Apesar das limitações, mencionamos 29 museus concentrando-se em moda e têxteis no Brasil ou que contenham coleções dessa tipologia em seus acervos, visando a ilustrar o cenário. Os nomes foram obtidos a partir de busca na *web* e citações em publicações pesquisadas e de conhecimento da autora. Os 29 museus apontados estão distribuídos conforme evidenciado a seguir:

- a) Região Sul: Museu Júlio de Castilhos (Porto Alegre-RS), Museu Nacional do Calçado (Novo Hamburgo-RS), Museu do Sapato (Gramado-RS), Museu da Moda (Canela-RS), Museu da Baronesa (Pelotas-RS), Museu do Têxtil e da Moda da Universidade Regional de Blumenau (Blumenau-SC), Museu Hering (Blumenau-SC), Museu de Hábitos e Costumes (Blumenau-SC), Museu de Arqueologia e

---

<sup>5</sup> Informações e números obtidos diretamente no Museu Júlio de Castilhos, em visita no dia 15/05/2018.

<sup>6</sup> O acesso à plataforma Museusbr: <http://museus.cultura.gov.br/>.



Etnologia Professor Oswaldo Rodrigues Cabra - UFSC (Florianópolis-SC), Museu Paranaense (Curitiba-PR);

- b) Região Sudeste: Museu da Indumentária e da Moda - MIMO (São Paulo-SP), Museu Paulista - USP (São Paulo-SP), Museu de Arte de São Paulo - MASP (São Paulo-SP), Museu do Calçado de Franca (Franca-SP), Museu de História Nacional (Rio de Janeiro-RJ), Acervo Digital Zuzu Angel (Rio de Janeiro-RJ), Museu Carmem Miranda (Rio de Janeiro-RJ), Museu Imperial (Petrópolis-RJ), Museu Casa da Hera (Vassouras-RJ), Museu do Bordado (Belo Horizonte-MG), Museu da Moda - MUMO (Belo Horizonte-MG), Museu Mariano Procópio (Juiz de Fora-MG), Museu Décio Mascarenhas (Caetanópolis-MG);
- c) Região Nordeste: Museu do Traje e do Têxtil (Salvador-BA), Museu José de Alencar (Fortaleza-CE), Museu da Indústria do Ceará (Fortaleza-CE);
- d) Região Norte: Museu de Arte Dica Frazão (Santarém-PA), Museu Casa Histórica de Alcântara (Alcântara-MA), Coleção Amazoniana de Arte da Universidade Federal do Pará (PA);
- e) Região Centro-Oeste: até o momento, não foram identificados museus de moda e têxteis.

Acredita-se que muitos museus e coleções de moda e têxteis estejam “invisíveis” no cenário nacional, pois não há meios de obter informações dessa tipologia de acervo por meio do sistema informatizado do Ibram e, também, devido à abrangência desse tipo de patrimônio, tema da seção 2.2.

## 1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Esta tese concentra-se no estudo de museus que estão no ambiente *web*, disponibilizam seu conteúdo de forma *on-line* e apresentam possibilidades de interação entre o usuário e seu conteúdo (acervo, exposições, biblioteca, materiais educativos, etc.), visando à criação de um museu para abrigar o acervo de moda e têxteis da UFRGS.

Os museus estudados são focados em moda, têxtil e artes e foram pesquisados no período de 2014 a 2018, no cenário nacional e internacional<sup>7</sup>. Os museus de artes foram incluídos porque muitos apresentam recursos de interface e interação que se destacam no cenário museológico; além disso, vários possuem coleções de moda e têxteis em seus acervos.

---

<sup>7</sup> A lista dos museus encontra-se no Apêndice A.

No que tange às áreas de conhecimento, delimitam-se as áreas de museologia, ambiente digital e moda e têxtil como patrimônio cultural. O design está contemplado não só pelo vínculo que esta tese tem no âmbito da universidade, estando inserida no Programa de Pós-Graduação em Design, mas também porque as áreas de design de interface, de interação e têxtil apontaram caminhos decisivos e se refletem nos resultados, conforme apresentado no decorrer do estudo. Os aportes teóricos e práticos das áreas mencionadas fornecem subsídios para a criação do referido museu, bem como de seu ambiente digital.

### 1.3 PROBLEMA DE PESQUISA

Como articular os aspectos característicos dos museus de moda e têxteis no desenvolvimento de um ambiente digital para disponibilização *on-line* de conhecimento, visando a contribuir com novas pesquisas interdisciplinares e a incentivá-las?

### 1.4 QUESTÃO DE PESQUISA

A partir da premissa de que a Universidade Federal é um local apropriado para a salvaguarda do patrimônio cultural, como acolher coleções e objetos de moda e têxteis doados e disponibilizar ao público os conhecimentos relacionados?

### 1.5 OBJETIVO GERAL

Desenvolver o Museu Moda e Têxtil vinculado à UFRGS e investigar elementos das áreas de museologia, moda e têxtil e ambientes digitais visando salvaguardar e disponibilizar o patrimônio artístico, técnico e científico em formato de museu digital.

### 1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos do trabalho são:

- a) conhecer o cenário museológico nacional e internacional de moda e têxtil, focado nas instituições que disponibilizam suas coleções de forma *on-line*;

- b) investigar e identificar as potencialidades do design de interface e de interação, visando a elencar elementos para o desenvolvimento do ambiente digital do museu;
- c) desenvolver o ambiente digital para disponibilizar o patrimônio físico digitalizado, o patrimônio digital e demais conteúdos do museu;
- d) constituir e registrar o Museu Moda e Têxtil junto às instituições UFRGS, Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) e Sistema Estadual de Museus (SEM).

## 1.7 JUSTIFICATIVA

Esta tese apresenta o Museu Moda e Têxtil, vinculado à UFRGS, que se enquadra nos moldes do cenário contemporâneo nacional e internacional ao promover a integração de universidade, museu, público e ambiente digital.

Almeida (2001) identificou 129 museus universitários no Brasil, que surgiram, principalmente, de três formas: durante a criação das próprias universidades, com coleções doadas ou a partir de coleções formadas pelas pesquisas universitárias. A pesquisa aqui desenvolvida baseou-se na combinação das duas últimas situações: doação de objetos e pesquisas, pois foi impulsionado pela doação da Coleção de rendas Lucy Niemeyer, composta de 201 objetos. Dessa forma, vale ressaltar que esta pesquisa traz como resultado a disponibilização do primeiro acervo especificamente de rendas *on-line* no país e conta com imagens e informações históricas e técnicas, bem como com publicações relacionadas ao tema.

O museu aqui tratado pressupõe pensar os objetos de moda e têxteis como bens da cultura material e imaterial, entendendo-os como parte da sociedade e de sua relação com o mercado (produtivo e econômico), memória, identidade, gostos, cultura, os quais invocam e trazem à tona questionamentos a partir dos objetos ou de seus registros deixados. Esses questionamentos podem ainda incluir a relação dos objetos com a sociedade, com o meio a que pertenceram e a que pertencem (o próprio museu) e até mesmo investigações formais, técnicas e visuais. Dessa forma, pesquisadores e acadêmicos podem estabelecer relações com diversas áreas do conhecimento, como: antropologia, história, sociologia, moda, design e engenharia,

entre outras. A existência de um museu que promova a interação dessas variáveis com pesquisadores abre um leque de opções para a construção de conhecimento entre objetos, sujeitos e desenvolvimento de produto.

A estratégia de configurá-lo como um ambiente digital, com conteúdo disponibilizado de forma livre e *on-line* oportuniza uma maior abrangência de acesso, podendo proporcionar importante fonte de pesquisa e referências para professores que poderão fazer uso em sala de aula para incentivar e apoiar novas investigações (em níveis de graduação e pós-graduação), quanto para pesquisadores, designers, artistas, artesãos e público em geral. Assim, o ambiente digital foi desenvolvido para atender às demandas específicas do acervo, do conteúdo científico, dos eventos (cursos, palestras, seminários, etc.) e das exposições, sendo construído como meio multidisciplinar, interativo, de fácil navegação e gratuito.

Outro ponto importante é que esta iniciativa coloca a Universidade Federal do Rio Grande do Sul como uma instituição pública federal de ensino pioneira na disponibilização *on-line* de acervo de moda e têxtil no país. Além disso, reforça a discussão da temática do patrimônio cultural no âmbito das instituições de ensino e nela tem impacto positivo, além de promover o envolvimento de professores e alunos nas diversas possibilidades de discussão da temática e difusão do conhecimento.

Ainda no âmbito da UFRGS, os resultados da tese podem contribuir em disciplinas dos cursos de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, Artes Visuais, do Departamento de Artes Visuais do Instituto de Artes e Museologia, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. As contribuições podem estar relacionadas com o fornecimento de referências visuais e técnicas como também na discussão e tratamento prático dos objetos museológicos.

O conteúdo do museu, bem como as atividades que futuramente serão desenvolvidas (eventos, cursos, palestras, exposições, etc.) serão extensivos à comunidade, contribuindo para que o conhecimento avance além do espaço acadêmico.

Somando-se ao que foi exposto, estão o apreço e a motivação pessoal pelo tema, que vêm de longa data. Os objetos de moda e têxtil, a reflexão sobre o meio a que

pertenceram e a que pertencem e o estudo histórico, técnico e visual fazem parte da trajetória pessoal, acadêmica e profissional da autora, tanto na atuação como designer, quanto na área do ensino.

## 1.8 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este item apresenta a metodologia da pesquisa que embasou esta tese, ressaltando-se que os procedimentos metodológicos aqui mencionados são demonstrados e aprofundados no Capítulo 3.

A pesquisa significa descoberta de respostas para perguntas ou de soluções para os problemas levantados mediante o emprego de métodos científicos (PRODANOV; FREITAS, 2013). A pesquisa pode ser classificada do ponto de vista de sua natureza, de seus objetivos, dos procedimentos técnicos e da forma de abordagem do problema. Do ponto de vista de sua natureza, esta tese classifica-se por ser de natureza aplicada, pois procura produzir conhecimentos para aplicação prática, neste caso, a criação do Museu de Moda e Têxtil UFRGS, bem como o desenvolvimento e instalação de seu ambiente digital.

Com relação aos objetivos do estudo, estes têm caráter exploratório e descritivo. A pesquisa exploratória tem como característica um planejamento flexível que possibilita o estudo do tema sob diferentes ângulos e envolve, além da pesquisa bibliográfica, a análise de modelos que estimulem a compreensão. A pesquisa bibliográfica foi a primeira etapa cumprida apoiando-se em livros, artigos científicos, trabalhos acadêmicos e periódicos que tratavam das áreas de museologia, moda e têxteis e ambientes digitais. Na área de museologia, o foco foram os conceitos de museus e gestão de acervos, a qual inclui aspectos de preservação e documentação. Para a redação do regimento interno do museu, o apoio foi dado pelo Museu da UFRGS, bem como em pesquisa em websites de museus que disponibilizavam tal documento, conforme aprofundado no item 5.4. As áreas de moda e têxtil foram estudadas à luz das questões de como a temática é tratada como patrimônio cultural e de como se dá essa relação com a cultura material e imaterial. E, por último, visando o desenvolvimento do ambiente digital, o foco se deu nos conceitos de design de interação, design de interface e nas metodologias

empregadas para a construção de tla ambiente. O Capítulo 2 aprofunda e traz os autores estudados em cada uma das áreas aqui mencionadas.

Tendo também como característica ser uma pesquisa descritiva, que tem como objetivo descrever as características de determinada “população”, neste trabalho foram analisados museus que disponibilizam seus acervos de forma *on-line* e as potencialidades de suas interfaces. Para isso, faz-se necessário a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, como a observação sistemática, nos websites de museus que disponibilizam seu conteúdo (acervo, publicações, conteúdo educativo, exposições virtuais) no ambiente web. Essa atividade encontra-se detalhada no Capítulo 3.3, onde são apresentadas, além do roteiro das informações coletadas, a lista de elementos de interação, navegação e design avaliados em cada um dos museus estudados.

Do ponto de vista de abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa qualitativa por abordar o ambiente como fonte direta dos dados (PRODANOV; FREITAS, 2013). A pesquisa embasou-se no cenário museológico, o que implicou a aproximação deste ambiente, dada pelo trabalho de campo, com o objetivo de obter informações e adquirir conhecimentos, envolvendo visitas técnicas às instituições museológicas e acessos aos *websites* de museus de diversas áreas para coletar dados a fim de desenvolver a interface, conforme descrito no item 3.1.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pesquisa baseia-se no aprofundamento das principais áreas envolvidas: museus, moda e têxtil como bens da cultura material e imaterial e desenvolvimento de ambiente digital, especificamente de *sites*. O estudo dos museus e de questões relacionadas à sua inserção no ambiente digital e a seus conceitos é o ponto de partida. Tais questões foram ancoradas em publicações do *International Council of Museums* (ICOM), do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) e de autores ligados a estas instituições, como Werner Schweibenz e Cary Karp. Outros autores são apresentados para complementar os conceitos e o estudo.

Na sequência, a moda e o têxtil são abordados como patrimônio cultural, tendo como base publicações do ICOM, do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e da *United National Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO). Avança-se para relacioná-los como bens da cultura material e imaterial, trazendo-se conceitos de Jules Prown, Rita Andrade, Teresa Cristina Toledo de Paula e Fausto Viana, entre outros.

As questões ligadas ao ambiente digital e ao desenvolvimento de *sites* são apresentadas com base em conceitos e metodologias de design de interface e de interação. Nathaniel Borenstein e Don Norman são abordados no estudo de design de interface; já Robert Spence, Dan Saffer e Gillian Smith e Philip Tabor são as bases no estudo de design de interação. Para finalizar, são apresentadas as metodologias de desenvolvimento de *sites* de acordo com Carolyn Chandler e Russ Unger e Travis Lowdermilk.

### 2.1 MUSEUS E O AMBIENTE DIGITAL

O interesse aqui se volta para os museus que disponibilizam em seus *sites* os acervos de forma *on-line*. Inicialmente, são apresentados os conceitos de museus segundo duas instituições: International Council of Museums (ICOM) e Instituto Brasileiro de Museus (Ibram). Na sequência, são expostos os pontos de vista de diversos autores que fundamentam e conceituam teoricamente a forma como se

nomeiam os museus inseridos na *web*: Museus Digitais, Museus Virtuais, Museus *On-line*. Posteriormente, refletimos sobre as justificativas da presença dos museus na *web*.

O ICOM é uma organização não governamental internacional presente em 141 países, inclusive no Brasil. Norteia e padroniza normas para criação, administração e organização de acervos de museus e aponta a definição de museu da seguinte forma (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013, p. 64):

O museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, estuda, expõe e transmite o patrimônio material e imaterial da humanidade e do seu meio, com fins de estudo, educação e deleite.

A definição apresentada é a versão aprovada durante assembleia geral que ocorreu em 2007 na Áustria. Desde a sua criação, em 1946, o ICOM vem atualizando esta definição para que corresponda com a realidade do cenário museológico mundial.

Já o Ibram, criado em 2009, é uma autarquia vinculada ao Ministério da Cultura brasileiro que sucedeu o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) nas questões relacionadas aos museus (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2018). Segundo o Ibram e de acordo com o Decreto n. 8.124, de 17 de outubro de 2013, a instituição especifica (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011a):

IX. museu – instituição sem fins lucrativos, de natureza cultural, que conserva, investiga, comunica, interpreta e expõe, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de outra natureza cultural, abertos ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento.

A definição apresentada pelo Ibram contempla o objetivo e a finalidade das instituições, a relevância dos objetos inseridos e o público-alvo. É uma definição abrangente e clara do papel dos museus na sociedade.

No Brasil, os museus são organizados segundo a sua natureza administrativa, que pode ser pública ou privada, ou de acordo com a tipologia de acervos (conforme mencionado no item 1.1). Independentemente de sua natureza ou tipologia, muitos museus estão se adequando diante dos recursos tecnológicos



disponíveis e das necessidades da contemporaneidade, como a rápida interação com o público, e inserindo-se na Internet. Essa inserção contribui para atrair um maior número de visitantes para os espaços físicos e virtuais, ampliar e democratizar o acesso ao patrimônio e disseminar conhecimento. Dodebei e Gouveia (2007) escrevem que já estamos habituados a ver objetos analógicos sendo transformados em imagens digitais.

Para Schweibenz (2004), os museus presentes na *web* intitulam-se como: museu *on-line*, museu eletrônico, *hypermuseum*, museu digital, *cybermuseum* ou museu *web*; essas denominações são dadas conforme o *background* das pessoas que atuam nas instituições. Porém, o autor estrutura os museus encontrados na Internet nas seguintes categorias:

- a) museu folheto (*the brochure museum*): nesta categoria, inserem-se os museus presentes na *web* com *website* de informações básicas sobre a instituição: tipos de coleções do acervo, exposições, contato, localização;
- b) museu de conteúdo (*the content museum*): nesta categoria, incluem-se os *sites* de museus que proporcionam detalhes de suas coleções e estimulam o visitante virtual a explorar as informações sobre o objeto de forma *on-line*. Apesar do estímulo, é um *site* que se volta para os visitantes que já têm conhecimento sobre o objeto, pois o conteúdo não está organizado de forma didática. Assim, é uma categoria de museus na *web* mais procurada – ou útil – pelos que buscam informações específicas sobre o objeto do que pelos leigos;
- c) museu de aprendizagem (*the learning museum*): enquadram-se aqui os *sites* dos museus orientados mais para o visitante do que para o objeto. Os objetos estão disponíveis de forma *on-line*, mas a preocupação está em motivar o visitante virtual a aprender mais sobre o objeto ou assunto por meio de recursos didáticos, que podem ser explorados por *links* com informações adicionais. Apesar de oferecerem recursos *on-line*, os museus desta categoria têm interesse em estabelecer uma relação com os visitantes virtuais para que estes conheçam os objetos físicos;
- d) museu virtual (*the virtual museum*): não só fornece informações sobre as coleções das instituições, mas também faz conexão com as coleções digitais de outras. Aqui, as exposições digitais não possuem equivalentes no ambiente real.

Dentre as categorias, o MMT apresenta características de museu de conteúdo e de aprendizagem. Isto porque há o incentivo para que os objetos sejam explorados de forma *on-line* (característica do museu de conteúdo), mas de forma que os visitantes

com e sem conhecimento sobre os objetos consigam compreender o conteúdo. Está organizado para orientar o visitante a aprofundar ou adquirir conhecimentos pelos *hiperlinks* nas descrições (característica do museu de aprendizagem).

A categorização proposta por Schweibenz (2004) é aplicada em publicações científicas produzidas no Brasil e no exterior, como, por exemplo: Eichler e Del Pino (2007), Carvalho (2008) e Salar et al. (2013).

Se, por um lado, a inserção dos museus na *web* está praticamente consolidada em uma categoria ou outra, visto que basta uma simples busca na Internet para verificarmos a enorme quantidade de museus que surge nos resultados, por outro, há uma preocupação quanto ao conteúdo digital. Nesse sentido, instituições como ICOM e UNESCO estão unidas, visando a dar suporte aos museus para prepararem estratégias de preservação dos registros digitais de eventos, objetos e documentos, também considerando a herança que já nasce digital, como os objetos criados no meio digital sem representantes físicos (fotos digitais, vídeos, áudios, imagens criadas em *softwares* específicos e documentos criados via processadores de texto).

Os assuntos referentes à preservação e documentação do patrimônio digital vinculam-se ao Grupo de Trabalho de Preservação Digital, criado em 2003, do Comitê Internacional para Documentação (Cidoc), ligado ao ICOM. Ressalta-se que as orientações do comitê internacional norteiam também as atividades no Brasil (COMITÊ INTERNACIONAL DE DOCUMENTAÇÃO; CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS, 2014). O Grupo contribui com a criação de normativas e/ou critérios para a preservação adequada das fontes digitais, visto que muitos objetos criados nesse ambiente não possuem equivalente no mundo real.

Museus com acervos digitais assumem nomenclaturas, tais como: museu virtual, museu digital, museu *on-line*. Visando a apresentar os conceitos e a abrangência dos termos, na sequência, são mencionadas publicações ligadas a instituições museológicas e acadêmicas para contribuir na reflexão.

Para Karp (2004), “museu virtual” é o termo usado por organizações que não mantêm museus físicos, mas cujas manifestações digitais são indistinguíveis dos museus físicos, ou seja, são museus legitimados e organizados como se existissem

no mundo real, mas não ocupam espaço físico. A legitimidade do termo “museu virtual” para designação desses museus é frequentemente debatida. Embora tais termos e conceitos permaneçam em discussão, Karp (2004) afirma que conteúdos digitais são participantes significativos no processo de criação de um novo setor cultural. Aponta, ainda, que “Museu Virtual é uma metáfora poderosa que pode ser aplicada para a apresentação de uma atividade criativa como também para um repositório de conhecimento.” (KARP, 2004, p. 5).

Para o Ibram, os museus virtuais são entendidos da seguinte forma (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011a, p. 20):

Entendemos como museu virtual a instituição sem fins lucrativos que conserva, investiga, comunica e interpreta bens culturais que não são de natureza física. Isto significa dizer que todo o acervo do museu virtual é composto por bytes, ou seja, potencializado pela tecnologia. Por conseguinte, sua comunicação com o público é realizada somente em espaços de interação cibernéticos.

Dodebei e Gouveia (2007) reforçam a ideia de que apenas a digitalização de um acervo não transforma “necessariamente um museu em um museu virtual”. Isso também é defendido por Salar et al. (2013) ao enfatizarem que os aplicativos que proporcionam uma navegação virtual para os visitantes não são considerados um museu virtual. Para os autores, para um museu ser virtual, além de ter uma coleção digitalizada disponível *on-line*, ele deve dar uma oportunidade de *tour virtual*, ou seja, oferecer aos visitantes a possibilidade de conhecê-lo sem a necessidade da presença física no ambiente. Para isso, é necessária uma interface que proporcione a “imersão” nos ambientes físicos, os quais foram reproduzidos virtualmente.

Na dissertação de mestrado intitulada *Comunicação Virtual de Museus* (MARIN, 2011), o “museu virtual” é tratado como aquele que se caracteriza pela virtualização do museu físico e que dispõe uma parte de seus conteúdos como forma de facilitar o acesso, estimular os processos de construção do conhecimento e informação experimentados pelo internauta. Marin (2011) usa como exemplo os museus MAC Virtual, MAC USP e TATE Online, reforçando que esses museus não apenas mostram o conteúdo digitalizado, mas se estruturam como museus ativos na construção de conhecimento. Percebe-se que, no termo empregado por Marin (2011), há uma mescla do que é físico (espaço museológico e/ou objetos) com o que

é digital (ou digitalizado). Isso porque, nos museus mencionados, tanto o espaço físico quanto as obras têm correspondentes físicos.

Já o termo “museu digital” foi encontrado em publicações científicas, como *Transposições para o Meio Digital Interativo: design de informação em museus digitais* (BRASIL, 2014) e *Designing a Prototype of Digital Museum to Promote Woven Songket, A Local Product of Sumatera, Indonesia* (BERTALYA et al., 2014). O primeiro artigo trata de uma investigação sobre design de informação em museus digitais. Verifica-se que nessa pesquisa a nomenclatura abrange tanto os museus virtuais quanto os museus físicos presentes no ambiente digital. O segundo artigo trata da criação, na Indonésia, de um museu que não existe fisicamente para “abrigar” imagens de um tipo de tecelagem produzida em Sumatera, considerado uma herança cultural de mais de 200 anos (*songket*). A nomenclatura “museu digital” é justificada pelo seu conteúdo: imagens digitais das estampas, imagens de tecidos, galeria digital com imagens de produtos (peças de roupas) e informações sobre o processo de tecelagem. Neste contexto, o museu proposto encaixa-se no conceito de museu virtual, visto que no artigo estão inseridas simulações do espaço expositivo (que não existe fisicamente). O conteúdo que vai abastecer o site é proveniente de lugares que produzem o *songket*, ou seja, existe materialidade no objeto museológico, mas não há referências se o museu vai guardar o patrimônio, ficando subentendido que não.

Silvia Rala (2010), da Universidade de Lisboa, propõe o conceito de “museu digital” como uma base de dados *on-line*, ou seja, um catálogo *on-line* dos bens patrimoniais físicos, os quais foram digitalizados.

Conclui-se, com as publicações citadas, que não há um consenso quanto à definição para aplicação das nomenclaturas “museu virtual” e “museu digital”. Quanto ao termo “museu *on-line*”, apesar de estar presente em publicações, não foi identificado um conceito que sustentasse tal nomenclatura. Rala (2010) aponta que “Museu *On-line*, todos são, uma vez que usam o meio digital para suas ações”, definição que é propagada por Brasil (2014).

O termo “museu *on-line*” também é empregado como sinônimo e complementaridade de “museu digital”. O artigo *A moda e o museu: uma experiência no espaço digital*

(MERLO, RAHME, 2015) apresenta o perfil, a atuação e os objetivos do MIMo- Museu da Indumentária e da Moda, e a expressão “museu digital” surge para identificar o meio em que o museu opera e a sua natureza. O termo “museu *on-line*” aparece como uma característica que libera o museu da obrigatoriedade de manter espaço e objetos físicos, pois trabalha com a reprodução do original.

Arantes (2015) faz uso da expressão “museu digital” para tratar das relações dos museus com as novas tecnologias e mídias, mas não somente isto, apontando também uma forma de pensar o museu em “pontos que dizem respeito ao acesso, à difusão, à preservação, ao processo de criação, bem como aos processos de legitimação e narrativa institucionais” (ARANTES, 2015, p. 140). A autora ressalta que objetos digitalizados jamais substituirão a materialidade dos originais. Observar obras de arte ou objetos museológicos físicos por um *website* ou por uma visita física ao museu são experiências diferentes e cumprem o papel de necessidades também diferentes, tanto do visitante quanto da instituição que proporciona a experiência (a seção 2.2.1 aprofunda esta discussão).

Como se pode perceber, algumas ideias sobre os conceitos são consenso ou andam próximas no que diz respeito aos museus no ambiente digital. Sendo assim, a proposta desta pesquisa é embasar-se nos autores apresentados e posicionar o MMT como um museu digital. Isto porque há no acervo objetos que nasceram originalmente no meio digital (fotografias, vídeos e textos) e objetos físicos que foram digitalizados. O Museu Moda e Têxtil, bem como seu acervo, são apresentados de forma detalhada no Capítulo 5, como um dos resultados desta tese.

### **2.1.1 O que justifica a presença de museus em ambientes digitais?**

Constatando-se que os museus estão presentes na *web*, vale também a reflexão sobre o interesse dos museus em se fazerem presentes neste tipo de ambiente, bem como sobre sua disponibilização de acervos.

Pádula (2007) comenta que os museus criaram suas “versões” na Internet inicialmente porque suas coleções não estavam permanentemente expostas, devido à falta de espaços. Porém, logo se percebeu que o museu presente no ambiente

digital possibilitaria muito mais: acessibilidade por parte de qualquer pessoa e em qualquer lugar do mundo, além de permitir novas formas de aquisição de conhecimento.

Somado a isso, há o interesse pela preservação do material físico. Mesmo que nenhuma representação substitua a materialidade do objeto, tê-lo disponibilizado no ambiente digital minimiza o contato, sendo extremamente benéfico para objetos frágeis.

Lepouras et al. (2001) reforça e aponta razões que justificam a presença de museus e seus acervos em ambientes virtuais:

- a) falta de espaço físico: devido ao espaço limitado ou à fragilidade de alguns objetos museológicos, algumas exposições são fracionadas, e, no ambiente virtual, o espaço é praticamente ilimitado;
- b) viabilização de exposições virtuais: estas podem ser interativamente observadas a partir de diferentes pontos de vista, além da possibilidade de os objetos serem “manipulados”;
- c) possibilidade de simulação de grandes obras (prédios, ambientes e até mesmo objetos): poderão ser ofertadas ao público simulações de obras que não existem mais na atualidade, que não podem ser expostas ou ainda não permitem a visita em seu interior (por questões de segurança ou fragilidade);
- d) ampliação, para o público, do acesso a exposições de maneira geral. Além disso, conforme Pádula (2007), as exposições físicas têm tempo definido de duração, enquanto que no ambiente virtual podem ser infinitas;
- e) acessibilidade: devido ao grande tamanho de alguns museus, percorrer toda a sua extensão pode ser um problema para pessoas com deficiências motoras; dessa forma, ter exposições no ambiente digital auxilia significativamente essas pessoas, visto que elas podem escolher o que pretendem visitar pessoalmente e o que poderá ser visitado virtualmente.

Essas justificativas são mais do que suficientes para que museus ofereçam ao público possibilidades que vão além da visita física.

Reforça-se que o ambiente digital de um museu não tem a pretensão de substituir a visita física. A iniciativa de criação daquele segundo ambiente é uma forma de contribuir para a disseminação do conhecimento, de instigar a curiosidade para visitas físicas, de promover iniciativas educativas (eventos e cursos) e pesquisa

científica, artística e cultural. Além disso, o *website* de um museu proporciona uma forma de comunicação diferenciada daquela existente no museu físico, pois possibilita a prestação de novos tipos de serviços e a ampliação dos existentes (PÁDULA, 2007).

Complementa-se que é uma tarefa complexa projetar tal ambiente, visto que o público é composto por diferentes níveis de pesquisadores (alunos e professores) e pelo público em geral. O público, dependendo de seus objetivos ao visitar o *website*, vai demandar diferentes tarefas, e tais demandas foram levadas em consideração ao desenvolver-se o ambiente digital do MMT, conforme apresentado no Capítulo 3.

Os museus são instituições com grande potencial de estimular iniciativas que, aliando-se às possibilidades tecnológicas, podem apresentar seu conteúdo de forma rápida, fidedigna, clara e organizada.

### **2.1.2 Museus e educação**

Neste subcapítulo, são tratadas questões que reforçam e ilustram o diálogo dos museus e objetos museológicos com a educação. De acordo com a definição do Ibram, algumas das finalidades do museu são as de “estudo, pesquisa e educação”. O poder de um museu, neste contexto, é definido por Ulpiano Bezerra de Meneses (2011, p. 16) da seguinte maneira:

O museu nas suas diversas modalidades e em escala diferenciada é uma plataforma capaz de articular solidariamente funções científico-documentais, culturais e educacionais. Isso significa que informação, conhecimento, fruição estética, sonho, devaneio, formação da sensibilidade e do espírito crítico, ‘alfabetização’ sensorial, referências de memória e identidade etc.etc.etc. podem desenvolver-se alimentando-se mutuamente. Essa solidariedade é um privilégio do museu, que em outras instituições pode existir de maneira muito mais frágil ou descontínua.

O autor trata o museu como um ambiente completo e complexo; sua complexidade reside no fato de que as diversas possibilidades de interação muitas vezes precisam de estímulos. Ramos (2004) aponta que a visita ao museu deve começar na sala de aula, com atividades lúdicas que utilizem materiais do cotidiano. De acordo com o autor, se aprendemos a ler palavras, é preciso exercitar o ato de ler objetos, de observar a história que há na materialidade das coisas. Qualquer objeto pode ser

tratado como fonte de reflexão e estimular diálogos interdisciplinares; porém, estudar os objetos museológicos não envolve apenas “visitar o passado”, mas estimular estudos sobre o tempo passado, relacionando-se com o que é vivido no presente (RAMOS, 2004). Isso torna importante o despertar dos professores para o potencial educativo de tais objetos, contribuindo para que o aluno descubra que os museus são fontes de saberes.

Matos (2014) aponta que os museus estão sendo subempregados em sua atividade educativa. Um dos fatores apontados pela autora é a deficiência na formação de professores capacitados para lidarem com o saber contido nos museus. Outro fator é o uso do museu apenas para constatar algo previamente dado em sala de aula, em vez de o museu ser usado como “parceiro” da escola na construção do conhecimento.

Para ilustrar as possibilidades de integração entre os temas, dois estudos são apresentados, um feito na Finlândia e outro no Brasil.

No estudo sobre aprendizagem “a partir de” e “com” objetos de museus, Vartiainen e Enkenberg (2013) fizeram um experimento com três grupos: estudantes primários, estudantes universitários de área técnica e estudantes de educação (equivalente à licenciatura) no Finnish Forest Museum (Finlândia). A pesquisa, baseada em projeto (*design-based research*), visava a promover uma melhora na utilização de objetos museológicos e ferramentas de informação com a aprendizagem por meio do desenvolvimento de um novo tipo de ambiente virtual. Na prática, o desenho da pesquisa inicia-se em sala de aula, onde os estudantes, juntamente com seus professores, preparam um projeto, formulando suas próprias questões e desafios para serem “resolvidos” no museu. O experimento proposto tem início com a construção de um ambiente de aprendizagem virtual, levando em consideração os níveis dos alunos e seus interesses, para posteriormente escolherem o objeto museológico a ser estudado. O que nos interessa no estudo das autoras não é a criação propriamente dita do ambiente que os alunos construíram, mas a importância dada ao objeto museológico. As autoras afirmam que os objetos museológicos, pelo seu alto valor cultural, são potenciais mediadores da aprendizagem, pois podem funcionar como gatilhos para a mente, oferecendo oportunidades de observações de diferentes perspectivas e permitindo que se façam



conexões entre áreas de conhecimento, as ideias do interessado e o objeto em si ou sua história.

As tecnologias e a Internet podem ser grandes aliadas, contribuindo com uma nova forma de mediação. Com os meios tecnológicos disponíveis, surgem as possibilidades de aprendizagem mediante representações dos objetos museológicos físicos, representações estas que podem ser imagens digitalizadas, os conteúdos propriamente digitais e/ou as digitalizações em 3D.

Todos os objetos museológicos podem ser estudados a partir de várias perspectivas (histórica, estética, antropológica, etc.), e incluem-se aqui as possibilidades de uso de ferramentas que mediam uma relação entre objetos e estudos; como resultado, pode haver aumento no interesse pelos museus e pela cultura material e imaterial. Pessoas, objetos e ferramentas constituem um sistema de interação em que os pesquisadores (alunos) combinam seus interesses pessoais e conhecimento prévio para conceber os seus próprios objetivos de aprendizagem nas visitas aos museus (VARTIAINEN, ENKENBERG, 2013).

No Brasil, o estudo de Sales et al. (2014) articula o conhecimento das áreas de Educação, Arte e Tecnologia, focando o museu virtual como espaço de educação estética, entendida aqui como uma educação que privilegia os aspectos emocionais no contato com a arte. Para os autores, o uso do espaço virtual para disponibilizar o patrimônio artístico e cultural amplia-se a cada dia, e, para isto, tornam-se necessárias discussões sobre a influência dessa mediação. Para buscar uma resposta a seus questionamentos, os autores fizeram uma pesquisa-ação com alunos de licenciatura em Artes do Instituto Federal do Ceará em 20 museus virtuais brasileiros durante o curso “Processos de Educação Estética em museus virtuais de Artes Visuais e suas aplicações no ensino de Arte” (criado em decorrência do estudo). De maneira geral, tanto os alunos quanto os autores concluíram ser possível a educação estética nos museus virtuais de arte brasileiros. Salienta-se que, nos museus estudados no artigo, muitos museus que se intitulam virtuais, na verdade, têm o acervo digitalizado e disponibilizado de forma *on-line*. O fato de o acervo estar disponível contribui para que as barreiras do tempo e distância sejam superadas. De acordo com o artigo, alguns museus superam outros em certos quesitos, como: design e *layout*, possibilidades de interatividade, navegação,

qualidade das imagens, textos e áudios; estando estes quesitos bem resolvidos e bem apresentados, contribuem para o interesse, a permanência e o retorno do usuário ao *site* do museu.

Existem outros estudos focados em diferentes tipologias de museus (inclusive, os virtuais ou com acervos *on-line*) e metodologias ao redor do mundo, como: *The Virtual History Museum: Learning U.S. History in Diverse Eight Grade Classrooms* (OKOLO et al., 2011), que estudou a interação de alunos com o Virtual History Museum (EUA); e *Museum learning via social and mobile technologies: (How) can online interactions enhance the visitor experience?* (CHARITONOS et al., 2012), que estudou a interação de alunos com o Museum of London (Inglaterra). Em ambos os estudos, os resultados apontam impactos positivos e ganhos de conhecimento, independentemente de idade e escolaridade, constituindo uma perspectiva promissora unir objetos museológicos com as práticas educacionais. Essas práticas podem ir além da sala de aula, pois, como aponta Andrade (2015), as universidades podem contribuir, e muito, para a integração e o desenvolvimento das áreas, seja com formação de grupos de pesquisa, orientação de projetos de pesquisa ou promoção de eventos científicos.

## 2.2 MODA E TÊXTIL COMO PATRIMÔNIO CULTURAL

Este item, inicialmente, apresenta o conceito de patrimônio cultural e de bens da cultura material e imaterial, para posteriormente tratar da moda e do têxtil. Visando à compreensão de áreas tão abrangentes, propõem-se subdivisões. Primeiramente, conceitua-se patrimônio cultural e faz-se sua conexão com a cultura material e imaterial; em seguida, apresenta-se a moda como área, apontando sua posição como patrimônio cultural.

### 2.2.1 Patrimônio Cultural

O patrimônio cultural apresenta um aspecto relevante no que “diz respeito ao seu papel mediador entre objetos e as distintas dimensões de tempo” (GONÇALVES, 2007, p. 122), associando objetos, entendidos como “bens culturais”, ao passado e à história. Elevar objetos e monumentos ao *status* de patrimônio cultural significa

atribuir-lhes uma função e “representação” que estruturam a memória e identidade das pessoas e da sociedade.

A UNESCO é um importante agente mundial na elaboração e promoção de instrumentos normativos, bem como na salvaguarda de diversos aspectos da cultura. No que tange ao patrimônio cultural, a organização contribui com “a conservação, o progresso e a difusão do saber, velando pela conservação e proteção do patrimônio universal de livros, obras de arte e monumentos de interesse histórico e científico” (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA, 2003). Nesse sentido, a UNESCO apresenta a seguinte definição de patrimônio cultural:

Patrimônio se define como nossa herança do passado, nossos bens atuais e o que deixamos para gerações futuras. O Patrimônio é, ou deveria ser, algo que se transmite de geração para geração, porque se valoriza.

A noção de patrimônio cultural é conhecida: se trata de lugares e objetos tangíveis e intangíveis que possuem valor cultural, histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico para determinados grupos ou indivíduos.

Pela definição da UNESCO, o patrimônio cultural de lugares e objetos pode ser um somatório e/ou abarcar alguns dos valores mencionados, sendo esses valores atribuídos por instituições ou comunidades. No âmbito deste trabalho, os objetos salvaguardados pelo MMT (descritos no Capítulo 6) possuem valores culturais por terem significado na vida de pessoas e da sociedade e por servirem de suporte também para valores estéticos, históricos, etnológicos e antropológicos.

No Brasil, é o IPHAN que zela e efetiva a gestão pelas questões que abrange o patrimônio cultural brasileiro. A instituição conceitua patrimônio cultural como os “[...] bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira [...]” (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2014a).

O patrimônio cultural, acompanhando as evoluções do cenário internacional e nacional, bem como as tecnologias que medeiam a interação entre homem e objetos, também veio a inserir-se no meio digital, com objetos convertidos ou criados

para este meio. Na concepção da UNESCO (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA 2003):

Patrimônio digital consiste em recursos únicos que são frutos do saber e da expressão dos seres humanos. Compreendem recursos de caráter cultural, educativo, científico e administrativo, informação técnica, jurídica, médica e de outras classes, que são geradas diretamente em formato digital ou se convertem a este, a partir de material analógico já existente. Os produtos “de origem digital” não existem em outro formato que o eletrônico. Os objetos digitais podem ser textos, bases de dados, imagens fixas ou em movimento, gravações sonoras, material gráfico, programas de informática ou páginas da Web, entre muitos outros formatos possíveis dentro de um vasto repertório de diversidade crescente. Muitas vezes são efêmeros e sua conservação requer um trabalho específico nos processos de produção, manutenção e gestão.

Diante do exposto, o patrimônio digital do MMT está focado no acervo, o qual compreende a digitalização dos objetos físicos e os objetos de origem digital (fotos e vídeos). Além disso, o patrimônio digital abrange também o conteúdo educativo e expositivo do ambiente digital do museu. O ambiente digital do MMT e seus conteúdos são descritos no Capítulo 6.

Complementa-se que a UNESCO, em sua *Carta pela Preservação do Patrimônio Digital* (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA 2003), chama atenção para o perigo de perda deste tipo de patrimônio. Isso se deve principalmente à obsolescência dos equipamentos e programas de informática e à falta de legislação que ampare o processo de preservação do patrimônio digital. A Carta da UNESCO orienta as atividades de salvaguarda do patrimônio no Brasil, tendo impacto direto sobre elas e refletindo-se em documentos emitidos por instituições nacionais. Um dos exemplos é a *Carta para Preservação do Patrimônio Arquivístico Digital*, de 2005, elaborada pelo Conselho Nacional de Arquivos-CONARQ, cujas diretrizes se encontram na Resolução 43 de 14 de setembro de 2015, que altera e atualiza resoluções anteriores. Essas diretrizes são adotadas em portais nacionais, como o Brasileira Fotográfica,<sup>8</sup> que é uma iniciativa da Biblioteca Nacional e do Instituto Moreira Salles, com o objetivo de dar visibilidade ao patrimônio digital nacional.

---

<sup>8</sup> O site e o acervo digital podem ser acessados em [www.brasilianafotografica.bn.br](http://www.brasilianafotografica.bn.br).

O patrimônio cultural, independentemente de estar ou não no ambiente digital, é constituído de bens culturais, os quais podem ser estudados a partir do enfoque na cultura material e imaterial, tratada na sequência.

### **2.2.2 Cultura material e imaterial**

Neste capítulo, apresentamos os conceitos de bens culturais e de cultura material e imaterial, fundamentando-nos em autores como Jules Prown (1982, 1994), Igor Kopytoff (1986), Ulpiano Bezerra de Meneses (1998) e José Reginaldo Gonçalves (2007), e em considerações do IPHAN e da UNESCO. Os conceitos aqui apresentados contribuirão para o entendimento da moda e dos têxteis como bens culturais (item 2.2.2).

O estudo da temática da cultura material tornou-se assunto de tal relevância que pode ser exemplificado pela criação do periódico *Journal of Material Culture*, com versão impressa e *on-line*, criado na Inglaterra e vinculado à University College London.

De acordo com Kopytoff (1986), a cultura assegura que algumas coisas permaneçam inequivocamente singulares, resistindo à mercantilização (*commoditization*) e, às vezes, ressingularizando o que foi mercantilizado (*commoditized*). Para inserirem-se como culturais, não basta que os objetos sejam apenas produzidos como “coisas”; é necessário compreender e obter informações de como o objeto foi construído e dotado de significações específicas em um contexto. As “coisas” englobam a parte material no contexto de estudo da cultura material, sendo chamadas de artefatos – objetos feitos ou modificados pelo homem (MENESES, 1998; PROWN, 1982), podendo-se citar como exemplo as rendas do acervo do MMT.

Cabe notar que não está englobado no escopo da área o estudo das “coisas” naturais, como árvores, pedras, fósseis, etc. Porém, se o homem fez uso desses materiais para construir um artefato, eles se inserem no estudo da cultura material.

Conforme Prown (1982, p. 1), cultura material é o “[...] estudo através de artefatos sobre as crenças – valores, ideias, atitudes e premissas – de uma comunidade

particular em um determinado momento.”. O autor diz que a cultura material, como estudo, se baseia na condição de existência de inteligência humana que produziu o objeto. Há aqui uma questão de sentido, ou seja, o objeto precisa de uma relação de significado e integração com pessoas ou grupos.

Eastop (2007) complementa essa ideia, apontando que a cultura material trata do porquê de as coisas terem importância, e estabelece uma relação entre a palavra “material” e sua constituição, a “matéria”. A autora observa que “matéria”, em inglês, “*matter*”, tem duas conotações. A primeira relaciona-se com a materialidade dos objetos, e a segunda, com o verbo “*to matter*”, que tem relação com a importância e o significado das coisas. As duas conotações mencionadas, quando integradas com os aspectos simbólicos, são estudadas pela cultura material. Tomamos como exemplo um item de vestuário, aqui entendido como artefato que pode abarcar possibilidades de estudos que englobam a moda (mesmo que de uma época passada), seu processo construtivo e materiais (tecido e aviamentos). O estudo deste artefato requer que o pesquisador tenha conhecimento sobre todo esse universo que cerca o artefato.

Para Gonçalves (2007), muitos objetos que fazem parte de nosso cotidiano, sendo próximos e familiares, passam despercebidos no que diz respeito à sua relevância social e simbólica, assim como às questões subjetivas que os ligam a cada um de nós. Não é exagero afirmar que, para entender as formas de vida social e cultural, se faz necessário considerar os artefatos.

Tais artefatos, por fazerem parte das atividades e relações habituais de uso pessoal ou social, tornam-se portadores de memórias e significados que enriquecem narrativas e estudos. Porém, diante de uma imensa quantidade de objetos, houve a necessidade de classificação, e, segundo Prown (1982), a melhor maneira é pela função que exercem. Evitou-se, assim, uma organização segundo sua matéria-prima ou forma de produção, devido às múltiplas opções existentes. A classificação proposta por Prown (1982) baseia-se no uso dos artefatos, das funções decorativas/estéticas às mais utilitárias:

- a) Arte (exemplos: pinturas, desenhos, esculturas e fotografia);
- b) Distrações (exemplos: livros, brinquedos, entretenimento e alimentação);
- c) Ornamento (exemplos: joias, roupas, tatuagens e quaisquer alterações ligadas ao corpo);
- d) Modificações na paisagem (exemplos: arquitetura, agricultura, planejamento das cidades);
- e) Artes aplicadas (objetos utilitários, por exemplo, mobiliários e objetos utilitários);
- f) Dispositivos (exemplos: máquinas, veículos, instrumentos científicos).

Visando ao estudo da cultura material, Prown (1982, 1994) propõe uma metodologia. Segundo o autor, disciplinas como História da Arte e Arqueologia desenvolveram metodologias para o estudo dos artefatos, sendo consideradas como as mais próximas do estudo da cultura material, porém, essas disciplinas não respondem a todas as demandas. Já as questões ligadas a crenças e comportamentos são de interesse de áreas de Ciências Humanas e Sociais. Para unir os estudos, o autor propõe uma metodologia própria, pois defende que as metodologias ligadas às áreas acima citadas não trazem evidências satisfatórias sobre o estudo dos artefatos em uma cultura.

Na metodologia de Prown (1982, 1994), são propostos três estágios para o estudo do objeto: 1) a descrição; 2) a dedução: interpretação da interação entre o objeto e o observador; 3) reflexão/especulação: concepção de hipóteses e questões que levam o objeto às evidências externas para testes e resoluções. Nessa metodologia, verifica-se que não só o objeto em si é estudado, como também as relações do objeto com o meio em que se encontra ou a que pertenceu. Nesse sentido, a cultura material é tratada como uma disciplina independente, que estuda os aspectos das relações entre o material e o social e seu contexto de uso (GONÇALVES, 2007; LIMA, 2011).

Reforçando ainda mais o entendimento, Meneses (1998) aponta que os artefatos possuem atributos intrínsecos que se referem à sua constituição físico-química: forma, peso, cor, textura, etc. Estes atributos contribuem para o entendimento de muitas questões ligadas ao contexto onde o artefato produzido, ao seu processo de produção e ao saber-fazer. Além disso, os aspectos simbólicos e cognitivos estão

inseridos nos estudos que compõem a cultura material, e a relação com a materialidade passa pelas percepções e sensações. Essas percepções e sensações conformam a maneira de como as pessoas sentem o mundo (LIMA, 2011), sendo o estudo da cultura material um conjunto tramado entre estudo de propriedades físicas e a interação humana (tanto na concepção quanto no uso do objeto).

Ainda mais recente que o estudo da cultura material é o estudo da cultura imaterial. Apesar de a Constituição de 1988 ter ampliado o entendimento de patrimônio cultural e ter reconhecido a existência dos bens imateriais, é somente a partir dos anos 2000 que o IPHAN criou o Decreto no. 3.551, de 4 de agosto de 2000, que atende a determinações legais e cria instrumentos visando à proteção destes bens (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2014b).

A cultura imaterial está relacionada ao conhecimento que não foi ensinado por livros ou registros formais e que se transmite oralmente, de geração para geração. O IPHAN, em seu *site*, aponta que os bens culturais de natureza imaterial dizem respeito a práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais coletivas). Segundo a mesma instituição, entre os bens imateriais brasileiros, estão a festa do Círio de Nossa Senhora de Nazaré, a Feira de Caruaru, o frevo, a capoeira, o modo artesanal de fazer queijo de minas, as matrizes do samba no Rio de Janeiro e o modo de fazer renda irlandesa de Divina Pastora (SE).

Para a UNESCO, este patrimônio é particularmente vulnerável, uma vez que está em constante mutação e é multiplicado por seus portadores. Por isso, em 2003, foi adotada a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, um documento que uniu estudos técnicos e discussões internacionais com especialistas, juristas e membros de governos. Salientam (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA, 2016):

Além das gravações, registros e arquivos, a UNESCO considera que uma das formas mais eficazes de preservar o patrimônio imaterial é garantir que os portadores desse patrimônio possam continuar produzindo-o e transmitindo-o. Assim, a Organização estimula os países a criarem um sistema permanente de identificação de pessoas (artistas, artesãos etc.) que encarnam, no grau máximo, as habilidades e técnicas necessárias para



a manifestação de certos aspectos da vida cultural de um povo e a manutenção de seu patrimônio cultural material.

No amplo espectro de alcance dos objetos vinculados à cultura material e imaterial, o que nos interessa aqui está ligado à moda e aos têxteis, tratados na sequência.

### **2.2.3 Moda e têxteis como cultura material e imaterial**

Aqui, abordamos a moda e os têxteis no contexto de bens da cultura material, apresentando conceitos e pontos de vista de autores como Fausto Viana (2016), Kirsten Toftegaard (2014), Teresa Cristina Toledo de Paula (2006), Rita Andrade (2006) e Gilles Lipovetski (1989), entre outros que contribuirão para o entendimento da temática.

A moda, em seu complexo e dinâmico universo, está repleta de signos, história, contradições, considerações e discussões e, com todo este arsenal de potencialidades, conforme aponta Lipovetski (1989), é também motivo de celebração nos museus. Segundo o autor, se reconhece a moda como sistema a partir do final da Idade Média, e até o século XIX foi o vestuário que traduziu o processo de moda. A partir de meados do século XX, surge uma nova configuração, apoiada em três faces: a face burocrático-estética, arranjada por criadores profissionais; a face industrial de coleções sazonais e desfiles; e a face democrática e individualista (LIPOVETSKI, 1989). Ou seja, inserem-se no sistema novos sujeitos, que contribuem para as inúmeras possibilidades de estudo do campo. Não se pretende aqui aprofundar tais questões vinculadas ao sistema de moda, pois se trata de um tema abrangente, mas sinalizamos que estamos diante de um sistema com um longo percurso de importância histórica e social.

Toftegaard (2014) comenta que, até o final do século XIX, o vestuário estava no museu muito mais pela importância do tecido com o qual era confeccionado, por representar técnicas de produção, pelas “belas” padronagens ou simplesmente porque continha materiais preciosos. Isso passou por uma ressignificação no decorrer do século XX,<sup>9</sup> e a moda começou a destacar-se nos museus.

---

<sup>9</sup> Conforme descrito na Contextualização desta Tese.

A autora enfatiza a importância de balancear as coleções de têxteis, roupas e moda nos museus e considerá-las como complementos umas das outras. Por “têxteis”, entendemos genericamente qualquer material tecido com fibras ou fios de materiais naturais (algodão, seda, linho, etc.) ou sintéticos (poliéster, poliamida, acrílico, etc.). “Roupas” constituiriam uma realidade individual, por meio da qual os indivíduos atualizam em si a instituição geral da indumentária. As duas realidades formariam um todo genérico denominado “vestuário” (BARTHES, 1981 apud HELLMANN, 2009, p. 11). Conforme mencionado na introdução, a moda desdobra-se em componentes materiais e imateriais. Importante salientar que a imaterialidade referida no contexto moda não está vinculada à “cultura imaterial”, mas sim à maneira de uso, ao estilo, às tendências e à identidade. Já os objetos materiais referem-se aos artefatos que envolvem o vestir: roupas e acessórios (chapéus, bengalas, bolsas).

Outro entendimento aqui considerado é o de Viana (2016), que aponta: “aquilo que cobre o corpo humano, nos seus mais diversos formatos, é um traje, uma roupa, indumentária ou vestimenta” (VIANA, 2016, p. 41). A partir do momento que tais objetos se inserem no contexto museológico, o autor considera que a clareza das nomenclaturas deve constar na proposta museológica da instituição, sendo ideal seguir categorização proposta pelo ICOM, em que são empregadas três grandes categorias para classificação dos trajes, estruturadas como: traje militar; traje eclesiástico; e traje civil. Este se subdivide em: traje social, traje de cena, traje regional, traje profissional, traje interior, traje dos folguedos, traje fúnebre, traje esportivo, traje associacionista e traje etnográfico. Viana (2016) sugere que, se o museu for focado em moda, terá inserções de trajes civis, e, dentro disso, as escolhas serão feitas para atender à proposta do museu.

Diante do exposto, torna-se oportuno salientar que, no que tange aos objetos, o MMT intenciona abranger coleções de moda e têxteis, bem como objetos que, de alguma forma, se vinculem a elas. As formas de organização e categorização do acervo do museu, bem como a caracterização dos objetos que já fazem parte do acervo do MMT, são apresentadas no Capítulo 5.

Para serem considerados como bens da cultura material ou imaterial, os objetos são analisados pelo valor cultural que carregam, o que, na maioria das vezes, é

influenciado mais pelo seu “contexto histórico, social e político que por sua beleza intrínseca ou valor financeiro” (BROOKS et al., 1994, p. 239). Em outros casos, é o valor estético e tecnológico que estimula o estudo do vestuário e têxteis como cultura material ou imaterial, pois esses oferecem um universo rico e complexo de informações que perpassam os processos de produção (inclusive a matéria-prima), seu contexto de uso e comportamento.

Nesse sentido, têxteis, roupas e a moda, por razões de importância histórica, técnica ou cultural, podem ser considerados cultura material. Prown (1982) afirma que o vestuário tem a vantagem de tocar em uma ampla gama de funções cotidianas, tendo estes objetos grande potência como evidência cultural e grandes possibilidades de estudos. Por meio do vestuário, as pessoas expressam-se silenciosamente (ou não), e muitas vezes é mais fácil expressar-se mediante o vestuário do que verbalmente – e aí estão a força da materialidade e a potencialidade de seu estudo.

Prown (1982) refere-se ao vestuário, mas desdobramos e vinculamos o entendimento também aos têxteis. Isso porque, no estudo de uma roupa, não é possível desconsiderar o material com o qual foi produzida (o tecido e seus aviamentos). Muito se perde ao não se aprofundar o estudo dos têxteis que compõem uma roupa, pois há a dimensão de seu processo de fabricação, dos materiais empregados e do ponto de vista estético. Além disso, também podemos considerar que houve a preocupação com a moda do período, o que pode ter influência em sua “existência”. É assim que vemos a relevância do acervo do MMT, principalmente na coleção de rendas (ver 6.2.1), que representam uma tipologia de tecido que está presente no dia a dia e que em diferentes momentos está “mais” ou “menos” presente na moda do período.

O estudo dos objetos de moda e/ou têxteis, sob o foco da cultura material, demanda observação física visando à sua exploração, bem como a investigações, questionamentos e discussões. Andrade (2006) afirma que, apesar da dificuldade de acesso ao material físico, ao estudarmos as roupas como documentos históricos, ou seja, como registro de informação, podemos não só estudar os acervos e coleções de museus, como também iniciar a cultura de conservação de nossa memória e história por meio das roupas e tecidos.

Já os aspectos vinculados à cultura imaterial podem ser ilustrados pelos processos de bordar ou tecer artesanalmente em determinadas comunidades. Outro exemplo é a maneira como determinada comunidade tingue roupas e tecidos e assim imprime códigos culturais. Esse “saber-fazer” insere-se no conceito de cultura imaterial, conforme definido no capítulo anterior.

De acordo com Paula (2006), o estudo de tecidos e da indumentária “passou a integrar os estudos de cultura material após o lançamento, em 1874, de *Notes and Queries* pelo *Royal Anthropological Institute* da Inglaterra” (TAYLOR, 2002 apud PAULA, 2006, p. 256).

Andrade e Paula (2009) comentam que, apesar dos avanços no cenário internacional das últimas duas décadas, a conservação de bens culturais ainda é uma atividade nova no Brasil e, quando o objeto de estudo e pesquisa é o tecido (sua preservação em suas inúmeras possibilidades), é ainda menos frequente. Segundo as autoras, a atividade foi trazida para o Brasil há mais de 30 anos, e, nos últimos anos, o Museu Paulista da Universidade de São Paulo tem sido o principal incentivador na divulgação, formação e estruturação dessa especialidade no país. E complementam (ANDRADE; PAULA, 2009, p. 5):

A incipiente formação de coleções de indumentária no Brasil dificulta o acesso a esse tipo de fonte. Ainda que a presença de objetos têxteis em museus no país não seja recente, é na década de 1980 que eles circularão por meio das atividades de pesquisa e conservação. O surgimento de cursos introdutórios em conservação têxtil, a publicidade em torno de exposições e programas de estágio deram visibilidade aos tecidos, às roupas e a outros objetos têxteis dentro dos museus. O que antes parecia ser um sem-número de coisas de tecido esparsas em algumas coleções de museus brasileiros, passou a ganhar algum sentido quando o interesse por objetos do cotidiano chegou a museus nacionais.

As lacunas de museus nacionais no conhecimento sobre tecidos e, também, no contexto de moda muitas vezes ficam explícitas em exposições ou na disponibilização de objetos desta natureza nos acervos digitalizados nos *sites* de alguns museus. Por exemplo, no Museu Imperial do RJ, no Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP) e no Museu Histórico Nacional do Rio de Janeiro, a descrição dos objetos é feita de maneira muito superficial quando comparada à de acervos digitalizados de museus internacionais, como o Powerhouse Museum ou o Victoria and Albert Museum. Sabe-se que a comparação

é feita em duas realidades muito diferentes, mas observá-la foi de fundamental importância para o desenvolvimento deste trabalho.

Paula (2006) aponta que, no Brasil, muito pouco se sabe sobre as coleções de tecidos em museus e que muitas pesquisas devem ser feitas para se alcançar o ideal. A autora menciona a iniciativa do Chile, que intensificou a troca de saberes sobre a temática da moda e dos têxteis com a criação de um comitê nacional. O comitê, chamado de Comité Nacional de Conservación Textil, foi criado em 1987, e, em seu *site*, é possível acessar publicações e *sites* de museus têxteis chilenos. Destaque para o informativo divulgado pelo comitê chileno sobre seu patrimônio têxtil, com todas as informações sobre o projeto de mapeamento e divulgação de acervos, dados sobre os sistemas de catalogação e um panorama da configuração dos museus e seus acervos (COMITÉ NACIONAL DE CONSERVACIÓN TEXTIL, 2002b).

Outro projeto interessante a ser citado é o *Deliberately Concealed Garments Project*. Trata-se de um projeto, da Inglaterra, que estuda uma prática que remonta à Idade Média, de vestuário e objetos relacionados ao vestuário (chapéus, sapatos, etc.) que foram deliberadamente escondidos ou enterrados dentro da estrutura de construções. O projeto foi criado em 1998 (e está em andamento) por Dinah Eastop, no *Textile Conservation Centre*<sup>10</sup>. O projeto disponibiliza em seu *site* (DELIBERATELY CONCEALED GARMENTS PROJECT, 2016) o acervo e pesquisas relacionadas, com destaque para o artigo *Material culture in action: conserving garments deliberately concealed within building*, de Dinah Eastop (2007), que sinaliza como o ponto de vista da cultura material pode auxiliar na conservação de têxteis, “[...] por encorajar considerações acerca de mudanças de suas propriedades, tanto materiais quanto simbólicas, no decorrer do tempo.” (EASTOP, 2007, p. 187).

As coleções de moda e têxteis existentes nos museus brasileiros compreendem, predominantemente, as que pertenceram a famílias nobres e trajes militares e eclesiásticos, o que vemos em museus como o Museu Paulista (SP), o Museu Imperial (RJ) e o Museu da Baronesa (RS). Importante salientar que objetos

---

<sup>10</sup> O Projeto é apoiado também pela L. J. Skaggs and Mary D. Skaggs Foundation, Arts and Humanities Research Board (AHRB) e Arts and Humanities Research Council (AHRC).

relacionados à indumentária masculina foram os primeiros a ter atenção no estudo e a constituir o acervo de museus brasileiros (PAULA, 2006), principalmente os uniformes militares, as bandeiras e os objetos de uso masculino (exemplo: canetas e condecorações).

Em alguns casos, os objetos têxteis presentes em coleções foram recolhidos por estudiosos ou pessoas que se interessavam pelo assunto, como é o caso da coleção de rendas de Arthur e Luiza Ramos e a coleção Lucy Niemeyer, sendo esta última o impulso para a criação do Museu Moda e Têxtil UFRGS.

A seguir, é trazida a fundamentação teórica que vai contribuir na construção do ambiente digital onde será disponibilizado o acervo do MMT.

### 2.3 AMBIENTE DIGITAL E DESENVOLVIMENTO DE SITES

Neste capítulo, são apresentados os conceitos e a metodologia para o desenvolvimento de ambientes digitais, com foco em design de interface e interação, com vistas a fundamentar a criação e o desenvolvimento de *site* que atenda ao Museu Moda e Têxtil UFRGS.

Com os avanços tecnológicos, muitos museus estão presentes na Internet, disponibilizando seus acervos e conteúdos em ambiente digital. As interfaces digitais são desenvolvidas como meio de interação com o mundo virtual. Interfaces bem concebidas podem, inclusive, contribuir com a disseminação do conhecimento, sendo esta uma das preocupações do MMT.

Antes de aprofundarmos o entendimento das áreas de design de interface e interação, é oportuno situá-las nas grandes áreas de estudo. Tanto o design de interface quanto o de interação são áreas de estudo do campo *Human Computer Interaction* (HCI), que se concentra no estudo da interação entre humanos e produtos de computação (LOWDERMILK, 2013). Winograd (1996) diz que, sempre que um designer de *softwares* interage com pessoas, o efeito do design se estende para o *software* para incluir a experiência que estas pessoas tiveram ao depararem-se com o *software* e o seu uso. Para o autor, uma pessoa encontra um artefato, aplica o conhecimento e compreende-o com base em uma grande variação de

mecanismos cognitivos, fundamentados nas capacidades de percepção, memória e ação. Pesquisas em HCI estudaram o mundo mental de usuários de computadores, desenvolvendo abordagens e métodos para prever propriedades de interação e apoiar o design de interface. Winograd (1996, p. XIX) salienta:

A experiência de uma pessoa que interage com sistemas de computadores não se limita aos aspectos cognitivos que têm sido explorados na literatura de HCI. Como humanos, nós experimentamos o mundo em termos estéticos, emocionais e afetivos. Aspectos não cognitivos têm sido amplamente ignorados, com exceção de criadores de jogos. (...) Como a computação foi integrada nas tecnologias de entretenimento, designers de softwares precisam estar focados na dimensão afetiva das respostas humanas.

Para que o foco esteja nas referências humanas, surge, a partir do HCI, o *User Centered Design* (UCD), ou design centrado no usuário. UCD essencialmente é uma metodologia de design de *software* para os desenvolvedores e designers (LOWDERMILK, 2013) que contribui para desenvolvimentos voltados às necessidades dos usuários. Assim, o usuário é o foco e o centro da ação. Para Norman (2013), há quatro atividades no processo de design centrado no usuário: 1) observação da população alvo; 2) geração de ideias; 3) criação de protótipos e 4) testes. Este ciclo deve ser repetido até que se obtenha a solução desejada em cada etapa e a nova concepção atenda às necessidades de quem vai usá-lo.

Nas questões de UCD, integra-se a *User Experience* (UX), ou Experiência do Usuário. O termo é usado frequentemente para resumir toda a experiência de um produto de *software*. Ele abrange não só a funcionalidade, mas também o quanto a experiência de uso é envolvente e agradável (LOWDERMILK, 2013). Neste estudo, as questões de UX contribuem no subcapítulo 2.3.3, que trata da metodologia para desenvolvimento de interface.

Compreender todos estes conceitos e aplicá-los colabora para que o ambiente digital do MMT seja um espaço onde usuários tenham suas necessidades de pesquisa atendidas ou encontrem uma motivação de pesquisa e investigação, sendo também um ambiente onde o conhecimento sobre o acervo esteja acessível de forma clara e objetiva.

Na sequência, os designs de interface e interação são conceituados, apontando-se como suas teorias são aplicadas na prática.

### 2.3.1 Design de interface

O termo “interface” é definido como (THE AMERICAN HERITAGE SCIENCE DICTIONARY, 2011):

- a) uma superfície de limite comum de dois corpos, espaços ou fases;
- b) os fatos, problemas, considerações, teorias, práticas, etc., compartilhados por duas ou mais disciplinas, procedimentos ou áreas de estudo;
- c) uma fronteira comum ou a interligação entre sistemas, equipamentos, conceitos ou seres humanos;
- d) algo ou circunstância que permite elementos separados e incompatíveis coordenar-se eficazmente, por exemplo, uma organização que serve de interface entre o governo estadual e o público;
- e) *hardware* ou *software* projetado para comunicar informações entre: dispositivos de *hardware*, programas de *software*, dispositivos e programas ou entre um dispositivo e um usuário.

Este capítulo foca nos conceitos e atuação do Design de Interface, que é o tratamento gráfico dos elementos entre usuários e computadores (PASSOS, 2010), concentrando-se na funcionalidade e na forma com que ela é mostrada. O aprofundamento da fundamentação teórica dá-se a partir de autores como Norman (2013) e Borenstein (1991).

Algumas considerações são necessárias para compreender esta área. Conforme aponta Borenstein (1991), as pesquisas teóricas desta temática estão focadas em construir modelos de como humanos executam determinadas tarefas. Como resultado desta estratégia, são definidas arquiteturas computacionais relativamente simples para uma mente humana comum, sendo estes modelos usados para, por exemplo, prever o tempo que um usuário levaria para completar uma dada tarefa. A consequência natural de tais teorias são experimentos para testar hipóteses teóricas. Os resultados mostram que as teorias têm correlação com os testes, mas não o suficiente para agradar a todos, principalmente os designers, principais



questionadores de tais teorias (BORENSTEIN, 1991). Além de questionadores, são atores em potencial para mudar e atualizar as funcionalidades nas interfaces.

Além de experimentos que visam a estabelecer ou refutar teorias, outro tipo comum de experimentação no campo é a comparação cuidadosa das interfaces já existentes (BORENSTEIN, 1991, p. 27). Esta prática contribui para o conhecimento de similares, tanto de seus pontos fortes quanto fracos, sendo aplicada neste trabalho por meio da pesquisa de campo (Capítulo 3.1). A opção por esta estratégia auxiliou na verificação de como museus que disponibilizam seus acervos e conteúdos de forma *on-line* organizam-se e mostram-se na *web*. Mais ainda, contribuiu para a constatação de que não existe uma verdade ou regra absolutas para desenvolver uma interface e de que são os recursos (financeiros e humanos) e o público-alvo que norteiam o design da interface.

Como qualquer produto a ser pensado, projetado e lançado, o público-alvo é um dos principais pontos a serem considerados. É vital que programas de computadores sejam focados nele, considerando toda a sua complexidade e abrangência (BORENSTEIN, 1991). As possibilidades de perfil de público-alvo do MMT são descritas no Capítulo 3.

Outra questão importante é que interfaces de usuário envolvem questões de estilo e gosto, portanto, um usuário pode achar algo esteticamente agradável, mas outro poderá não ter mesma opinião. Dessa forma, a interface do usuário é praticamente o único aspecto de um sistema de computador que a maioria das pessoas se encoraja a julgar e comentar. O usuário sabe que não conseguirá dar uma opinião tecnicamente embasada sobre arquitetura da computação, sobre o design de redes, protocolos ou controlador de disco. Porém, quando se trata de interface, o usuário médio poderá dizer: "eu posso não saber programar, mas eu sei o que eu gosto" (BORENSTEIN, 1991, p. 100).

Considerar aspectos subjetivos não é uma tarefa fácil; por isso, o embasamento nas teorias colabora para o desenvolvimento de *websites*, ainda mais em projetos como o do MMT, em que não há tempo hábil para fazer testes com usuários. Norman (2013), em seu livro *The design of everyday things*, elencou os sete princípios fundamentais do design que auxiliam na construção de interfaces:

- a) visibilidade: as funções devem estar visíveis, assim, o usuário será capaz de saber o que fazer na sequência;
- b) *feedback*: há informação completa e contínua sobre os resultados das ações e o estado atual do produto ou serviço. Depois que uma ação tiver sido executada, é fácil determinar o novo estado;
- c) modelo conceitual: o designer projeta todas as informações necessárias para criar um bom modelo conceitual do sistema, levando à compreensão e a uma sensação de controle. O modelo conceitual melhora tanto as descobertas quanto a avaliação dos resultados;
- d) *affordances*: tornar as ações desejadas possíveis e perceptíveis;
- e) coerência: o uso eficaz de padrões garante que operações e elementos similares correspondam a tarefas semelhantes;
- f) mapeamentos: a relação entre os controles e suas ações ou movimento;
- g) restrições: limitação das escolhas, sendo impossível uma ação indesejada que não seja correta.

Compreendidos alguns pontos chave do design de interface, a seguir, são apresentadas questões relacionadas ao design de interação.

### **2.3.2 Design de interação**

Design de interação é uma área do design que surge para tornar a experiência do usuário com objetos e/ou produtos a melhor possível e ampliar as possibilidades de trabalho, comunicação e interação (PASSOS, 2010). Os profissionais que trabalham nesta área combinam suas pesquisas com o design visando à compreensão e à solução das necessidades do usuário, focalizando o conteúdo, a navegação e a maneira como os usuários interagem.

Segundo Smith e Tabor (1996), o design de interação não pode prescindir de método científico e conhecimentos de engenharia. De fato, a familiaridade com a tecnologia de computação é tão essencial para um designer de interação quanto a familiaridade com a tecnologia de construção é para um arquiteto. Para os autores, “design de interação é mais uma arte do que uma ciência. Seu objeto final – a experiência humana e a resposta subjetiva – é inerentemente tão mutável e insondável como o oceano” (SMITH; TABOR, 1996, p. 37). Os autores afirmam que o design de interação tem as características das áreas tradicionais de design e que

as preocupações com forma, função e comunicação estão intimamente entrelaçadas, sendo necessárias as seguintes habilidades no perfil do profissional:

- a) invenção (*invention*): pensamento divergente, inovação, novas formas para novos propósitos;
- b) empatia (*empathy*): colocar-se no lugar do usuário, imaginar o que o atrai, como vive e o que tem feito;
- c) avaliação (*evaluation*): julgar e balancear fatores incomensuráveis – custo/performance, tempo/capacidade;
- d) visualização/representação (*visualization/representation*): pensar objetos, ideias, processos, cenários e estruturas em uma visão espacial e visual, em comunicação com o time, usuários e clientes.

Sobre este último ponto, por visualização, entende-se como “formar um modelo ou imagem mental de alguma coisa” (SPENCE, 2007, p. 5), sendo uma atividade cognitiva, sem relação com computadores.

Para serem visualizados, os dados necessitam de uma representação, conceituada por Spence (2007) como a maneira pela qual a informação é codificada (diferentemente de “apresentação”, ou forma como a informação é apresentada). Segundo o autor, há três importantes aspectos da representação: o tipo de dado que queremos representar, a complexidade e o modo pelo qual um usuário interpretará os dados codificados.

Visualização e representação estão diretamente ligadas à interação entre humanos e computadores por uma razão primordial: o enorme benefício que podemos alcançar sendo capazes de, em um único olhar, ver um *corpus* de dados. "A interação envolve trabalho: não apenas o trabalho físico de clicar em um mouse, mas o esforço cognitivo de interpretar o que é o visto, a fim de melhorar um modelo mental" (SPENCE, 2007, p.136).

O design de interação no MMT foi definido com base nas teorias, mas também na observação de outros *websites* de museu, conforme já mencionado. Além disso, levaram-se em consideração também atividades que os designers costumam executar para desenvolver seus projetos, que são pontuadas por questões como as descritas por Smith e Tabor (1996):

- a) compreensão: o que está acontecendo e qual o problema a ser resolvido? Fotografias, vídeos e *sketches* podem ser usados pelo designer para observar e analisar a informação ou o problema.
- b) abstração: quais são os principais elementos? Que tipo de informação está sendo transmitido? O que é importante? O que é relevante? Listas, *sketches* e diagramas são ferramentas comuns nesta atividade.
- c) estruturação: quais são as relações entre os elementos? De que diferentes formas os elementos podem ser ordenados para serem úteis aos usuários? O que interessa aos usuários? Os pressupostos deverão ser checados com os usuários.
- d) representação: como a estrutura pode ser representada em formato audiovisual? Que representações o designer pode recolher do mundo do usuário? Essas representações são concretas ou abstratas? Aqui o designer usa rascunhos em papel ou rascunhos interativos que podem ser avaliados com colegas ou usuários.
- e) Detalhamento: que cor deve ter o elemento? Como o elemento vai se mover? Que estilo deve ser usado. Alguns designers trabalham em programas como o Photoshop. Outros iniciam em papel para posteriormente usar o computador.

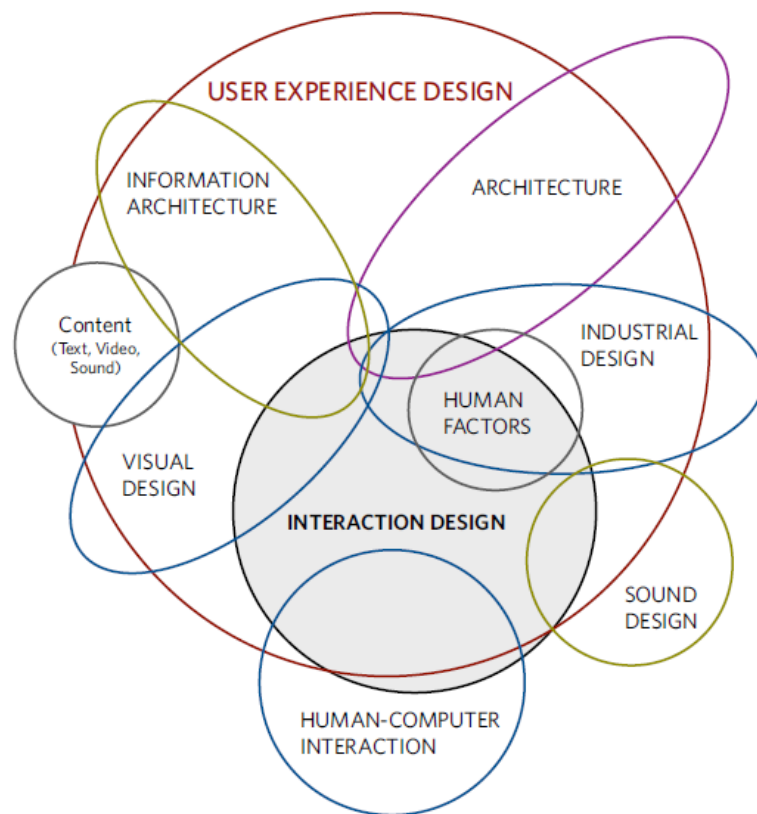
Estes processos não são executados sequencialmente. O designer decide o caminho a seguir entre as atividades. De acordo com Spence (2007, p. 180, tradução nossa):

Não há instruções passo a passo que, quando seguidas, irão garantir o sucesso ou mesmo um resultado adequado. A razão é simples: cada nova interface é diferente e geralmente complexa; há muitas exigências para satisfazer (sociais, tecnológicas e financeiras, para citar algumas); as tecnologias disponíveis estão mudando com o tempo, e muitas fontes diferentes de especialização são criadas - psicologia cognitiva, design visual, a lista é longa. Design é, em grande parte, um processo criativo, e não existe mágica. Entrando em um estúdio de design, você ficará imediatamente ciente de que o design é colaborativo, multidisciplinar, iterativo e exigente. A discussão com os designers irá enfatizar o ingrediente essencial da experiência em uma variedade de disciplinas.

O design de interação é um campo novo, com menos de duas décadas (SAFFER, 2010). A Figura 2 mostra onde ele se insere e como se relaciona com as demais áreas.

As articulações entre as diferentes disciplinas demonstram uma rede complexa, que não será tratada neste estudo. Apenas serve para ilustrar e localizar o design de interação dentro de um todo maior.

Figura 2 – O design de interação no contexto do design da experiência do usuário



(fonte: SAFFER, 2010, p.35)

### 2.3.3 Metodologia para desenvolvimento de interface

Neste capítulo, apresentamos a metodologia de Lowdermilk e, na sequência, a proposta de Chandler e Unger (2009). As metodologias aqui apresentadas serviram de parâmetro para definir a metodologia para o design do ambiente digital do MMT, o qual é apresentado no Capítulo 3.

Segundo Lowdermilk (2013), ter e documentar um plano estratégico para o desenvolvimento de uma interface garante que se criem aplicações de forma padronizada. Um plano protege de falhas, como o esquecimento de características importantes que a interface deva ter ou de algumas solicitações do usuário. O autor propõe a metodologia, mas sugere que seja feita a pergunta “Como eu sei qual é plano certo para mim?” (LOWDERMILK, 2013, p. 28), pois o que ele propõe poderá não ser o modelo adequado, mas é uma forma de iniciar o trabalho, e ajustes poderão ser feitos no decorrer do projeto.

Para Lowdermilk (2013), a intenção do roteiro metodológico é coletar, definir e organizar os detalhes do projeto e suas exigências, sendo um modelo que poderá evoluir ao longo do ciclo de vida do projeto. O modelo de roteiro inclui as seguintes seções:

- a) Resumo do Projeto: resumo do projeto, com as informações abaixo.
- b) Título: título ou nome do projeto.
- c) Descrição: um resumo definindo o objetivo do projeto.
- d) Partes envolvidas: membros que estão envolvidos e membros que solicitaram o projeto.
- e) Avaliação do Impacto: o impacto observado ou pretendido do resultado final do projeto, questionando-se: quem será afetado por este projeto? Quantos usuários? Quais processos de negócios serão alterados como resultado deste projeto?
- f) Requisitos/exigências do usuário: os requisitos do projeto, conforme especificado pelo usuário.
- g) Relatório de Especificações (Requisitos funcionais): Os detalhes técnicos do projeto ou os resultados que serão desenvolvidos e/ou projetados para atender aos requisitos do usuário.
- h) Modelos de Dados: diagramas de fluxo e /ou diagramas de estrutura de dados.
- i) Processamento de Dados: estes são processos de dados ou *scripts* que dependem do projeto. A lista inclui o nome do processo e uma descrição de onde ele está localizado, o que faz, tempo de execução/duração. Esta tabela será atualizada durante toda a vida do produto.
- j) Protótipos: cópias das imagens de baixa ou de alta fidelidade, maquetes, modelos, etc.
- k) Notas de manutenção: notas adicionais que seriam pertinentes para o apoio deste produto.

A fim de complementar a metodologia proposta por Lowdermilk, são tratadas aqui algumas considerações propostas por Chandler e Unger (2009), no que diz respeito ao *User Experience Design* (UX Design), ou Design da Experiência do Usuário. Para projetar usando-se UX Design como base, têm-se como premissas a satisfação dos usuários e o atendimento de suas demandas e exigências, para com isso levar uma experiência marcante para o usuário. Conforme os autores, os projetos de *sites* possuem funcionalidades e características diferentes, mas todos estão inseridos em um contexto que deve ser conhecido. Esse contexto, também denominado

“ecossistema”, é entendido como o ambiente ou a cultura da empresa, seu tipo de trabalho e as pessoas envolvidas (CHANDLER; UNGER, 2009).

Para os autores, os papéis esperados de um projetista UX são, principalmente: arquiteto da informação, designer de interação, pesquisador do usuário. O arquiteto da informação é responsável por criar modelos para a estrutura da informação e utilizá-los para projetar uma navegação amigável ao usuário, dividindo o conteúdo em categorias. O designer de interação é responsável pela definição do comportamento de um *site* ou aplicação de acordo com as ações do usuário. Tem como atividades comuns criar fluxos de tarefa, mostrando a interação nas páginas, e criar *wireframes*, mostrando a interação dentro da página. Por último, o pesquisador do usuário é responsável por fornecer ideias, a partir de pesquisas feitas com usuários, de modo a atender às necessidades dos usuários finais, com base nas informações coletadas.

O desenvolvimento do ambiente digital do MMT não contou com a integração de uma equipe com os profissionais citados, mas coube aqui mencioná-los para que, ao menos teoricamente, fique registrado o papel de cada um neste contexto de atividade. A equipe de trabalho do MMT é apresentada no Capítulo 3.

A sugestão de metodologia de Chandler e Unger (2009) inicialmente atende a três pontos: apresentação de um panorama do projeto, abordagem do projeto e o escopo. A seguir, são tratados os objetivos e a abordagem do projeto, que podem ser obtidos respondendo-se quatro perguntas, sendo que as duas primeiras respondem aos objetivos, e as duas últimas, à abordagem:

- a) Por que o projeto é importante para o contexto?
- b) Como saber se o projeto foi um sucesso?
- c) Que abordagem ou metodologia o projeto seguirá?
- d) Quais as datas ou momentos importantes ou pontos principais e como receber a aprovação de agentes do negócio?

Os objetivos do projeto devem estar alinhados com as iniciativas estratégicas (CHANDLER, UNGER, 2009). A abordagem ou metodologia pode depender da

estrutura, do local, da equipe do projeto e das tecnologias, envolvendo os seguintes passos:

- a) planejar a estratégia de abordagem e a estrutura da equipe;
- b) definir os requisitos do projeto;
- c) projetar a partir dos conceitos de interação e de design visual e transformá-los em especificações detalhadas;
- d) desenvolver, testar e refinar a solução;
- e) implantar a solução;
- f) estender o projeto, permitindo melhorias a partir dos *feedbacks*.

As duas metodologias apresentadas têm como foco o design centrado no usuário, compreendendo suas expectativas e atendendo às suas necessidades, sendo úteis neste estudo para o desenvolvimento do *site* do museu. O projeto metodológico para o MMT é apresentado no Capítulo 3.



### 3 PROCEDIMENTOS PARA ESTRUTURAÇÃO DO MMT

Os procedimentos de investigação para a estruturação do MMT e de seu ambiente digital estão organizados em etapas, conforme demonstra o Quadro 1.

Quadro 1 – Etapas dos procedimentos de investigação para estruturação do MMT e seu ambiente digital

PROCEDIMENTOS	DESCRIÇÃO
<b>1ª. ETAPA: Capítulo 2</b>	
Revisão bibliográfica e fundamentação teórica	Contextualização e conceitos sobre: museologia, moda e têxteis como patrimônio cultural e ambientes digitais.
<b>2ª. ETAPA: Capítulo 3 – Projeto metodológico para desenvolvimento do ambiente digital</b>	
Pesquisa de campo com observação sistematizada (coleta de dados)	Museus com acervos disponibilizados na <i>web</i> , visando à construção do ambiente digital.
Visitas técnicas	Museus físicos de moda e têxteis, para observação e obtenção de conhecimento acerca da gestão do acervo, práticas de conservação, atividades educativas e público-alvo.
Definição de requisitos	Definição de requisitos para o <i>site</i> , levando em consideração os dados coletados na pesquisa de campo e as demandas dos usuários.
<b>3ª. ETAPA: Capítulo 4 – Resultado: Ambiente digital do MMT</b>	
Desenvolvimento do ambiente digital	Produção e resultados das páginas do ambiente digital. Atividade feita no NAPEAD-UFRGS.
<b>4ª. ETAPA: Capítulo 5 – Resultado: Museu Moda e Têxtil</b>	
Constituição do MMT	Registros na UFRGS, no Sistema Estadual de Museus (SEM) e no Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) Regimento Interno Identidade Visual
Gestão do acervo	Definição de número de registro Definição dos parâmetros para catalogação Definição dos parâmetros de preservação Definição dos parâmetros para registro de imagens Documentos e termos Fluxo de análise de objetos para integrar o acervo
<b>5ª. ETAPA: Capítulos 6 e 7 – Resultados e conclusões</b>	

(fonte: elaborado pela autora)

A **primeira etapa** consistiu na busca pelos referenciais teóricos para o entendimento de teorias e conceitos do campo da museologia, da moda e dos materiais têxteis como patrimônio cultural e de ambientes digitais envolvendo o design de interface e de interação, os quais foram apresentados no **Capítulo 2**.

A **segunda etapa, Capítulo 3**, trata da pesquisa de campo para fins de coleta de dados para a constituição do museu em si e de seu ambiente digital, visando a atender aos objetivos desta pesquisa. Este capítulo foi de fundamental importância para o desenvolvimento dos capítulos seguintes, pois forneceu subsídios para definir práticas de gestão e de preservação (aprofundadas no Capítulo 5), bem como contribuiu na definição dos requisitos e elementos de interação e design, baseados na coleta de dados e nas possibilidades de demandas de usuários.

A coleta de dados em *sites* de museus nacionais e internacionais foi feita empregando-se a observação sistematizada, com o objetivo de elencar elementos de interação e design para aplicá-los no desenvolvimento do *site* do Museu Moda e Têxtil. Para alcançar este objetivo, foi necessário, antes de tudo, listar *sites* de museus que pudessem interessar ao estudo.

A construção da lista de museus que potencialmente teriam elementos de interação para análise foi feita a partir de indicação de especialistas, citação em publicações científicas (artigos, dissertações e teses) e conhecimento da autora. Além disso, a busca na Internet por palavras e expressões, tais como, acervo virtual, museu virtual, museu têxtil, museu da moda, acervo *on-line*, *lace exhibitions*, *lace virtual collection*, *musée de la dentelle* e *textile collection*, contribuiu para a complementação da lista.

Importante ressaltar que, diante da constatação de que havia museus de outras áreas que aparentavam ser relevantes para identificar elementos, o leque de opções foi aberto. Sendo assim, na lista, constam museus com foco em Moda, Artes Visuais, Arte Aplicada, Arte Contemporânea, Ciências, Design e História Natural, entre outras áreas.

Em abril e maio de 2015, foram listados 67 museus, incluindo alguns do cenário nacional e outros dos seguintes países: Alemanha, Austrália, Bélgica, Canadá,

Dinamarca, Escócia, Espanha, Estados Unidos, França, Holanda, Hungria, Inglaterra, Irlanda, Itália, Japão, Portugal, Rússia, Suécia e Suíça.

O primeiro passo foi navegar livremente, visando a reconhecer e compreender a estrutura do *site*. Nesta fase, foram desconsiderados 36 museus. Isto ocorreu porque seus *sites* não apontaram elementos identificados como relevantes, confiáveis e atrativos ou porque, no momento da pesquisa, não estavam disponíveis.

Para observar e identificar elementos de interação nos 31 museus restantes, foi criada uma ficha com roteiro orientado para que as informações fossem preenchidas de forma descritiva ou ilustrativa (“*print*” da tela). O modelo da ficha, os dados levantados e seus resultados são apresentados no item 3.2.

As visitas técnicas foram feitas no Museu Nacional de la História del Traje (Buenos Aires/Argentina), Museu Nacional do Traje (Lisboa/Portugal), Museu da Renda de Bilros de Vila do Conde (Vila do Conde/Portugal) e Museu Júlio de Castilhos (Porto Alegre), além de museus vinculados à UFRGS, como o Herbário ICN, Arquivo Histórico do Instituto de Artes, Acervo Museológico dos Laboratórios de Ensino de Física, Observatório Astronômico da UFRGS e Museu da UFRGS. Também houve participação em palestra sobre o Museu Cláudio Job (Odontologia) e participação na apresentação do Museu Virtual do Sintetizador. Nestes museus, foram verificados assuntos sobre as atividades/práticas educacionais, reservas técnicas (atividades de preservação e acondicionamento), exposições, publicações, interface digital e, quando possível, documentação institucional.

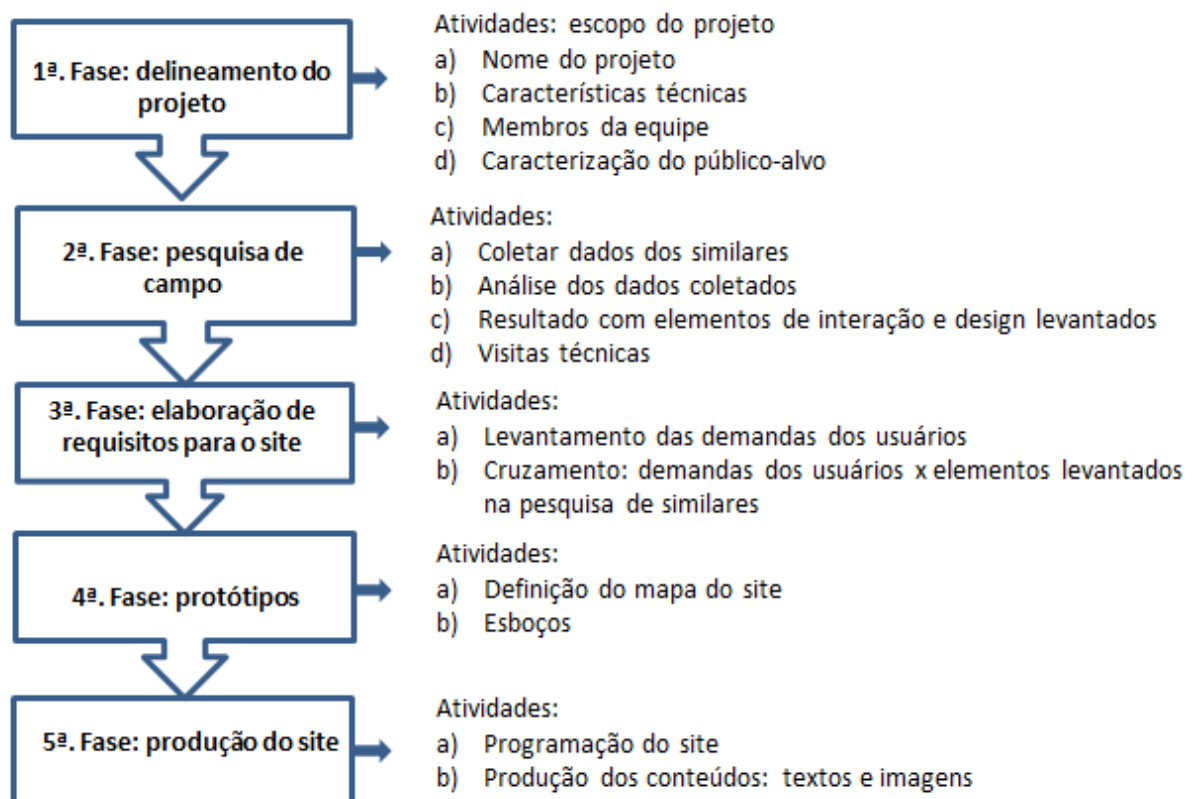
Os dados coletados na pesquisa de campo são apresentados no formato de tabelas, quadros e figuras, que contribuem com as análises.

Com base no conhecimento adquirido nas etapas anteriores, a **terceira etapa, Capítulo 4**, aborda e apresenta o ambiente digital desenvolvido em parceria com o Núcleo de Apoio Pedagógico à Educação a Distância (NAPEAD), vinculado à UFRGS. Na sequência, a **quarta etapa, Capítulo 5**, apresenta o Museu Moda e Têxtil. A **quinta etapa** constitui-se na discussão dos resultados e conclusão, nos **Capítulos 6 e 7**, respectivamente.

### 3.1 O PROJETO METODOLÓGICO PARA O AMBIENTE DIGITAL DO MMT

Neste capítulo, é descrito o projeto metodológico para o desenvolvimento do ambiente digital do Museu Moda e Têxtil UFRGS, o qual foi adaptado a partir das metodologias de Travis Lowdermilk (2013) e Carolyn Chandler e Russ Unger (2009). Os procedimentos foram estruturados para atender às necessidades deste projeto, sendo as atividades agrupadas em fases, tendo em vista um fluxo de estruturação e organização do conhecimento adquirido para a aplicação prática, conforme mostra a Figura 3.

Figura 3 – Fluxo de estruturação das atividades para desenvolvimento do ambiente digital do Museu Moda e Têxtil UFRGS



(fonte: elaborado pela autora)

Este fluxo contribuiu para que o conhecimento fosse organizado de forma que uma fase alimentasse a seguinte e que o trabalho se estruturasse de maneira coerente. Na sequência, cada uma das fases são descritas, e, em algumas delas, os resultados são apresentados, a fim de manter a estratégia de coerência e organização das etapas.

### 3.2 DELINEAMENTO DO PROJETO

Nesta fase, o projeto para o ambiente digital do MMT é delineado. Faz-se uma apresentação básica de como se estruturam os componentes envolvidos, conforme segue:

- a) Nome do projeto: *Site* para o Museu Moda e Têxtil UFRGS.
- b) Membros envolvidos neste projeto: os principais membros são: a autora da tese; a Prof.<sup>a</sup> Dra. Evelise Anicet Rùthschilling, orientadora, e a Prof.<sup>a</sup> Dra. Gabriela Perry, coorientadora da tese e coordenadora da equipe do NAPEAD, o qual fará a programação da interface.
- c) Características técnicas: a hospedagem será na UFRGS, tendo como endereço eletrônico <www.ufrgs.br/mmt>. A programação utiliza tecnologias HTML5, CSS3, PHP5 e MySQL, com design responsivo para que o *site* seja visualizado em plataformas móveis (*tablets* e celulares). O desenvolvimento do *site* será feito no NAPEAD, envolvendo a autora, designers e programadores.
- d) Caracterização do público-alvo: para fins de entendimento das possibilidades de interação e construção do conhecimento, foi necessário compreender o perfil dos possíveis usuários do *site*. A caracterização foi feita de forma empírica e são descritos como segue,
  - **pesquisador I:** professores de diversas áreas e pesquisadores em nível de doutorado e mestrado. É um público interessado no conhecimento aprofundado sobre o acervo; sendo assim, pode demandar visitas para conhecer o acervo físico. Quanto aos recursos *on-line*, as propostas de atividades para sala de aula interessam, especificamente, aos professores;
  - **pesquisador II:** estudantes de graduação de diferentes áreas. Este público pode interessar-se pelo conteúdo teórico e de imagens digitais do acervo (inclusive de detalhes de pontos ou detalhes técnicos e visuais) para iniciar ou complementar pesquisas e atividades práticas. É um público com grande potencial para participar dos eventos promovidos e divulgados no *site* do museu;
  - **profissionais:** este público compõe-se de designers das áreas de moda, joalheria, têxtil, arquitetura e artes, entre outras. Priorizam a pesquisa nos aspectos visuais e buscam principalmente imagens

digitais que apresentem riqueza de detalhes para servirem de referência e inspiração no desenvolvimento de projetos de produtos. Acredita-se que o recurso mais demandado por este público seja a pesquisa *on-line* do acervo, seguida do interesse pelos eventos promovidos;

- **artesãos:** pessoas interessadas em pesquisar técnicas e elementos visuais para aplicarem em seus trabalhos práticos. Acredita-se que a maior demanda também será pela pesquisa *on-line* do acervo. Outros recursos do *site* podem ser interessantes para este público, como a divulgação de eventos e a solicitação de visitas para conhecer o acervo físico;
- **doadores e colecionadores:** trata-se de pessoas interessadas em doar objetos ou coleção;
- **administrador:** técnico de manutenção do *site*;
- **manutenção do acervo:** este usuário é a pessoa que está diretamente ligada a todas as questões relacionadas ao acervo físico (higienização, acondicionamento, catalogação) e virtual (abastecimento do acervo *on-line*).

### 3.3 PESQUISA DE CAMPO E COLETA DE DADOS

A pesquisa de campo contribuiu para a coleta de dados em duas situações: a primeira refere-se aos dados coletados pela análise de similares no ambiente *web*; a segunda, aos dados coletados em visitas técnicas.

Inicialmente, tratamos dos dados coletados nos similares do ambiente *web*, tendo como objetivo identificar elementos de interação usados por *sites* similares e assim compor um vocabulário de padrões de interação. Nesta fase, foram feitas visitas virtuais a 31 museus (ver Apêndice A), de onde os dados foram coletados, sendo depois analisados e servindo de base para o resultado da investigação. Para a coleta dos dados, foram considerados elementos de interação e *layout* citados em Silveira (2014), que contribuíram para a elaboração de uma ficha (Quadro 2).

Quadro 2 – Ficha com roteiro de coleta de dados nos museus

<b>País:</b>		
<b>Nome do Museu:</b>		
<b>Link:</b>		
<b>Foco Museu: (proposta <i>site</i>):</b>	<b>Acervo <i>on-line</i>:</b> sim ou não	
<b>Idiomas:</b>	<b>Rede sociais e/ou compartilhamentos:</b>	
<b>Acessibilidade (áudio e vídeo para pessoas com necessidades especiais):</b>	<b>Ferramenta de busca/pesquisa no <i>site</i>:</b>	
<b>Textos de apoio:</b>	<b>Hipertextos:</b>	
<b>Cadastramento no <i>site</i>, <i>newsletter</i>:</b>		
<b>Acervo (informações e <i>layout</i>)</b>		
<b>Imagens: (qualidade, <i>zoom</i> e salvamento):</b>	<b>Possui áudio, animação, vídeo:</b>	
<b>Apresentação de “objetos relacionados”:</b>	<b>Cadastrar para salvar ou <i>download</i> de imagens:</b>	<b>Usuários cadastrados podem criar coleções:</b>
<b>Informações técnicas e históricas sobre o item do acervo ou exposição:</b>		
<b>Observação gerais:</b>		
<b>Tempo de permanência no <i>site</i>:</b>	<b>Data:</b>	

(fonte: elaborado pela autora)

A Ficha contém os seguintes campos:

- a) identificação do *site*: país, nome do museu, url do *site* e foco do museu;
- b) indicação se o museu possui acervo para pesquisa *on-line*;
- c) idiomas disponíveis;
- d) compartilhamento em redes sociais: indicando quais redes;
- e) acessibilidade: apontando se existe áudio ou vídeo para pessoas com necessidades especiais (focado nas visitas virtuais);
- f) ferramenta de busca/pesquisa: verificando se ela está visível e se a busca pode ser feita por texto ou voz;
- g) existência de textos de apoio: artigos, *e-books*, catálogos de exposições. etc.;
- h) existência de hipertextos;
- i) cadastramento no *site* para recebimento de *newsletter* ou notificações do museu;

- j) descrição da apresentação do acervo *on-line*, caso exista;
- k) verificação das imagens disponibilizadas do acervo *on-line*: qualidade, *zoom* e possibilidade de salvar e/ou fazer *download* das imagens;
- l) possibilidade de cadastramento para montar coleções de imagens;
- m) existência de áudio, animação ou vídeo (como conteúdo adicional do acervo e/ou exposições);
- n) descrição das informações técnicas e históricas sobre os itens do acervo *on-line*;
- o) espaço para observações gerais: aqui, apontaram-se itens existentes nos *sites* que não foram contemplados anteriormente, mas que foram identificados como potenciais elementos de interesse no estudo;
- p) data da visita ao *site* e o tempo aproximado de permanência.

A tabulação dos dados das 31 fichas resultou na identificação de 21 elementos de interação e design a serem considerados no desenvolvimento do *site* do museu.

O Quadro 3 apresenta a lista dos elementos, precedidos de “letras”, que posteriormente serão empregadas em quadros, onde esses elementos serão analisados em conjunto com outros dados.

Quadro 3 – Elementos de interação, navegação e design avaliados

A	Opções de idiomas
B	Compartilhamento em redes sociais
C	Acessibilidade para as visitas virtuais para pessoas com necessidades especiais (áudio, vídeo, etc.)
D	Ferramenta de busca/pesquisa
E	Textos de apoio: artigos, <i>e-books</i> , glossários, etc.
F	Hipertextos
G	Cadastramento do usuário/visitante
H	Acervo <i>on-line</i>
I	Imagens: <i>download</i>
J	Imagens: <i>zoom</i>
K	Imagens: outros recursos (opção de usuários cadastrados criarem “coleções”)
L	Áudio, vídeo complementares
M	Informações técnicas e históricas de objetos do acervo
N	Programas educativos: cursos, palestras, concursos, etc.
O	Doações de objetos
P	Aplicativos
Q	Agendamento para visitas de pesquisa
R	Google Art Project / Google Cultural Institute
S	Apresentação de “objetos relacionados”
T	Cadastro para salvar ou <i>download</i> de imagens
U	Usuários cadastrados podem criar coleções de imagens

(fonte: elaborado pela autora)



A partir destes 21 elementos, foi construído o Quadro 4, onde é possível verificar os museus pesquisados e a quantidade de elementos que cada um apresenta em seu *site*. Pelo Quadro 4, podem-se avaliar quantos elementos examinados estão presentes em cada museu e, também, o percentual de incidência de cada um desses elementos.

Alguns museus apresentaram poucos elementos, mas optou-se por mantê-los por serem considerados relevantes para o estudo, como é o caso do Museu da UFRGS, que, com apenas quatro itens, foi mantido na lista por ser um museu que está vinculado à instituição onde a pesquisa foi desenvolvida. O museu RIJKS Museum (Holanda) foi o que apresentou o maior número de elementos, totalizando 16. Os museus Metropolitan Museum of Art (EUA), Textilemuseum (Suíça) e Museu del Traje (Espanha) vieram na sequência, com 15 elementos disponíveis.

A atividade seguinte foi a de elencar cada elemento com seus devidos percentuais de incidência e as observações pertinentes, conforme segue:

**A – Opções de idiomas,**

- 58% dos museus que estão fora dos EUA e Reino Unido apresentam o idioma inglês como adicional.

**B – Compartilhamento em redes sociais,**

- 90% dos museus pesquisados apresentam ícones de compartilhamento;
- destaques: Museu Del Merletto (apresenta + 294 possibilidades de compartilhamento), MET Nova York;
- o ícone/símbolo “+” aparece em alguns museus (Boijmans Museum).

**C – Acessibilidade para as visitas virtuais para pessoas com necessidades especiais (áudio, vídeo, etc.),**

- 6% apresentam recursos para a visitação virtual;
- a Pinacoteca disponibiliza vídeo em libras;
- o Museu del Traje (Espanha) apresenta narração de principais textos.

Quadro 4 – Relatório da coleta de dados de elementos de interação e design

Museu	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	*
Rijksmuseum	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x		x	x		x	x			x	x	16
Metropolitan Museum of Art	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x		x			15
Textielmuseum	x	x		x	x	x	x	x		x	x		x	x			x		x	x	x	15
Museo Del Traje		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x	x				15
Powerhouse Museum	x	x		x	x	x		x		x	x	x	x	x			x		x			13
Art Institute of Chicago	x	x		x	x	x	x	x	x				x	x			x		x		x	13
Victoria & Albert Museum	x	x		x	x	x	x	x	x	x		x	x	x								12
Art Gallery of South Australia		x		x	x	x	x	x				x	x	x	x		x					11
MAK _ Museum für angewandte Kunst	x	x		x		x	x	x		x		x	x	x			x					11
National Gallery of Victoria		x		x	x	x	x	x		x	x		x	x			x					11
Pinacoteca do Estado de SP	x	x	x	x	x	x	x	x					x	x	x		x					12
Valentine Museum		x		x				x	x	x	x		x	x	x		x	x				11
Brasílianafotografica		x		x	x	x	x	x	x	x	x		x	x							x	11
Hermitage Museum	x	x		x	x	x		x				x	x	x		x					x	11
Rhode Island – School of Design				x	x	x	x	x		x		x	x	x			x		x			11
The Royal Ontario Museum	x	x		x	x	x	x	x				x	x	x			x			x	x	12
Kunstgewerbemuseum(Berlim)	x	x		x	x	x	x	x					x	x			x					10
Musée Historique des Tissus		x		x	x	x	x	x		x			x	x			x					10
Fashion Museum Bath UK	x	x		x			x	x				x	x	x			x					9
Musée des Arts Decoratifs	x	x		x	x	x		x					x	x			x					9
Museu Arenys de Puntas y Encajes	x	x		x	x	x		x					x	x			x					9
Museu Del Merletto	x	x		x			x	x				x	x	x			x					9
Museum BolJmans-Van Beuningen	x	x		x	x	x	x					x			x		x					9
Brooklyn Museum		x		x			x	x	x				x	x			x		x			9
Museu Virtual de Brasília	x							x	x	x	x	x	x	x								8
Royal Scottish Museum		x		x	x		x	x					x	x			x					8
Musée de Cluny		x		x	x	x		x					x	x					x			8
MIMO		x		x	x	x		x					X									6
The Kyoto Costume Institute	x				x			x	x	x			X									6
Museu da UFRGS		x										x		x			x					4
Drexel Digital Museum		x		x				X														3
<b>31</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>27</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	
	<b>58%</b>	<b>90%</b>	<b>6%</b>	<b>90%</b>	<b>74%</b>	<b>71%</b>	<b>65%</b>	<b>94%</b>	<b>32%</b>	<b>45%</b>	<b>29%</b>	<b>45%</b>	<b>87%</b>	<b>84%</b>	<b>13%</b>	<b>6%</b>	<b>74%</b>	<b>6%</b>	<b>23%</b>	<b>10%</b>	<b>19%</b>	

#### D – Ferramenta de busca/pesquisa,

- 90% dos museus apresentam a ferramenta;
- o ícone é mais eficiente e de visualização mais rápida que palavras (por exemplo, em museus internacionais, identificou-se a palavra “*search*”);
- alguns museus disponibilizam a pesquisa por voz (Pinacoteca);
- destaques: V&A (explorar objetos relacionados);
- o Kyoto Institute não tem a ferramenta;
- comentário: deve estar visível em todas as páginas.

#### E – Textos de apoio: artigos, e-books, glossários, etc.,

- 74% dos museus apresentam textos de apoio;
- textos (artigos, glossários, *download* de livros, entrevistas) aprofundam o conhecimento para pesquisadores/estudantes;
- destaques: Pinacoteca (disponibiliza consulta à Declaração de Princípios de Documentação em Museus), Museu Arenys (livros digitalizados).

#### F – Hipertextos,

- em 71% dos museus visitados, foi encontrado o “recurso”;
- agilidade para compreender, acrescentar, aprofundar conceitos, comentários ou informações adicionais.

#### G – Cadastro do usuário/visitante,

- em 65% dos museus, há a opção de cadastro para recebimento de informações, eventos, *newsletter*;
- os itens a serem preenchidos variam muito. Pode-se simplesmente cadastrar o *e-mail* pessoal ou responder breves questionários, como na Pinacoteca, que questiona como ficou sabendo da instituição e as formas de lazer do usuário;
- esse cadastro não impede a livre navegação no *site* (mesmo em acervos *on-line*).

#### H – Acervo *on-line*,

- 94% dos museus estão com seus acervos *on-line*, seja parcialmente ou em sua totalidade;
- a descrição dos itens disponibilizados varia entre informações básicas (data, medida, técnica) ou completas, citando questões históricas ou estéticas;
- destaques de descrição dos itens disponibilizados *on-line*: Brasileira Fotográfica, MET, Victoria and Albert Museum, Powerhouse Museum, RIJKS (ATENÇÃO para as ferramentas apresentadas no acervo *on-line*).

**I – Imagens: *download*,**

- 32% dos museus disponibilizam imagens para *download*;
- destaque: Kyoto Institute.

**J – Imagens: *zoom*,**

- 45% das imagens permitem *zoom*;
- destaque: Kyoto Institute, RIJKS Museum, Museu del Traje.

**K – Imagens: outros recursos,**

- em 29% das imagens, há recurso *zoom* c/lupa e recursos de edição;
- destaques: RIJKS Museum, Museu de Brasília (*tour 360 graus*), Kyoto Institute.

**L – Áudio e vídeo complementares,**

- 45% dos museus disponibilizam áudio ou vídeo (predominam os vídeos);
- destaques: V&A, Boijmans (*artube*, *alma* e *design column*), Hermitage;
- ótima forma de interação e aprendizado.

**M – Informações técnicas e históricas de objetos do acervo,**

- 87% dos museus disponibilizam informações técnicas e históricas. Considera-se que as informações técnicas básicas e as históricas despertam a curiosidade e aprofundam o conhecimento;
- RIJKS apresenta ainda a opção “QUESTION” ao fim da descrição do objeto, havendo um direcionamento para eventuais dúvidas;
- destaques: Powerhouse, V&A, Rijks.

**N – Programas educativos: cursos, palestras, concursos, etc.,**

- 84% dos museus têm alguma forma de complementação didática, na forma de cursos presenciais, cursos à distância, palestras, concursos, disponibilização de textos/material didático para professores trabalharem em sala de aula (alguns *on-line* e outros mediante a solicitação ao museu) e disponibilização de material para estudantes.
- destaques: Museu Del Merletto (concurso), Museu Arenys (livros digitalizados), Valentine Museum, Hermitage;
- dessa forma, o museu contribui para disseminar o conhecimento, promover a instituição e atrair público.

**O – Doações de objetos,**

- 13% dos museus apresentam *link* para informações de como doar objetos ao museu;
- destaques: Valentine Museum.

**P – Aplicativos,**

- em 6% dos museus, o aplicativo para *download* apareceu de forma clara na página inicial.

**Q – Agendamento para visitas de pesquisas,**

- 74% disponibilizam agendamento para pesquisa.

**R – Google Art Project / Google Cultural Institute,**

- 6% dos museus têm envolvimento com o Google no gerenciamento de seu acervo *on-line*;
- destaques: Museu del Traje España e Valentine Museum;
- este item merece melhor entendimento dos recursos.

**S – Apresentação de “objetos relacionados”,**

- 23% dos museus apresentam os objetos relacionados ao item do acervo pesquisado.

**T – Cadastro para salvar ou *download* de imagens,**

- 10% dos museus solicitam cadastramento para disponibilizar o *download* ou salvar a imagem.

**U – Usuários cadastrados podem criar coleções de imagens,**

- 19% dos museus oferecem este recurso.

Além das informações estruturadas mediante a tabulação dos dados coletados durante as visitas, observou-se que:

- a) em alguns recursos, ícones são mais usados que palavras ou textos, por exemplo, para a opção pesquisa/busca e compartilhamento em redes sociais;
- b) alguns *sites* bilíngues trocam o idioma durante a navegação, um comportamento inesperado que diminui a agilidade de navegação e faz com que o pesquisador “perca tempo” procurando o ícone para selecionar novo idioma;
- c) o Museu Arenys apresenta o recurso do Google Tradutor em barra lateral;
- d) o Rhode Island apresenta o *Resource about art and its making*, um recurso muito interessante para o pesquisador que quer aprofundar-se na confecção de determinada técnica;
- e) indicação do *copyright* e dos termos de uso das imagens;
- f) museus que se destacam pelo grande número de conteúdo disponível: RIJKS (*layout* claro e fácil), Victoria and Albert Museum, MET Nova York, Powerhouse Museum (Austrália);
- g) o Museu Del Merletto (Itália) apresenta uma “rota” de pontos turísticos, demonstrando interação também com a cidade.

Além da pesquisa virtual, foram feitas visitas técnicas a museus nacionais e internacionais, o que contribuiu principalmente para a verificação das condições de higienização, acondicionamento e documentação dos objetos. Essas verificações impactam no resultado apresentado no Capítulo 5, onde se apresenta como o museu está estruturado, documentado e gerido. Não entraremos em detalhes neste capítulo, visto que está focado no projeto metodológico para o ambiente digital do museu. Assim sendo, a etapa seguinte consiste na definição dos requisitos para o *site*.

### 3.4 DEFINIÇÃO DOS REQUISITOS PARA O SITE

Esta fase subdivide-se em duas etapas: na primeira, foi feita uma lista de possíveis tarefas demandadas pelos usuários, as quais foram assinaladas pelo público-alvo descrito no item 3.1. O passo seguinte foi confrontar as possíveis tarefas com os elementos de interação e design identificados nos *sites* dos museus pesquisados. A seguir, apresentamos os quadros com as etapas mencionadas.

A lista de tarefas (Quadro 5) foi construída de forma empírica, pois se considera que a pesquisadora tem conhecimento das necessidades do público-alvo em relação ao perfil do museu. Neste momento, as tarefas não foram priorizadas, hierarquizadas ou avaliadas de qualquer forma.

Identificou-se que muitas tarefas são comuns aos diferentes usuários e que outras são específicas de cada um. Por isso, considerou-se importante elencar os usuários prioritários, pois são destes usuários que partem as demandas com maior nível de exigência. O ordenamento foi dado atribuindo-se pesos de 1 a 3 para cada tipo de usuário, conforme segue:

- a) Pesquisadores I e II: peso 3;
- b) Profissionais: peso 2,5;
- c) Artesãos e artistas: peso 2;
- d) Doador e manutenção: peso 1,5;
- e) Administrador: peso 1.

Quadro 5 – Tarefas solicitadas pelo usuário

TAREFAS	PESQUISADOR I	PESQUISADOR II	PROFISSIONAIS	ARTESÃOS e ARTISTAS	DOADORES E COLECIONADORES	ADMINISTRADOR	MANUTENÇÃO DO ACERVO
Pesquisar rendas por tipologia (bilro, agulha, nó).	x	x	x	x	x		x
Pesquisar rendas por processos (manual ou industrial)	x	x	x	x	x		x
Pesquisar informações técnicas e históricas	x	x	x	x	x		x
Comparar estruturas têxteis (lista de "objetos relacionados")	x	x	x	x			
Salvar imagens	x	x	x	x			
Visualizar imagem ampliada: <i>zoom</i> .	x	x	x	x			
Editar imagem (recortar, editar cor, etc.)		x	x				
Pesquisar atividades para propor em sala de aula	x						
Pesquisar textos complementares e de apoio (artigos, dissertações, teses, glossário, etc.)	x	x	x	x			
Solicitar visita ao acervo físico	x	x	x	x			
Esclarecer dúvidas sobre item do acervo (via <i>site</i> )	x	x					
Solicitar informações complementares do acervo	x	x			x		
Compartilhar imagens	x	x	x	x			
Interesse por eventos relacionados às rendas (palestras, cursos, exposição)	x	x	x	x	x		
Acesso aos recursos do <i>site</i> para: adicionar imagens, complementar e/ou adicionar informações técnicas e históricas, informar sobre eventos, adicionar coleções e todas as atividades referentes a esta tarefa						x	x
Questões relacionadas ao <i>software</i> (atualizações, soluções de problemas, etc.)						x	

(fonte: elaborado pela autora)

Como o museu está inserido em uma universidade, os tipos Pesquisador I e II são os mais importantes, atribuído o maior peso. Também se partiu do princípio de que estes dois perfis serão os que exigirão um conteúdo aprofundado e qualificado no que se refere às informações técnicas e históricas, ao detalhamento das imagens e aos recursos complementares. Aos demais perfis, foram ordenados pesos inferiores, pois, de acordo com o Quadro 5, suas demandas podem ser menores e com conteúdo menos aprofundado.

Em seguida, foram relacionados os elementos de interação que poderiam responder às tarefas dos usuários, como mostra o Quadro 6.

Quadro 6 – Elementos de interação e tarefas do usuário

TAREFA	ELEMENTOS DE INTERAÇÃO E DESIGN																					
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	
Pesquisar rendas por tipologia (bilro, agulha, nó)	X		X	X	X	X		X					X			X		X	X	X	X	
Pesquisar rendas por processos (manual ou industrial)	X		X	X	X	X		X					X			X		X	X	X	X	
Pesquisar informações técnicas e históricas	X		X	X	X	X		X				X	X			X		X	X			
Comparar estruturas têxteis (lista de "objetos relacionados")	X			X				X					X			X			X	X	X	
Salvar imagens								X	X	X	X					X		X		X	X	
Visualizar imagem ampliada: zoom								X	X	X	X					X		X				
Editar imagem (recortar, contrastes, etc.)								X	X	X	X					X				X	X	
Pesquisar atividades para propor em sala de aula	X			X	X		X	X							X					X	X	X
Pesquisar textos complementares e de apoio (artigos, dissertações, teses, glossário, etc.)	X	X		X	X							X				X						
Solicitar visita ao acervo físico				X			X									X	X					
Esclarecer dúvidas sobre item do acervo (via site)				X			X															
Solicitar informações complementares do acervo				X			X									X						
Compartilhar imagens		X						X								X		X		X	X	

Continua



Continuação

	ELEMENTOS DE INTERAÇÃO E DESIGN																				
TAREFA	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
Interesse por eventos relacionados às rendas (palestras, cursos, exposição)	X	X		X		X								X		X					
Acesso aos recursos do <i>site</i> para adicionar, corrigir, excluir atividades/informações do acervo																					
Acesso para assuntos relacionados ao <i>software</i> (atualizações, soluções de problemas, etc.)																					
<b>QUANTIDADE DE TAREFAS SUPORTADAS</b>	7	3	3	10	5	4	4	9	3	3	3	2	4	2	1	11	1	6	5	7	7
Considerações – atende a: 1 tarefa = peso 1; de 2 a 4 tarefas = peso 3, acima de 5 tarefas = peso 5																					
<b>RESULTADO: peso atribuído</b>	5	3	3	5	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	1	5	1	5	5	5	5

(fonte: elaborado pela autora)

Isso permitiu que se atribuíssem pesos 1, 3 e 5 para cada elemento de interação e design, com base no suporte que cada elemento de interação fornecia às tarefas. Finalmente, os pesos atribuídos aos usuários e para os elementos de interação foram condensados no Quadro 7.

Os itens que tiveram pontuação mais alta foram:

- a) A – opções de idioma;
- b) D – ferramenta de pesquisa/busca;
- c) E – Textos de apoio;
- d) H – Acervo *on-line*,
- e) P – Aplicativos;
- f) R – Google Art Project;
- g) S – Apresentação de “objetos relacionados”;

- h) T – Cadastro para salvar ou *download* de imagens;  
 i) U – Usuários cadastrados podem criar coleções de imagens.

Quadro 7 – Relação entre perfis de usuários X elementos de interação

ELEMENTOS DE INTERAÇÃO	PESO ATRIBUÍDO (quadro 6)	PESQUISADOR I	PESQUISADOR II	PROFISSIONAIS	ARTESÃOS e ARTISTAS	DOADORES E COLECIONADORES	ADMINISTRADOR	MANUTENÇÃO DO ACERVO	Pontuação dos elementos
		3	3	2,5	2	1,5	1	1,5	
A	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
B	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
C	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
D	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
E	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
F	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
G	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
H	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
I	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
J	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
K	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
L	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
M	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
N	3	9	9	7,5	6	4,5	3	4,5	<b>43,5</b>
O	1	3	3	2,5	2	1,5	1	1,5	<b>14,5</b>
P	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
Q	1	3	3	2,5	2	1,5	1	1,5	<b>14,5</b>
R	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
S	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
T	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
U	5	15	15	12,5	10	7,5	5	7,5	<b>72,5</b>
<b>Σ</b>		<b>231</b>	<b>231</b>	<b>192,5</b>	<b>154</b>	<b>115,5</b>	<b>77</b>	<b>115,5</b>	

(fonte: elaborado pela autora)

A partir da tabela que relaciona os perfis de usuário com as tarefas, chegou-se à priorização das tarefas, o que levou à elicitação dos requisitos funcionais. Por meio da tabela que relaciona as tarefas com os elementos de interação, chegou-se a uma representação dos elementos de interação que podem ser úteis para apoiar a realização de cada tarefa.

A partir deste ponto, a pesquisadora já estava familiarizada com os diversos *sites* similares e já haviam sido acumuladas informações suficientes para o desenvolvimento do *site* para o Museu Moda e Têxtil UFRGS. Dessa forma, os passos seguintes foram a definição do mapa do *site* e a confecção de esboços.

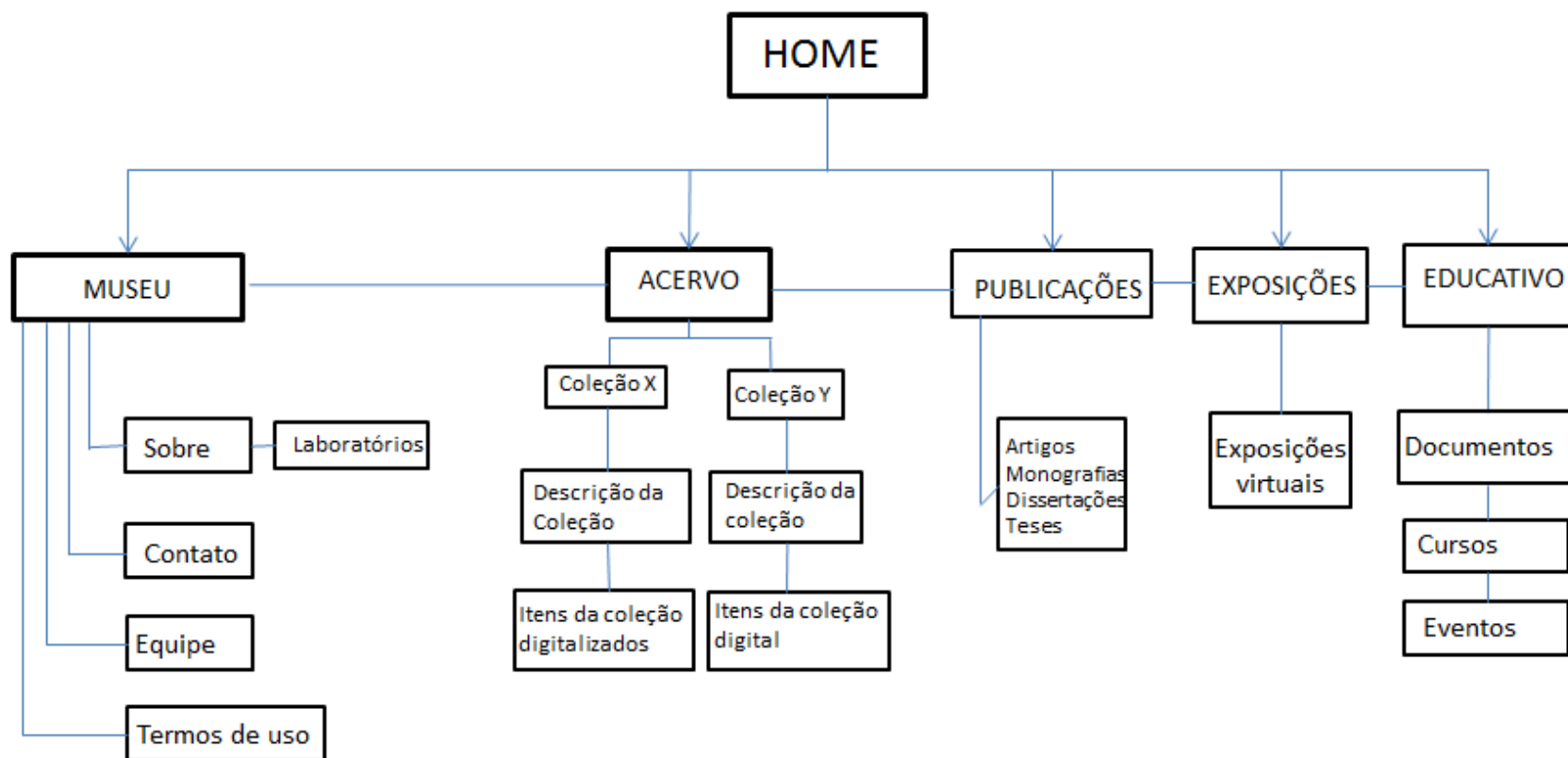
### 3.5 DESIGN DO SITE

Neste estágio, o foco voltou-se para a organização e o desenho do conteúdo do *site*, agrupado de acordo com as afinidades de conteúdo e dos temas. Para representação deste conteúdo, visando a mostrar a arquitetura do *site*, elaborou-se um mapa do *site*, evidenciando-se a maneira visual de exibir páginas representativas de um *website* (CHANDLER, UNGER, 2009).

#### 3.5.1 Mapa do *site*

Segundo Kalbach (2009), o mapa do *site* captura o conceito, a estrutura da informação e o esquema de organização de um *site* em uma representação visual, com o propósito de comunicar a arquitetura do *site*. Ainda conforme o autor, não existem regras definidas para a construção do mapa, porém, há elementos comuns, como: nós – as páginas do *site*, mostradas como quadrados; conexões – que relacionam os nós; e rótulos – títulos dados aos nós.

Diante destas considerações, o mapa do *site* do MMT ficou definido conforme demonstra a Figura 4. O mapa do *site* apresenta a organização das páginas, seções e subseções. A página principal mostra, de forma não linear, os menus que são considerados como o nível superior da hierarquia do *site*: Museu, Acervo, Publicações, Exposições e Educativo.

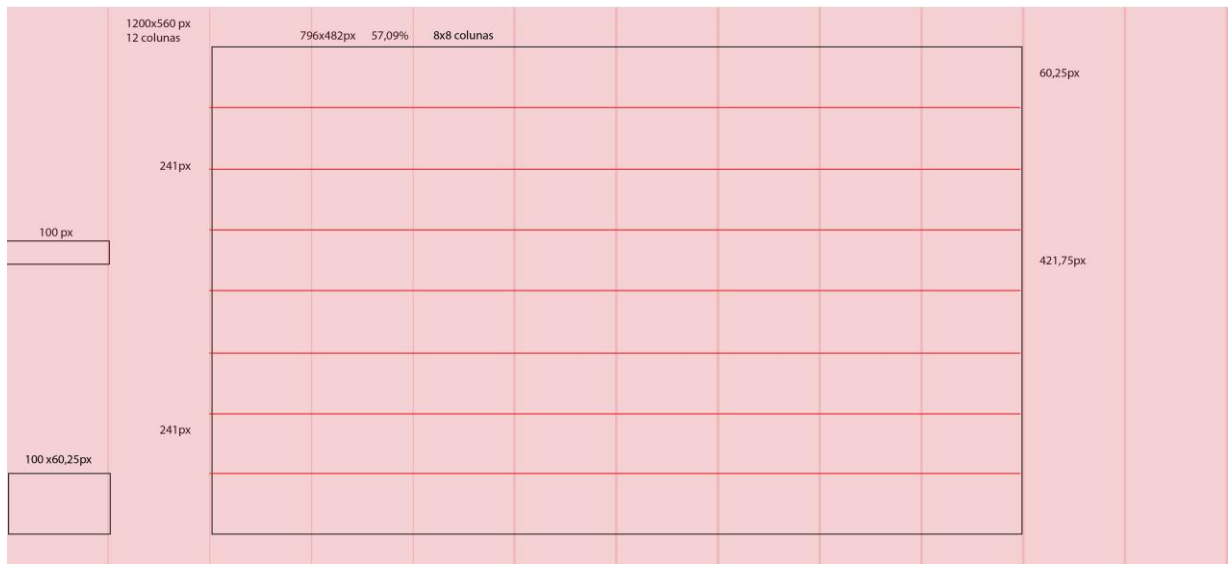
Figura 4 – Mapa do *site* do Museu Moda e Têxtil UFRGS

(fonte: elaborada pela autora)

### 3.5.2 Design da Interface: malha estrutural

O design da interface foi esboçado a partir do desenho da malha estrutural, o qual divide a tela em módulos e orienta a elaboração do *layout* das telas. Nesse sentido, os elementos são repetidos nas telas sempre na mesma posição, gerando um ambiente “familiar” para o usuário (PREECE et al., 2005). A Figura 5 apresenta a divisão de base para visualização em *desktop*, e a Figura 6 ilustra a malha para a página principal do *site* do museu, também para *desktop*.

Figura 5 – Malha estrutural básica para o *site* do Museu Moda e Têxtil UFRGS



(fonte: elaborada pela equipe de projeto)

Figura 6 – Mapa estrutural da página principal do site do Museu Moda e Têxtil UFRGS

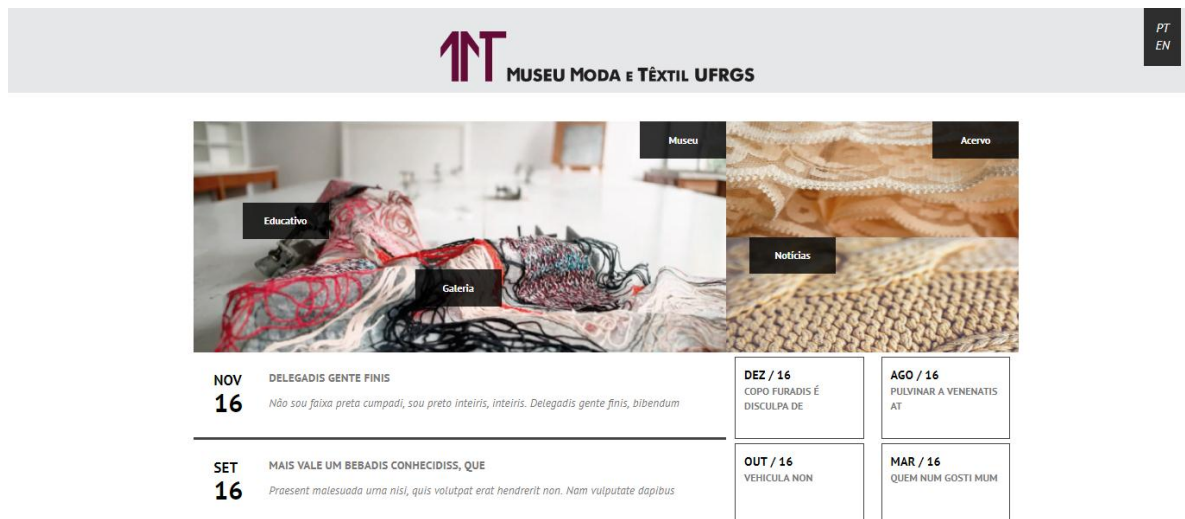


(fonte: elaborada pela equipe de projeto)

### 3.5.3 Protótipos

Dentro da proposta de malha estrutural apresentada, o esboço da página principal do museu é apresentado na Figura 7.

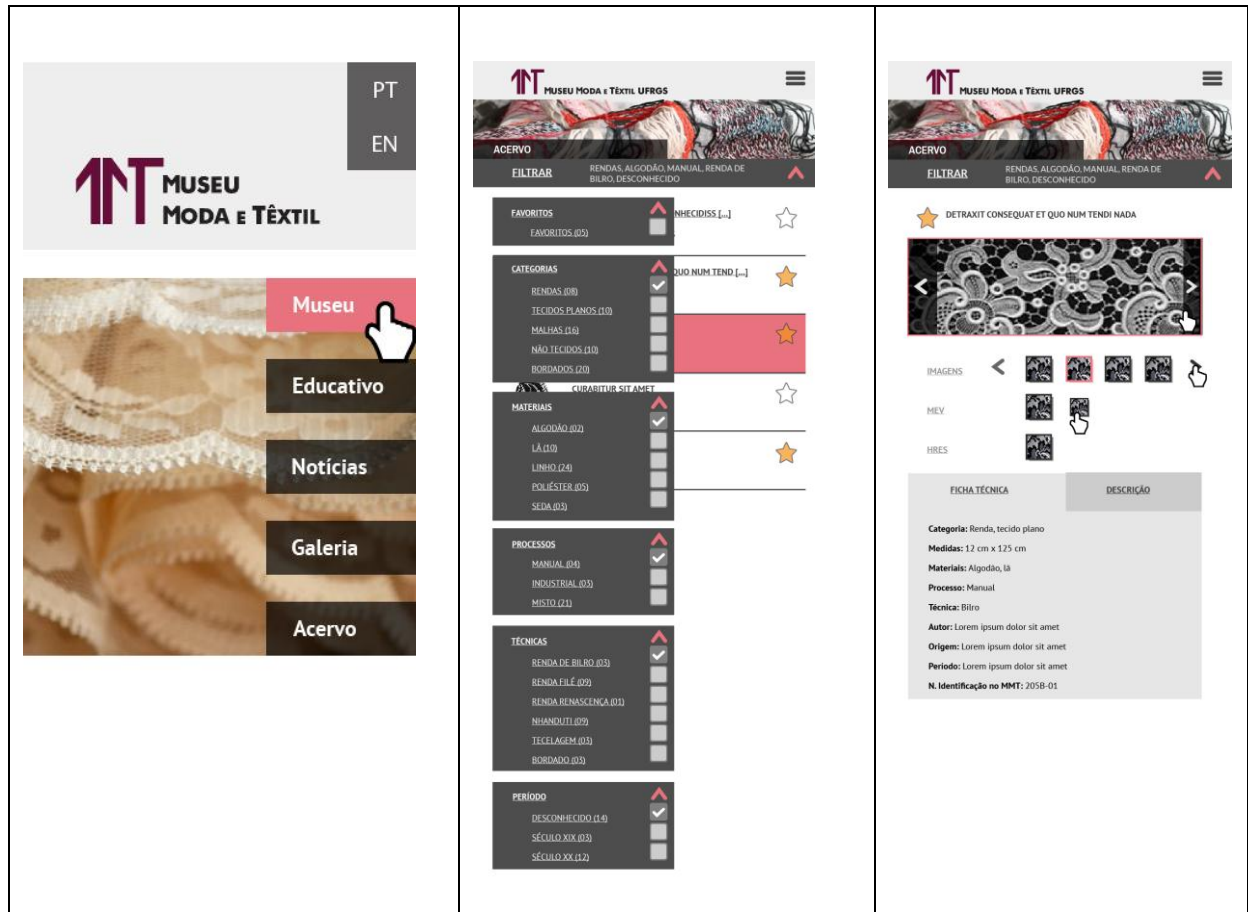
Figura 7 – Esboço da tela principal do MMT para visualização em *desktop*



(fonte: elaborada pela equipe de projeto)

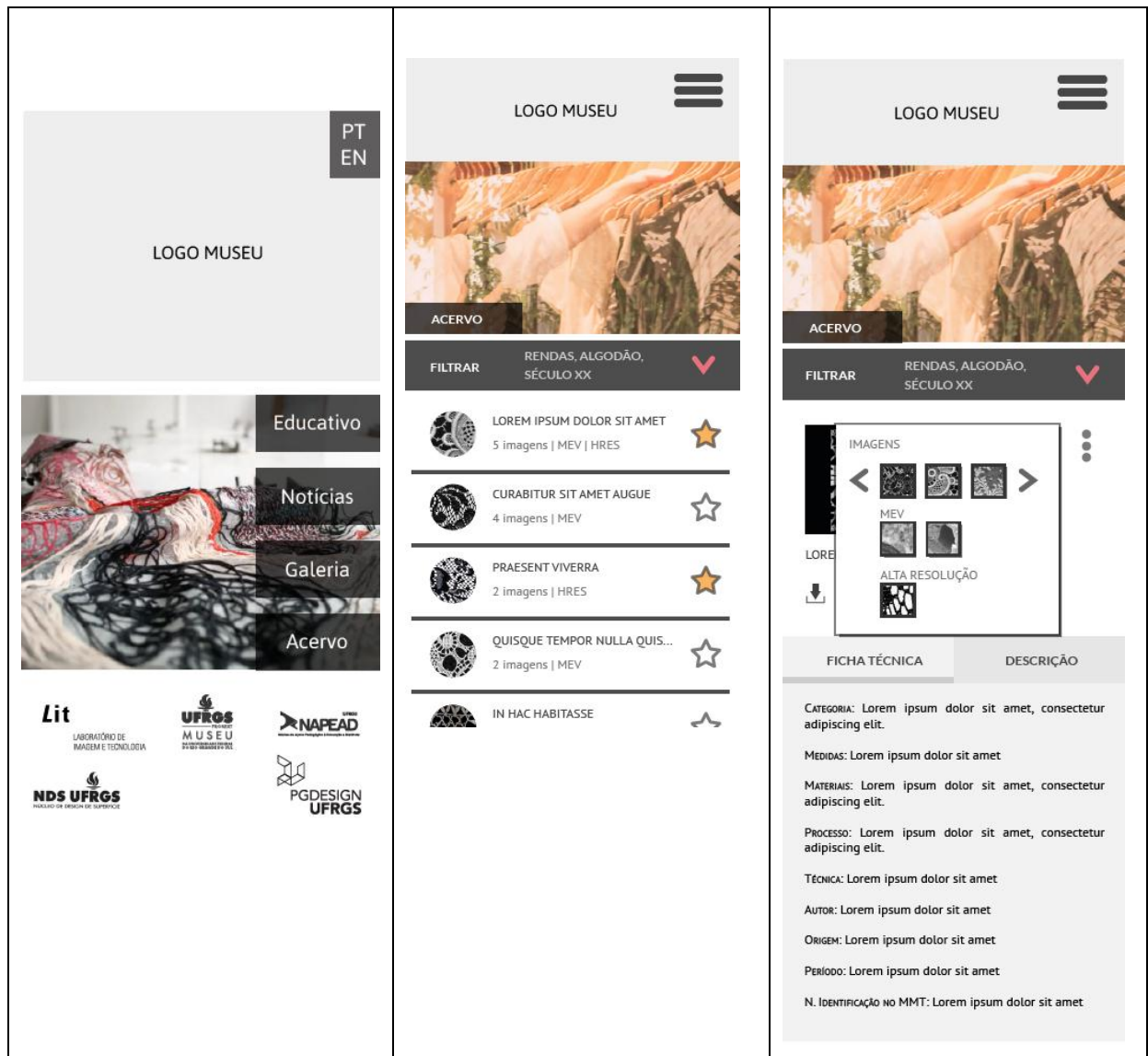
A partir desta etapa, foram também elaboradas as versões para visualização em *tablet* (768x990 pixels) e celular (320x640 pixels), conforme ilustradas nas Figuras 8 e 9, respectivamente.

Figura 8 – Protótipos da interface do MMT UFRGS para visualização em *tablet*



(fonte: elaborada pela equipe de projeto)

Figura 9 – Protótipo da interface do MMT UFRGS para visualização em celular



(fonte: elaborada pela equipe de projeto)



## 4 O AMBIENTE DIGITAL DO MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS

Este capítulo concentra-se no desenvolvimento e apresentação do ambiente digital construído para o MMT. Os principais pontos de ancoragem para desenvolvimento do *site* foram: o público-alvo, as tarefas demandadas e os elementos de interação e design, os quais foram identificados na pesquisa de campo apresentada no Capítulo 3.

Ainda no que diz respeito às definições apresentadas no projeto metodológico do *site*, como definição do mapa do *site* e do *lay-out*, iniciou-se a fase de programação. Nesta fase, houve interação direta e constante com a equipe do NAPEAD-UFRGS, pois é nesse momento que ajustes são feitos a partir dos protótipos para a aplicação definitiva. Por tratar-se de uma equipe pequena, houve alto grau de colaboração entre os participantes, perfil característico de *sites* desenvolvidos com uma abordagem ágil, caracterizando-se pela flexibilidade das atividades, o que possibilita que os passos aconteçam simultaneamente (CHANDLER, UNGER, 2009).

Visando a uma melhor compreensão das páginas que compõem o ambiente digital do museu, cada uma é apresentada e ilustrada para apontar as principais características e estratégias seguidas. As páginas são apresentadas na ordem em que aparecem na barra de menu: *Home*, *Museu*, *Acervo*, *Publicações*, *Exposições* e *Educativo*. Ressalta-se que o *site* pode ser acessado no endereço: <[www.ufrgs.br/mmt](http://www.ufrgs.br/mmt)>.

### 4.1 HOME DO MUSEU MODA E TÊXTIL

A *Home* é também chamada de página inicial, e nela há a obrigatoriedade de inserção da identificação do *site*, que deverá estar presente também nas demais páginas (NIELSEN, 2000).

Segundo Carvalho et al. (2005), a página inicial do *site* deverá apresentar elementos que não deixem dúvidas sobre a identificação e o seu conteúdo. Os autores sugerem que sejam contemplados os seguintes pontos:

- a) nome do *site* destacado;
- b) marca ou logotipo;
- c) apresentação da finalidade do *site* ou hiperligação para o texto de apresentação;
- d) menu com as hiperligações essenciais para acessar as seções (pode não aparecer na página inicial, mas facilita a interação se estiver presente);
- e) indicação dos responsáveis pelo *site* (financiador, *webmaster*, instituições de apoio, etc.);
- f) datas de criação e de atualização do *site*;
- g) outros elementos também podem surgir na página inicial, como, por exemplo, notícias ordenadas por data.

Diante das considerações e do projeto do *site*, a Figura 10 apresenta o resultado da página inicial do *site* do MMT.

Figura 10 – Detalhe da *Home* do *site* do Museu Moda e Têxtil UFRGS



(fonte: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018a)

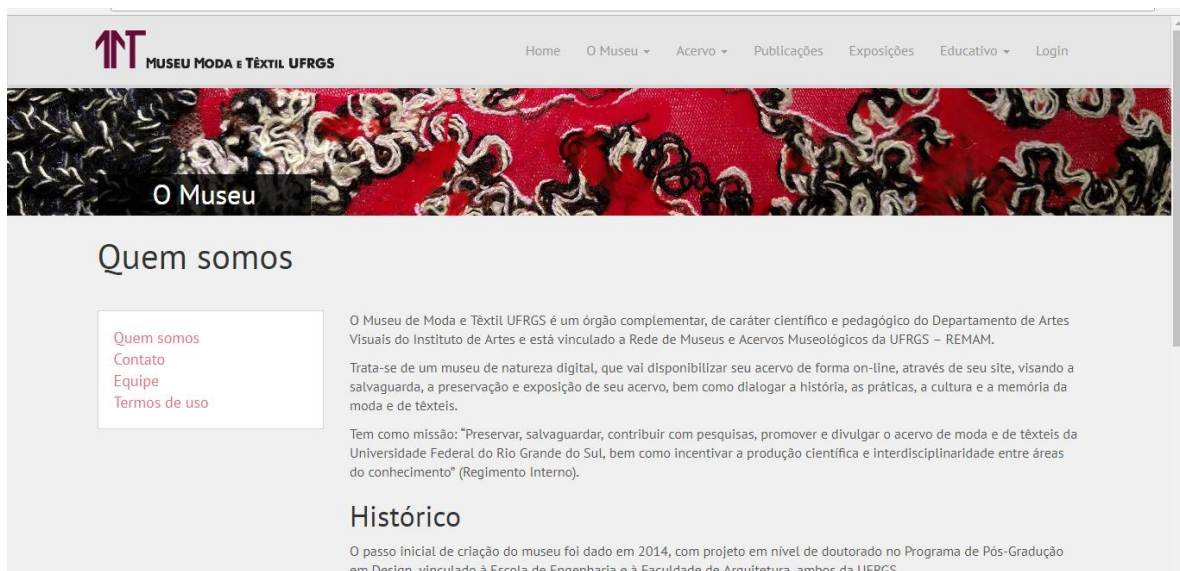
Na *Home*, optou-se por apresentar as seções em uma barra vertical centralizada, destacada pela cor magenta, utilizada na Identidade Visual do MMT.

No rodapé, constam os logos das instituições e parceiros aos quais o MMT está vinculado: Instituto de Artes, Museu da UFRGS, Remam, Programa de Pós-Graduação em Design (PG Design), Laboratório de Imagem e Tecnologia (LIT), Núcleo de Design de Superfície (NDS), Núcleo de Moda Sustentável (NMS), NAPEAD, Secretaria de Educação a Distância (SEAD) e UFRGS.

#### 4.2 PÁGINA: O MUSEU

Na página O Museu, insere-se o texto institucional e de apresentação do museu, com *hiperlinks* para os laboratórios e espaços da universidade que se vinculam ao museu, tais como Laboratório de Imagem e Tecnologia (LIT), Núcleo de Design de Superfície (NDS), Núcleo de Moda Sustentável (NMS), NAPEAD, PG Design, Remam e Museu da UFRGS. Contemplam-se, ainda, as opções de Contato, Equipe e Termos de Uso, conforme detalhe apresentado na Figura 11.

Figura 11 – Detalhe da página O Museu



(fonte: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018h)

Na opção de Contato, foi disponibilizado o *e-mail* do MMT (<mmt@ufrgs.br>) para que o público entre em contato com o museu para fins de pesquisa, doação ou dúvidas pertinentes ao conteúdo. Este *e-mail* é acessado pelo responsável pelo museu.

Em Equipe, constam os nomes dos integrantes que compõe a estrutura organizacional do MMT. E, os Termos de Uso obedecem a Licença de Uso *Creative Commons* Atribuição Não-Comercial.

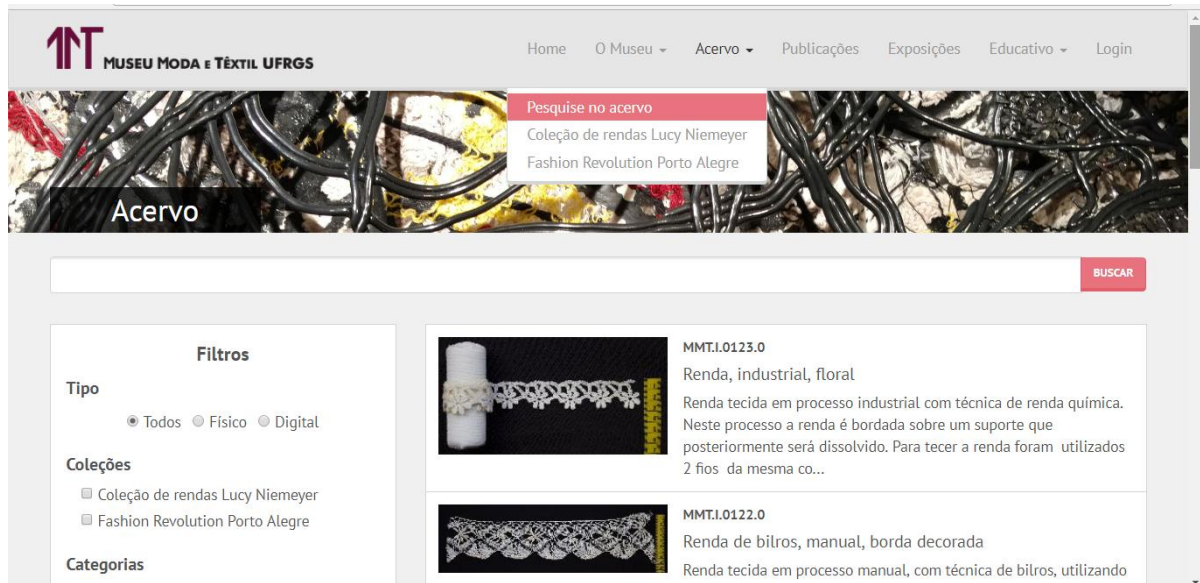
#### 4.3 PÁGINA: ACERVO

Nos diversos museus nacionais e internacionais analisados na pesquisa de campo, verificou-se que não há uniformidade no modo de apresentação dos acervos disponibilizados *on-line*. Cada museu desenvolveu seu espaço de maneira única; alguns priorizam e destacam imagens e recursos de edição, como, por exemplo, o Rijksmuseum (Holanda), enquanto outros aprofundam o conhecimento com informações históricas e técnicas de seus objetos, como, por exemplo, o Victória & Albert Museum (Inglaterra) e o Powerhouse Museum (Austrália).

A página do Acervo é o centro das atenções do ambiente digital do MMT, visto que aqui é apresentado o conteúdo que impulsionou esta tese e contribuiu com as demandas para a criação das demais seções.

Quando a página é acessada, visualizam-se as opções: Pesquise no acervo, Coleção de rendas Lucy Niemeyer e Fashion Revolution Porto Alegre, sendo as últimas duas as coleções que atualmente compõem o acervo do MMT. A Figura 12 mostra o detalhe da página.

Figura 12 – Detalhe da página Acervo do MMT



(fonte: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018b)

Na opção *Pesquise no acervo*, que está em destaque na Figura 12, o usuário poderá pesquisar a partir da seleção de opções em diversos filtros: Tipo – todos, digital ou físico; Coleções; Categorias - renda, bordado, tecido plano, foto, etc.; Materiais; Processos; e Técnica. À medida que os objetos ou coleções forem inseridos, será possível ampliar e detalhar o leque de opções de cada um dos itens mencionados.

Ao optar pelo acesso às coleções, inicialmente o usuário terá como resultado o texto de apresentação da coleção, seguido da opção de acesso aos itens que a compõem, conforme ilustra a Figura 13.

Figura 13 – Detalhe da página Acervo: Coleção de rendas Lucy Niemeyer



(fonte: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018d)

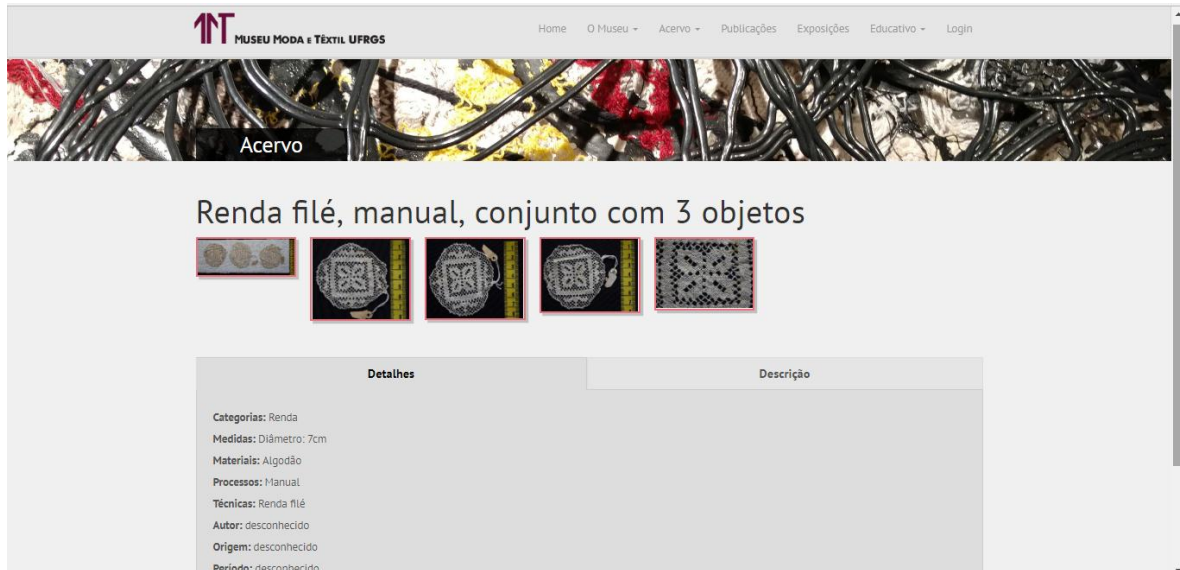
Ao acessarem-se os objetos que compõem a coleção, visualizam-se imagens (detalhes do objeto, acondicionamento e, em alguns casos, imagens feitas em microscópio para apontar detalhes construtivos) e as opções Detalhes e Descrição, conforme ilustra a Figura 14.

A opção Detalhes apresenta um resumo das principais informações sobre o objeto, tais como: categoria, medida, materiais, processo, técnica, autor, origem, período e número de registro no acervo do MMT.

Já na opção Descrição, são apresentadas informações técnicas, visuais e históricas, além de referência bibliográfica. No decorrer do texto, quando há descrição da técnica, o termo empregado está vinculado a um *hiperlink*, pelo qual o usuário poderá obter informações complementares sobre o assunto. Os objetos que foram analisados em microscópio estereoscópio estão igualmente vinculados por *hiperlink* ao texto descritivo sobre o tema. Os *hiperlinks*, por sua vez, são também textos independentes que podem ser acessados pela página Educativo, o que é apresentado na seção 4.6.



Figura 14 – Detalhe da seção Acervo: visualização de itens de coleções



(fonte: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018c)

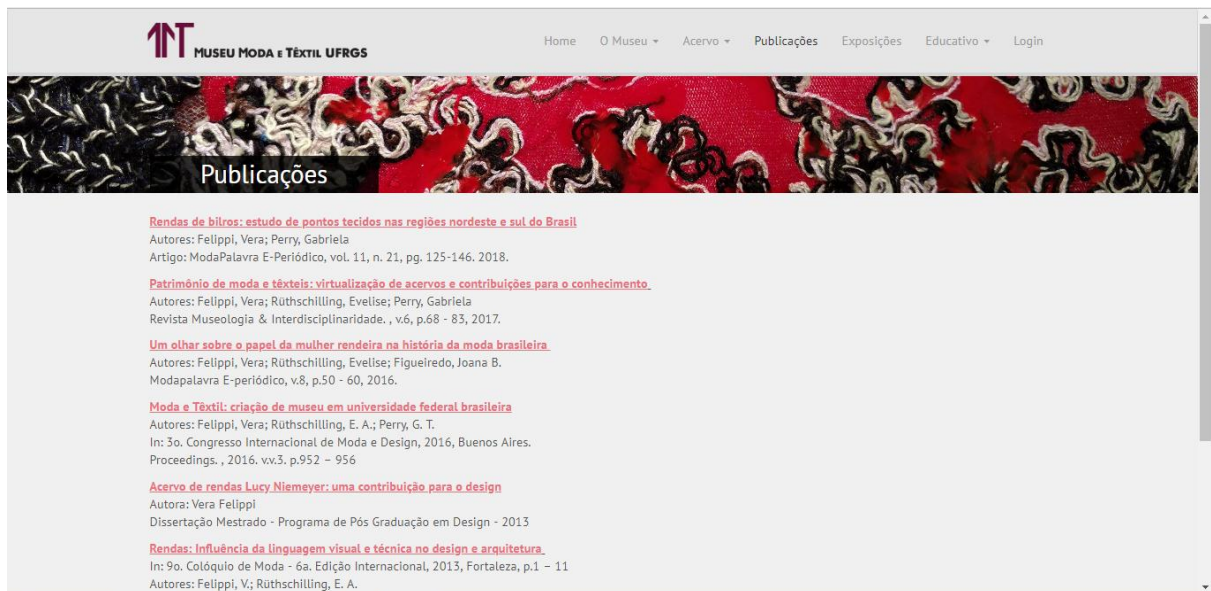
#### 4.4 PÁGINA: PUBLICAÇÕES

A página Publicações foi elaborada a partir da análise deste recurso em diferentes museus, dentre os principais: Powerhouse Museum (Austrália), Victoria and Albert Museum (Inglaterra), Rijks Museum (Holanda), Museo del Traje (Espanha), Museu da Indumentária e da Moda (Brasil) e Museo de la História del Traje (Buenos Aires). Conforme verificado em situações anteriores, não há um padrão na forma como as publicações dos museus são apresentadas. Em cada um dos museus, seus ambientes foram desenvolvidos de acordo com suas necessidades, tipo de conteúdo, recursos e público. Seguem algumas observações a partir da análise dos museus mencionados, os quais foram selecionados por representarem a diversidade das interfaces e interação:

- a) nome da seção: nos diferentes museus e nos diferentes idiomas, os nomes variam, por exemplo, Research (Powerhouse Museum), Publicaciones (Museo de la História del Traje), Biblioteca (Museu da Indumentária e da Moda), Biblioteca - Publicaciones (Museo del Traje), Research Library (Rijksmuseum);
- b) conteúdo: o conteúdo apresenta-se disponível basicamente em duas formas: arquivo para *download* e *link* para o periódico em que foi publicado o texto.

Levando-se em consideração tais observações, a Figura 15 ilustra a página Publicações no *site* do MMT.

Figura 15 – Detalhe da página Publicações do *site* do Museu Moda e Têxtil UFRGS



(fonte: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018g)

A página foi desenvolvida como espaço para disponibilizar publicações, respeitando-se os seguintes pontos:

- os textos são apresentados em formato de lista – organizados na ordem do texto mais atual para o mais antigo;
- para cada texto, são informados: título, autores, tipo de publicação (artigo, dissertação, tese, monografia, etc.), identificação do local onde o texto foi publicado e ano da publicação;
- ao selecionar o texto, o usuário será encaminhado para o respectivo “endereço” em que o artigo se encontra publicado.

As publicações inseridas no *site* vinculam-se às pesquisas relativas ao MMT e às suas coleções, sendo escritas por pessoas vinculadas ao museu ou externas. Ressalta-se que a responsabilidade pelo conteúdo é totalmente do(s) autor(es), e não do MMT.



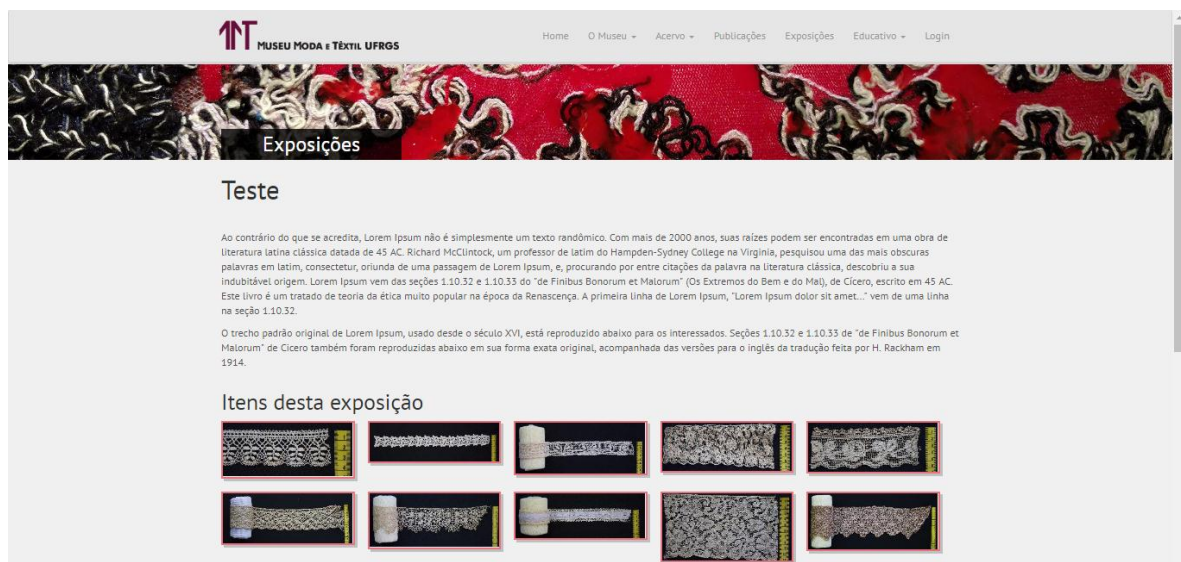
## 4.5 PÁGINA: EXPOSIÇÕES

Na página Exposições, serão apresentadas exposições digitais cujas propostas atendam à temática do MMT, destacando-se aspectos históricos, artísticos, culturais e documentais dos objetos selecionados, segundo o enfoque dos curadores que propuserem a exposição ou forem convidados para organizá-la.

Para desenvolver esta página, verificou-se que os museus analisados na pesquisa de campo recorrem a diversos formatos, mas salienta-se que, assim como ocorre na estruturação das demais páginas, não há padrões.

A página Exposições do MMT inicialmente mostrará todas as exposições; ao ser selecionada uma exposição, o usuário é levado a uma segunda página, que apresentará detalhes da exposição e os itens que a compõem. Como ainda não há nenhuma exposição, a Figura 16 ilustra a página em teste.

Figura 16 – Detalhe da página Exposições do MMT



(fonte: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018f)

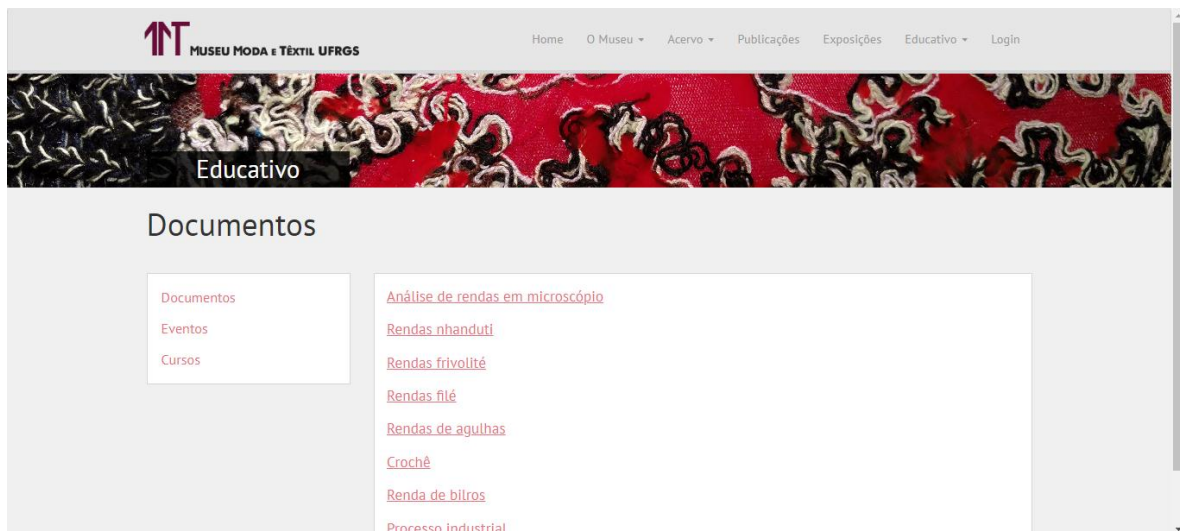
Toda exposição deve possuir um título, um texto de apresentação e as imagens dos objetos e/ou vídeos que a compõem. Para compor a exposição, os objetos necessariamente precisam estar registrados no acervo do MMT.

A ideia é que as exposições fiquem permanentemente no *site*, sendo esta uma das vantagens das exposições nos ambientes digitais, pois não enfrenta a problemática de “falta de espaço” e de tempo de permanência.

#### 4.6 PÁGINA: EDUCATIVO

A página Educativo do MMT foi desenvolvida como espaço que concentra as atividades de produção textual de apoio para entendimento dos objetos do acervo e também para a divulgação de Cursos e Eventos. A Figura 17 ilustra o resultado.

Figura 17 – Detalhe da página Educativo do Museu Moda e Têxtil



(fonte: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018e)

Na opção Documentos, podem ser inseridos conteúdos em formato de texto em PDF e vídeos, com o objetivo de instrumentalizar o pesquisador/usuário com conceitos ou informações sobre o acervo do museu. Os documentos criados até o momento para o *site* do MMT são textos que apresentam a definição de termos técnicos empregados na descrição dos itens do acervo, vinculados por *hiperlinks*.

Os documentos cadastrados no *site* são visualizados na ordem em que foram inseridos. Para as futuras inserções, sugere-se objetividade no título do arquivo para que o usuário tenha facilidade em identificar seu conteúdo.

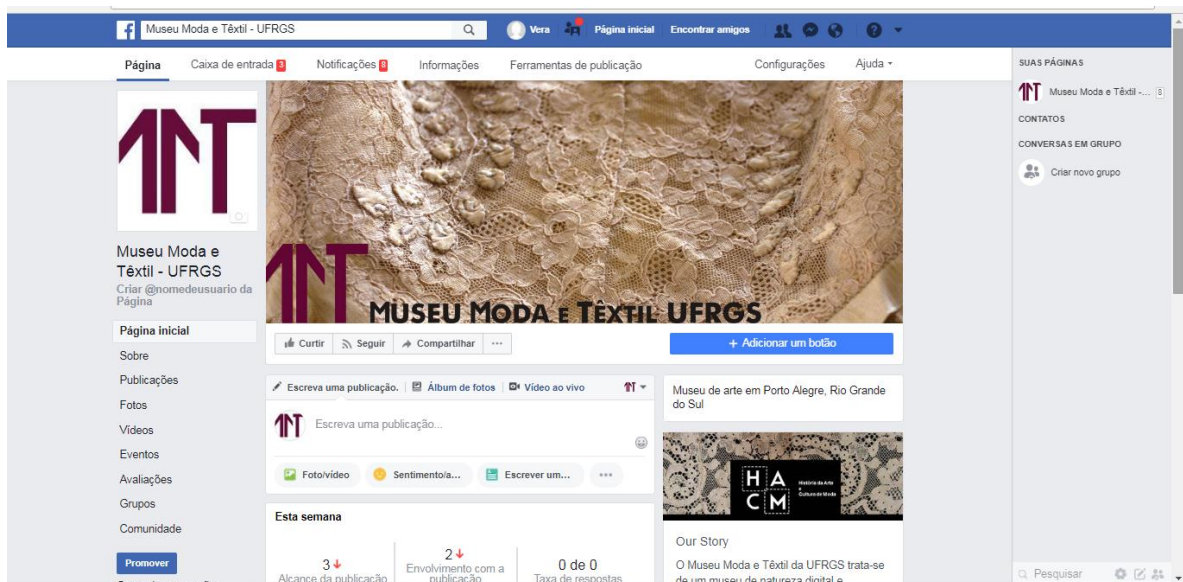
As opções Cursos e Eventos complementam esta página. No âmbito deste *site*, por curso, entendem-se atividades com foco em “ensinar a fazer”, o que pode

combinar teoria com prática. Já os Eventos abrangem um conjunto de atividades, como palestras, seminários, encontros, congressos, simpósios, mesa-redonda, etc. Com vistas a um maior alcance na divulgação dos cursos e eventos, criou-se uma página do museu em redes sociais, abordada a seguir.

#### 4.7 REDE SOCIAL

Como forma de comunicar as atividades do MMT, ampliar contatos, divulgar conteúdo e publicações e compartilhar eventos, foi desenvolvida a página do MMT na rede social Facebook (Figura 18).

Figura 18 – Detalhe da página do MMT na rede social Facebook



(fonte: FACEBOOK, 2018)

A página foi disponibilizada em março de 2017. Desde seu início, houve interação com pesquisadores, tecelões e artistas interessados em acompanhar as iniciativas do museu, doar objetos e pesquisar o acervo.

#### 4.8 PÁGINA: ADMINISTRAÇÃO

O *site* do MMT conta com a página Administração, acessada mediante *login* com senha, na qual são gerenciados e inseridos conteúdos nas páginas do *site*.

O administrador com acesso a esta página pode: cadastrar objetos no acervo; inserir categorias, materiais, técnicas, processos, coleções, documentos, cursos, eventos e publicações; organizar e cadastrar as exposições; e editar as páginas relativas ao museu, como, por exemplo, alterar nomes dos integrantes da equipe, *e-mail* e termos de uso.

Por tratar-se de atividades que requerem responsabilidades, sugere-se que os acessos sejam feitos por um número limitado de pessoas, indicadas pela diretoria do MMT.

## 5 O MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS

Este capítulo tem como foco apresentar o Museu Moda e Têxtil como instituição vinculada à UFRGS e o seu acervo, incluindo aspectos da gestão do museu. Estes abrangem parâmetros de catalogação, preservação, captação de imagens, documentação, fluxograma para inserção de novos objetos e coleções, Regimento Interno e desenvolvimento da identidade visual.

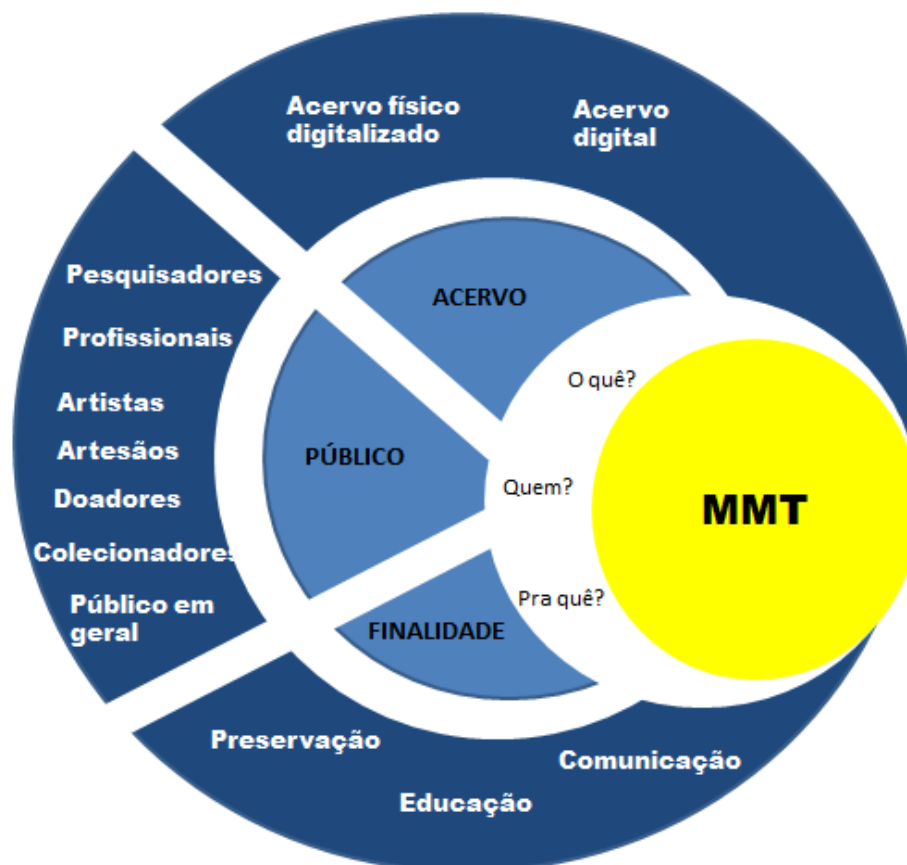
O Museu Moda e Têxtil, em dezembro de 2015, recebeu o certificado de museu membro da Rede de Museus e Acervos Museológicos da UFRGS (Remam). Esse certificado legitima o MMT como instituição na universidade e é apresentado no anexo A deste trabalho. A Remam foi criada conforme a Portaria 06493, de 07 de dezembro 2011, com o objetivo de integrar e articular os diferentes espaços de memória existentes nas diferentes áreas de conhecimento da UFRGS.

O museu constitui-se como órgão de caráter científico e pedagógico, regido pelas legislações que normatizam os museus brasileiros (Ibram). Concentra-se em moda e têxteis, com acervo originário de doações, sendo que as futuras inserções de objetos serão dessa mesma ordem. O acervo é disponibilizado de forma *on-line* em seu *site*, contribuindo para a salvaguarda, preservação e exposição de seu acervo e incentivando investigações vinculadas à história, às práticas, à cultura e à memória da moda e dos têxteis. Além disso, busca estimular práticas criativas e de pesquisa a partir da interação com as diversas áreas do conhecimento, tanto no ambiente acadêmico quanto profissional. O Museu Moda e Têxtil tem como missão, segundo seu Regimento Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, 2018i):

Resgatar, preservar, salvaguardar, contribuir com pesquisas, promover e divulgar o acervo de moda e têxtil da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, bem como incentivar a produção científica e interdisciplinaridade entre as áreas do conhecimento.

A atuação do Museu Moda e Têxtil é ilustrada de forma esquemática na Figura 19, levando em conta sua finalidade, público-alvo e acervo.

Figura 19 – Diagrama do ecossistema do Museu Moda e Têxtil



(fonte: elaborada pela autora)

A finalidade do MMT está ligada às atividades de preservação, educação e comunicação de seu acervo. A preservação abrange as atividades de guarda, documentação, catalogação e segurança das coleções; as estratégias para preservação são descritas no decorrer deste capítulo. A educação tem como pontos de ancoragem o *site* onde o acervo físico digitalizado e o acervo digital estão inseridos, contemplando ainda publicações, um espaço educativo, com textos que auxiliam na compreensão do acervo, e a organização de cursos e eventos. A comunicação diz respeito à circulação das informações e conteúdos do museu, que no âmbito do MMT ocorre em seu *site* e perfis em rede sociais. O ICOM (DESVALLÉES; MAIRESSE 2013) aponta que, no contexto dos museus, a

comunicação aparece simultaneamente com a apresentação de resultados de pesquisas feitas a partir de coleções, o que resulta em catálogos, artigos, livros e conferências, e com o acesso aos objetos que compõem as coleções, como as exposições. A instituição também aponta que os investimentos feitos em *sites* na Internet constituem uma parte significativa da lógica de comunicação de muitas instituições, incluindo a inserção nas redes sociais.

O público-alvo do museu são pesquisadores, tanto em nível de graduação quanto de pós-graduação, e professores de áreas como moda, design, arte, engenharia têxtil, história, jornalismo, antropologia e psicologia da moda, entre outras. Além dos pesquisadores, profissionais de diversas áreas, artistas, artesãos e a comunidade em geral também constituem o público. Os doadores e colecionadores são mencionados pela importância colaborativa que poderão ter junto ao MMT. O público-alvo foi descrito no Capítulo 3, que tratou das definições para o projeto do ambiente digital do museu. Reforçamos que, por tratar-se de um museu digital, a acessibilidade, a gratuidade e a interatividade estarão garantidas para o público.

Como todas as atividades estão vinculadas ao acervo do MMT, este assunto é tratado em detalhe na sequência, abrangendo a relevância do acervo já existente e aspectos relativos à gestão, incluindo a apresentação dos parâmetros aplicados.

## 5.1 O ACERVO

Aqui, apresentamos a maneira com que são organizadas as coleções e objetos do MMT, os quais compreendem a acervo físico e digital (o processo e as etapas de inserção de objetos no acervo do museu são tratados à parte, no item 5.3.6).

O acervo físico é composto de objetos que compreendem:

- a) Moda: itens de vestuário e acessórios (sapatos, chapéus, bolsas, luvas, etc.) atuais ou que representem modas passadas;
- b) Têxteis: coleções de tecidos, tapeçarias, amostras têxteis e demais objetos e materiais relacionados aos processos manuais e industriais de produção;

- c) outros: livros, publicações (revistas e catálogos). Podem ainda compor o acervo objetos representativos de processos de produção, como, por exemplo, ferramentas e manuais técnicos.

O acervo digital também se insere na temática do museu e compreende:

- a) Moda: material digital de roupas e acessórios que não tenham correspondente físico (como, por exemplo, criação de roupas e acessórios virtuais);
- b) Têxteis: coleções de estampas e tecidos criados em *softwares* específicos, vídeos com processos de técnicas têxteis (manuais e/ou industriais), áudios de artistas/artesãos ou profissionais ligados ao tema;
- c) outros: multimídias com conteúdo de valor histórico, artístico e cultural.

No que diz respeito ao acervo, o MMT tem como objetivos manter e ampliar o acervo mediante doações; preservar o acervo em instalações adequadas sob a guarda da instituição; divulgar o acervo pelo *site* do museu, bem como as produções técnico-científicas, ações educativas e atividades culturais correlatas; permitir ao público visitante e a pesquisadores acesso ao acervo; organizar e manter a documentação do acervo sob sua guarda, tanto em suporte material quanto digital; articular o ensino, a pesquisa e a extensão dentro de sua área de atuação; incentivar a produção científica, contribuindo para o desenvolvimento artístico, cultural e educacional nas áreas afins de seu acervo; promover atividades de integração, intercâmbio e parcerias institucionais, profissionais e com pesquisadores (públicos e privados). Estes objetivos contribuirão para a redação do Regimento Interno do museu (Apêndice D).

Abaixo, apresentam-se o acervo e as coleções que já estão inseridas no MMT.

## 5.2 O ACERVO EXISTENTE

O acervo do MMT, até o presente momento, conta com duas coleções: a Coleção de rendas Lucy Niemeyer e a Coleção Fashion Revolution Porto Alegre. A primeira coleção possui objetos físicos, e a segunda é composta por objetos digitais – fotografias e vídeos.



A fim de expor a relevância cultural, histórica e social deste conteúdo no cenário de moda e têxtil, o que justificou a inserção como objetos museológicos no MMT, apresentamos as coleções a seguir.

### **5.2.1 Coleção de rendas Lucy Niemeyer**

A Coleção Lucy Niemeyer foi abordada também em dissertação de mestrado (SILVA, 2013). O que se pretende ressaltar aqui é a relevância destes objetos como itens representativos de quase cinco séculos de produção de rendas, o que impacta em questões sociais, culturais e históricas. O objetivo é desvendar e revelar a coleção de rendas do acervo e demonstrar sua representatividade.

De acordo com Briggs-Goode e Buttress (2009), o estudo das rendas geralmente tem um foco histórico, justificado pela existência de poucos *experts* com conhecimento específico sobre processos e técnicas. As autoras consideram que é necessário abranger o estudo além das questões históricas e ampliar a divulgação deste conhecimento. Essa abrangência tem como objetivo alcançar um maior entendimento deste universo, aprofundando questões ligadas não só aos processos de produção, aos equipamentos utilizados, ao período de produção e fabricantes, mas também às temáticas, aos desenhos e suas formas de repetição.

Diante disso, a proposta aqui é demonstrar a relevância da coleção Lucy Niemeyer a partir dos processos e técnicas, apoiando-nos em publicações de autores como Pat Earnshaw, Delia Etcheverry e Jeremy Farrel, somadas à pesquisa em 131 rendas disponibilizadas em *sites* internacionais de colecionadores e tecelões de rendas. Inicialmente, foi elaborado o Quadro 8, que apresenta o cenário das rendas, com processos de produção e técnicas empregadas, os quais foram levantados a partir de bibliografia e pesquisa de campo. Em sua elaboração, foram levadas em consideração possibilidades contemporâneas de produção de rendas e/ou efeitos rendados com equipamentos não mencionados nas bibliografias, estando estes inseridos no item “Outros” no Processo Industrial. Este quadro será usado posteriormente para enquadrar as rendas da coleção do MMT e assim demonstrar a representatividade da coleção.

Quadro 8 – Classificação das rendas a partir dos processos e técnicas

PROCESSOS	TÉCNICAS			PRINCIPAL CARACTERÍSTICA	
PROCESSOS MANUAIS	BILROS			Uso de bilros para tecer a renda	
	AGULHA	Por bordado	Filé	Bordado sobre base quadriculada. Ex. filé	
			Sobre rede industrial (tule)	Bordado sobre os diversos tipos de redes/tule industriais	
			Aplicação: rede e tecido	Renda produzida pela sobreposição de tecido sobre rede. Ex. Carrickmacross	
			Desfiado/recorte e bordado	Retirada de fios do suporte (tecido plano) e acabamento em ponto de bordado. Ex. labirinto	
		Agulha de crochê			Rendados produzidos com a técnica de crochê
		Agulha de tricô			Rendados produzidos com a técnica de tricô
		Agulha e fitas (lacê ou sutache)			Uso de fitas ou roletês para dar forma aos desenhos ou à renda. Utiliza suporte. Ex.: renascença e irlandesa
		Agulha – <i>punto in aria</i>			Construção da renda com pontos de caseado. A renda é tecida sobre suporte.
	NÓS	Sem instrumentos			Ex. macramê
		Com instrumentos			Fazem uso de pequenos instrumentos. Ex. nhaduti e frivolité
	TÉCNICA MISTA			União de duas técnicas para construir a renda. Ex: bilros + filé.	

continua

continuação

PROCESSOS	TÉCNICAS		PRINCIPAL CARACTERÍSTICA
PROCESSOS INDUSTRIAIS	EM TEARES	RETILÍNEA POR TRAMA	Produz estruturas rendadas com ponto corrente (imita tricô)
		POR URDUME	Produz diferentes estruturas rendadas com ponto corrente.
			Teares específicos que se caracterizam por laçadas e nós: Leavers, Pusher, máquina de cortinas ( <i>lace curtain</i> )
		TEAR CIRCULAR de pequeno diâmetro (tear tipo Barmen)	Imitam rendas feitas à mão e, geralmente, são estreitas.
	POR BORDADO	Renda química	Imita qualquer processo ou técnica de rendas
		Bordado sobre rede	
	OUTRAS POSSIBILIDADES E/OU EFEITO RENDADO	a) Recorte sobre tecidos e outras bases (couro) b) Teares de urdume/trama c) Não-tecidos	Imitação, mas principalmente a criação de novas rendas ou efeitos rendados não convencionais.

(fonte: elaborada pela autora)

O Quadro 8 foi organizado em função das técnicas empregadas, mas recorrendo-se às bases históricas como apoio e também para maior entendimento desse universo. Vale enfatizar que a proposta neste estudo não é fazer um mapeamento, e sim apontar as principais tipologias de processos e técnicas, muitas das quais são usadas desde o século XVI – como rendas de agulha e filé – e são empregadas até os dias de hoje em diversos países.

O Quadro 8 também contribui e convida para uma reflexão sobre as diversas possibilidades de tecer rendas, inclusive com a combinação de materiais. Middleton (1938) menciona algumas técnicas manuais que empregam tecidos industriais como bases, principalmente onde há o uso do bordado. Para esse caso, o autor utilizou o termo *semi-hand-made*, que é a união dos processos manual e industrial para a produção de rendas. O autor referia-se especificamente às rendas que empregavam técnicas manuais (principalmente de costura) em bases (redes ou tecidos planos) feitas em teares industriais. Essas rendas caracterizavam-se por ter os motivos recortados em tecidos planos muito leves e costurados sobre as bases, tendo como exemplos: a renda *carrickmacross* (de origem inglesa) ou com rendas de recorte





como *richelieu* e labirinto. Apesar do emprego do termo, o autor afirma que, mesmo sendo usados materiais feitos à máquina, as rendas são consideradas como feitas à mão.

Com relação à produção industrial, importante mencionar que, no século XIX e início do XX, alguns teares não tinham capacidade de anexar detalhes nas rendas, como, por exemplo, os fios de contorno nos motivos/desenhos. Era necessária a interferência do trabalho manual ou de outros equipamentos a partir de adaptações mecânicas. Posteriormente, com a evolução tecnológica do final do século XX e início do século XXI, os teares passaram a ser operados eletronicamente e são capazes de produzir complexos desenhos e detalhes.

A partir do exposto, dos 201 itens que compõem a Coleção Lucy Niemeyer, 193 foram analisados, isso porque os oito itens não analisados não são rendas, e sim tecidos planos. Dos 193 itens analisados, 82 rendas foram tecidas com processo manual e 111 com processo industrial, em ambos os casos, fazendo uso de diversas técnicas.

Para uma melhor compreensão de como a Coleção de rendas Lucy Niemeyer insere-se no cenário de classificações apresentado, foram elaborados dois quadros: o Quadro 9, com as rendas feitas em processo manual, e o Quadro 10, para o processo industrial. Em ambos, são mencionadas somente as técnicas que constam na coleção; para facilitar a identificação da técnica, foi selecionado um item de renda para ilustrá-lo. Consta, ainda, nos quadros, o número total de itens da coleção.

Quadro 9 – Coleção de rendas do MMT: Processo Manual

Técnica		Exemplo na coleção	Quantidade de itens na coleção que empregam a técnica	
BILROS			19	
AGULHA	Agulha por bordado	Filé		41
	Ponto no ar			4
	Crochê			14

continua

continuação

Técnica		Exemplo na coleção	Quantidade de itens na coleção que empregam a técnica
NÓS	Com instrumentos	NHANDUTI	1
		FRIVOLITÉ	1
TÉCNICA MISTA	BILROS + FILÉ		2

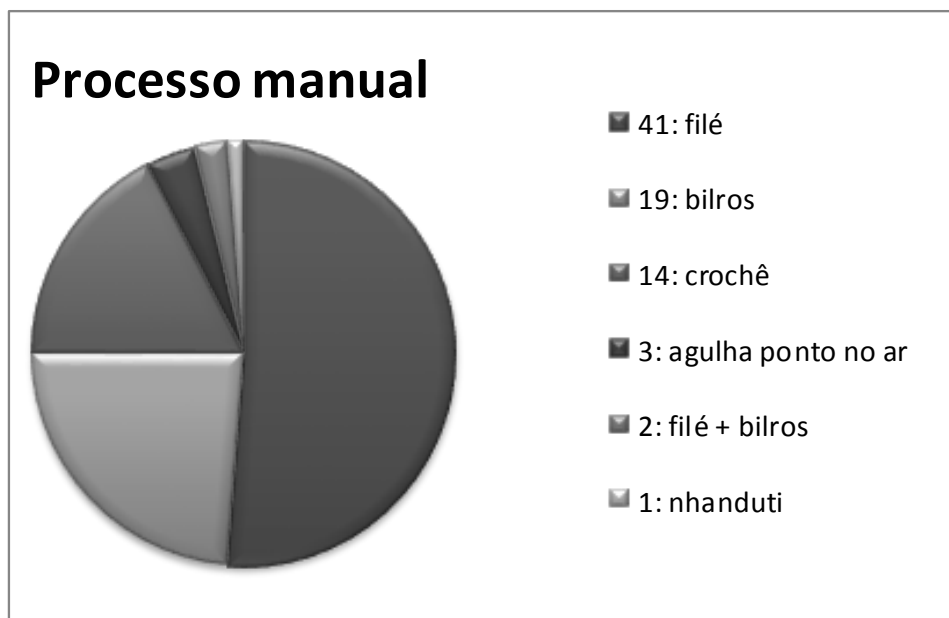
(fonte: elaborado pela autora)

A Figura 20 mostra o panorama das rendas de processo manual. Como se observa no gráfico, a renda filé é a renda com o maior número de itens da coleção, seguida da renda de bilros, crochê, agulha, técnica mista com filé e bilros, nhanduti e frivolité. Dos processos manuais, não há na coleção itens que representem as seguintes técnicas:

- a) bordado à mão sobre rede industrial;
- b) aplicação de tecido sobre rede;
- c) desfiado/recorte e bordado, como, por exemplo, a renda labirinto;
- d) agulha de tricô;
- e) agulha e fitas, como, por exemplo, a renda renascença;

- f) rendas feitas com nós sem uso de instrumentos, como, por exemplo, o macramê.

Figura 20 – Gráfico de representação dos itens de rendas da Coleção Lucy Niemeyer, doados ao MMT, produzidos em processo manual








(fonte: elaborada pela autora)

Com exceção das duas primeiras técnicas citadas acima, as demais são comuns no cenário brasileiro e produzidas em diversas regiões do país, mas, por motivos desconhecidos, não foram incorporadas na coleção.

O Quadro 10, por sua vez, foi elaborado com as rendas tecidas por processo industrial.





Quadro 10 – Coleção de rendas do MMT: – Processo Industrial

Técnica		Exemplo na coleção	Quantidade de itens na coleção que empregam a técnica
POR TECELAGEM	POR URDUME (efeito ponto corrente)		11
	Teares específicos: LEAVERS		7
POR TEARES	Teares específicos: PUSHER		7
	Teares específicos: diversos		18
	TEAR CIRCULAR de pequeno diâmetro		34

continua



continuação

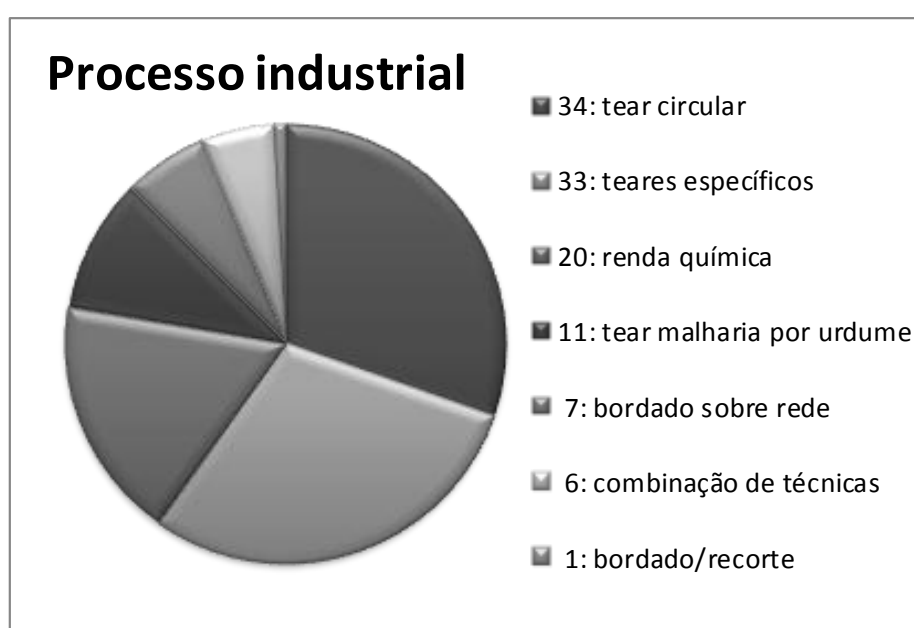
Técnica		Exemplo na coleção	Quantidade de itens na coleção que empregam a técnica
POR BORDADO	RENDA QUÍMICA (chemical lace)		20
	BORDADO SOBRE REDE		7
	BORDADO/RECORTE SOBRE TECIDO		1
COMBINAÇÃO DE TÉCNICAS			6

(fonte: elaborada pela autora)

O maior número de itens concentra-se nas rendas produzidas em teares circulares de pequeno diâmetro, as quais se caracterizam pela imitação de pontos da técnica de bilros (processo manual). Muitas delas só foram passíveis de identificação mediante observação com lupa ou foram identificadas em catálogos de fabricantes nacionais e internacionais disponíveis em seus *websites*. As rendas químicas, que ocupam o segundo lugar em número de itens, apresentam uma grande diversidade de motivos e resultados visuais, podendo-se observar que, em alguns itens, os motivos apresentam volumes de contornos e em outros não, ou estão combinados

com áreas planas. Além disso, há uma diversidade de bases de ligação entre os motivos. Todas estas nuances são alcançadas na maioria das vezes com o uso de um único fio, ou seja, não existe variação de espessura de fio para realçar áreas, contornos e desenhos. Essa técnica é considerada muito eficaz para imitar uma ampla gama de tipologias de rendas feitas à mão. A distribuição dos itens desta coleção, produzidos por processo industrial, é apresentada no gráfico da Figura 21.

Figura 21 – Gráfico que representa as rendas do processo industrial



(fonte: elaborada pela autora)

Com relação ao processo industrial, esta coleção oportuniza e apresenta como sugestão para futuras investigações fazer comparações entre as diversas estruturas decorrentes dos diferentes equipamentos utilizados historicamente na tecelagem da renda. Além disso, é possível fazer comparações entre o movimento dos fios dentro da estrutura, a quantidade de diferentes fios empregados na tecelagem de uma única renda (não só para estruturar o tecido, como também para decorá-lo), os motivos expressivos, o detalhamento destes motivos e as cores utilizadas, entre outros aspectos de produção, técnicos, visuais e históricos.

Com o exposto sobre a Coleção de rendas Lucy Niemeyer, temos em mãos objetos ricos em história e design têxtil para serem explorados sob a ótica de diversas áreas

do conhecimento, visando não só ao resgate histórico e técnico, mas a novas possibilidades investigativas e criativas. Esta movimentação converge para estratégias que apontam novos resultados de construção de conhecimento, o que enfatiza o compartilhamento de referências e alimenta um fluxo contínuo de novas propostas.

Já é uma realidade que elementos do universo das rendas estão inseridos em estruturas duradouras que vão além da área têxtil. Segundo Briggs-Goode e Buttress (2011), as rendas, com seu design, linguagem, técnicas e texturas, podem oferecer uma matriz de relações complexas, oferecendo possibilidades de contribuir para o futuro da prática da arte e do design.

### **5.2.2 Coleção Fashion Revolution Porto Alegre**

A Coleção Fashion Revolution reúne registros das atividades do evento Fashion Revolution Week, que ocorreu na cidade de Porto Alegre no mês de abril dos anos de 2016 e 2017.

O movimento, que ocorre simultaneamente em diversos países e cidades com o nome Fashion Revolution, teve como impulso o desastre ocorrido em Bangladesh no dia 24 de abril de 2013, que deixou 1.133 mortos e 2.500 feridos. A partir de então, um conselho mundial de líderes da indústria da moda sustentável uniu-se para criar o movimento, com o intuito de conscientizar sobre o real custo da moda e seu impacto em todas as fases do processo de produção e consumo (FASHION REVOLUTION BRASIL, 2017). O Fashion Revolution é um movimento global e tem como ponto alto a Fashion Revolution Week, que ocorre em abril, quando diversas marcas e produtores são encorajados a demonstrar transparência em sua cadeia produtiva. A semana também é repleta de atividades, como oficinas, palestras e *workshops*, que ocorrem em instituições e empresas.

As coleções aqui mencionadas são constituídas de fotografias digitais e vídeos de ações que ocorreram na cidade de Porto Alegre e que envolveram instituições de ensino público e privado, empresas, designers e também usuários. O Quadro 11 ilustra os números desta coleção.

Quadro 11 – Coleções Fashion Revolution 2016 e 2017

Ano	Tipologia dos objetos	Quantidade
2016	Vídeos	02
	Fotografia digital	04
2017	Vídeos	13
	Fotografia digital	14
	Documentos (PDF)	01

(fonte: elaborada pela autora)

Percebe-se que o número dos objetos das duas coleções, apesar de estes serem de tipos similares, cresceu de um ano para o outro. Importante lembrar que o número aqui expresso representa uma parcela dos registros feitos durante as duas edições do evento, ou seja, estão aqui representados somente os registros que se inserem no acervo do MMT<sup>11</sup>.

Os objetos do ano de 2016 baseiam-se em vídeos e fotografias digitais com conteúdo de propaganda do movimento e registro de exposição de *posters* de diversas marcas e designers de Porto Alegre. Já no ano de 2017, além dos vídeos de propaganda, constam vídeos de depoimentos de participantes das atividades. Além disso, há a inserção de fotografias digitais captadas por diversos fotógrafos durante os eventos. Além dos objetos do acervo, serão inseridos relatórios e publicações científicas na página Educativo do MMT.

Na sequência, são apresentados tópicos que dizem respeito à gestão e aos parâmetros para a organização do acervo do MMT.

### 5.3 GESTÃO DO ACERVO

A gestão de uma organização é norteada por sua “missão”, e, no caso de museus, faz-se necessário levar em consideração seus propósitos de atender à sociedade no sentido de prover acesso ao conhecimento (PÁDULA, 2007).

<sup>11</sup> Os registros, em sua totalidade, são mantidos pelo Núcleo de Moda Sustentável da UFRGS.

No que diz respeito à gestão do conteúdo de museus, Padilha (2014) aponta etapas, mencionando três elementos que devem estar inter-relacionados: a documentação, a preservação e o acesso controlado. Ainda segundo a autora, tal controle contribui para a pesquisa e difusão do conhecimento.

A devida gestão do acervo implica estabelecer parâmetros para as diversas atividades vinculadas aos objetos. Nesta tese, serão definidos parâmetros baseados na atual situação do Museu Moda e Têxtil, bem como na tipologia de acervo existente até o momento. Cabe ressaltar que alterações e/ou ajustes poderão ocorrer, visando a melhorias de documentos ou processos.

Na próxima seção, apresentamos parâmetros referentes à estruturação do número de registro, os parâmetros de catalogação, os parâmetros de preservação e captura de imagens, bem como modelos de termos relacionados ao acervo.

### **5.3.1 Estruturação de número de registro de objetos**

A devida gestão do acervo requer atividades que envolvem documentação, e aqui tratamos do número de registro. Neste item, abordaremos como foi estruturada e definida a numeração empregada no MMT UFRGS, elaborada a partir de referências bibliográficas da área de museologia, principalmente em publicações do Museu Paulista - USP.

Antes do registro, salientamos o que comenta Padilha (2014, p. 19): “para se tornar parte do acervo de um museu, o objeto deve primeiramente passar por uma investigação que vise à sua identificação com a missão da instituição”. Superada esta etapa de aceitação do objeto, dar um número de registro e manter sua ficha de catalogação atualizada fazem parte de uma proposta para estruturar, centralizar, organizar e controlar as informações referentes ao acervo existente e aos futuros, além de facilitar o acesso para pesquisas científicas. Ainda segundo a autora, a criação do número de registro deve ter uma ordenação que facilite o acesso à informação, pois é a partir deste acesso que se “definirá uma documentação funcional para todas as práticas do museu” (PADILHA, 2014, p. 42).

Os tipos de códigos empregados normalmente são os numéricos ou alfanuméricos. Os alfanuméricos, estruturados a partir de letras e números, podem ser bipartidos ou tripartidos. O Quadro 12 apresenta exemplos:

Quadro 12 – Exemplos de códigos numéricos e alfanuméricos para registro de acervos

<b>Código numérico</b>	<b>Alfanumérico bipartido</b>	<b>Alfanumérico tripartido</b>
<p>14.001 → Número sequencial</p> <p>→ Símbolo divisor</p> <p>→ Ano de aquisição</p>	<p>FP.001 → Número sequencial</p> <p>→ Símbolo divisor</p> <p>→ Sigla da coleção</p>	<p>MRP.FP.001 → Número sequencial</p> <p>→ Símbolo divisor</p> <p>→ Sigla da coleção</p> <p>→ Símbolo divisor</p> <p>→ Sigla do museu</p>

(fonte: PADILHA, 2014)

Além da estruturação acima mencionada, deve-se levar em consideração que, se o objeto possuir outros componentes (como, por exemplo, dois bolsos avulsos pertencentes a uma mesma roupa, porém soltos), o número de registro deverá ser o mesmo, mas é necessário inserir números ou letras para representá-los, por exemplo: MRP.FP.001.01 (bolso 1) e MRP.FP.001.02 (bolso 2).

Levando-se em consideração a organização do acervo do MMT, no qual há coleções físicas (que foram digitalizadas) e coleções de origem digital, optou-se por estruturar o número de registro em dois grupos, como segue:

- I – acervo físico: objetos de moda, têxteis (amostras de tecidos, objetos ligados à produção), iconografia (fotos, desenhos, gravuras), arquivístico (jornais, revistas, impressos).
- II – acervo digital: moda (material ligado à moda que não tenha correspondente físico), têxteis (coleções de estampas – criadas em *software*), vídeos (com processos, técnicas e depoimentos), fotografias digitais e outros: multimídia com conteúdo de valor histórico, artístico e cultural.

Sendo assim, o Museu Moda e Têxtil UFRGS utiliza a seguinte estruturação:

**MMT** – sigla do museu

“I” ou “II” – tipologia do acervo: físico ou digital

**0000** – número sequencial do objeto, iniciando por 0001

**0** – número sequencial utilizado caso o objeto tenha componentes. Se não houver componentes, utiliza-se o número “0” (zero).

“.” – símbolo divisor empregado entre cada um dos itens mencionados.

Dessa forma, os objetos do acervo do MMT terão marcações conforme estes exemplos: **MMT.I.0001.0** ou **MMT.II.0001.0**.

A marcação do número de registro nos objetos físicos será feita em etiqueta de papel, anexada ao objeto, com barbante de algodão cru, conforme objetos acondicionados e ilustrados na Figura 22.

Figura 22 – Marcação dos objetos do acervo do MMT



(fonte: elaborada pela autora)

Os números de registro dos objetos digitais constarão apenas na Ficha de Catalogação, a qual é apresentada logo a seguir.

### 5.3.2 Parâmetros para catalogação

O Museu Moda e Têxtil estruturou a ficha de catalogação com base em documentos apontados em referências bibliográficas (PADILHA, 2014; BARBUY et al., 2002) e adaptados para as necessidades do MMT.

Conforme se pode observar no Quadro 13, a ficha desenvolvida para o MMT contempla o maior número possível de informações sobre o objeto, tanto no que diz respeito à sua descrição física, quanto no que se refere a dados históricos e registros de conservação, fotografias do objeto, histórico e responsável.

Quadro 13 – Ficha de catalogação do Museu Moda e Têxtil UFRGS

<b>FICHA DE CATALOGAÇÃO</b>	
<b>No. REGISTRO:</b>	<b>Nome da coleção:</b>
<b>NOME DO OBJETO:</b>	
<b>CATEGORIA:</b>	
Registros fotográficos:	
Medidas: Processo: Técnica: Materiais: Descrição:	
Forma de aquisição:	Data da doação:
Autor:	
Local de origem:	Período:
Conservação/restauração: Estado de conservação: ( ) bom ( ) regular ( ) mau ( ) péssimo	
Responsável:	
Histórico:	
Informações complementares:	
Fotos originais:	
Referências Bibliográficas:	
Descritores:	
Objetos relacionados:	
Responsável:	Data:
<b>Atualizações:</b>	
Responsável:	Data:

(fonte: elaborada pela autora)



De acordo com Padilha (2014, p. 53),

Um **objeto museológico** devidamente registrado nas suas múltiplas possibilidades informacionais se torna uma **fonte de informação** e, por consequência, passa a ser um instrumento para a **construção de novos conhecimentos**. Incentive a pesquisa no museu, divulgue, disponibilize, mantenha o acervo aberto ao público e aos pesquisadores, estabeleça a comunicação. Eles serão seus aliados na busca por mais informação.

Todo objeto musealizado do MMT deverá ter a Ficha de Catalogação preenchida, e, como segurança, sugere-se que seja disponibilizada uma ficha impressa, arquivada em ordem de numeração crescente, e outra armazenada em computador ou HD externo.

As informações estruturadas na ficha de catalogação foram pensadas também para abastecer o banco de dados do *site* do museu. Nem todas as informações estão disponíveis ao público pelo *site* – por exemplo, o “estado de conservação” – porque não se julgou relevante, mas todo pesquisador que necessitar acessar o objeto ou a ficha poderá verificar suas condições físicas, as quais são preservadas conforme os parâmetros estabelecidos no próximo item.

### **5.3.3 Parâmetros de preservação do acervo**

Neste item, apontaremos as estratégias de preservação para o acervo do MMT, compreendendo os objetos físicos digitalizados e os digitais. Preservar significa, segundo o ICOM (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013), “proteger uma coisa ou um conjunto de coisas de diferentes perigos, sendo necessário resguardá-las para evitar danos ou perigos”. A preservação é um dos eixos das ações de um museu, e, dentro deste eixo, inserem-se atividades específicas, relacionadas à conservação. Segundo o ICOM (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013), a conservação tem como objetivo prover os meios necessários que garantam o estado de um objeto contra toda forma de alteração, a fim de mantê-lo o mais intacto possível para as gerações futuras. Em sentido amplo, trata-se das disposições de conservação preventiva, conservação curativa e restauração.

Neste estudo e na prática do MMT, a conservação preventiva norteou as atividades, sendo aqui entendida como (COM, 2008 apud DESVALLÉES; MAIRESSE, 2013):

O conjunto de medidas e ações que têm por objetivo evitar e minimizar futuras deteriorações ou perdas. Elas se inscrevem em um contexto ou ambiente de um bem cultural, porém, mais comumente no contexto de um conjunto de bens, seja qual for a sua antiguidade e o seu estado. Essas medidas e ações são indiretas – não interferem com os materiais e estruturas dos bens. Também não modificam a sua aparência.

Para o acervo físico do MMT, atualmente composto de 201 objetos<sup>12</sup>, as atividades de preservação foram guiadas pelas atividades de conservação praticadas no Museu Paulista da USP, as quais também são as mesmas seguidas e observadas em visitas técnicas feitas ao Museu Nacional de la História del Traje de Buenos Aires e ao Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP).

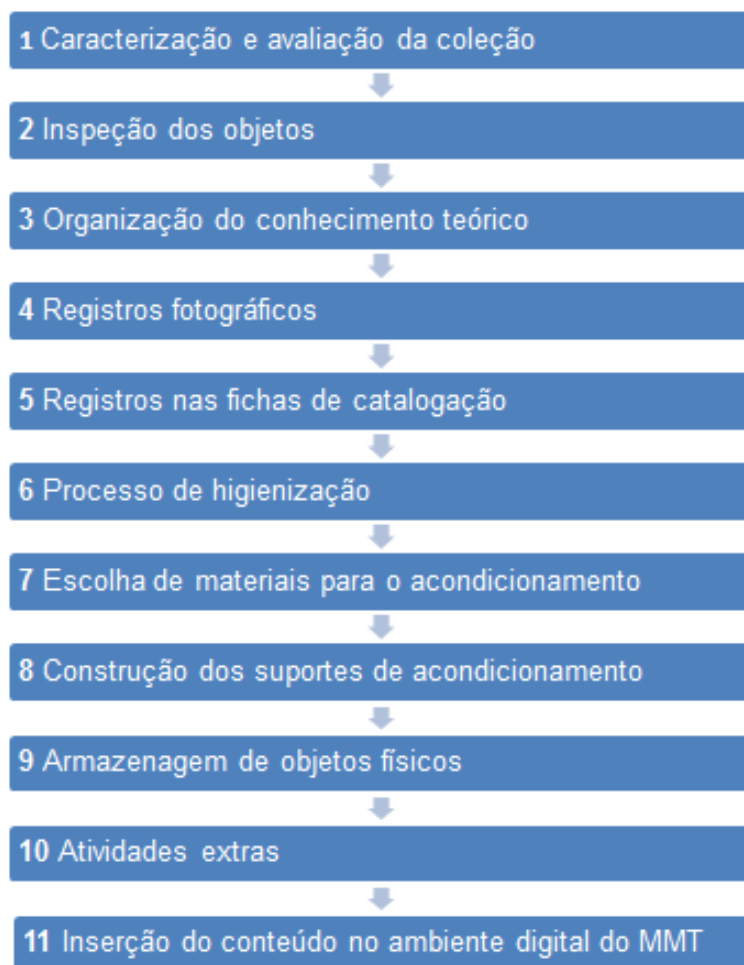
Além das práticas mencionadas, o desenvolvimento da estratégia apoiou-se nas seguintes bibliografias: *Manual de Conservación Preventiva de Textiles* do Comité de Conservación Textil do Chile (2002), *Ethics Checklist*, do Departamento de Conservação do Victoria and Albert Museum, Brooks (2000) e Paula (2006)

As atividades que nortearam a conservação preventiva do acervo físico do MMT foram consideradas aprovadas e adequadas, pois, além de estarem apoiadas em bases teóricas reconhecidas na área museológica, foram também estruturadas em conhecimentos aplicados na prática pelos museus mencionados. Registramos o percurso empregado na coleção existente do MMT (Fig. 23), que norteará as atividades para as próximas coleções de objetos físicos que futuramente venham a incorporar-se ao acervo, da seguinte maneira:

---

<sup>12</sup> A atividade de conservação do acervo de objetos físicos do MMT não será aqui detalhada, pois seguiu os mesmos procedimentos mencionados na dissertação de mestrado intitulada *Acervo de rendas Lucy Niemeyer: uma contribuição para o design*.

Figura 23 – Roteiro para atividades de preservação do acervo do MMT



(fonte: elaborada pela autora)

As atividades acima consistiram em:

- 1) Caracterização e avaliação da coleção: nesta etapa, foi feita uma breve descrição da origem da coleção, dos objetos que constituem a coleção, do estado de conservação da coleção (boa, regular ou ruim) e dos detalhes formais ou técnicos relevantes (formatos e cores predominantes), junto a outras informações que se considerassem importantes para registrar e mencionar. Salienta-se que as informações pormenorizadas de cada objeto são fornecidas na ficha técnica. (O modelo da caracterização da Coleção de rendas Lucy Niemeyer encontra-se no Apêndice B);
- 2) Inspeção dos objetos: nesta etapa de análise individual dos objetos, o objetivo é conhecê-los e diagnosticá-los. Com base nesta inspeção, são definidos o processo de higienização, os materiais e as possibilidades de acondicionamento. As informações coletadas podem

ser organizadas tanto em fichas preliminares quanto na ficha de catalogação. Nesta etapa, também podem ser feitos os primeiros registros fotográficos, a fim de manter as informações das condições em que os objetos foram recebidos. Na coleção do MMT, nesta etapa, já foi iniciado o processo de preenchimento da ficha de catalogação e de registros fotográficos.

- 3) Organização do conhecimento teórico-prático: nesta etapa, são coletadas as bibliografias que contribuirão para a construção e disponibilização do conhecimento sobre os objetos da coleção.
- 4) Registros fotográficos: tais registros são feitos durante todas as atividades de manuseio da coleção, seja no momento da inspeção, no acondicionamento ou nas etapas intermediárias (a critério das necessidades que se acharem relevantes). Os registros feitos para disponibilização, seja no ambiente digital, seja em mídias diversas, devem seguir os parâmetros descritos nos “Parâmetros para imagens”, devido aos detalhes técnicos mencionados.
- 5) Registros nas fichas de catalogação: a ficha de catalogação é documento indispensável. Toda e qualquer observação sobre o objeto deve ser devidamente registrada para concentrar as informações e contribuir com o conhecimento e a gestão do objeto.
- 6) Processo de higienização: para cada tipologia de coleção ou de objetos, deve ser adotada uma estratégia para higienização. Para a coleção física do MMT, adotou-se um roteiro de atividades que poderão ser empregadas em coleções de têxteis que futuramente sejam incorporadas no acervo. As atividades adotadas compreenderam o período inicial de repouso do objeto para que as fibras do tecido se acomodassem. O tempo de repouso variou de um a cinco dias, dependendo da situação de cada item, pois, quanto mais dobras ou maior dificuldade de minimizá-las, mais tempo de repouso foi necessário. Tratando-se de material têxtil, o tempo é uma variável indeterminada, pois o clima influencia este processo: em dias mais úmidos, as fibras “movimentam-se” mais do que nos dias mais secos. Em seguida, para retirar as sujidades superficiais, foi feita a higienização por aspiração, tomando-se todo o cuidado com a respectiva capacidade de sucção. Em alguns casos, fez-se uso de proteção extra, constituída por bastidor com tela de poliéster, o qual foi sobreposto ao objeto, para sua proteção.
- 7) Escolha de materiais para o acondicionamento: os materiais empregados, também sugeridos para futuros acondicionamentos, são os compatíveis com os utilizados no acondicionamento de produtos de informática, alimentação, hospitalares e cosméticos, tais como: malhas tubulares de algodão de uso hospitalar, placas de polipropileno, rolo de polietileno expandido, caixas de polipropileno, linha de costura de algodão, rede de poliéster (tule), luvas nitrílicas descartáveis e tecido não-tecido (de nome comercial tnt).

- 8) Construção dos suportes de acondicionamento: na atividade de acondicionamento, deve ser prevista a construção de suportes específicos para cada formato de objeto; além disso, as questões ligadas ao acesso, tanto aos objetos individualizados quanto ao acervo, também devem ser consideradas. As características, formato e tamanho de cada objeto são determinantes para a escolha do suporte ideal. Para os objetos têxteis, na maioria das vezes, são utilizados suportes horizontais planos, rolos e também a combinação desses. Caso o objeto tenha um formato difícil de ser acondicionado, segure-se que sejam feitas maquetes, produzidas com materiais alternativos, visando a estudar a melhor maneira de acondicionamento.
- 9) Armazenagem de objetos físicos: para a armazenagem dos objetos, os mesmos requisitos mencionados anteriormente devem ser seguidos: a escolha dos materiais e a acessibilidade. Para o acervo existente do MMT, foram empregadas caixas de polipropileno, padronizadas e na cor branca semitransparente, adquiridas no comércio. Porém, não se descarta a possibilidade de construção de caixas para armazenagem caso o objeto tenha um formato especial (esta situação foi vista com frequência nas reservas técnicas dos museus visitados). A Figura 24 ilustra o acondicionamento de conjuntos de rendas, bem como os suportes de apoio que foram construídos para melhor acomodação dos objetos.
- 10) Atividades extras: o estudo ou registro dos objetos pode ser complementado com atividades consideradas “extras”. Estas atividades caracterizam-se por trazerem conteúdo relevante para a disseminação do conhecimento, e podemos citar como exemplo a análise das estruturas têxteis das rendas da Coleção Lucy Niemeyer em microscópio. Tais resultados estão divulgados no ambiente digital do museu e armazenados em arquivos de segurança. A Figura 25 ilustra o detalhe de renda do acervo capturada em microscópio estereoscópio.
- 11) Inserção do conteúdo no ambiente digital do MMT: todas as informações pertinentes aos objetos (fotos, vídeos e fichas de catalogação), bem como textos de apoio e publicações serão inseridos no site. Assim este conteúdo além de disponível fica também salvaguardado no servidor da UFRGS.

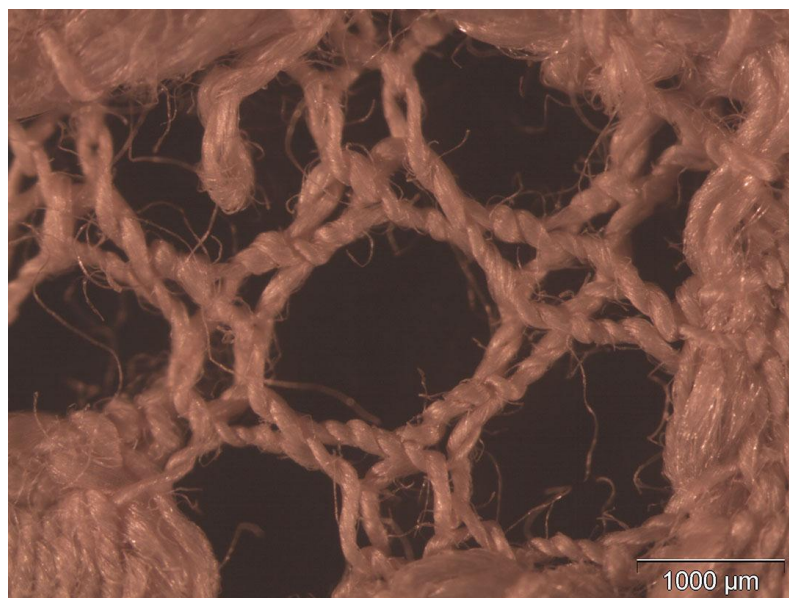
O roteiro aqui descrito foi empregado para a coleção de objetos físicos do MMT. Para o acervo digital, o esquema é o mesmo, porém, obviamente, não requer etapas de higienização, acondicionamento e armazenagem física. Todos os registros (imagens, vídeos, fichas, documentos, etc.) são armazenados digitalmente no banco de dados do *site* e no *hardware* de computadores da UFRGS.

Figura 24 – Objetos do acervo do MMT acondicionados: foram construídos suportes para que os rolos fiquem suspensos para evitar deformações das rendas



(fonte: elaborada pela autora)

Figura 25 – Detalhe de renda do acervo do MMT, capturada em microscópio estereoscópio. Escala  $1000\mu\text{m} = 1\text{mm}$ <sup>13</sup>



(fonte: elaborada pela autora)

<sup>13</sup> Imagem coletada pela autora em equipamento do LdSM UFRGS.

### 5.3.4 Parâmetros para imagens

Em relação à captura de imagens e à gestão da informação, foram definidos padrões para a elaboração de um modelo que atendesse às necessidades tecnológicas e operacionais do MMT. Ressaltamos que há basicamente duas etapas: a captura das imagens e o tratamento das imagens para serem disponibilizadas no ambiente digital. O primeiro caso diz respeito aos objetos físicos, e o segundo pode ser aplicado tanto para os objetos físicos quanto digitais, como no caso de fotografias digitais de grandes formatos ou tamanhos.

Com relação à captura de imagens, podem ser utilizados quaisquer tipos de câmeras fotográficas ou *scanners*, desde que os seguintes padrões sejam seguidos:

- a) formato do arquivo: os formatos recomendados de armazenagem das imagens originais são: RAW ou TIFF;
- b) resolução deve ser de 300ppi;
- c) configurações do equipamento: desativar ajustes de correção de cor, contraste e nitidez;
- d) sugere-se a utilização de escala de tamanho (régua ou fita métrica) para orientar a dimensão do objeto;
- e) informar na ficha de catalogação os “nomes dos arquivos” das imagens em campo especificamente designado para tal.

Além disso, sugere-se:

- a) utilizar fundo em cor contrastante com a do objeto;
- b) captar imagens do objeto nas condições em que foi recebido;
- c) captar imagens do objeto no suporte de acondicionamento;
- d) captar imagens em *zoom* de detalhes técnicos ou visuais que sejam relevantes.

Quanto ao tratamento dos arquivos digitais para o *website* do museu, as orientações são as seguintes:

- a) quanto ao formato do arquivo: JPG ou PNG;
- b) resolução: 72ppi;
- c) a imagem deve ter, de largura, aproximadamente 1080 pixels, resultando em uma imagem com aproximadamente 400Kb;

- d) ajustes: caso seja necessário, é possível fazer cortes e ajustes de nitidez na imagem.

Os registros devem ser armazenados em computador(es) destinado(s) ao uso do MMT por pessoas capacitadas e cientes do conteúdo. Além disso, deve-se assegurar que cópias de segurança sejam feitas para proteção desse conteúdo.

As orientações foram baseadas nas atividades de registros de imagens da Coleção Lucy Niemeyer, pertencente ao MMT. Desta coleção, foram feitos 1.295 registros – fotos digitais, em formato RAW, posteriormente tratadas e salvas, totalizando 522 imagens em formato TIFF e JPEG. Se, futuramente, novas orientações forem estabelecidas, estas deverão ser devidamente registradas para que se façam valer e garantir a qualidade do material.

### **5.3.5 Documentos e termos**

A documentação pode ser abordada por dois caminhos: os documentos referentes aos objetos e a documentação das práticas administrativas. Este item trata de apresentar os principais documentos e termos que devem ser utilizados nas práticas administrativas do MMT UFRGS; os principais documentos relativos aos objetos museológicos são o Número de Registro e a Ficha de Catalogação, já abordados anteriormente.

Segundo Padilha (2014, p. 54), a documentação para as práticas administrativas é uma “documentação de apoio, que dá credibilidade para as ações da instituição, bem como institui recomendações para boas práticas e desenvolvimentos na gestão de acervo”.

Os termos são aqui listados, e seus respectivos modelos foram estruturados com base em Padilha (2014), nos utilizados pelo Museu da UFRGS e nas recomendações do CIDOC (COMITÉ INTERNACIONAL DE DOCUMENTAÇÃO;



CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS, 2014), vinculado ao ICOM. Os termos são os seguintes<sup>14</sup>:

- a) **Termo de doação:** com este termo, fica comprovado que o museu é proprietário do conteúdo da doação. O documento pode ser elaborado tanto pelo museu quanto pelo doador, conforme acordo entre as partes;
- b) **Termo para pesquisa:** documento que autoriza e controla as pesquisas no acervo. Conforme Padilha (2014), esse documento resguarda a instituição de possíveis descumprimentos por parte do pesquisador com a instituição;
- c) **Termo de empréstimo:** este documento legitima o empréstimo da coleção ou de objetos para outra instituição por período predeterminado entre as partes e devidamente citado no termo.
- d) **Termo para transporte:** visando à segurança da coleção ou de objetos, este documento deve registrar o deslocamento do(s) objeto(s) para outro local. É um documento utilizado em caso de empréstimo ou transferência da coleção.
- e) **Termo de cessão de direitos de uso de imagem, voz e conteúdo:** com este termo, pessoas ou empresas cedem os direitos de uso de imagens (fotos) e/ou voz (no caso de gravações sonoras ou de vídeos) para o MMT, manifestando também o caráter gratuito e definitivo do termo. Este documento pode ser adaptado caso haja necessidade, e aconselha-se a descrição ou imagem do conteúdo doado.

Os termos devem ser impressos com a marca do MMT e devidamente datados e assinados pelo diretor ou responsável por acompanhar a atividade. Conforme o CIDOC (COMITÊ INTERNACIONAL DE DOCUMENTAÇÃO; CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS, 2014) os documentos e termos devem estar acessíveis aos envolvidos com as atividades do museu, bem como aos pesquisadores, ressaltando-se que uma documentação eficiente poderá auxiliar no desenvolvimento de processos, entre os quais, políticas de acervo; cuidados e prestação de contas em relação ao acervo; acesso, interpretação, utilização e pesquisa do acervo. Documento como o Termo de Doação deve ser providenciado, desde que a coleção ou objetos sejam inseridos no acervo, processo que é tratado a seguir.

---

<sup>14</sup> Os modelos dos termos aqui mencionados encontram-se no Apêndice C.

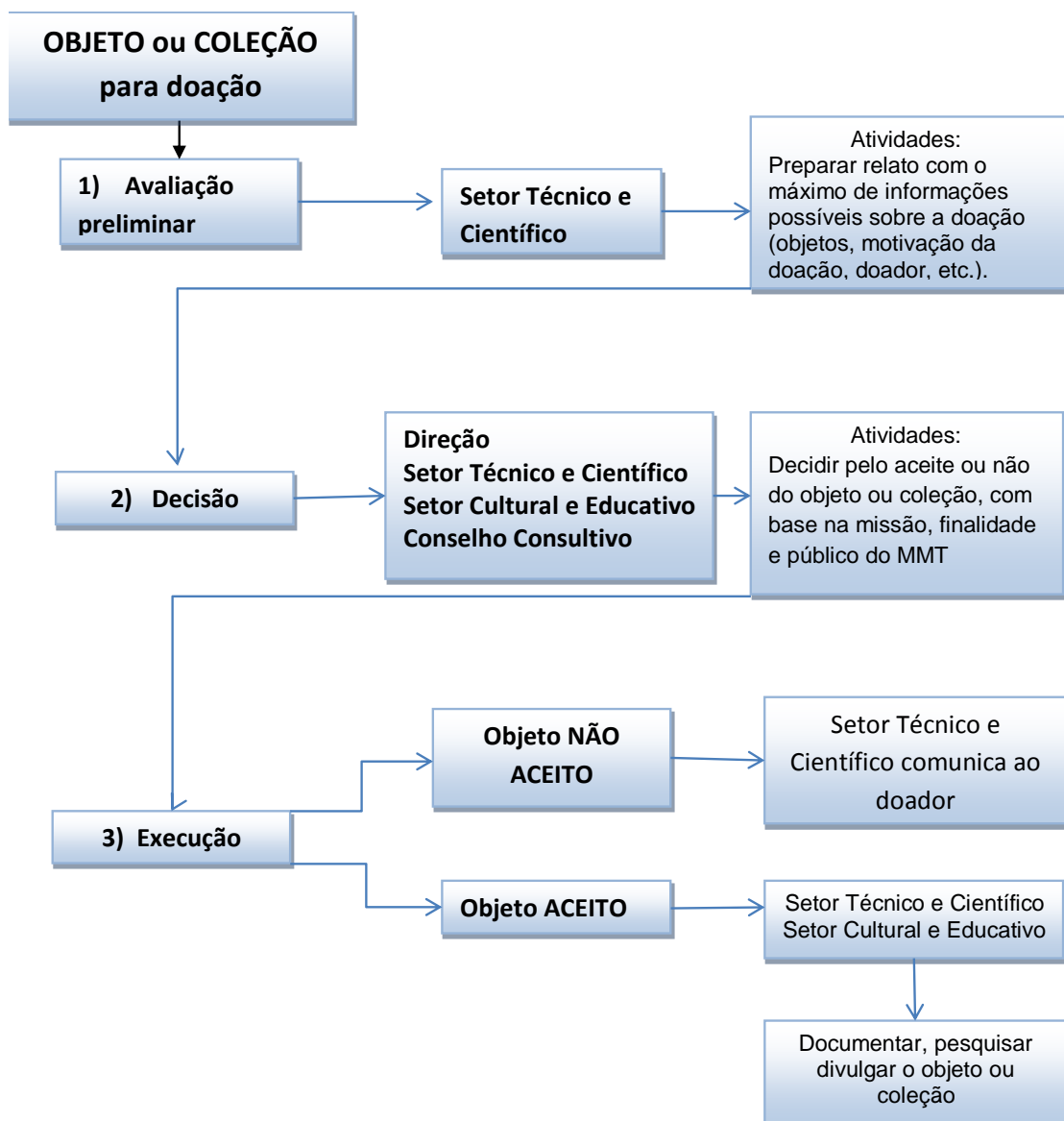
### 5.3.6 Fluxograma de análise de objetos para inserção no acervo do MMT

Para compor o acervo do Museu Moda e Têxtil, o objeto deve inicialmente passar por uma avaliação que o valide como objeto coerente com a tipologia e a finalidade do museu. Padilha (2014) sugere que perguntas sejam feitas antes de incorporar um objeto ao acervo, sendo elas:

- a) Quanto custará para mantê-lo (tempo e material)?
- b) A instituição possui condições adequadas para conservá-lo?
- c) Encontra-se em boas condições?
- d) Está coerente com a missão do museu?
- e) Trata-se de um objeto realmente significativo?
- f) Quantos objetos do mesmo tipo o museu possui?
- g) Diz respeito a uma memória coletiva?

De acordo com a estrutura organizacional do Museu Moda e Têxtil, a qual é apresentada no item seguinte, sugere-se que o(s) objeto(s) de interesse que ainda não esteja(m) em posse do MMT passe(m) por um fluxo (Fig. 26) de análise que envolve diversos setores do museu. Deve-se levar em consideração que este fluxo se inicia com o contato de pessoas ou instituições que tenham interesse em doar objetos ou coleções para o museu.

Figura 26 – Fluxograma de análise de objetos para o acervo do MMT



(fonte: elaborada pela autora)

São basicamente três etapas que devem ser cumpridas: a avaliação preliminar, a decisão e a execução. Estas etapas foram pensadas levando em conta a integração e a troca de saberes entre os setores do museu, a agilidade da decisão e a organização da documentação.

A etapa de **avaliação preliminar** foi estruturada para que o Setor Técnico e Científico fique responsável por organizar as primeiras informações recebidas pelo

doador. Mesmo que o contato inicial (por parte do doador) seja feito em outro setor do museu, é importante que seja encaminhado para o Setor Técnico e Científico. Este, por sua vez, deverá solicitar ao interessado informações sobre os objetos ou coleção que possam contribuir para a tomada de decisão, por exemplo: relevância histórica, social e cultural; procedência; autor(es) e informações sobre o próprio doador ou colecionador.

Munido das informações e relatos, o Setor Técnico e Científico viabiliza o processo de **decisão**. Isso se dá no momento em que os demais setores do museu – Conselho Consultivo, Setor Cultural e Educativo e Diretoria – tomam conhecimento das informações prestadas. A fase seguinte é a de **execução** do que for decidido. Se o objeto não for aceito para compor o acervo do museu, o potencial doador deverá ser informado pelo Setor Técnico e Científico. Caso o objeto seja aceito, o doador também será comunicado, e os trâmites de documentação, pesquisa e divulgação do objeto serão realizados pelos setores competentes.

#### 5.4 REGIMENTO INTERNO

O Regimento Interno do Museu Moda e têxtil UFRGS foi elaborado conjuntamente com integrantes do Museu da UFRGS. Em seu conteúdo, foram previstos a missão, a finalidade e os objetivos do MMT, sendo também apontada a estrutura organizacional da instituição.

De acordo com o INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (2008), o Regimento Interno regula as atividades internas de um órgão. O documento deve conter todas as informações sobre a natureza, os objetivos e as estruturas de funcionamento do museu.

A estrutura básica de um regimento interno, ainda segundo o INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (2008), deve ser:

- a) indicação da vinculação institucional;
- b) competência – o que a instituição realiza, promove e desenvolve;
- c) organização interna – estabelece as funções de cada divisão/setor;

- d) atribuição dos dirigentes;
- e) disposições gerais e finais: mecanismo que gera possibilidades para a instituição criar comissões, Grupos de Trabalho de caráter permanente ou transitório. Estabelece que os casos não tratados no Regimento Interno serão solucionados pelo dirigente da instituição.

Diante de tais direcionamentos, o Regimento do MMT foi redigido considerando-se uma estrutura organizacional que conta com: Diretoria, Conselho Consultivo, Setor Técnico e Científico, Setor Cultural e Educativo e Setor de Tecnologia. Os setores serão compostos por professores, servidores e pesquisadores da UFRGS e também por colaboradores externos à universidade. A redação do Regimento Interno, com as atribuições dos integrantes, a missão, os objetivos e a finalidade do MMT, encontra-se no Apêndice D.

## 5.5 IDENTIDADE VISUAL

Esta seção apresenta o desenvolvimento da identidade visual do MMT, que consistiu de quatro etapas: estruturação da equipe de desenvolvimento; busca por referências; geração de alternativas de logotipos; e, por último, seleção e finalização do logotipo. Um logotipo, conforme Wheeler (2008), é uma palavra (ou palavras) composta em uma determinada fonte tipográfica que frequentemente é justaposta a um símbolo; a este conjunto, denomina-se assinatura visual.

A equipe de desenvolvimento foi constituída pela autora desta tese, pela Prof.<sup>a</sup> Dra. Evelise Rütchilling, orientadora da pesquisa, e pela designer Nathália Alborghetti, durante o ano de 2016.

A busca por referências e o estudo de similares foram feitos em marcas de museus, mediante pesquisa *on-line*, conforme ilustra a Figura 27.

Figura 27 – Estudo de similares: referências de marcas de museus disponíveis na web



(fonte: elaborada pela autora)

Observou-se que a maioria das marcas traz o nome do museu junto à marca, com exceção do MET - The Metropolitan Museum of Art e do NGV - National Gallery of Victoria<sup>15</sup>. De um total de 10 logotipos, seis são tipográficos e quatro fazem uso de elementos figurativos que remetem às suas tipologias de museu. As cores mais utilizadas são preto e vermelho. O azul aparece na marca do Museu del Traje de Madri.

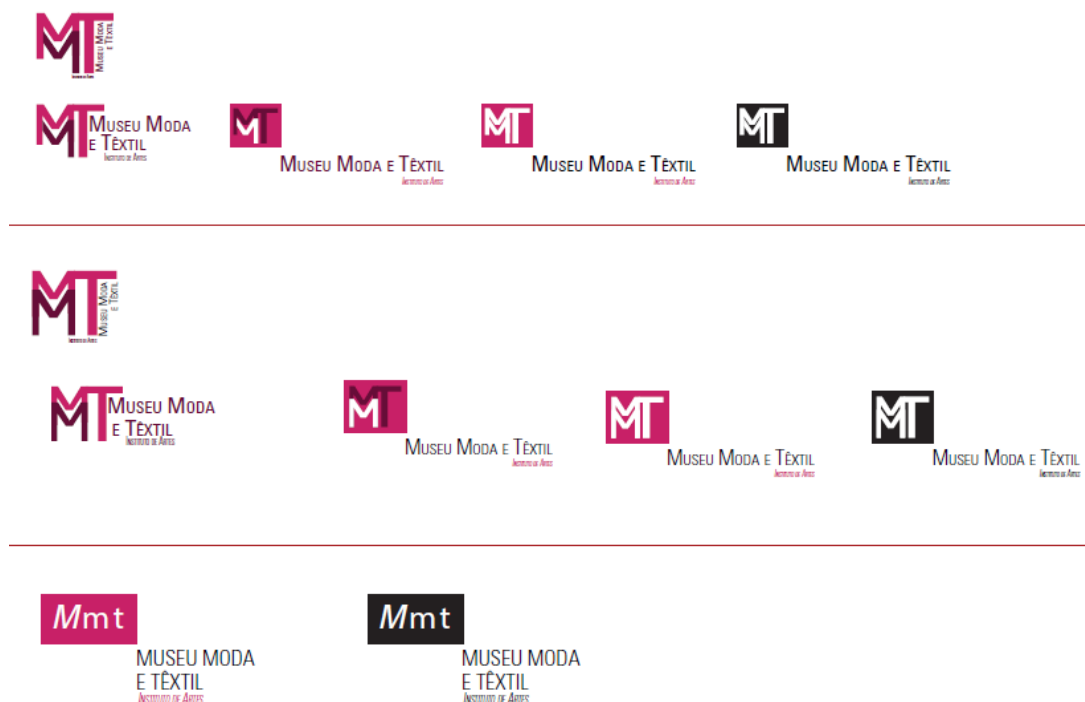
A partir da análise de similares e levando em consideração aspectos como o nome e a sigla do MMT, definiu-se, com os primeiros *insights*, que o logotipo deveria conter linhas e traços que insinuassem as iniciais do museu e que fossem usadas duas cores, preferencialmente vibrante e quente. Com relação à tipografia, tanto na principal quanto na de apoio, a opção foi por caixa alta. Assim, iniciou-se o processo

<sup>15</sup> A marca apresentada foi selecionada, no ano de 2015, mas observou-se que, no ano de 2017, houve alteração; porém, mantivemos nesta apresentação a marca utilizada como referência no estudo de similares.

de desenho da identidade visual, que, conforme Wheeler (2008), é um processo interativo que procura integrar o significado com a forma.

A partir da troca de ideias iniciou-se a geração de alternativas, conforme Figura 28.

Figura 28 – Estudos de alternativas para o logotipo do MMT UFRGS



(fonte: elaborado pela equipe de desenvolvimento)

A partir das opções apresentadas, foi feito um novo estudo, que resultou na marca definitiva, conforme a Figura 29.

A opção selecionada como marca principal utiliza duas cores: preto, Pantone: *process black C*, e magenta, Pantone: *P 77-16 C*. A fonte selecionada, de nome Futura, foi lançada em 1927, com desenho de Paul Renner, e logo se tornou um ícone, inclusive de uma nova filosofia de design (ROCHA, 2004). A fonte não apresenta serifa e é empregada tanto na tipografia principal quanto na de apoio. Na primeira opção, é utilizada no formato MD BT bold.

Figura 29 – Marca do MMT UFRGS



(fonte: elaborado pela equipe de desenvolvimento)

Destaca-se que as letras M e T foram redesenhadas para serem correspondentes entre o símbolo e o nome do museu. O símbolo foi pensado para ser usado também de forma isolada, nas aplicações informais, como, por exemplo, em páginas de redes sociais. Destaca-se que o desenho da letra M” do símbolo foi pensado como se fossem duas setas apontadas para o alto, em alusão a um projeto crescente, que busca ascensão.

O manual de identidade visual, com as aplicações secundárias, variação cromática e opções de papelaria, encontra-se no Apêndice E.

Finalizada a apresentação dos resultados do MMT, o próximo capítulo trata de sua discussão.



## 6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, são discutidos os resultados desta tese, que, para melhor compreensão e apresentação, foram divididos em duas partes: o desenvolvimento do ambiente digital do museu e a criação do Museu Moda e Têxtil na Universidade Federal do Rio Grande do Sul como instituição. Tais resultados foram alcançados a partir da metodologia e dos procedimentos empregados, calcados em duas bases principais: a fundamentação teórica e a aplicação do conhecimento coletado na pesquisa de campo, o que será discutido no decorrer do capítulo.

O primeiro resultado (Capítulo 4), o desenvolvimento do ambiente digital do MMT, foi alcançado com o apoio da equipe do NAPEAD UFRGS, que contribuiu no design da interface e de interação e na programação do *site* do museu. Antes da etapa de desenvolvimento do ambiente digital, foram coletados dados em pesquisa de campo, fundamentais para traçar a estratégia e definir o projeto metodológico.

Na coleta de dados, foram elencados 21 elementos de interação e design, dos quais, 10 foram contemplados, 03 foram contemplados parcialmente e 08 não foram contemplados. O Quadro 14 apresenta a lista de elementos analisados e a aplicação no ambiente digital do MMT.

A situação dos itens que **não** foram contemplados pode ser alterada, isto porque ajustes e interesses futuros podem permitir mudanças de *status*. Complementa-se que elementos como “cadastramento de usuário/visitante (G)” não foram julgados necessários neste momento, pela inviabilidade técnica e de recursos humanos para administrar tais informações. A opção Google Art Project (R) trata-se de uma colaboração entre espaços de arte conhecidos mundialmente, tais como Musée D’Orsay, MASP, Museu Nacional do Traje de Lisboa e Museu da Língua Portuguesa, entre muitos outros que aplicam alta tecnologia na disponibilização dos acervos<sup>16</sup>. No momento, não se aprofundou a possibilidade de inserção nesta opção

---

<sup>16</sup> Fonte: <https://www.google.com/intl/pt-BR/culturalinstitute/about/artproject/>

pelo fato de o MMT ainda necessitar estruturar-se em pontos básicos, como, por exemplo, definição da estrutura organizacional e finalização dos trâmites no SEM e Ibram.

Quadro 14 – Elementos de interação e design levantados na pesquisa de campo para aplicação no *site* do MMT

	Elementos analisados	Aplicação no <i>site</i> MMT
A	Opções de idiomas: bilíngue	Não
B	Compartilhamento em redes sociais	Parcialmente
C	Acessibilidade para as visitas virtuais para pessoas com necessidades especiais (áudio, vídeo, etc.)	Não
D	Ferramenta de busca/pesquisa	Sim
E	Textos de apoio: publicações	Sim
F	Hipertextos	Sim
G	Cadastramento do usuário/visitante	Não
H	Acervo <i>on-line</i>	Sim
I	Imagens: <i>download</i>	Parcialmente
J	Imagens: <i>zoom</i>	Parcialmente
K	Imagens: outros recursos: edição de imagens	Não
L	Áudio e vídeo complementares	Sim, opção Educativo
M	Informações técnicas e históricas de objetos do acervo	Sim
N	Programas educativos: cursos, palestras, concursos, etc.	Sim
O	Doações de objetos	Sim, opção Contato
P	Aplicativos	Não
Q	Agendamento para visitas de pesquisa	Sim, mediante contato
R	Google Art Project / Google Cultural Institute	Não
S	Apresentação de “objetos relacionados”	Sim
T	Cadastro para salvar ou <i>download</i> de imagens	Não
U	Usuários cadastrados podem criar coleções de imagens	Não

(fonte: elaborada pela autora)

Entende-se que os elementos que não foram contemplados no *site* do museu não impedem um dos principais objetivos, que é disponibilizar o acervo e os demais conteúdos de forma *on-line* e gratuita para o público.

Os itens que foram contemplados parcialmente também podem adequar-se a ajustes futuros do *site*. Esses itens são os que podem contribuir em facilidades e agilidade de interação, como, por exemplo, o *download* da imagem (I). Em museus como o Victoria and Albert Museum e Rijksmuseum, é disponibilizada uma opção em que o usuário pode fazer o *download* da imagem em seu dispositivo ou computador. No

MMT, pode-se obter a imagem mediante a opção “salvar como” ou, caso o usuário necessite de cópia em alta resolução para fins de pesquisa, é possível solicitá-la entrando em contato com o MMT. A opção de “zoom” (J) foi analisada na pesquisa de campo como alternativa para ampliar as imagens do acervo em vários níveis, possibilitando a observação detalhada do objeto. No MMT, as imagens estão disponibilizadas com boa resolução para observação de detalhes, e, para complementar as possibilidades de visualização, foram também disponibilizadas imagens ampliadas de detalhes técnicos e, em alguns casos, imagens capturadas com uso de microscópio (esta opção aplica-se aos objetos físicos que foram digitalizados).

Das opções contempladas no *site*, o foco foi o acervo *on-line*. Vinculados a esta opção, estão os elementos Ferramenta de busca/pesquisa, Textos de apoio, Publicações, Hipertextos, Informações técnicas e históricas dos objetos, Educativo e Objetos relacionados, detalhados no Capítulo 4. No conteúdo do acervo *on-line*, procurou-se disponibilizar o máximo de informações relativas à história, à técnica e à leitura do objeto, com descrição dos aspectos construtivos e visuais, contribuindo para instrumentalizar o público-alvo.

Na pesquisa de campo, não foram coletadas informações sobre as redes sociais dos museus. No entanto, diante da percepção de que elas exercem influência e têm grande alcance de público, foi criado perfil do MMT no Facebook com vistas a divulgar o museu, o *site*, eventos futuros e notícias.

Os princípios fundamentais do design que contribuem para a construção de interfaces – apontados no item 2.3.1: visibilidade, *feedback*, modelo conceitual, *affordances*, coerência, mapeamento e restrições – foram observados e levados em consideração no decorrer do processo de criação e desenvolvimento do ambiente digital do museu. Como não foram feitos testes com usuários, acredita-se que ter em conta tais princípios minimiza as chances de insucessos de interação com a interface.

O segundo resultado (Capítulo 5) apresenta o MMT como instituição e seu acervo, em coerência com o que foi tratado na fundamentação teórica, considerando-se os objetos ligados à moda e aos têxteis como bens da cultura material e imaterial.

Os parâmetros apresentados para a gestão do MMT e do acervo foram definidos com base na pesquisa bibliográfica e nas práticas verificadas nos museus estudados e em museus vinculados à UFRGS. Nesta etapa, a aproximação da equipe do Museu da UFRGS e Remam foi fundamental para colocar o MMT em sintonia com os demais museus da universidade. Tal aproximação deu-se em reuniões com a equipe do Museu da UFRGS e, também, em reuniões organizadas pela Remam nos últimos três anos. Outro ponto importante de integração e conhecimento foram as visitas feitas aos espaços museológicos da UFRGS, visando a conhecer a dinâmica de funcionamento e a estrutura de organização.

O MMT é um espaço legitimado dentro da UFRGS desde 2015, mas, para que o mesmo ocorra na esfera estadual e nacional, os registros do museu estão em andamento no Sistema Estadual de Museus (SEM) e no Ibram. O devido registro de um museu nessas esferas colabora para que seus dados estejam disponíveis para pesquisas e possam contribuir com o aprimoramento das gestões e fortalecer as políticas públicas para o setor.

A partir do exposto, os resultados alcançados apontam para a solução do problema da tese: a partir da premissa de que a UFRGS é o local apropriado para a salvaguarda do patrimônio cultural, como acolher coleções e objetos de moda e têxteis doados e disponibilizar ao público os conhecimentos relacionados?

A criação do Museu Moda e Têxtil na UFRGS coloca-o como instituição acolhedora, protetora, educadora, comunicadora dos objetos e do conhecimento. O ambiente digital desenvolvido surge como meio facilitador de transmissão deste conhecimento para o público e como oportunidade de ampliar a visibilidade do acervo.

No que diz respeito às pesquisas já realizadas relacionadas ao museu e ao seu acervo, contam-se sete publicações no cenário nacional e internacional, das quais: quatro artigos publicados (sendo um em anais de congresso e três em periódicos);

dois artigos aceitos, aguardando as próximas edições dos periódicos; e um capítulo de livro, a ser lançado em agosto de 2018.

Complementa-se que o conteúdo do ambiente digital do MMT está no servidor da UFRGS. Toda e qualquer alteração e atualização de documentos, manuseio do acervo e interferência no ambiente digital deverão ser feitos por pessoa capacitada e indicada pela diretoria do museu.

## 7 CONCLUSÃO

A criação do Museu Moda e Têxtil e do seu ambiente digital, apresentada nesta tese, foi a solução encontrada para que a Universidade Federal do Rio Grande do Sul pudesse acolher objetos e coleções de moda e têxteis doados à universidade que tenham relevância cultural, histórica e social.

Para isso, foi necessário definir, no objetivo desta tese, a criação de um museu apoiado na investigação de elementos das áreas de museologia, moda e têxtil e ambientes digitais, para salvaguardar e disponibilizar o patrimônio artístico, técnico e científico em formato de museu de natureza digital.

Para alcançar o objetivo, foram estabelecidos quatro objetivos específicos. O primeiro concentrou-se em conhecer o cenário museológico nacional e internacional, principalmente as instituições que disponibilizam suas coleções de forma *on-line*. Focalizaram-se 31 museus, representando uma diversidade de países, portes, estruturas dos *sites* e maneiras de divulgação dos acervos e demais conteúdos.

A partir daí, a atenção volta-se para cumprir o segundo objetivo específico – identificar as potencialidades do design de interface e interação a fim de elencar elementos para o desenvolvimento do ambiente digital do MMT. A pesquisa nos *sites* dos museus resultou na identificação de 21 elementos de interação e design, nos quais foram concentrados os esforços para definir o projeto metodológico para o ambiente digital, desenhar o mapa do *site* e fazer protótipos.

A pesquisa de campo empregada como método de coleta de dados mostrou-se adequada. As informações coletadas foram colocadas em prática para cumprir o terceiro objetivo específico, ou seja, desenvolver o ambiente digital para disponibilizar o patrimônio físico digitalizado, o patrimônio digital e demais conteúdos do MMT. O resultado desta etapa é o *site* do MMT no endereço eletrônico <[www.ufrgs.br/mmt](http://www.ufrgs.br/mmt)>.

O ambiente digital, além de meio disseminador de conhecimento, é uma via de salvaguarda, visto que minimiza o acesso ao acervo físico. Nesse sentido, mesmo

que o MMT se posicione como um museu digital, sugere-se que o acesso aos objetos físicos deva ser viabilizado mediante agendamento, pois se encontram em um ambiente acadêmico, e demandas de pesquisas e investigações poderão surgir ou ser incentivadas.

Como quarto e último objetivo específico, definiram-se a constituição e o registro do MMT junto às instituições UFRGS, Ibram e SEM. A interação com a equipe do Museu da UFRGS e Remam contribuiu na orientação para construção de documentos (Regimento Interno e Termos), bibliografias, entendimento da dinâmica dos demais museus inseridos na UFRGS e formulários para registros. O registro do MMT na Universidade foi validado a partir da certificação junto à Remam, do registro em ata no Departamento de Artes Visuais do Instituto de Artes e da validação do Regimento Interno, que está em andamento no mesmo departamento. A documentação para registro no SEM e Ibram encontra-se em fase de validação por essas instituições.

Como forma de organizar o acervo do MMT, foram apresentados aspectos ligados à gestão, sendo estabelecidos parâmetros e documentação para: estruturação do número de registro dos objetos, catalogação, preservação, documentação e registro de imagens. Esses parâmetros foram colocados em prática no acervo existente e mostraram-se adequados para o MMT.

Ressalta-se que a implementação do acervo físico do museu requer atividades diferentes das do acervo digital, isto porque envolve procedimentos de higienização, acondicionamento e captura de imagens. Já a documentação é comum tanto para o acervo físico quanto para o digital e compreende: fichas de catalogação, termos de doação e termos de uso de imagem e conteúdo. Os documentos referentes ao acervo do MMT encontram-se impressos e arquivados em pasta identificada, a qual ficará disponível na área destinada à reserva técnica. Além dos impressos, cópias de segurança das fichas, imagens e documentos vinculados ao MMT estão gravadas em HD externo e computadores. Assim, como parte integrante desta tese, são entregues os objetos físicos e digitais que compõem o acervo, devidamente preservados e documentados.

O MMT acompanha o cenário internacional, onde se verificou a preocupação cada vez maior de inserção da temática de moda e têxteis em museus. As iniciativas e o histórico das exposições demonstram que o público tem cada vez mais apreço e interesse pelo tema, conforme apontado na contextualização.

A disponibilização, na Internet, do acervo e do conhecimento contido nos objetos (digitais e digitalizados) do MMT é uma forma de mediação que aproxima museu e público e que pode incentivar interesses com objetivos de aprendizado particular ou de um grupo, tanto no espaço acadêmico quanto profissional.

O ambiente digital do museu traz conteúdos vinculados à história e aos processos de produção, com ênfase nas técnicas utilizadas. A história é contemplada, seja na própria história do objeto, seja na evolução dos processos de produção e/ou das técnicas empregadas, mencionados na descrição do objeto e vinculados aos textos de apoio na página do Educativo por *hiperlinks*. Os processos de produção e as técnicas foram descritos para atender tanto ao público iniciante no tema quanto aos que já têm conhecimento, como se verifica na disponibilização das análises em microscópio de itens representativos. Para que cada objeto possa ser percebido em seus detalhes construtivos e visuais, as imagens foram captadas de forma a salientar as riquezas dos objetos (desenhos, padrões, tramas), o que torna potencialmente útil o emprego da própria imagem em atividades artísticas e de design. Conclui-se que tanto as informações textuais quanto as visuais podem apoiar e incentivar o ensino em aspectos de preservação de patrimônio cultural, como suporte para investigações e aplicações práticas em áreas como: design, história, moda, arquitetura, sociologia, comunicação e artes, entre outras.

A criação do MMT coloca a UFRGS como universidade pública federal pioneira na disponibilização *on-line* de patrimônio cultural de moda e têxteis. Ainda no âmbito da Universidade, esta tese contribui para a inserção de um museu focado na tipologia de moda e têxteis, ampliando e diversificando as opções de museus já vinculados à UFRGS. A temática e o conteúdo disponibilizado podem contribuir em disciplinas da Universidade e de outras instituições de ensino, visto que o acesso está disponível *on-line* de forma aberta. Além disso, conforme aponta Almeida (2001), o ensino superior de algumas disciplinas desenvolveu-se a partir do incentivo



ao estudo de acervos. Essa ideia estende-se com a possibilidade futura de criação de novas disciplinas e/ou cursos dentro da UFRGS.

Como instituição que se vincula a uma universidade federal, o MMT, além de respeitar as funções de museu apontadas pelo ICOM, atende às demandas que dizem respeito ao espaço acadêmico, algumas das quais são apontadas por Almeida (2001), como: abrigar e formar coleções significativas para impulsionar a pesquisa, a extensão e o ensino; desenvolver pesquisas a partir do acervo; manter disciplinas que valorizem as coleções; propor programas de extensão e manter programas voltados para diferentes cursos.

A construção de um museu dentro do Programa de Pós-Graduação em Design contribuiu para o olhar multidisciplinar lançado sobre a temática do museu aqui proposto, os objetos do acervo e o ambiente digital desenvolvido para disponibilizar o conteúdo.

A área do design têxtil foi prestigiada devido à experiência e atuação da autora. Nesse sentido, foi dada ênfase na produção de textos de apoio com descrições de processos têxteis e detalhamento de técnica.

Até o presente momento, o MMT já recebeu diversos contatos de pesquisadores, artesãos e artistas dos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo, que manifestaram interesse em contribuir com conhecimentos, desenvolver pesquisas junto ao acervo e doar objetos. Com a divulgação do ambiente digital do MMT, acredita-se que o interesse será ainda maior no cenário nacional.

Esta tese abre caminho para trabalhos futuros na continuidade de investigação dos objetos no âmbito do design têxtil. Tomando como exemplo a Coleção de rendas Lucy Niemeyer, ainda é possível avançar em pesquisas relacionadas aos desenhos que compõem as rendas do acervo ou à intrincada movimentação dos pontos das diversas técnicas. Também se pode considerar a ampliação do acervo digital do Fashion Revolution Porto Alegre, com a integração de imagens, vídeos e documentos relativos ao evento de 2018.

Há, ainda, possibilidades de trabalhos ligados à incorporação de novas coleções ao acervo, uma vez que existe viabilidade para inserção de objetos/coleções pertencentes a empresas, estilistas e artistas relevantes no cenário regional – objetos e coleções que, por serem representativos da moda e dos têxteis, merecem ser estudados, divulgados, preservados e comunicados. Essas coleções podem ser incorporadas apenas no ambiente digital, caso o proprietário ou colecionador não pretenda desfazer-se do patrimônio. Tal situação pode ser exemplificada com acervos de importantes empresas e indústrias centenárias existentes no estado que estão ligadas à temática.

As possibilidades de trabalhos futuros avançam também em questões que envolvem o ambiente digital, no sentido de ampliar conteúdos resultantes de pesquisas (Publicações), e no que se refere ao Educativo, como organização de cursos e eventos (palestras, seminários, encontros, etc.). Podem-se considerar, ainda, melhorias no próprio ambiente digital, como, por exemplo, a criação de versão em inglês, o que proporcionaria uma maior visibilidade ao MMT no cenário internacional. Além disso, também podem ser inseridos recursos adicionais para comunicar o museu e o acervo, como a criação de páginas em redes sociais diversas e aplicativo específico.

A viabilização deste trabalho contou com a colaboração do NAPEAD, LdSM, Museu da UFRGS, Remam, LIT, NDS e Instituto de Artes - Departamento de Artes Visuais, todos vinculados à UFRGS.

Ressaltamos que o acervo ficará acondicionado no LIT, localizado na sala 313 do Anexo I da Reitoria da Universidade, em reserva técnica com espaço próprio. O acesso aos objetos físicos é limitado a pessoa(s) autorizada(s) e preparada(s) para tal.

Esta tese tem resultados de ordem teórica e prática, pois cria o Museu Moda e Têxtil no contexto da Universidade e o insere no cenário museológico, além de contribuir com o meio acadêmico-científico e a sociedade por meio de produção e acesso ao conhecimento.

## REFERÊNCIAS

ABATE, Frank (Ed.) **The Oxford Desk Dictionary and Thesaurus**. New York: Oxford University Press, 1997.

ALMEIDA, Adriana M. **Museus e coleções universitários**: por que museus de arte na Universidade de São Paulo. 2001. 238 p. Tese (Doutorado em Ciências da Informação e Documentação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27143/tde-10092003-160231/pt-br.php>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

ANDRADE, Rita. Por debaixo dos panos: cultura e materialidade de nossas roupas e tecidos. In: PAULA, Teresa Cristina Toledo de (Org.). **Tecidos e sua Conservação no Brasil**: museus e coleções. São Paulo, Museu Paulista da USP, 2006. p.72-76.

\_\_\_\_\_. Historicizar indumentária (e moda) a partir do estudo de artefatos: reflexões acerca da disseminação de práticas de pesquisa e ensino no Brasil. **ModaPalavra**, ano 7, n. 14, p. 72-82, jul.-dez. 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/5099>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

\_\_\_\_\_. Indumentária em museus brasileiros: uma questão pública? In: MERLO, Márcia (Org.) **Memórias e museus**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. p. 83-87.

ANDRADE, Rita; PAULA, Teresa C. T. de. Estudar e pesquisar roupas e tecidos no Brasil. IN: SEMINÁRIO NACIONAL DE PESQUISA EM CULTURA VISUAL, 2., 2009, Goiânia. Goiânia: Faculdade de Artes Visuais/UFG, 2009. Disponível em: <[https://seminarioculturavisual.fav.ufg.br/up/778/o/2009.GT3a\\_Rita\\_Andrade\\_e\\_Tereza\\_Cristina.pdf](https://seminarioculturavisual.fav.ufg.br/up/778/o/2009.GT3a_Rita_Andrade_e_Tereza_Cristina.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2016.

ARANTES, Priscila. Museu Digital: memórias, acesso e laboratórios de criação. In: MERLO, Márcia (Org.) **Memórias e museus**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. p. 137-151.

BARBUY, Heloisa; LIMA, Solange; CARVALHO, Vânia; ALMEIDA, Adilson; RIBEIRO, Angela; MAKINO, Miyoko; BERALDO, Luciano. O sistema documental do Museu Paulista: a construção de um banco de dados e imagens num museu universitário em transformação. In: OLIVEIRA, Cecília; BARBUY, Heloisa (Org.). **Imagem e produção de conhecimento**. São Paulo: Museu Paulista-USP, 2002.

BERTALYA, P.; OKTAVINAB, R.; RAMADHANB, D. Designing a Prototype of Digital Museum to Promote Woven Songket: a local product of Sumatera, Indonesia. **Jurnal Teknologi**, v. 68, n. 3, p. 77-80, 2014. Disponível em: <<https://jurnalteknologi.utm.my/index.php/jurnalteknologi/article/view/2951>>. Acesso em: 27 out. 2015.

BONADIO, Maria Claudia. Moda é coisa de museu? In: COLÓQUIO DE MODA, 8., 5. edição internacional, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2012, p. 1-13. Disponível em: <[http://colociomodacom.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda\\_2012/GT06/ARTIGO-DE-GT/Moda\\_e\\_coisa\\_de\\_museu.pdf](http://colociomodacom.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT06/ARTIGO-DE-GT/Moda_e_coisa_de_museu.pdf)>. Acesso em: 27 jun 2016.

BORENSTEIN, Nathaniel S. **Programing as if people mattered**: friendly programs, software engineering, and other noble delusions. New Jersey: Princeton University Press, 1991.

BRASIL, Marina Catucci. Transposições para o meio digital interativo: design de informação em museus digitais. **Revista Anagrama**: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação, ano 7, n. 2, dez. 2013-fev. 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/article/viewFile/8625/7921>>. Acesso em: 27 out. 2015.

BRIGGS-GOODE, A.; BUTTRESS, J. **A Taxonomy of Pattern Through the Analysis of Nottingham Lace**. FTC Association of Fashion And Textile Courses. Liverpool: Sally Wade, Kerry Walton, 2011.

BROOKS, Mary; CLARK, Caroline; EASTOP, Dinah; PETSCHKEK, Carla. Restauração e conservação: algumas questões para os conservadores. A perspectiva da conservação de têxteis. **Anais do Museu Paulista**, v. 2, n. 1, p. 235-250, jan./dez. 1994. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/5301/6831>>. Acesso em: 13 abr. 2016.

CARVALHO, Ana Amélia Amorim; SIMÕES, Alcino; SILVA, João Paulo. Indicadores de qualidade e de confiança de um site. In: ALVES, Maria Palmira; MACHADO, Eusébio A. (Org.) "Avaliar as aprendizagens: actas das Jornadas da Secção Portuguesa da ADMEE. Braga: Cied, 2005. p. 17-28. Disponível em <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7774/1/05AnaAmelia.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

CARVALHO, Rosane M. R. Comunicação e informação de museus na internet e o visitante virtual. **Museologia e Patrimônio**, v. 1, n. 1, p. 83-93, jul.-dez. 2008. Disponível em: <<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/viewFile/8/4>>. Acesso em: 22 out. 2015.

CHANDLER, Carolyn; UNGER, Russ. **O guia para projetar UX**: a experiência do usuário (UX) para projetistas de conteúdo digital, aplicações e web sites. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

CHARITONOS, Koula; BLAKE, Canan; SCANLON, Eileen; JONES, Jones, Ann (2012). Museum learning via social and mobile technologies: (How) can online interactions enhance the visitor experience? **British Journal of Educational Technology**, v. 43, n. 5, p. 802-819, 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2012.01360.x>>. Acesso em: 10 set. 2015.

COMITÉ INTERNACIONAL DE DOCUMENTAÇÃO; CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS. **Declaração dos princípios de documentação em museus e diretrizes internacionais de informação sobre objetos**: categorias de informação do CIDOC. São Paulo: Secretaria de Estado de Cultura de São Paulo; Associação de Amigos do Museu do Café; Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2014. Disponível em: <[http://issuu.com/sisem-sp/docs/cidoc\\_guidelines/c/sl5vtq0](http://issuu.com/sisem-sp/docs/cidoc_guidelines/c/sl5vtq0)>. Acesso em: 25 out. 2017.

COMITÉ NACIONAL DE CONSERVACION TEXTIL. **Manual de Conservación Preventiva de Textiles**. Santiago, Chile, 2002a.

\_\_\_\_\_. **Patrimonio Textil Chileno**. Santiago, Chile, 2002b. Disponível em: <<http://www.cnct.cl/documentos/catastro.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

\_\_\_\_\_. **Inicio**. Santiago, Chile, 2016. Disponível em: <<http://www.cnct.cl/>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

DELIBERATELY CONCEALED GARMENTS PROJECT. **Deliberately Concealed Garments**. London, 2016. Disponível em: <<http://www.concealedgarments.org/>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

DESIGN MUSEUM DANMARK. **Objects Collections**. Copenhagen, 2018. Disponível em: <<https://designmuseum.dk/en/samlinger/genstandssamlinger/>>. Acesso em: 03 maio 2018.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François (Ed.) **Key Concepts of Museology**. Paris: ICOM, 2013. Disponível em: <[http://icom.museum/fileadmin/user\\_upload/pdf/Key\\_Concepts\\_of\\_Museology/Museologie\\_Anglais\\_BD.pdf](http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Anglais_BD.pdf)>. Acesso em: 25 jul. 2012.

DICTIONARY OF FIBER & TEXTILE TECHNOLOGY. North Carolina: Kosa, 1999.

DODEBEI, Vera; GOUVEIA, Ines. Memórias de pessoas, de coisas e de computadores: museus e seus acervos no ciberespaço. **MUSAS**: Revista Brasileira de Museus e Museologia, n. 3, 2007. Disponível em: <<https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/01/Musas3.pdf>> Acesso em: 21 out. 2015

EASTOP, Dinah. Material culture in action: conserving garments deliberately concealed within buildings. **Anais do Museu Paulista**, São Paulo, v. 15, n. 1.p. 187-204. jan.-jun. 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/5457/6987>>. Acesso em: 13 abr. 2016.

EICHLER, Marcelo Leandro; DEL PINO, José Claudio. Museus virtuais de ciências: uma revisão e indicações técnicas para o projeto de exposições virtuais. **Novas Tecnologias na Educação**, v. 5, n. 2, dez. 2007. Disponível em: <<http://www.cinted.ufrgs.br/ciclo10/artigos/6d2MarceloLeandro.pdf> > Acesso: 20 nov. 2015.

FACEBOOK. **Museu Moda e Têxtil**. [S. l.], 2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Museu-Moda-e-Textil-UFRGS-287732078326696/>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

FASHION MUSEUM BATH. **About**. Bath, 2018. Disponível em: <<https://www.fashionmuseum.co.uk/about>>. Acesso em: 02 maio 2018.

FASHION REVOLUTION BRASIL. Portal do movimento Fashion Revolution Brasil. Disponível em: <<http://fashionrevolution.org/country/brazil/>>. Acesso em 21 nov. 2017.

GONÇALVES, José Reginaldo. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Rio de Janeiro: IPHAN, 2007.

HELLMANN, Aline Gazola. **A moda no século XXI**: para além da distinção social. 121 f. 2009. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2009. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/21459/000736166.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

HARDEN, Rosemary. From Museum of Costume to Fashion Museum: the case of the Fashion Museum in Bath. In: MELCHIOR, Marie Riegels; SVENSSON, Birgitta (Ed.). **Fashion and Museum**: theory and practice. London: Bloomsbury Publishing, 2014. p.127-138.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Plano Museológico**: Implantação, Gestão e Organização de Museus. In: FÓRUM NACIONAL DE MUSEUS, 3., 2008, Florianópolis. Anais... Brasília, DF: MinC/Ibram, 2008. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/lpcufpe/apostila-plano-museolgico>>. Acesso em: 25 out. 2017.

\_\_\_\_\_. **Museus em números**. Brasília, DF, 2011a. v. 1. Disponível em: <[http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/Museus\\_em\\_Numeros\\_Volume\\_1.pdf](http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/Museus_em_Numeros_Volume_1.pdf)> Acesso 20 mar. 2016

\_\_\_\_\_. **Museus em números**. Brasília, DF, 2011b. v. 2A , 2B. Disponível em: <[http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/Museus\\_em\\_Numeros\\_Volume\\_1.pdf](http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/Museus_em_Numeros_Volume_1.pdf)> Acesso 20 mar. 2016

\_\_\_\_\_. **Guia dos Museus Brasileiros**. Brasília, DF, 2011c. Disponível em: <[http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/05/gmb\\_extintos.pdf](http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/05/gmb_extintos.pdf)> Acesso em: 19 abr. 2016.

\_\_\_\_\_. **O Ibram**. Brasília, DF, 2018. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/acessoainformacao/o-ibram/>>. Acesso em: 02 maio 2018.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Patrimônio Cultural**. Brasília, DF, 2014a. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/página/etalhes/218>>. Acesso em: 02 set 2015.

\_\_\_\_\_. **Patrimônio Imaterial**. Brasília, DF, 2014b. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>>. Acesso em: 02 set. 2015.

KALBACH, James. **Design de Navegação Web**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KARP, Cary. A legitimacy of Virtual Museum. **ICOM News**, n. 3, p. 5, 2004. Disponível em: <[http://icom.museum/fileadmin/user\\_upload/pdf/ICOM\\_News/2004-3/ENG/p8\\_2004-3.pdf](http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-3/ENG/p8_2004-3.pdf)>. Acesso em: 01 nov. 2015.

KAWAMURA, Yuniya. **Fashion-ology: an introduction of fashion studies**. Berg: New York, 2005. Disponível em: <[https://www.academia.edu/15731054/Fashion-ology\\_An\\_Introduction\\_to\\_Fashion\\_Studies?auto=download](https://www.academia.edu/15731054/Fashion-ology_An_Introduction_to_Fashion_Studies?auto=download)>. Acesso em: 12 abr. 2016

KODA, Harold; GLASSCOCK, Jessica. The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art: an evolving history. In: MELCHIOR, Marie Riegels; SVENSSON, Birgitta (Ed.). **Fashion and Museum: theory and practice**. London: Bloomsbury Publishing, 2014. p. 21-32.

KOPYTOFF, Igor. The cultural biography of things: commoditization as process. In: APPADURAI, Arjun (Org.). **The social life of things: commodities in cultural perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986, p. 65-91.

LEPOURAS, G., CHARITOS, D., VASSILAKIS, C., CHARISI, A., HALATSI, L. Building a VR museum in a Museum. In: VIRTUAL INTERNATIONAL CONFERENCE, 2001, Laval. **Proceedings...** Laval, France: Richir, S.; Richard, P.; Taravel, B, 2001. Disponível em: <<http://www2.media.uoa.gr/~charitos/papers/conf/LEP2001.pdf>>. Acesso em: 20 jan.2017.

LIMA, Tania Andrade. Cultura material: a dimensão concreta das relações sociais. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**, v. 6, n. 1, p. 11-23, jan.-abr. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/bgoeldi/v6n1/a02v6n1.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

LIPOVETSKI, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOWDERMILK, Travis. **User-Centered Design: a developer's guide to building user-friendly application**. Sebastopol, Califórnia: O'Reilly Media, 2013.

MARIN, Sabrina Popp. **Comunicação Virtual de Museus: a informação sobre Arte nos sistemas da TATE e do MAC**. 111 f. 2011. Dissertação (Mestrado em Estética e História da Arte) – Programa de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em:

<file:///C:/Users/Infoyway/Downloads/2011\_SabrinaPoppMarin\_VOrig.pdf> Acesso em: 01 nov. 2015.

MATOS, Isla A. P. Educação museal: o caráter pedagógico do museu na construção do conhecimento. **Brazilian Geographical Journal**, v. 5, n. 1, p. 93-104, jan./jun. 2014. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/braziliangeojournal/article/view/23630/13811>> Acesso em 10 fev. 2016.

MELCHIOR, Marie Riegels. Introduction: understanding fashion and dress museology. In: MELCHIOR, Marie Riegels; SVENSSON, Birgitta (Ed.). **Fashion and Museum: theory and practice**. London: Bloomsbury Publishing, 2014. p.1-18.

MENESES, Ulpiano Bezerra de. Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público. **Estudos Históricos**, v. 21, 1998. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view%20File/2067/1206>> Acesso em: 12 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. **A comunicação/informação no museu**: uma revisão de premissas. In: SEMINÁRIO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO EM MUSEUS, 1., São Paulo. São Paulo : Pinacoteca do Estado, 2011. Disponível em: <<http://biblioteca.pinacoteca.org.br:9090/publicacoes/index.php/sim/article/viewFile/6/5>>. Acesso em: 12 abr. 2016.

MERLO, Márcia; RAHME, Anna M. A moda e o museu: uma experiência no espaço digital. In: MERLO, Márcia (Org.) **Memórias e museus**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. p. 113-133.

METROPOLITAN MUSEUM OF ART. **The Costume Institute**. New York, 2018. Disponível em: <<https://www.metmuseum.org/about-the-met/curatorial-departments/the-costume-institute>>. Acesso em: 01 maio 2018.

MODE MUSEUM. **Museum and Collection**. Antwerp, 2018. Disponível em: <<https://www.momu.be/en/museum-collection>>. Acesso em: 02 maio 2018.

NIELSEN, Jakob. **Designing web usability**. Indianapolis: New Riders Publishing, 2000.

NORMAN, Don. **The design of everyday things**. New York: Basic Books, 2013. Disponível em: <<http://cc.droolcup.com/wp-content/uploads/2015/07/The-Design-of-Everyday-Things-Revised-and-Expanded-Edition.pdf>> Acesso em: 21 abr. 2016.

OKOLO, Cynthia M.; ENGLERT, Carol Sue; BOUCK, Emily C.; HEUTSCHE, Anne; WANG, Hequn. The virtual history museum: learning U.S. History in diverse eighth. **Remedial and Special Education**, v. 32, n. 5, p. 417-428, Sept.-Oct. 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/0741932510362241>>. Acesso em: 15 set. 2015.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA. **Noción de patrimonio digital**. Paris, 2003. Disponível em:



<<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/access-to-knowledge/preservation-of-documentary-heritage/digital-heritage/concept-of-digital-heritage/>>. Acesso em: 30 out. 2015.

\_\_\_\_\_. **Patrimônio Cultural Imaterial**. Brasília, DF, 2016. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/intangible-heritage/>>. Acesso em: 01 jun. 2016.

PADILHA; Renata Cardozo. **Documentação museológica e gestão de acervo**. Florianópolis: FCC, 2014. v. 2. Coleção Estudos Museológicos.

PÁDULA, Roberto S. **Website de museu de arte: uma abordagem da gestão cultural**. 151 f. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Administração, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

PAPPACODA, Laura. **Fashion district in the creative city: Antwerp and its Fashion Hub**. 89 f. 2013. (Laurea magistrale in Economia e Gestione delle Arti e delle Attività Culturali) – Università Ca' Foscari di Venezia, Venezia, 2013. Disponível em: <<http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/4577/839935-1173252.pdf?sequence=2>>. Acesso em: 01 maio 2018.

PAULA, Teresa C. T. de. Tecidos no museu: argumentos para uma história das práticas curatoriais no Brasil. **Anais do Museu Paulista**, São Paulo. v. 14, n. 2, p. 253-298. jul.-dez. 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/5451/6981>>. Acesso em: 13 abr. 2016.

PASSOS, Jaire Ederson. **Metodologia para o design de interface de ambiente virtual centrado no usuário**. 187 f. 2010. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufrgs.br/da.php?nrb=000772053&loc=2011&l=52be73222a349b3b>>. Acesso em: 13 out. 2015.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvone; SHARP, Helen. **Design de interação: além da interação homem-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C.de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013. Disponível em: <<file:///C:/Users/Infyway/E-BOOKS/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf>> Acesso em: 26 abr. 2016.

PROWN, Jules David. Mind in Matter: an introduction to material culture theory and method. **Winterthur Portfolio**, v. 17, n. 1, p. 1-19, Spring, 1982. Disponível em: <<http://blogs.ubc.ca/qualresearch/files/2010/09/Mind-in-Matter.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2016

\_\_\_\_\_, Jules. Mind in matter: an introduction to material culture theory and method. In: PEARCE, Susan M. (Ed.). **Interpreting objects and collections**. London: Routledge, 1994. p. 133-138.

RALA, Silvia. Perspectivas didáticas e comunicativas da museologia e da Museografia no Design: a 'arquitetura' dos novos espaços museais. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE MUSEOGRAFIA E ARQUITETURA DE MUSEUS: IDENTIDADES E COMUNICAÇÃO. 2., 2010, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: FAU/PROARQ, 2010, 2010. Disponível em: <[http://arquimuseus.arq.br/anais-seminario\\_2010/eixo\\_ii/p3-48-silviarala](http://arquimuseus.arq.br/anais-seminario_2010/eixo_ii/p3-48-silviarala)>. Acesso em: 29 out. 2015.

RAMOS, Francisco R. L. **A danação do objeto**: o museu no ensino de História. Chapecó: Argos, 2004. Disponível em: <[http://www.pead.faced.ufrgs.br/sites/publico/eixo4/estudos\\_sociais/a\\_danacao\\_do\\_objeto.pdf](http://www.pead.faced.ufrgs.br/sites/publico/eixo4/estudos_sociais/a_danacao_do_objeto.pdf)> Acesso em: 19 fev. 2016

ROCHA, Cláudio. **Projeto Tipográfico**: Análise e Produção de Fontes Digitais. São Paulo: Rosari, 2004.

SAFFER, Dan. **Designing for interaction**. San Francisco: New Riders, 2010. Disponível em: <[http://www.designingforinteraction.com/designingforinteraction2\\_sample.pdf](http://www.designingforinteraction.com/designingforinteraction2_sample.pdf)>. Acesso em: 22 abr. 2016.

SALAR Hursit Cem; Özçınar, Hüseyin; COLAK, Cihan; KITIS, Coskun. **Online (Virtual) Exhibitions Application in Education**. *Journal of Library & Information Technology*, v. 33, n. 3, p. 176-182, May 2013. Disponível em: <<http://publications.drdo.gov.in/ojs/index.php/djlit/article/view/4603>>. Acesso em: 22 out. 2015

SALES, J. M.; Arrais, G. A.; Farias, I. S. O museu virtual de arte como espaço de educação artística. **Roteiro**, v. 39, n. 2, p. 487-514, jul./dez. 2014. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5161716>> Acesso em: 25 mar. 2016

SCHWEIBENZ, Werner. The development of virtual museums. *ICOM News*, v. 57, n. 3, p. 3, 2004. Disponível em: <[http://icom.museum/fileadmin/user\\_upload/pdf/ICOM\\_News/2004-3/ENG/p3\\_2004-3.pdf](http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-3/ENG/p3_2004-3.pdf)> Acesso em: 20 out. 2015

SILVA, Vera L.F. **Acervo de rendas Lucy Niemeyer**: uma contribuição para o Design. 173 f. 2013. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/101205?locale-attribute=es>>. Acesso em: 13 jul 2016.

SILVEIRA, Renata Rizzo. **O design de catálogos de museus para dispositivos móveis**. 138 f. 2014. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-

Graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

SMITH, Gillian C.; TABOR, Philip. The role of artist-designer. In: WINOGRAD, Terry. **Bringing design to software**. New York: ACM Press, 1996. p. 37-61.

SOUZA, Cidara L.; FAGUNDES, Lígia K.; LEITZKE, Cristina P. (Org.). **Guia Remam 2012-2014: conhecendo os acervos e museus da UFRGS**. Porto Alegre: Museu da UFRGS, 2014.

SPENCE, Robert. **Information Visualization: design for interaction**. 2nd ed. London: Pearson Education Press, 2007.

TEUNISSEN, José. Understanding Fashion through the museum. In: MELCHIOR, Marie Riegels; SVENSSON, Birgitta (Ed.). **Fashion and Museum: theory and practice**. London: Bloomsbury Publishing, 2014. p.33-45.

THE AMERICAN HERITAGE SCIENCE DICTIONARY. **Interface**. [S. l.]: Houghton Mifflin Harcourt Publishing, 2011. Disponível em: <<http://www.dictionary.com/browse/interface?s=t>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

TOFTEGAARD, Kirsten. Collecting practice: Designmuseum Danmark. In: MELCHIOR, Marie Riegels; SVENSSON, Birgitta (Ed.). **Fashion and Museum: theory and practice**. London: Bloomsbury Publishing, 2014. p. 139-151.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. **Museu Moda e Têxtil**. Porto Alegre, 2018a. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/mmt>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. **Museu Moda e Têxtil: acervo**. Porto Alegre, 2018b. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/mmt/acervo>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. **Museu Moda e Têxtil: acervo – renda filé, manual, conjunto com 3 objetos**. Porto Alegre, 2018c. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/mmt/acervo/item?id=177>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. **Museu Moda e Têxtil: coleção de rendas Lucy Niemeyer**. Porto Alegre, 2018d. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/mmt/acervo/colecao?id=3>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. **Museu Moda e Têxtil: educativo - documentos**. Porto Alegre, 2018e. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/mmt/educativo/documentos>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. **Museu Moda e Têxtil: exposições**. Porto Alegre, 2018f. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/mmt/exposicoes/view?id=11>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. **Museu Moda e Têxtil: publicações**. Porto Alegre, 2018g. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/mmt/publicacoes/index>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. **Museu Moda e Têxtil**: quem somos. Porto Alegre, 2018h. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/mmt/site/about>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. Núcleo de Apoio Pedagógico à Educação a Distância. MMT – **Repositório**: MMT Museu de Moda e Têxtil UFRGS. Porto Alegre, 2018i. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/napead/repositorio/117>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

VARTIAINEN, Henriikka; ENKENBERG, Jorma. Learning from and with museum objects: design perspectives, environment, and emerging learning systems. **Education Technology Research and Development**, v. 61, n. 5, p. 841-862, 2013. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11423-013-9311-8#page-1>>. Acesso em: 25 mar. 2016.

VIANA, Fausto. Museu de moda ou indumentária precisa ser tão grande?. In: MERLO, Márcia (Org.) **Museus e moda: acervos, metodologias e processos curatoriais**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016. parte 1. p. 37-59.

VICTORIA AND ALBERT MUSEUM. **Using the ethics checklist**. London: Conservation Department, 2017. Disponível em: <<http://www.vam.ac.uk/content/journals/conservation-journal/issue-50/appendix-1/>>. Acesso: 15 ago. 2017.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade de Marca**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

WINOGRAD, Terry. **Bringing Design to software**. New York: ACM Press, 1996.

## APÊNDICE A – LISTA DE MUSEUS PESQUISADOS

<b>PAÍS</b>	<b>Museu</b>		<b>Ficha</b>
Alemanha	Kunstgewerbemuseum	1	S
Austrália	Art Gallery of South Australia	2	S
Austrália	National Gallery of Victoria	3	S
Austrália	Powerhouse Museum	4	S
Áustria	MAK _ Museum für angewandte Kunste	5	S
Bélgica	Gruuthuse Museum	6	N
Bélgica	Provinciaal Textielmuseum, Vrieselhof	7	S
Brasil	Brasilianafotografica	8	S
Brasil	MIMO	9	S
Brasil	Museu da UFRGS	10	S
Brasil	Museu do Traje e do Têxtil	11	N
Brasil	Museu Virtual de Brasília	12	S
Brasil	Pinacoteca do Estado de SP	13	S
Brasil	UDESCCEART	14	N
Canadá	The New Brunswick Museum	15	N
Canadá	The Royal Ontario Museum	16	S
Dinamara	Museum of Decorative Arts	17	N
Escócia	Royal Scottish Museum	18	S
Espanha	Museo Del Traje	19	S
Espanha	Museu de Puntas y Encajes	20	S
EUA	American Institute of Textile Arts	21	N
EUA	Art Institute of Chicago	22	S
EUA	Brooklyn Museum	23	S
EUA	Daughters of the American Revolution	24	N
EUA	Detroit Institute of Art	25	N
EUA	Drexel Digital Museum	26	S
EUA	Metropolitan Museum of Art	27	S
EUA	Rhode Island – School of Design	28	S
EUA	The Cowper and Newton Museum	29	N
EUA	Valentine Museum	30	S
França	Dentellieres	31	N
França	Musée Baron Gérard	32	N
França	Musée Crozatier	33	N
França	Musée de Cluny	34	S
França	Musée de la Dentelle	35	N
França	Musée de La Maison d'Ozé	36	N
França	Musée des Arts Decoratifs	37	S
França	Musée des Beaux-Arts et de La dentelle d'Alençon	38	N
França	Musée Du Costume et de La Dentelle	39	N
França	Musée Historique des Tissus	40	S

continua

continuação

<b>PAÍS</b>	<b>Museu</b>		<b>Ficha</b>
Holanda	Museum BolJmans-Van Beuningen	41	<b>S</b>
Holanda	Rijksmuseum	42	<b>S</b>
Hungria	Iparmueszeti Museum	43	<b>N</b>
Inglaterra	Fitzwilliam Museum	44	<b>N</b>
Inglaterra	Fashion Museum Bath UK	45	<b>S</b>
Inglaterra	Honiton and Allhallows Museum	46	<b>N</b>
Inglaterra	Industrial Museum	47	<b>N</b>
Inglaterra	Museum of Costume	48	<b>N</b>
Inglaterra	Museum of Costume and Textile	49	<b>N</b>
Inglaterra	Nottingham Trent University	50	<b>N</b>
Inglaterra	Royal School of Needlework	51	<b>N</b>
Inglaterra	The lace Guild	52	<b>N</b>
Inglaterra	Victoria and Albert Museum	53	<b>S</b>
Irlanda	Museum of Ireland	54	<b>N</b>
Itália	Museo Correr. Scuola di Merletti, Burano	55	<b>N</b>
Itália	Museu de Tessuto	56	<b>N</b>
Itália	Museu Del Merletto	57	<b>S</b>
Itália	Palazzo Davanzati	58	<b>N</b>
Japão	The Kyoto Costume Institute	59	<b>S</b>
Portugal	Gulbenkian Museum	60	<b>N</b>
Portugal	Museu da Indústria Têxtil	61	<b>N</b>
Portugal	Museu da Vila do Conde-Museu das rendas de bilros	62	<b>N</b>
Portugal	Museu do Traje e do Têxtil	63	<b>N</b>
Rússia	Hermitage Museum	64	<b>S</b>
Suécia	Livrustkammaren	65	<b>N</b>
Suíça	Abegg-Stiftung	66	<b>N</b>
Suíça	Textilmuseum	67	<b>N</b>
	Dos 67 museus, 31 foram analisados		

## APÊNDICE B – MODELO DE CARACTERIZAÇÃO DE COLEÇÃO

### COLEÇÃO LUCY NIEMEYER

A coleção de rendas doada à Universidade Federal do Rio Grande do Sul pela Prof. Dra. Lucy Carlinda da Rocha Niemeyer, foram colecionadas ao longo da vida de sua mãe, Lucy da Rocha Niemeyer. As rendas não apresentam informações de procedência e datas de confecção.

Tal coleção de rendas constitui-se de objetos de diversos formatos e tamanhos. Algumas com traços explícitos de terem sido retiradas de peças do vestuário devido aos vestígios e costuras. Essas peças correspondem a bolsos, detalhes de golas, barras de saias ou vestidos. Outras rendas acredita-se que tenham sido adquiridas para um uso futuro na ornamentação de vestuários ou peças de decoração da casa, sem apresentarem vestígios de uso, apenas marcas e vincos resultados de uma forma inadequada de acondicionamento. Essas peças tem formato de fitas de diferentes larguras. E há ainda um grupo de objetos que parecem servirem de modelos a serem reproduzidos em processos manuais de rendados ou que foram tecidos em algum momento de aprendizado da técnica. Suspeita-se de tal fato por haver pequenas etiquetas com identificação. Relacionado a estes vestígios, poder-se-ia (e futuramente pode-se) realizar investigações da história do próprio objeto, além do seu uso e significado. Porém este estudo delimita-se às atividades de conservação preventiva.

Nesta coleção predominam rendas em cores claras, de tonalidade do branco a marrom claro. Do total de 201 itens, apenas 4 são na cor preta e 1 na cor vermelha. Há também peças que apresentam bordados e estes igualmente, quando apresentam cores, são cores muito claras.

Alguns itens apresentam diferentes manchas de tonalidade entre amarelo e marrom e dobras acentuadas ocasionadas pelo longo período em acondicionamento de forma inadequada. As extremidades de algumas rendas estão desfiadas devido à maneira com que foram cortadas e guardadas. Mesmo diante de tais apontamentos, de maneira geral, considera-se que os objetos estão em bom estado.

Por serem objetos tecidos em processos manuais e industriais, apresentam diversas técnicas e resultados estruturais. A identificação do tipo de processo empregado para a tecelagem da renda foi uma das primeiras atividades feitas, e a análise inicial baseou-se no entendimento do percurso do fio na estrutura do tecido. Verificou-se que foram empregadas matérias primas (fibras e fios) naturais, principalmente de origem vegetal (algodão) bem como sintéticas. Os objetos foram analisados conforme as orientações da Associação Brasileira de Normas Técnicas (1995).

Segundo Souza (2008), a tecnologia tem um papel importante a contribuir na preservação do patrimônio cultural, assim como o uso de laboratórios para as atividades específicas da área. Entretanto, para manusear acervos de bens da cultura material, é necessário ter conhecimento histórico que apoie o conhecimento científico. Assim sendo, para o manuseio de objetos têxteis, é indiscutível a necessidade de conhecimentos específicos dessa área. Portanto, conhecer as propriedades físicas e químicas das fibras auxilia no momento de lidar com problemas específicos e característicos como, por exemplo, dobras que precisarão ser hidratadas (dependendo do tipo de fibra, aplicam-se determinadas intervenções), tipos de sujidades e manchas e o acondicionamento do material restaurado.



## APÊNDICE C – MODELOS DE TERMOS

### Modelo de Termo de doação do MMT

<b>TERMO DE DOAÇÃO</b>			
Porto Alegre, ____ de _____ de _____.			
<p>“Nome do doador”, de sua livre e espontânea vontade faz a entrega por este ato ao Museu Moda e Têxtil UFRGS, como doação perpétua e gratuita e sem restrições de uso, dos bens de sua propriedade abaixo relacionados.</p>			
<p>“Responsável pelo museu”, em sua condição legal de representante do Museu Moda e Têxtil UFRGS, aceita a doação efetuada e toma posse dos bens.</p>			
<p>O Museu Moda e Têxtil UFRGS deixa a(o) “nome do doador(a)” os mais expressivos agradecimentos.</p>			
Objetos da doação:			
Item	Objeto (descrição, título, autor, características, etc.)	Quant.	Observações
<hr style="width: 100%;"/> <b>MUSEU MODA E TÊXTEL</b> <b>UFRGS</b>		<hr style="width: 100%;"/> <b>DOADOR</b>	

(fonte: elaborado pela autora com base em documento elaborado pela UFRGS)

**Modelo de Termo de pesquisa do MMT**

<b>TERMO PARA PESQUISA no MUSEU MODA E TÊXTIL</b>	
Porto Alegre, ____ de _____ de _____.	
<b>Identificação do Pesquisador(a)</b>	
Nome completo:	
CPF e/ou RG:	
Instituição:	
Área de pesquisa:	
E-mail:	Telefone:
Endereço:	
Cidade:	Estado:
<b>Identificação da Pesquisa:</b>	
Tema:	
Finalidade:	
Tempo aproximado para desenvolver a pesquisa:	
Objeto e/ou coleção pesquisada:	
<b>Observações do MMT:</b>	
_____ MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS	_____ Pesquisador Instituição

(fonte: baseado em PADILHA, 2014)

Modelo de Termo de empréstimo

<b>TERMO de EMPRÉSTIMO</b>	
Porto Alegre, ____ de _____ de _____.	
A “ <b>nome da instituição ou pessoa</b> ”, por meio deste documento, garante a salvaguarda por “ <b>xx</b> ” meses do objeto e/ou coleção emprestado pelo <b>Museu Moda e Têxtil UFRGS</b> . O mesmo será utilizado para “ <b>descrever a finalidade do empréstimo</b> ”. Segue abaixo lista do(s) objeto(s) emprestado:	
(na lista informar o número de registro e o nome do objeto).	
É de responsabilidade do “ <b>nome da instituição ou pessoa</b> ”, a conservação preventiva do objeto e/ou coleção emprestado, bem como a resolução da situação em caso de perda ou dano ao(s) objeto(s).	
_____ MUSEU MODA E TÊXTIL UFRGS (Proprietário do objeto)	_____ Instituição/pessoa Endereço, telefone, e-mail

(fonte: baseado em PADILHA, 2014)

## Modelo de termo para transporte

<b>TERMO para TRANSPORTE</b>		
Porto Alegre, ____ de ____ de ____.		
Descrição dos objetos:		
No de Registro	Nome do objeto	Imagem
Finalidade de uso:		
Estado de conservação:		
Responsável pelo transporte:		
CPF ou CNPJ:		
Forma de deslocamento:		
Percurso do deslocamento:		
Tempo estimado em trânsito:		
Observações sobre o acondicionamento e transporte:		
<hr style="width: 100%;"/> <b>MUSEU MODA E TÊXTIL</b> UFRGS (Cedente)		<hr style="width: 100%;"/> Instituição/pessoa Endereço, telefone, e-mail (Requerente)

(fonte: baseado em PADILHA, 2014)

Modelo de Termo de cessão de direitos de uso de imagem, voz e conteúdo

## TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS DE USO DE IMAGEM, VOZ E CONTEÚDO

Pelo presente, eu \_\_\_\_\_, documento de identidade número \_\_\_\_\_, residente \_\_\_\_\_, declaro, ceder ao Museu Moda e Têxtil da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, para fins exclusivamente acadêmicos e pedagógicos de pesquisa, sem fins comerciais, os direitos de uso total ou parcial de imagem, voz e conteúdo captados através de filmagem durante a realização do Fashion Revolution Day POA no ano de 2017 .

Declaro ainda que o conteúdo aqui ajustado tem caráter definitivo e gratuito, autorizando seu uso em número indeterminado de vezes, por qualquer meio de comunicação, no formato que convier ao Museu Moda e Têxtil UFRGS.

Fica o Museu de Moda e Têxtil UFRGS, comprometido em preservar e disponibilizar o material produzido como fonte de pesquisa, podendo gerar outros produtos que respondam às mesmas finalidades, tais como publicações, vídeos, trabalhos monográficos, bem como consignar o crédito na Ficha Técnica do objeto.

Porto Alegre, \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
CEDENTE

\_\_\_\_\_  
Responsável pelo  
Museu Moda e Têxtil UFRGS

(fonte: elaborado pela autora com base em documento elaborado pela UFRGS)

## APÊNDICE D – REGIMENTO INTERNO

### Universidade Federal do Rio Grande do Sul

#### Instituto de Artes

#### Museu Moda e Têxtil – UFRGS

### REGIMENTO INTERNO DO MUSEU MODA E TÊXTIL – UFRGS

#### CAPÍTULO I – DA CARACTERIZAÇÃO E DOS OBJETIVOS

**Art. 1º.** O Museu Moda e Têxtil da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, responsável pelas atividades relacionadas à preservação, recuperação e exposição do acervo originário de doações relacionados à moda e têxteis. Constitui-se um órgão complementar de caráter científico e pedagógico do Departamento de Artes Visuais do Instituto de Artes - UFRGS e vinculado à Rede de Museus e Acervos Museológicos da UFRGS, regendo-se pelas legislações que normatizam os museus brasileiros (Ibram).

**Art 2º.** A missão do Museu Moda e Têxtil é preservar, salvaguardar, contribuir com pesquisas, promover e divulgar o acervo de moda e de têxteis da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, bem como incentivar a produção científica e interdisciplinaridade entre áreas do conhecimento.

**Art. 3º.** O Museu Moda e Têxtil, nas áreas em que atua, tem por finalidade:

- I – Registrar em multimeios visuais o acervo de moda e têxtil e divulgar em seu site;
- II – reunir e manter acervo que se notabilize pelo valor histórico e artístico-cultural relacionado à Moda e têxteis;
- III – difundir a cultura histórica, técnica, científica e artística, visando o aprimoramento cultural e educacional;

**Art. 4º.** São objetivos do Museu Moda e Têxtil:

- I – manter e ampliar o acervo através de doações;
- II – preservar o acervo em instalações adequadas sob a guarda da instituição;
- III – divulgar o acervo através do site do museu, bem como as produções técnico-científicas, ações educativas e atividades culturais correlatas;

IV - permitir ao público visitante e a pesquisadores acesso ao acervo,

V – organizar e manter a documentação do acervo sob sua guarda, tanto em suporte material quanto digital;

VI - articular o ensino, a pesquisa e a extensão dentro de sua área de atuação;

VII – incentivar a produção científica contribuindo para o desenvolvimento artístico, cultural e educacional nas áreas afins de seu acervo;

VIII – promover atividades de integração, intercâmbio e parcerias institucionais, profissionais e com pesquisadores (público e privado).

## **CAPÍTULO II**

### **DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO MUSEU MODA E TÊXTIL**

**Art. 5.** A estrutura organizacional do Museu compreende:

I – Direção

II – Conselho Consultivo;

III – Setor Técnico e Científico

IV – Setor Cultural e Educativo

V – Setor de Tecnologia.

**§ 1º.** O Museu Moda e Têxtil terá sua estrutura composta por professores e alunos pesquisadores pertencentes à Universidade, bem como por servidores técnico-administrativos para atuar nas atividades do Museu.

**§ 2º.** Todos os profissionais acima descritos somente poderão atuar nas atividades do Museu depois da devida aprovação pelo Conselho Consultivo.

**§ 3º.** Docentes e pesquisadores pertencentes ao quadro de pessoal da UFRGS serão denominados professores/pesquisadores do Museu.

**§ 4º.** Docentes e pesquisadores não pertencentes ao quadro de pessoal da UFRGS serão denominados professores/pesquisadores colaboradores do Museu.

**§ 5º.** Poderão ser convidados para compor o Conselho pessoas não vinculadas à Universidade, desde que sejam especialistas em áreas cujas demandas não estão atendidas pelo quadro de integrantes do Museu.

### **CAPÍTULO III**

#### **DO CAMPO FUNCIONAL DAS UNIDADES INTEGRANTES DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO MUSEU MODA E TÊXTIL**

##### **Seção I Da Direção**

**Art 6º.** A direção do Museu é composta pelo seu diretor e assistente de direção.

**Art. 7º.** São atribuições da Direção:

- I. administrar o Museu de acordo com a sua natureza, missão e objetivos, cumprindo e fazendo cumprir o Regimento Interno e legislação vigente referente à matéria;
- II. coordenar atividades de planejamento e gestão de acordo com funções e atribuições do Museu;
- III. apreciar as indicações do Conselho Consultivo e, caso aprovadas, implementá-las;
- IV. escolher, entre os profissionais com formação superior, os coordenadores dos setores;
- V. convocar e presidir reuniões com a equipe do Museu;
- VI. representar o Museu nos atos que se referem à instituição;
- VII. elaborar o Relatório Anual contemplando as informações dos relatórios produzidos pelas coordenações e divisões.
- VIII. gerir áreas financeira e de secretaria (operacionalidade administrativa)
- IX. contratar especialistas (vinculados ou não à UFRGS), caso seja necessário, para atender demandas específicas, mediante consentimento do Conselho.

**§1º.** A direção é ocupada por pessoa vinculada à UFRGS e relacionada com a área de atuação do museu, tendo duração de 4 anos no cargo.

**§2º.** Ao assistente de direção compete apoiar o diretor no desenvolvimento de suas funções e substituí-lo nos seus impedimentos.

**§3º.** O cargo de assistente de direção será de livre escolha do diretor dentre os funcionários da instituição.

##### **Seção II Do Conselho Consultivo**

**Art. 8º.** O Conselho Consultivo é de caráter consultivo e tem como função assessorar e apoiar a Direção do Museu Moda e Têxtil na gestão de suas atividades e tem a seguinte composição:

- I Diretor do Museu Moda e Têxtil
- II Assistente de direção;
- III Diretor do Museu da UFRGS;
- IV Representantes docentes pesquisadores em áreas afins do museu;
- V Técnico administrativo
- VI Representante discente, em nível de pós-graduação, de área afim ao museu;
- VII Representante da sociedade que tenha afinidade com assuntos de interesse ao museu,

**§1º.** O Conselho Consultivo reunir-se-á ordinariamente a cada seis meses e sempre que necessário por convocação pelo Diretor do Museu ou por três de seus membros.

**§2º.** Cada representante terá um suplente.

**§3º.** O tempo de mandato será de 2 anos para docentes e 1 ano para discentes, podendo ser renovada sua participação no Conselho após fim do mandato.

**Art. 9º.** Ao Conselho Consultivo compete:

- I. analisar, discutir e formalizar sugestões quanto às linhas gerais de ação do Museu;
- II. acompanhar e apoiar o desenvolvimento de programas, projetos e ações do âmbito do Museu, respeitando a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão;
- III. indicar os membros de comissões temporárias para tratar de assuntos que se fizerem necessários;
- IV. emitir parecer sobre aquisições, permutas, doações e empréstimos de obras do acervo;
- V. indicar os responsáveis pelos setores do Museu, considerando o perfil e qualificação dos mesmos;
- VI. opinar, sempre que solicitado pela Direção, sobre assuntos de interesse do Museu;
- VII. analisar o Planejamento Financeiro Anual;
- VIII. apreciar o relatório anual de atividades do Museu;
- IX. avaliar, aprovar e modificar sempre que se fizer necessário o Programa de Segurança;
- X. avaliar e aprovar o Plano Diretor do Museu;
- XI. exercer outras funções que lhe forem atribuídas pelas instâncias superiores;



### **Seção III**

#### **Do Setor Técnico e Científico**

**Art.10º.** O Setor Técnico e Científico tem como atribuições:

- I. guardar, preservar e conservar o acervo;
- II. receber e registrar os objetos do acervo;
- III. analisar e deliberar sobre restauro de itens do acervo;
- IV. catalogar o material recebido;
- V. cumprir as normas específicas e de recomendações gerais para a utilização e guarda do acervo,
- VI. executar procedimentos de conservação, preservação, reprodução e digitalização dos materiais do acervo, nos seus diversos suportes;
- VII. organizar e acondicionar o acervo na reserva técnica;
- VIII. assessorar pesquisadores durante consulta a documentação e exame de objetos do acervo do Museu;
- IX. analisar e coordenação dos processos de empréstimos para outra instituição, de objetos do acervo do Museu;
- X. encaminhar relatório de atividades à Diretoria.

Compete também ao Setor Técnico e Científico gerir as atividades de pesquisa. Tem como finalidade o acompanhamento e desenvolvimento e a promoção de atividades e projetos, cabendo-lhes:

- I. pesquisar, organizar, coordenar e fornecer informações de caráter histórico, artístico e cultural;
- II. atender o público;
- III. estabelecer condições para a disponibilidade do acervo ao público;
- IV. coletar e organizar periódicos e publicações diversas, que versem sobre a temática do museu;
- V. manter intercâmbio com instituições congêneres públicas, privadas, nacionais e estrangeiras para a troca de informação e colaboração mútua, respeitando os trâmites protocolares dos órgãos competentes da Universidade;
- VI. encaminhar relatório de atividades à Direção.

### **Seção IV**

#### **Setor Cultural e Educativo**

**Art. 11º.** O Setor Cultural e Educativo tem como finalidade a execução dos serviços de implantação e divulgação das atividades culturais, de comunicação e educativo do Museu Moda e Têxtil, cabendo-lhes ainda:

- I. desenvolver, coordenar e supervisionar as atividades socioeducativo e culturais, relativas ao acervo do museu e das exposições produzidas pelo Museu,

- II. fomentar, junto aos diferentes departamentos acadêmicos da universidade, a promoção de atividades sócio-educativo-culturais em parceria com o Museu, visando à indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão;
- III. coordenar a produção de exposições, incluindo a concepção e a montagem;
- IV. planejar, coordenar, organizar, executar, acompanhar e avaliar ações de produção e divulgação dos eventos (cursos, palestras, seminários, concursos, etc.);
- V. elaborar material para divulgação de eventos,
- VI. criar material gráfico e de divulgação virtual, acompanhando a sua produção;
- VII. cuidar do relacionamento institucional com os públicos interno e externo, através da elaboração e atualização de cadastro;
- VIII. pesquisar e selecionar notícias publicadas e veiculadas nos meios de comunicação;
- IX. providenciar a documentação do material gráfico produzido;
- X. buscar apoio cultural para as atividades desenvolvidas pelo Museu da UFRGS;
- XI. elaborar relatórios mensais e anuais da atuação do Museu da UFRGS.

## **Seção V**

### **Do Setor Tecnológico**

**Art. 12º.** O Setor Tecnológico tem por finalidade a execução e suporte na área de informática, cabendo-lhes:

- I – constituir e manter atualizada a base de dados do Museu Moda e Têxtil;
- II – disponibilizar e manter o acesso ao site para o público;
- III – supervisão e manutenção da plataforma e programação.

## **CAPÍTULO IV – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS**

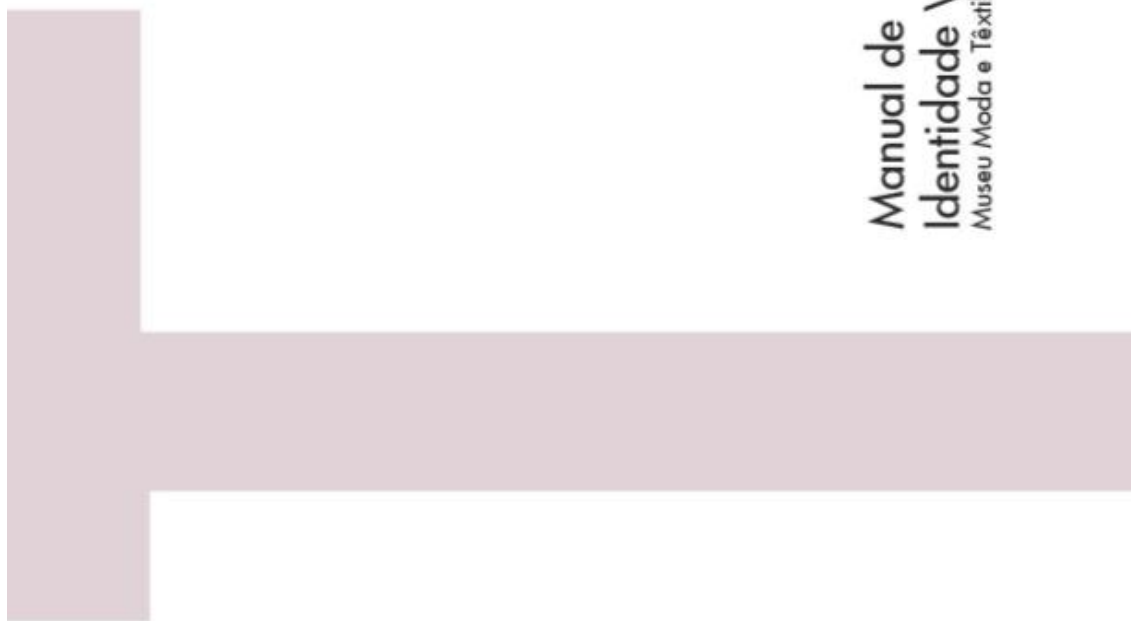
**Art. 13º.** Os casos não tratados no Regimento Interno serão solucionados pelo Diretor do Museu, com assessoramento do Conselho Consultivo.

**Art. 14º.** O presente Regimento Interno poderá ser alterado parcial ou totalmente, através de proposta expressa por, no mínimo, dois terços do Conselho Consultivo, aprovado por maioria simples.

**Art. 15º.** O Regimento Interno entrará em vigor a partir da aprovação pelo Conselho Consultivo.

**APÊNDICE E – MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DO MMT UFRGS**

Manual de  
Identidade Visual  
Museu Moda e Têxtil UFRGS



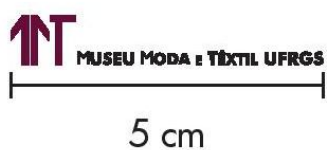
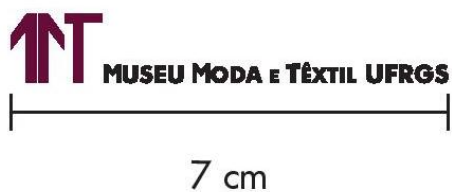
- Marca Principal



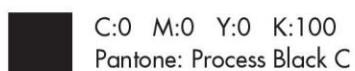
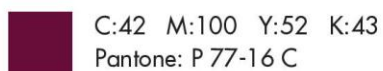
- Aplicações Secundárias



## - Reduções



## - Código Cromático



- Variação cromática



- Tipografia

- Tipografia Principal

**Futura MD BT - bold**

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r t s u v w x y z**

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R T S U V W X Y Z**

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - \_ = + [ ] { } \ | : ; . , " / ? ! ` @ # \$ % ^ ~ & \* ( )**

- Tipografia de Apoio

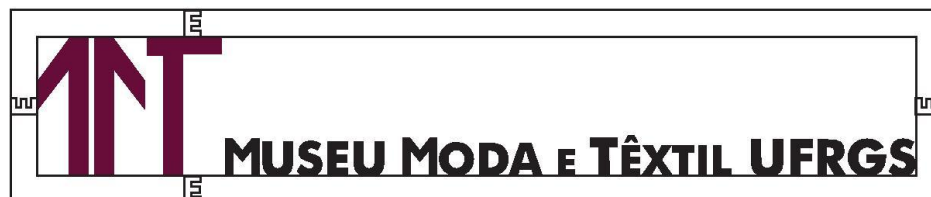
Futura

a b c d e f g h i j k l m n o p q r t s u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R T S U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - \_ = + [ ] { } \ | : ; . , " / ? ! ` @ # \$ % ^ ~ & \* ( )

- Área de segurança mínima

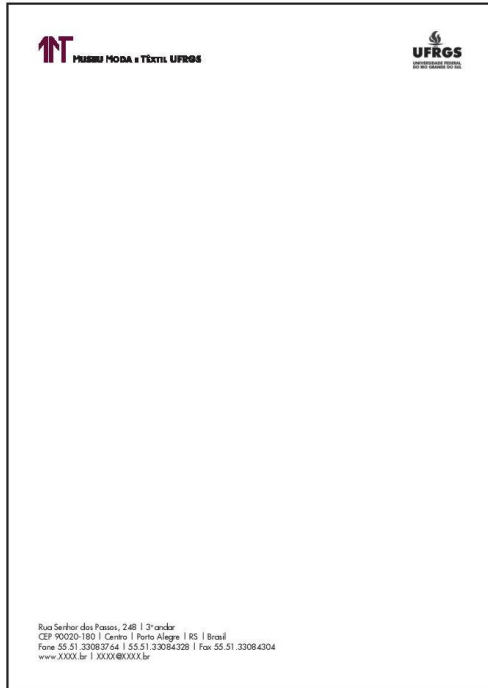


- Aplicação junto ao logo da UFRGS



## - Papelaria

Papel Timbrado



Cartão de Visita





- Facebook



Carrega mais rapidamente como um arquivo sRGB JPG que tenha 851 pixels de largura e 315 pixels de altura, e menos de 100 KB. Para fotos de perfil e de capa que contenham seu logotipo ou texto, use um arquivo PNG para obter melhor resultado. FACEBOOK.

**ANEXO A – CERTIFICADO DO MUSEU MODA E TÊXTIL  
COMO MEMBRO DA Remam-UFRGS**



**REDE DE MUSEUS E ACERVOS MUSEOLÓGICOS DA UFRGS**

# **CERTIFICADO**

**Certificamos que o Museu Moda & Têxtil é  
membro da REDE DE MUSEUS E  
ACERVOS MUSEOLÓGICOS DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO  
GRANDE DO SUL.**

*Claudia P. Aristimunha*

Claudia Porcellis Aristimunha  
Diretora do Museu da UFRGS

## ANEXO B – ATA DA REUNIÃO DO COLEGIADO DO DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS UFRGS COM O RELATO DE APROVAÇÃO DO MUSEU MODA E TÊXTIL



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS

ATA Nº 04, de 19/04/2016 – COLEGIADO.

1 Aos dezesseis dias do mês de maio de 2016, às 13 horas, realizou-se, na Sala de 630 do prédio do Instituto de  
2 Artes da UFRGS, Reunião do Colegiado do Departamento de Artes Visuais, sob a presidência da professora  
3 Teresinha Barachini, Chefe do Departamento, tendo participado os seguintes professores: Alberto Marinho Ribas,  
4 Semeler, Ana Maria Albani de Carvalho, Andrea Hofstaetter, Bianca Knaak, Helena Araújo Rodrigues Kanaan,  
5 Joana Bosak de Figueiredo, Luiz Antônio Carvalho da Rocha, Luiz Eduardo Robinson Achutti, Marilice  
6 Villeroy Corona, Niara Aparecida Legramante Ribeiro, Paula Viviane Ramos e Rodrigo Nunes; e o  
7 representante discente: Leonardo Silvestrin. As professoras Maristela Salvatori e Maria Cristina Blazus  
8 justificaram suas ausências. Havendo quórum necessário, foi dado início à reunião, e foram tratados os seguintes  
9 assuntos: **01- Afastamentos do país:** **a- Helena Araújo Rodrigues Kanaan** solicitou afastamento do país, com a  
10 finalidade de participar do III CIMODE, Congresso de Moda e Design, na Universidad de Buenos Aires, em Buenos  
11 Aires, Argentina. Data de início em 08/05/2016, com retorno em 13/05/2016. **Aprovado.** **b- Evelyn Anicet**  
12 **Ruthschilling**, solicitou afastamento do país, com a finalidade de participar do III CIMODE, Congresso de Moda e  
13 Design, na Universidad de Buenos Aires, em Buenos Aires, Argentina. Data de início em 08/05/2016, com retorno em  
14 12/05/2016. **Aprovado.** **c- Maria Cristina Villanova Blazus**, solicitou afastamento do país, com a finalidade de  
15 participar de atividades acadêmicas na Universidade Pedagógica de Moçambique, tais como: a) articulação de  
16 projetos de pesquisa conjuntos, bilaterais, em continuação ao projeto iniciado em 2013; b) lecionar a cadeira de "Arte,  
17 Design e Comunicação Multimídia" no curso de Mestrado em em Design e Multimídia" na UP; c) orientar Mestrandos  
18 do curso de Informática Educacional da UP. Data de início 12/05/2016, com retorno em 05/06/2016. **Aprovado.** **02-**  
19 **Relatório Final de Estágio Probatório:** Foi apresentado o Relatório Final de Estágio Probatório da professora  
20 Adriane Hernandez, juntamente com o parecer parcial da Comissão de Avaliação, porque a professora Teresa Sousa  
21 Poester, uma das integrantes da Comissão, encontra-se afastada, o que impossibilitou sua assinatura no documento.  
22 Devido a este fato, foi indicada a professora Daniela Pinheiro Machado Kem para substituí-la. A professora chefe do  
23 Departamento de Artes Visuais, Teresinha Barachini, solicitou que constasse em ata a informação que o Núcleo  
24 Administrativo e de Recursos Humanos- IA, não lhe informou antecipadamente sobre a impossibilidade da Profa.  
25 Teresa Poester permanecer como parte da comissão devido o seu afastamento. O relatório final será, portanto,  
26 analisado na próxima reunião de colegiado. A Comissão ficou assim composta: Lenora Lerrer Rosenfeld - tutora,  
27 Laura Gomes Castilhos e Daniela Pinheiro Machado Kem. **Aprovado.** **03 - Alteração da Comissão Parcial de**  
28 **Avaliação do Estágio Probatório e de Tutor - Profa. Katia Maria Palm Pozzer:** Devido ao afastamento do  
29 professor Paulo César Ribeiro Gomes, procedeu-se a escolha de outro docente para compor a Comissão de  
30 Avaliação do Estágio Probatório e outro para exercer a função de tutor da professora Katia Maria Palm Pozzer. Foi  
31 escolhido o professor Paulo Antônio de Menezes Pereira da Silveira para exercer a função de tutor. Para ocupar o  
32 lugar do professor Paulo César Ribeiro Gomes na comissão, foi escolhida a professora Bianca Luz Brites. A  
33 Comissão de Avaliação ficou assim composta: Paulo Antônio de Menezes Pereira da Silveira-tutor, Ana Maria Albani  
34 de Carvalho e Bianca Luz Brites. **Aprovado.** **04 – Professor Honoris Causa:** Inclusão da pauta. A professora Paula  
35 Viviane Ramos, em vista da presença do artista Francisco de Paula Coimbra de Almeida Brennan, em Porto Alegre,  
36 no mês de maio, para a realização de exposição retrospectiva de sua trajetória, no Santander Cultural, sugeriu que o  
37 DAV encaminhasse a solicitação de título Professor Honoris Causa, em homenagem ao artista. O processo deverá  
38 ser encaminhado pelo Departamento de Artes Visuais. **Aprovado.** **05 – Assuntos Gerais:** **a – Ar-condicionado na**  
39 **sala 63-b.** Foi informado que o conserto do mesmo já foi encaminhado pela Direção do IA, via Pregão. **b – Sala 210A**  
40 **– Orientação TCC.** Será enviado e-mail aos professores do DAV informando sobre a disponibilidade da sala 210 A –  
41 Anexo da Reitoria, para utilização em atividades de orientação de TCC-2016/2. **c – Progressão Titular – Professora**  
42 **Mônica Zielinsky.** Foi realizado um convite para assistir à defesa de Memorial para progressão a professor Titular da  
43 professora Mônica Zielinsky. O processo ocorrerá nos dias 20 e 21 de abril 2016. **d – Disciplina Laboratório de**  
44 **Fotografia I.** Foi lida uma reclamação assinada por três alunos em relação ao professor substituto Alexandre Nicolodi,  
45 referente a procedimentos adotados pelo docente. Foi lida, também, a defesa do professor. A chefe do Departamento  
46 informou que realizou uma reunião com os alunos e depois com o docente e que a questão foi esclarecida. **e – Portas**  
47 **Abertas.** Foram informadas as atividades do DAV no evento Portas Abertas. As atividades deverão ser enviadas pelo  
48 Núcleo de Comunicação aos demais docentes. **f – Sobre ata 08-2014 e ata 09-2015.** A chefe do Departamento  
49 informou que não foram localizadas as atas do Colegiado 08-2014 e 09-2015. A ata 09-2014 deverá ser reimpressa  
50 para colher as assinaturas. A ata 08-2015 não foi encontrada também nas pastas digitais. Chegou-se a conclusão de  
51 que houve um erro na numeração das atas, passando-se da ata 07-2015 para a ata 08-2015. **g- Museu Têxtil da**  
52 **UFRGS – Virtual.** A professora Joana Bosak relatou que foi aprovado o Museu Têxtil da UFRGS, organizado pela  
53 professora Evelyn Anicet Róthschilling. Nada mais havendo a ser tratado foi declarada encerrada a sessão e lavrada  
54 a presente ata que após lida e aprovada será assinada por mim, Ari Martins, Teresinha Barachini, presidente do  
55 Colegiado e demais presentes.

*de barachini*

Este trabalho foi realizado com o apoio da  
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES.