

Museus de moda na web: acesso e informações de catálogos de acervo patrimonial¹

*Fashion museum on the web:
access and information of heritage
collections in online catalogs*

*Rafaela Norogrando³
João A. Mota*

¹Este artigo é parte integrante de tese de doutoramento em Design da autora, pela Universidade de Aveiro e com vínculo ao ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura.

Resumo

Este artigo trata da acessibilidade e das informações prestadas por museus de moda/traje² na web sobre os seus acervos patrimoniais. Foram pesquisados 33 websites institucionais e apresenta-se a análise feita àqueles que (no período da pesquisa) disponibilizavam o seu catálogo de coleção. Além disso, destacam-se casos referenciais conforme indicações do Museum and Web (Prêmio) e critérios levantados à investigação. Desta maneira, como resultado deste trabalho, é fornecido um guia estrutural e propostas de registro dos objetos da cultura material indumentária. Este material e as reflexões expostas resultam como contributo ao registro, e consequente estudos, da história da moda por suas componentes materiais e imateriais.

Palavras-chave: Website de museus de moda/traje; Informação patrimonial; Cultura material indumentária.

Abstract

This article is about informations of heritage of fashion museums in the web. It presents analyses based on categories of Museum and Web Awards and other questions focused on costume, 33 institutional websites were researched to provide material for it. As a result of this work is provided a structural scripted and proposals for registration of objects of clothing material culture. The informations and reflections result as a contribution to the approach of the history of costume objects, by their material and imaterial elements.

Keywords: Fashion/costume museum websites; Heritage information; Costume material culture.

ISSN 1982-615x

²Moda/traje: faz-se uso das duas palavras não para induzir a sinônimos, mas pela necessidade de contemplar no discurso as suas diferenças. Além disso, o uso de ambos os termos, conjugados em alguns momentos, é relevante em consideração aos nomes institucionais dos museus, pois alguns se posicionam exclusivamente por Museu de Moda (*Fashion*), outros por Museu de Traje (*Costume*), e ainda há aqueles que fazem uso dos dois termos. No título optou-se por moda em detrimento do traje devido ao foco do trabalho, que contempla questões relacionadas ao universo da moda (como fenômeno socioeconômico) e ao apelo do conceito aos estudos e teorias da história do design por uma visão contemporânea.

³**Rafaela Norogrande** é designer de moda (Universidade Caxias do Sul) com MBA em Marketing e Gestão Empresarial (ESPM-RS). Por mais de 8 anos atuou como pesquisadora e designer na Grendene, empresa do setor calçadista; fez mestrado em Antropologia Social e Cultural na Universidade de Coimbra e atualmente finaliza sua tese de Doutorado em Design pela Universidade de Aveiro. Publicou trabalhos em diversos congressos, tal como o ICDHS, CIMODE, Colóquio de Moda, Moda Documenta, CIPED, entre outros. Em revistas científicas tem artigo nas revistas IARA (2010 e 2014), Moda Palavra (2014), dObra[s] (2012), e na Think (2009), além de dois capítulos de livro, um em parceria com outro autor. É autora do blog *i-material*: moda.museu.cultura.sociedade.patrimônio.humanidade.norogrande.wordpress.com

Introdução e metodologia

No universo web existem diversas maneiras com as quais as instituições expõem e dão acesso ao seu patrimônio, além do que o meio digital oferece uma natural extensão dos principais propósitos museológicos (KEENE 2004).

Ao se ter como base os websites, percebe-se que alguns museus fazem uso desse recurso como uma transposição do seu espaço físico para o virtual. Outros apresentam tanto ou mais do que esses por uma dinâmica exclusiva ao espaço cibernético. Há ainda, na grande maioria, museus que fazem questão de não trabalhar suas exposições nos seus websites, somente as anunciam e dedicam algumas informações mais promocionais. Alguns museus fazem isso por estratégia tática na utilização deste canal de comunicação,

ress.com onde compartilha esses textos e outras pesquisas e reflexões acerca dos temas. Aveiro, Portugal
<http://lattes.cnpq.br/8511467327328125> norogrande@gmail.com

João A. Mota é doutor em Design pela Universidade de Aveiro com a orientação de James S. Ackerman - Graduate School of Design - Harvard University; mestre em Estudos de Arte e Fotografia, pelo Visual Studies Workshop e State University of New York e Licenciado em Belas Artes - Pintura pela Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa; foi docente na NYU (New York University - Design) 1995; GSD (Graduate School of Design e Harvard University) 1995 a 2000. Desde 2000 é professor a tempo integral na Universidade de Aveiro e coordenou a rede de investigação: Desire Network: Creative Design for Innovation in Science and Technology (2008 e 2012). É membro fundador do ID+, Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura, onde actualmente coordena o grupo de investigação: Estratégia e Sustentabilidade. Os interesses de investigação integram o Design Estratégico (transformações programáticas profundas / transferência de conhecimento); Estudos de Arte (Fotografia, Desenho: Imagens não comerciais no contexto arquitectónico e urbano); Crítica de Arte.
joaomota@ua.pt

já outros, pela falta desta. Somente por essas duas vertentes – exploração expositiva, ou não, da agenda narrativa em espaço web – pode-se traçar diferentes variáveis na maneira como o internauta acede às informações. Também é importante considerar que, para além do que acontece no espaço físico, o espaço web pode ser utilizado para perdurar a efemeridade das chamadas exposições temporárias – ao que aqui poderíamos nomeá-las diferente, como, por exemplo, exposições temáticas – e assim ampliar sua comunicação e atividades para além das que apresenta no espaço físico.

A metodologia de abordagem e posterior análise realizada aos websites dos museus foi feita por duas maneiras distintas e correlacionadas:

1) *Navegação exploratória*: busca de informações gerais sobre a instituição, suas atividades e coleções como visitante/internauta. Adotou-se uma perspectiva de observador participante a ser conduzido pelo design de informação do web design de cada caso.

2) *Identificação de dados em planilha*: para a formulação da planilha de análise utilizou-se como base o trabalho realizado por Pedro (2009), estruturado com os estudos de Goldman e Wadman (2002) e de Blaset *al.* (2002) e acrescido de alguns componentes por eles não

contempladas. Além desses trabalhos, consideraram-se as categorias reconhecidas pelo prêmio anual promovido pelo *Museum and the Web: The Best of the Web*.

Por esses processos foram nomeadamente explorados os websites de museus de moda/traje que de alguma maneira existiam no universo web. Também foi considerada a importância destas instituições por diferentes motivos, principalmente sua relevância internacional ou contextual. Assim, destacam-se o Museu Nacional do Traje, MUDE – Museu do Design e da Moda, Museo del Traje-CIPE, Victoria and Albert Museum (estes a formarem o Grupo 1⁴), Metropolitan Museum of Art, Kyoto Costume Institute, Les Art Decoratif-Musée de La Mode et Du Textile, Galliera, Museo de la Moda, Museum at FIT, MoMu e o Fashion Museum (como Grupo 2).

Posteriormente, para aprofundar a investigação a um dos itens da planilha – Coleções, Base de Dados – elaborou-se uma segunda planilha estruturada pelas próprias categorias de dados fornecidas pelos museus e em correlação à verificação de padrões e exceções. Para isso tomaram-se como escopo básico os Grupos 1 e 2 e mais 21 websites institucionais a formar o Grupo 3⁵, no entanto

⁴ Os grupos foram traçados conforme estrutura do trabalho de tese, assim são apresentados quatro estudos de caso e, em análise global, outros casos comparativos, por isso a ordem e formação dos grupos investigados e aqui apresentados. Os estudos de caso foram selecionados primeiramente por sua relevância e contexto, em uma segunda seleção foi necessário considerar as atuações, ou não, no espaço web.

⁵ Manchester Art Gallery (UK), Textil Museum of Canada (CA), FIDM Museum & Galleries (US), MSI (DE), Bata Shoe Museum (CA), DHUB- Museo Tèxtil i d'Indumentària (ES), Mode Museum (BE), Kobe Museum (JP), Museo Rossimoda della Calzatura (IT), Musée de la Mode – Albi (FR),

somente 4 apresentaram requisitos básicos para esta análise: Manchester Art Gallery, Textile Museum of Canada, Bata Shoe Museum e FIDM Museum and Galleries.

É importante traçar uma diferença necessária de abordagem, motivada pela dimensão do V&A e MET quando comparados com os restantes museus. Nestes a abordagem foi direcionada às seções que tratam dos departamentos/coleções relativos à moda.

Museus puramente virtuais não foram considerados neste primeiro momento por não haver correlação de espaços (físico e virtual) para a análise.

A coleta de dados aos museus acima mencionados foi realizada entre 20 e 25 de agosto de 2013, e entre 22 e 26 de junho de 2014 foi feita uma verificação dos dados para manter os resultados aqui apresentados atualizados. O tempo de pesquisa foi suficiente à captação dos dados exigidos na metodologia. Foi necessário uma atuação intensiva durante o período de pesquisa, mas o curto espaço de tempo foi relevante para que todas as instituições fossem avaliadas no mesmo período, o que em contexto cibernético pode ser crucial quanto ao rigor científico à amostra.

Para além do website, as atuações em diferentes canais de comunicação são uma tendência e uma realidade adotada por

MT (FR), Costume Museum (CA), Fashion History Museum (CA), Cristóbal Balenciaga Museoa (ES), Design Museum (UK), Central Museum of Textiles (PO), FA (US), Musèedu Costume et de la Dentelle (BE) Palazzo Pitti – Galleria del Costume (IT), Museo del Tessuto (IT).

diversos museus. Os mais pequenos e com poucos recursos têm utilizado estes canais como uma forma de estarem presentes no universo cibernético a um custo inferior ao exigido para a construção e manutenção de um website. Assim, com relação ao contato que é possível ter com as instituições por meio da web, também foi feita uma terceira abordagem:

3) *Vinculação a redes sociais e outros canais de comunicação*: foi realizada a associação, desde 2011, a páginas sociais, *newsletter* ou outras situações que apresentassem a possibilidade de perceber, de maneira direta, a comunicação estabelecida pela instituição. Isso foi possível para 53 instituições de 15 países⁶ que de alguma maneira adotam recursos desta natureza, ou, que a estes foram de alguma forma vinculadas.

Por fim, para evidenciar o processo metodológico, principalmente ao que se refere à segunda abordagem, verificaram-se as possibilidades que os espaços virtuais apresentavam para

⁶MNT, MUDE, MT-CIPE, V&A (Grupo 1); MET, KCI, LAD-MMT, Palais Galliera e Musée Galliera, Museo de la Moda, M-FIT, MoMu e Fashion Museum (Grupo 2); MoMA (US), Design Museum (UK), FTM (UK), Museo del Disseny de Barcelona (ES), Museu do Trajo (PT), Museu da Chapelaria (PT), MADE (PT), DHUB-MTI (ES), Musée des Tissus et Musée des Arts Décoratifs de Lyon (FR), Musée de la Mode – Albi (FR), Mosemuseum Hasselt (BE), Musèedu Costume et la Dentelle (FR), Museo Mazzucchelli (IT), Palazzo Pitti (IT), Costume Museum of Canada (CA), Fashion History Museum (CA), Museum & Fashion (IT), FIDM Museum & Galleries (US), Museum für Kunst und Gewerbe (DE), Badisches Landes museum (DE), Museo del Tessuto (IT), Tiroler Landesmuseen (AT), Centraal Museum (NL), Cristóbal Balenciaga Museoa (ES), Museu da Moda (BR), Museu da Moda de Canela (BR), The Fashion and Textile Gallery at The Bowes Museum (UK), Harris Museum & Art Gallery (UK), The Missouri Historic Costume and Textile Collection (US), Ukrainian Fashion Museum (UA), Central Museum of Textile (PL), Fashion Archives and Museum of Shippensburg Univeristy (US), Les Docks – Cité de la Mode et du Design (FR), Bata Shoe Museum (CA), Museo Salvatore Ferragamo (IT), Museo del Calzado de Elda (ES), Costume Council of the Chicago History Museum (US), The Cary Mews Costume Museum at Government House (CA), Instituto Clodovil Hernandes (BR), New Zeland Fashion Museum (virtual – NZ).

responder às seguintes perguntas: O que é apresentado sobre o acervo/temática? Como é apresentado? Quanto (aprofundamento) é dado a conhecer sobre os objetos/narrativas patrimoniais? Quais conexões são feitas entre os objetos, contextos, agentes, etc.? Junto dessas questões levou-se em conta o que não foi atribuído relevância pelos museus e qual o propósito institucional do que é apresentado.

Websites de museus

Ao comparar os websites institucionais, pode-se classificar o acesso às coleções patrimoniais por características e objetivos específicos. Assim, indicam-se dois conceitos de acesso on-line: Catálogo de Coleção e Exposição Narrativa, podendo a segunda variar em três abordagens:

- *Catálogo de Coleção*: base de dados de fichas de inventário com informações de cada objeto do acervo. Podem variar pelo grau de aprofundamento, somente descritivo ou contextual e interpretativo; pela visibilidade do objeto, por aproximação, diferentes ângulos; e outras variáveis. A busca é orientada pelo próprio pesquisador/internauta.
- *Exposição Permanente (presencial)*: informações sobre a exposição permanente em espaço físico. Pode ser

somente um texto informativo, um *tour virtual* ou outra exploração mais alargada e profunda.

- *Exposição Temporária (presencial)*: informações sobre as exposições temporárias em espaço físico. Quando transpostas ao website perdem seu carácter efêmero e, conforme a estratégia da instituição, podem permanecer acessíveis à formação de um banco de dados das narrativas produzidas, principalmente quando vão além de um texto informativo.
- *Exposição/Atividade*: informações estruturadas para a plataforma web e não disponíveis no espaço físico. Podem estar vinculadas aos dois últimos casos ou serem totalmente independentes do que acontece no contexto presencial do museu. Como exemplo disso alguns apresentam a “linha do tempo”, “destaque da coleção” ou cenários mais interativos. Vale dizer que o resultado deste trabalho on-line, por vezes, promove exposições e atividades que venham a ser feitas no outro contexto (presencial).

É importante dizer que pode haver sobreposição de conceitos como, por exemplo, entre *catálogo de coleção* e *exposição on-line*. Isso pode ocorrer porque alguns museus não possuem uma plataforma de pesquisa (busca à coleção), pois preferem uma organização temática de suas coleções (por vezes rigidamente estruturadas), ou o fazem devido à pequena amostragem

que disponibilizam, assim, acabam por fazer uma *exposição on-line* com discurso de *catálogo de busca*.

Catálogo de Coleção

Uma das grandes dificuldades para a construção do acervo digital – conforme é facilmente percebido nas entrevistas e outras declarações dos profissionais do sector – é a transposição para este meio das dezenas ou centenas de milhares de objetos que um museu abriga, pois isso demanda tempo e diversos recursos. Alguns museus já estão bastante avançados neste processo, no entanto, esta base de dados nem sempre é disponibilizada ao público, como é o caso do Museo de la Moda (pesquisa *in loco* – 01/09/2011).

Uma outra questão relevante em termos de catálogo de busca é a relação deste com outros, em uma pesquisa mais alargada como acontece em plataformas como o Google. Pela especificidade patrimonial há a *Europeana*, plataforma que vincula catálogos de museus europeus sem limitar a pesquisa de informação patrimonial a um ponto geográfico/político. Por essa modalidade surgiu o projeto do *Europeana Fashion*, iniciado em março de 2012 com os mesmos objetivos práticos e com a participação de 22 parceiros de 12 países⁷. Em dezembro de 2013 foi anunciada a abertura para a

⁷MoMu (BE), V&A (UK), Royal Museums for Arts and History (BE), Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid (NL), Stiftung Preussischer Kulturbesitz (DE), Catwalk Pictures (BE), Stockholm University (SE), Belgrade Museum of Applied Arts (RS), Les Arts Décoratifs (FR), MUDE (PT), Peloponnesian Folklore Foundation (GR), Emilio Pucci Archive (IT), Pitti Immagine (IT), Centraal Museum Utrecht (NL), Nordiska Museet (SE), Rossimoda Shoe Museum (IT), MT-CIPE

pesquisa no seu catálogo e feedback dos usuários para um relançamento em julho de 2014. O projeto deve terminar em fevereiro de 2015 com a versão final da plataforma e promete apresentar mais de 700 mil objetos digitalizados: desde vestidos e acessórios históricos a desenhos, fotografias, catálogos de moda, vídeos e o que mais estiver relacionado à temática.

Ao rastrear as atividades dos museus em suas próprias plataformas constata-se que o MoMu disponibiliza em rede 70% de sua coleção, o que representa mais de 17.500 peças. Museus como o MET e o V&A apresentam um banco de dados massivo, o primeiro com mais de 376.135 objetos digitalizados e disponíveis para pesquisa em rede, sendo mais de 48.000 destes relacionados ao departamento de traje – *The Costume Institute*. O segundo apresenta mais de 1.1 milhão, dos quais 293.000 apresentam imagem. Ainda resta muito trabalho, mas, pelo montante já conseguido e pelas características que tanto um exemplo como o outro apresentam em suas fichas de pesquisa, entende-se porque o MET e o V&A já foram destaque nesta categoria pelo prêmio “The Best of the Web” do congresso internacional e anual Museum and Web (2010, 2012, 2013).

O Palais Galliera, um dos mais importantes museus de moda/traje, passa a apresentar este tipo de acesso somente depois da segunda data de pesquisa, ou seja, somente depois de junho de 2014

(ES), Wien Museum (AT), Archivio Missoni (IT).

esta instituição passa a atuar no espaço cibernético com um website exclusivo e com diversos recursos e informações.

Apresentam acesso cronológico KCI, LAD-MMT, MM. O Kyoto Costume Institute, com 200 objetos a representar 16,6% de sua coleção total, e os outros com menos de 1% de suas coleções. O M-FIT também faz uso desta maneira expositiva – estruturação cronológica/temática – mas amplia para a busca com palavra-chave. O FIDM e o Cristóbal Balenciaga Museoa também fazem uma pré-seleção por temática, mas não cronológica. Já o Bata Shoe Museum fortalece um posicionamento nacionalista com canais temáticos dentro do contexto canadense.

Com base no material apresentado pelos museus, expõem-se os dados de informação prestados por esses como um padrão estrutural, entre eles:

- *Nº de Inventário*: cadastro numérico do objeto patrimonial na instituição.
- *Nome*: nome do objeto (quando existe), ou relação dentro de uma coleção quando concebido, ou ainda atribuição por tipologia, o que é mais comum.
- *Categoria/Tipologia*: caracteriza o objeto dentro de uma coleção. O termo categoria é mais usado por museus que possuem coleções mais diversificadas, assim uma das categorias seria “objetos de moda” e dentro dessa diferentes tipologias – calças, casacos, luvas, etc. No

caso de museus especializados em uma tipologia, é feita uma especificação já para o início de uma busca ao acervo. Por exemplo, o Bata Museum é especializado em calçado e assim os discrimina por tipologias específicas deste universo: botas, sandálias, mocassins, etc.

- *Datação*: refere-se à data ou a período que se atribui à concepção/produção do objeto.
- *Técnica/Material*: especifica do que e como o objeto foi produzido. Por vezes a técnica já aparece implícita na descrição do material (ex. sarja de seja, material seda, sarjado como técnica de tecelagem). Alguns museus apresentam estes dois dados de maneira discriminada, outros apresentam esses de maneira correlacionada, e ainda há os que tratam dessas especificações no item “descrição da peça”.
- *Produção/Origem*: discrimina a procedência geográfica do objeto e por vezes o local mais específico de sua fabricação.
- *Autor/Marca*: aparece quando existe a atribuição da obra a um autor, também pode ser a uma empresa ou a uma marca.
- *Incorporação/Doação/Crédito*: declara como a peça foi adquirida pelo museu. Isso ocorre no caso de doações ou de uma incorporação conseguida de outra instituição.

- *Descrição*: este dado pode variar bastante em grau de aprofundamento da informação. Algumas vezes pode ser uma descrição bastante técnica, tal como a especificação dos materiais e processos, ou uma descrição mais alargada provendo informações relativas à história do objeto enquanto cultura material.
- *Imagens*: fotografias do objeto ou recursos utilizados que ampliem a percepção do objeto por meio visual. Pode ser uma ou mais e haver a possibilidade de ampliação, rotação, de serem estáticas ou dinâmicas.

Vale considerar que a verificação às fichas de objetos nos catálogos foi variada para que fosse evitado particularidades restritas a um determinado objeto ou período histórico. Além dos dados já apresentados, alguns museus também trazem outras informações e possibilidades, tais como:

- *Dimensões*: relação métrica do objeto. Pode ser altura x largura, ou discriminadas de maneira especializada e específica ao objeto.
- *Tipo de produção*: especifica o processo produtivo ao qual o objeto foi concebido. Por exemplo, um vestido de Alta-Costura é completamente distinto de um produto industrial.

- *Localização/situação expositiva:* declara onde se encontra o objeto, seja em depósito, salas de visitação, etc.
- *Exposições:* sinaliza as exposições em que o objeto já esteve inserido. Proporciona um histórico das narrativas contadas com sua interface.
- *Informações relacionadas:* informações relevantes e congruentes ao objeto. Podem ser por diferentes perspectivas – contexto histórico, geográfico, artístico, etc. – ou mesmo por relações próximas ao objeto, tal como autoria, tipologia, material. Por vezes aqui é dada a relação de exposições as quais o objeto esteve presente e mesmo a relação dos outros objetos que juntos formavam a narrativa.
- *Copyright:* referência atribuída ao objeto e/ou imagem deste.
- *Log in – bookmarking e coleções digitais pessoais:* possibilidade de acesso ao catálogo com um perfil cadastrado ou por outro vínculo que permite um arquivo/histórico pessoal de busca e seleção.
- *Partilha:* possibilita a partilha de informação de maneira direta, seja por e-mail ou outras ferramentas web.

Em resumo, destacam-se na Tabela 1 os itens estabelecidos como padrão estrutural das fichas nos catálogos de coleção e as particularidades encontradas:

PADRÃO ESTRUTURAL:	PARTICULARIDADES:
nº de inventário	dimensões
nome	tipo de produção
categoria/ tipologia	localização/ situação expositiva
datação	exposições
técnica/ material	informações relacionadas
produção/ origem	copyright
autor/ marca	login - <i>bookmarking</i> e coleções digitais
incorporação/ doação/ crédito	partilha
descrição	
imagens	

Tabela 1:
Compilação de dados de informação vinculados a fichas de objetos de traje/moda em Catálogos de Coleções de Museus na Web.

Em análise, na disponibilização de imagens, quando de roupas, todas praticamente são apresentadas sob o suporte de um corpo (manequim) e de frente, ou com um pequeno ângulo de rotação. O V&A e o MET, seguido do Textile Museum of Canada, são os que mais vistas disponibilizam, mas são os dois últimos e o Kyoto Costume Institute que melhor exploram a resolução de imagem, permitindo uma aproximação visual dos detalhes do objeto. Essas duas situações – diferentes ângulos e grande grau de aproximação – são de grande valia para a percepção de um objeto 3D, tanto por sua arquitetura estrutural – dada pela modelagem,

estruturas de suporte e pelo próprio tipo e caimento do material –, quanto por seu design de superfície, acabamentos e outros detalhes de sua construção técnica e estética. Pela descrição do material, pela imagem aproximada e pelo caimento apresentado pelo tecido, a noção tátil do objeto fica um pouco mais evidente ao internauta.

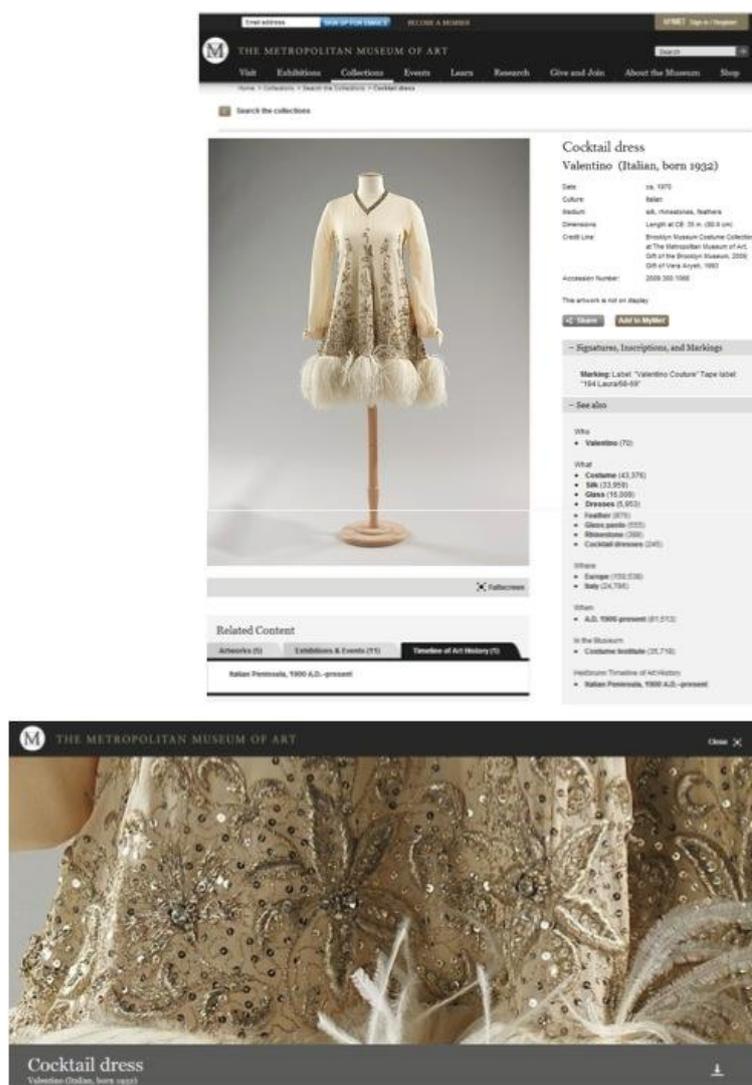


Figura 1: Página de busca à coleção do Metropolitan Museum of Art .
Detalhe do objeto na abertura de nova página por solicitação de ampliação de imagem.
Fonte: http://www.metmuseum.org/Collection/search-the-collections/155739?rpp=20&pg=1&rndkey=20130820&ft=*&deptids=8&pos=8
Captado em 23/08/2013.

Vale também dar ressalva às imagens disponibilizadas pelo Museu Nacional do Traje, às quais faz uma representação gráfica do objeto por desenho técnico. Este processo gráfico, quando bem elaborado, descreve de maneira rápida o visual do objeto e parte de sua técnica de construção. Por exemplo, é possível assim demonstrar o tipo de costura empregada em diferentes partes da construção de uma peça ou a própria construção e sobreposição de camadas/peças. Assim, o que parece ser um único objeto em uma fotografia do *look* composto, por meio do desenho técnico pode-se perceber melhor cada elemento, diferente de somente verificar isso por número de inventário ou descrições textuais. Com estas precisões nas informações visuais, o investigador/ internauta passa a ter um conhecimento mais direto e exato do objeto.

Quanto às descrições, nota-se que isso pode variar amplamente, desde uma simples indicação de materiais e técnicas, ou nem isso, para análises mais aprofundadas com contextualizações e mesmo interpretações produzidas por investigações realizadas sobre o objeto ou o cenário em que estava inserido. O fato de alguns museus evidenciarem o tipo de produção demonstra de maneira rápida e mais evidente uma das particularidades que existe na concepção/produção/venda/utilização de um objeto de moda. São com esses graus de informação que o saber sobre o patrimônio pode contribuir de maneira mais alargada à comunidade científica, profissionais e estudantes envolvidos com estes objetos ou temática. No entanto, este tipo de descrição é muito

rara nas fichas pois requer uma pesquisa mais profunda sobre cada objeto, o que pela proporção das coleções já apresenta um desafio.

Nota-se que tanto na descrição como na indicação de material/técnica a linguagem empregada costuma ser simples, o que é salutar quando se tem em consideração um público em geral. Entretanto, por vezes, somente o emprego de termos mais distintos a uma área de conhecimento permitiria uma apresentação mais detalhada do objeto, o que talvez exigisse um *link* de acesso a uma segunda plataforma com os termos e nomenclaturas da área (categoria/tipologia) à qual o objeto está classificado. Por exemplo, são poucas as instituições que fornecem informação das dimensões dos trajes e menos ainda dos acessórios. Dos museus que o fazem podemos destacar o MoMu, o MET, TMC, o AGM, o V&A, MT-CIPE e o MNT. No entanto, são os dois últimos exemplos que fornecem medidas que realmente fazem algum sentido quando se trata do estudo de um traje (medidas de costas, manga, etc.), pois dimensões por altura x largura, comprimento ou mesmo profundidade auxiliam na noção da dimensão espacial dos objetos e não em suas especificidades. O V&A – apesar de oferecer, por vezes, menos informações a este respeito – fornece medidas interessantes e relevantes no estudo da história da moda, e porque não dizer da história do corpo, com a especificação das medidas de circunferência de busto e cintura.

O mesmo decorre aos acessórios quando se falam de medidas para além do espaço que este ocupa, pois para a descrição detalhada do objeto é necessária a utilização de normas e parâmetros utilizados no contexto produtivo desses. Para esses casos percebeu-se que as informações técnicas são mais ínfimas, mesmo em sites de instituições especializadas em uma tipologia, como o caso do Bata Shoe Museum.

A especificação do peso dos objetos, embora relevante em contexto histórico e para algumas investigações específicas, não é apresentada em nenhuma.

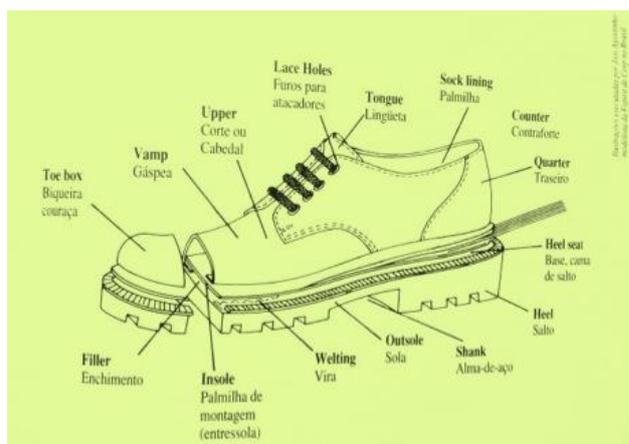


Figura 2: Nomenclaturas das peças de um calçado. Fonte: Jussara Petry. 1999 (6ªed.) A Seven Language Technical Glossary of Shoe and Leather. Pallotti. (pág. 185)

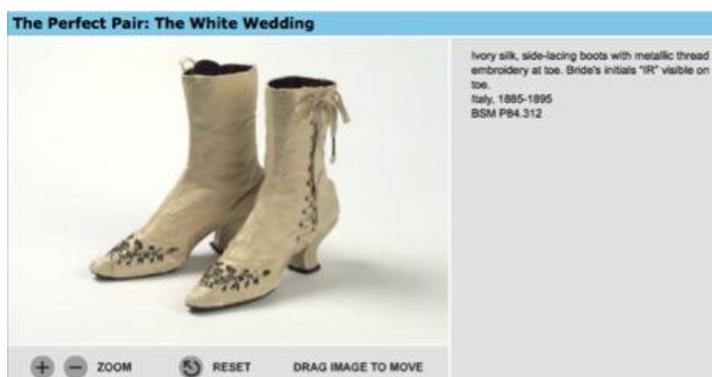


Figura 3: Informações sobre um objeto do acervo do Bata Shoe Museum. [BSM P84.312: Bota de seda com bordado. Itália, 1885-1895]

Além dessas considerações deve-se abordar a importância para o enriquecimento da informação prestada por estes catálogos quando é indicado o histórico expositivo dos objetos, como é feito pelo MNT, V&A, MET e FM. Deve-se dar destaque à abordagem feita pelo V&A que possibilita de maneira rápida e eficiente – pelo *link* de exposições as quais o objeto este inserido – informações sobre os outros objetos que compunham a narrativa. Também vale considerar positivamente a estrutura do design de informação desenvolvido pelo MET, com subtítulos para buscas complementares muito bem definidos, tal como “conteúdo relacionado” ou a busca pelos 4 “W”s (who/what/where/when) – quem/o que/onde/quando – a qual possibilita uma pesquisa direcionada, mas ao mesmo tempo correlacionada e abrangente pelas coleções gerais do museu.

Esses e outros *links* de acesso a informações complementares aumentam a perspectiva de estudo, mas se verifica que em nenhum dos casos é feito o uso de *links* exteriores ao domínio da instituição. Isso poderia ser uma vantagem ao considerar um banco de dados comum a todos a complementar as informações do catálogo ou das exposições narrativas como, por exemplo, as atividades que vêm sendo estimuladas pelo Europeana Fashion para incrementar a Wikipedia com informações de traje/moda (VERBRUGGEN, MARKUS, 2014).

Há diversas referências (bibliográficas e web gráficas)⁸ que tratam de termos da moda, inclusive com imagens, mas no contexto virtual isto poderia ser bem mais explorado, não só pela disseminação e acessibilidade que proporciona mas também pela capacidade de inclusão de diferentes linguagens (literal, visual e sonora). Além disso, ao pensar em objetos patrimoniais sabe-se de restrições de conservação e restauro, portanto propõem-se aproveitar a tecnologia virtual para transpor esta barreira e assim desenvolver uma base de dados em que seja possível apresentar o movimento dos objetos, a diferença de tecidos, de volumes, etc., pois a reprodução ocorre somente uma vez na realidade e infinitas na virtualidade. Neste contexto é possível ampliar a cognição e vincular vídeos que mostrem os objetos em uso, muito diferente de uma observação estática; por exemplo, o movimento de um vestido armado com uma crinolina é distinto de um *panier*, da engenharia mecânica de uma *tournure* (anquinha)⁹, ou da ausência desses em uma saia godê em seda drapeada, o que também é de um vestido drapeado de Fortuny. Estas vinculações junto de imagens ampliadas possibilitam uma noção mais abrangente e facilitada, além de

⁸ Como exemplo de referência bibliográfica indica-se a “Enciclopédia da Moda: De 1840 à década de 80” (1986) de Georgina O’Hara pela Companhia das Letras.

Já no contexto virtual estes seriam os websites que melhor expõem (também visualmente) as terminologias ou outras informações da área: Merriam-Webster: <http://visual.merriam-webster.com/clothing-articles/clothing.php>; Portal USEFASHION: <http://glossario.usefashion.com>; Revista Vogue: <http://vogue.com>; <http://www.vogue.it/encyclo>; <http://vogue.es/moda/modapedia/pag/18>.

⁹ Este objeto de armação é usado no figurino do filme *Drácula* de Bram Stoke (Francis Ford Coppola 1992) e em uma das cenas é sutilmente apresentado o som que este faz ao fechar quando a personagem Mina Harker (por Winona Ryder) sesenta.

sanarem dificuldades sentidas por curadores em exposições presenciais – considerações em Norogrande *et. al* (2013).

Outra situação, já bem mais técnica, é a apresentação do objeto para além de sua estética exterior. Para muitos é o interior, ou o entre telas, que faz a diferença de sua composição, ou de sua arquitetura, muitas vezes imperceptível, como demonstra o curador Timothy Long (2013) sobre uma peça de traje. Também poderíamos considerar histórica e sociocultural esta abordagem quando se constata que muitos objetos foram adaptados e reconstruídos para atender situações vivências de seus usuários, conforme destaca Lambert (2010) pelo MAG e Jacoba de Jonge na formação de sua coleção – adquirida pelo MoMu (GODTSENHOVEN, 2012).

Por fim, uma outra situação que deve ser trazida para reflexão é a de relatos vivenciais como, por exemplo, é apresentado o pequeno acervo do Museu da Indumentária e da Moda (MIMO), ou como já foi feito pelo V&A por algumas temáticas como traje de noiva e anos 60. É uma linguagem mais densa e mesmo complicada de ser aplicada a toda uma coleção, mas poderia ser enriquecedora às peças que dessa realidade ainda mantêm um vínculo experiencial, principalmente para acervos que dessa memória fazem a razão de seu patrimônio.

Exposições narrativas (permanente – temporária – on line)

São poucos os museus que exploram seu website para dar mais informações a respeito de suas exposições narrativas (além do nome, período, temática/sinopse) e são mais ínfimos os que dedicam espaço a comunicações/atividades puramente on-line. Deve-se dizer também que esse conceito de comunicação *online* apresenta diversas variáveis e aqui se faz somente uma breve apresentação analítica do que há, juntamente com a exploração de algumas perspectivas. Também podem ser considerados parte dos comentários já feitos ao catálogo de coleção.

O Museo del Traje (MT-CIPE) e o Museo de la Moda fazem uso do que chamam de “tour virtual”, no qual o internauta percorre o espaço expositivo pela planta arquitetônica, sendo inserido virtualmente no espaço presencial por meio de fotos e em uma perspectiva de 360° de visibilidade do espaço. A visualização de um objeto e sua descrição faz-se de maneira similar a um passeio presencial; no entanto, por meio de um *link* que expande esta informação na tela. Para além da experiência de entrar em um espaço existente fisicamente e captar parte do cenário desenvolvido, este recurso não costuma explorar o contexto o qual está sendo vinculado, ou seja, uma plataforma plausível de *hiperlinks* e conexões diversas.

O Musèe dela Mode et Du Textile (LAD-MMT) apresenta suas exposições por outras informações, sem proporcionar esta imersão em um espaço conceitual. Da mesma maneira o faz o MoMu no período de permanência de suas exposições; no final do evento resta apenas o arquivo “exposições passadas”, em que relaciona informações básicas, sendo o que havia de mais específico e desenvolvido retirado da rede. Por fim, é o MET que mais informações proporciona sobre exposições e as mantém *online*. O MET explora a proposta expositiva de maneira muito enriquecedora, fornecendo informações além das presencialmente contextualizadas, o que torna suas exposições narrativas na web uma proposta em paralelo, complementar ao que está no espaço físico. Já a estratégia do V&A é completamente outra e deve-se considerar que em espaço físico o acesso às suas exposições também é livre (gratuito), sendo somente as exposições temporárias restritas a ingresso. Assim, em seu website não explora as narrativas apresentadas no contexto físico, faz simplesmente um breve comunicado e vincula informações muito mais promocionais para que o público sintasse atraído a visitar o museu. Por vezes, também faz uso de blogs que permitem ao internauta acompanhar os preparativos e até interagir de uma certa maneira. Entretanto, esta instituição proporciona um material exclusivo on-line, o qual estipula tópicos e narrativas sobre a temática da moda, seja uma relação de designers de moda, sejam abordagens mais recentes, tais como a questão da sustentabilidade.

Outras instituições como, por exemplo, o Museo Nacional de la História del Traje e o Museo del Traje-CIPE, também proporcionam informações complementares com publicações de revista on-line, mas a fim de trazer mais casos à análise, vale considerar o trabalho realizado pelo Textile Museum of Canada por projetos que desenvolveu especificamente para uma interação on-line.

Nota-se que o recurso de áudio-vídeo é amplamente usado e auxilia a tentativa de transpor a barreira do estático exigido nas exposições de objetos patrimoniais, no entanto, acredita-se que os museus de têxtil apresentem concepções mais dinâmicas que as que apresentam os trajes, onde o movimento não se dá no objeto.

Informações vinculadas a canais de contato direto/associativo

Há muitas instituições que fazem uso efetivo das redes sociais e outras ferramentas web, tal como *mail-list*, para divulgar suas atuações e incrementar sua comunicação por meio de informações complementares relativas à instituição, à coleção ou mesmo à temática ou à cidade na qual está instalada.

Uma atuação muito comum pelos museus em rede social é a indicação da “peça do dia/semana” ou “destaque da coleção”, em que vincula à rede social a foto de um objeto da coleção. Alguns até

apresentam mais de uma imagem, criando uma contextualização, mas isso é raro. A ideia fica principalmente na divulgação de uma imagem e sua descrição, o que proporciona uma rápida disseminação e a possibilidade de dar a conhecer um pouco mais da coleção do museu. Não se considera este tipo de vinculação como um canal de pesquisa, mas como um canal de comunicação rápida e promocional. Para as mensagens por e-mail – *newsletter* – o foco comum é para a divulgação da programação da agenda e atividades promovidas pelas instituições.

Deve-se dizer que há instituições sem redes sociais que estão como palavras em um dicionário/enciclopédia digital, são simples registros e não utilizam deste recurso como canal de comunicação constante e ativo, como também verificaram Stewart e Marcketti (2012). Assim, fazem um uso negativo, pois, além de não usufruírem, apresentam-se descontextualizados no contexto cibernético de interações “sociais”.

Considerações finais

Os espaços na web são de constante metamorfose e isso foi sentido durante o período de pesquisa, de início os casos eram bem poucos, mas atualmente a realidade é outra. Novos museus de moda surgiram como tendência nos últimos anos, em uma valorização da

memória e do passado, situação estimulada por um comportamento social e contemporâneo também sentida em outras áreas.

Conforme o posicionamento institucional, ou conforme a coleção e formação desta, as informações são geridas, e assim há uma diversidade de atuações, principalmente no contexto virtual.

A metodologia utilizada na investigação dos museus no espaço web contribui para uma visão ampla e específica do objeto de estudo. A validação de questões foi feita principalmente quando houve busca de particularidades que respondessem a problemáticas levantadas pelo olhar do designer como antropólogo no estudo desses objetos.

Com base na análise realizada, destacaram-se algumas características de objetos da cultura material indumentária que poderiam ser observadas e especificadas, tendo como objetivo mais acessibilidade de informações sobre esse em relação ao tema exposto. Também se destacou a importância da representação visual por imagens que vão além de um olhar do “superficial”. Além disso, consideraram-se questões relativas à imaterialidade intrínseca a esses objetos, ou seja, a relação destes com as pessoas, e conseqüentemente suas emoções e lembranças. Desta maneira, o que aqui se apresentou vai além de uma base estruturada com referência em diversos museus quanto aos aspectos cruciais, e alguns complementares, de informações de um produto de moda/traje.

Essa coleta e as análises feitas são relevantes para a apreciação da formação de uma base de dados e na verificação de singularidades que possam atuar como diferencial, seja ao público, seja pela própria configuração dos objetos ou da coleção. As lacunas verificadas e as sugestões desenvolvidas são um contributo para a construção da história da moda/traje por meio de seus registros materiais indumentários.

Além de todo o relatado neste estudo, acredita-se que a utilização do espaço virtual é um importante recurso para a acessibilidade patrimonial e a transposição de barreiras físicas e temporais. No entanto, este espaço ainda pode ser mais explorado.

Abreviaturas e Websites

BSM _Bata Shoe Museum (CA)«<http://www.batashoemuseum.ca>»

DHUB-MTI _Museu Tèxtil i d'Indumentària (ES)
«<http://www.museudeldisseny.cat/>»

FM _Fashion Museum (UK)«<http://www.fashionmuseum.co.uk>»

FIDM (US) «<http://fidm.edu/resources/museum+galleries>»

KCI _Kyoto Costume Institute (JP)«<http://www.kci.or.jp>»

LAD-MMT _Les Art Decoratifs – Musèe de la Mode et du Textile (FR)

«<http://www.lesartsdecoratifs.fr>»

M-FIT _The Museum at FIT (US) «<http://fitnyc.edu/3662.asp>»

- MAG _Manchester Art Gallery
(UK)«<http://www.manchestergalleries.org>»
- MET _Metropolitam Museum (US)«<http://www.metmuseum.org>»
- MIMO _Museu da Indumentária e da Moda (BR)
«<http://www.org.br>»
- MNT _Museu Nacional do Traje (PT) «<http://museudotraje.imcip.pt/>»
- MoMu _Mode Museum (BE) «<http://www.momu.be>»
- MT-CIPE _Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico (ES)
«<http://museodeltraje.mcu.es>»
- MUDE | Museu do Design e da Moda (PT) «<http://www.mude.pt>»
- MG _Musée Galliera (FR)«<http://www.galliera.paris.fr>»
- MM _Museo de la Moda (CL) «<http://www.museodelamoda.cl/>»
- MNHT _Museo Nacional de la História del Traje (AR)
«<http://www.funmuseodeltraje.com.ar/>»
- MIMO _Museu da Indumentária e da Moda (BR)
«<http://www.mimo.org.br/index1a.html>»
- TMC _Textile Museum of Canada
(CA)«<http://www.textilemuseum.ca>»
- V&A _Victoria and Albert Museum (UK) «<http://www.vam.ac.uk>»

Referências bibliográficas

BLAS, (*et al.*). Evaluating the features of museum websites: (The Bologna Report). **Museum and Web Proceedings**, 2002.

GODTSENHOVEN, Karen Van. Living Fashion. Portrait of the Collector Jacoba de Jonge. In Jacoba de Jonge, Madelief Hohé, Wim Mertens, Rosalie Sloof, Frieda Sorber and Karen Van Godtsenhoven. **Living Fashion: Women's Daily Wear 1750-1950. From the Jacoba de Jonge Collection**. MoMu Antwerp: Lannoo, 2012.

GOLDMAN, Kate Haley; WADMAN, Melissa. 2002. There's something happening here, what it is ain't exactly clear. **Museum and Web Proceedings**, 2002.

KEENE, Suzanne. The Future of the Museum in the Digital Age. **ICOM News**. Virtual Museums (3), 2004.

LAMBERT, Miles. Fashion in the Museum. In Giorgio Riello e Peter McNeil. **The Fashion History Reader. Global Perspectives**. Routledge: New York, 2010.

LONG, Timothy. **The Anatomy of a Suit**. Editado pelo Museum of London. 2013. Acesso em 05/04/2014. Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=g1UtkzAftcE&feature=player_embedded#at=129

MW. **Best of the Web Winners 2010**. Acesso em 20/07/2013. Disponível em
http://www.museumsandtheweb.com/best_web/nominees-2010.

MW. **Best of the Web Winners 2012**. Acesso em 20/07/2013. Disponível em
http://www.museumsandtheweb.com/mw2012/best_of_the_web_winners.

MW. **Best of the Web Winners 2013**. Acesso em 20/07/2013.
Disponível em <http://mw2013.museumsandtheweb.com/best-of-the-web-winners/>.

NOROGRANDO, Rafaela; MOTA, João A.; PORTO, Nuno.
Exposições museológicas. Narrativas, experiências e conexões. In Sampaio, J.; Reis, M. **Livro de Atas do UD12, 1º encontro nacional doutoramentos em design**. 2013, p. 93-104. ISBN: 978-989-20-3421-8. Disponível em:
http://ud12.web.ua.pt/wpcontent/uploads/2013/07/livro_de_atasUD12_BR.pdf

PEDRO, Alexandra Raquel Fernandes. **Os museus e a Web 2.0 : os sítios Web dos museus portugueses**, Departamento de Sistemas de Informação, Universidade do Minho, Guimarães. 2009.

STEWART, Tekara Shay, and Sara B. Marcketti. Textiles, dress, and fashion museum websites development: strategies and practices. **Museum Management and Curator ship**. n.22 (5), 2012, p. 523-538.

VERBRUGGEN, Erwin; MARKUS, Gregory. "Fashion Edit-A-Thon. Handbook for GLAMS." In, ed Kataryzyna Ciszek and Sarah Knuvelder. 2014. Acesso em 20/05/2014. Disponível em :
<http://blog.europeanafashion.eu/download/Fashion Edit-a-thon Handbook for GLAMs.pdf>.