

Curadoria Digital na Ciência da Informação:

estratégias do Design da Informação

Natalia Nakano

Mariana Cantisani Padua

Laís Alpi Landim

Maria José Vicentini Jorente

Como citar: NAKANO, N.; PADUA, M. C.; LANDIM, L. A.; JORENTE, M. J. V. Curadoria Digital na Ciência da Informação: estratégias do Design da Informação. *In:* JORENTE, M. J. V.; SEGUNDO, R. S.; MARTÍNEZ-ÁVILLA, D.; NAKANO, N. (org.) **Curadoria Digital e Gênero na Ciência da Informação**. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2021. p. 213-230. DOI: <https://doi.org/10.36311/2021.978-65-5954-142-3.p213-230>



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Sin derivados 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

CAPÍTULO 9

Curadoria Digital na Ciência da Informação: estratégias do Design da Informação

*Natalia Nakano
Mariana Cantisani Padua
Laís Alpi Landim
Maria José Vicentini Jorente*

RESUMO

A Curadoria Digital, entendida no âmbito da Ciência da Informação, envolve processos contínuos e iterativos que incluem desde a conceituação de objetos digitais até a designação de metadados, a avaliação dos objetos digitais para decisão sobre preservação ou descarte, a transformação, o acesso, o compartilhamento e a reavaliação. O Design e, especialmente, o Design da Informação têm, nesse contexto, um importante papel no desenvolvimento de projetos e ações que lidam com desafios relacionados à disponibilização adequada da informação para o acesso e a socialização do conhecimento objetivado em ambientes físicos, digitais e híbridos. Assim, o objetivo deste estudo é apresentar o Design da Informação e o Design de Experiências como estratégias de curadoria digital para a preservação, o acesso e o compartilhamento da informação. A metodologia empregada é teórico-exploratória, baseada em um recorte do ciclo de Curadoria Digital proposto por Higgins. O estudo destaca estratégias do Design da Informação e do Design de Experiências para o aprimoramento do acesso e do compartilhamento da informação disponibilizada em ambientes informacionais digitais, que, por sua vez, favorecem a sua preservação. O Design da Informação, uma

vez incorporado ao planejamento de curadoria de ambientes digitais, leva à eficácia dos processos comunicacionais em ambientes digitais ao orquestrar aspectos materiais, informacionais, sensoriais, cognitivos e humanísticos dos sujeitos que interagem com o ambiente.

1 INTRODUÇÃO

A construção do conhecimento pós Revolução Tecnológica tem sido moldada por uma série de novos fatores que impactaram profundamente o acesso, a produção, a organização e o compartilhamento da informação. A emergência e a ubiquidade das mídias sociais, das tecnologias móveis e do acesso à Internet a baixos custos impõem novos desafios para diferentes áreas do conhecimento, especialmente à Ciência da Informação (CI).

A CI, área preocupada com os processos pelos quais passa a informação ao longo do seu ciclo de vida, era entendida, no passado, como exclusiva dos estudos em documentação, biblioteconomia e arquivologia. Com o aumento do volume de informação digital observado a partir da Revolução Tecnológica pós Segunda Guerra Mundial, a CI passa a incorporar estudos inter e transdisciplinares, uma vez que o objeto *informação* não é preocupação exclusiva da área.

Para Saracevic (1996, p. 42), a CI volta-se aos problemas humanos de efetiva comunicação do conhecimento em um contexto social, caracterizado, fundamentalmente, por ser: interdisciplinar por natureza e em constante movimento agregador; ligada inexoravelmente à tecnologia da informação; e participante ativa da evolução da sociedade da informação, de maneira convergente a outros campos de pesquisa e aplicação. Portanto, a CI deve abarcar, enquanto disciplina social, também as associações relativas à informação, bem como permear aspectos físicos, cognitivos, contextuais e sociais da informação.

Um dos objetivos da CI é prover recursos para aprimorar o acesso e o compartilhamento da informação a fim de satisfazer necessidades informacionais adequadamente. No mesmo sentido, de acordo com Orna e Stevens (1991, p. 197, tradução nossa), o Design da Informação (DI) pode ser

amplamente entendido como “[...] tudo o que fazemos para tornar as ideias visíveis para que outras possam torná-las próprias e usá-las para seus próprios propósitos”. Tal forma de pensar a informação, tanto na CI quanto no DI, significa refletir e encontrar soluções para os problemas emergidos ao longo do ciclo de vida da informação, a fim de favorecer a eficiência e a eficácia dos processos comunicacionais.

Capurro (1992) sugere, no artigo *What is Information Science for? A philosophical reflection*, que o foco dos estudos da CI, a partir de estudos de tecnologia da informação, está intimamente relacionado às possibilidades que essas tecnologias têm em relação às capacidades corporais dos sujeitos, o que não implica em avaliar apenas a facilidade de uso (usabilidade) e o design ergonômico (questões estruturais) de sistemas de informação. Assim, Capurro (1992) destaca a observação de Orna e Stevens (1991), em que os autores descrevem uma relação/aliança entre a CI e o DI ao considerar todas as dimensões da existência humana que, além das questões estéticas e corporais, incluem, também, a percepção e o comportamento do indivíduo como um todo. O DI surge como uma disciplina que aborda questões projetuais anteriores aos problemas estruturais ao destacar a organização da informação em espaços físicos e digitais, ao lidar com a representação de maneira tridimensional, ao produzir significado e compreensão por meio da linguagem, dos sinais, das palavras e formas; o DI busca, assim, abordar grandes volumes informacionais, especialmente em ambientes digitais.

No mesmo âmbito de interdisciplinaridade com a CI, a Curadoria Digital (CD) é uma disciplina convergente à área que aporta uma abordagem holística e sistematizada dos processos que permeiam o ciclo de vida da informação digital. Para o *Digital Curation Center (DCC) (2020)*, a CD é um processo complexo que envolve a manutenção, a preservação, a avaliação, a reavaliação, o uso e o reuso

da informação digital por todo o seu ciclo de vida, uma vez que este processo reduz as ameaças à sua preservação em longo prazo e diminui os riscos causados pela obsolescência tecnológica.

Embora o DCC adote os termos uso e reuso por tratar-se de um modelo voltado a dados armazenados em repositórios digitais, adotamos, neste estudo, os termos acesso e compartilhamento para referir à mesma fase do ciclo de vida da Curadoria Digital. Isso porque o foco encontra-se em ambientes informacionais digitais, a partir de uma perspectiva pós-custodial da Ciência da Informação.

O paradigma pós-custodial representa uma transição a partir do paradigma anterior, o custodial, caracterizado por um comportamento tecnicista, historicista e patrimonialista, com foco na custódia dos documentos em detrimento da facilitação do seu acesso e compartilhamento. Por outro lado, o paradigma pós-custodial pressupõe a busca por mediações entre instituições e sociedades que primam pela participação ativa dos sujeitos que, em rede, também exercem o papel de mediadores, a partir da criação e do compartilhamento de recursos de informação e da construção de conteúdos (LEMOS; JORENTE; NAKANO, 2014). Nesse contexto de pós-custodialidade, os indivíduos e as comunidades que interagem com os ambientes informacionais ultrapassam o papel de meros utilizadores da informação quando produzem e compartilham conteúdos. Assim, constitui-se uma demanda pelo emprego de uma nomenclatura mais adequada ao seu papel ativo nos processos de interação com a informação.

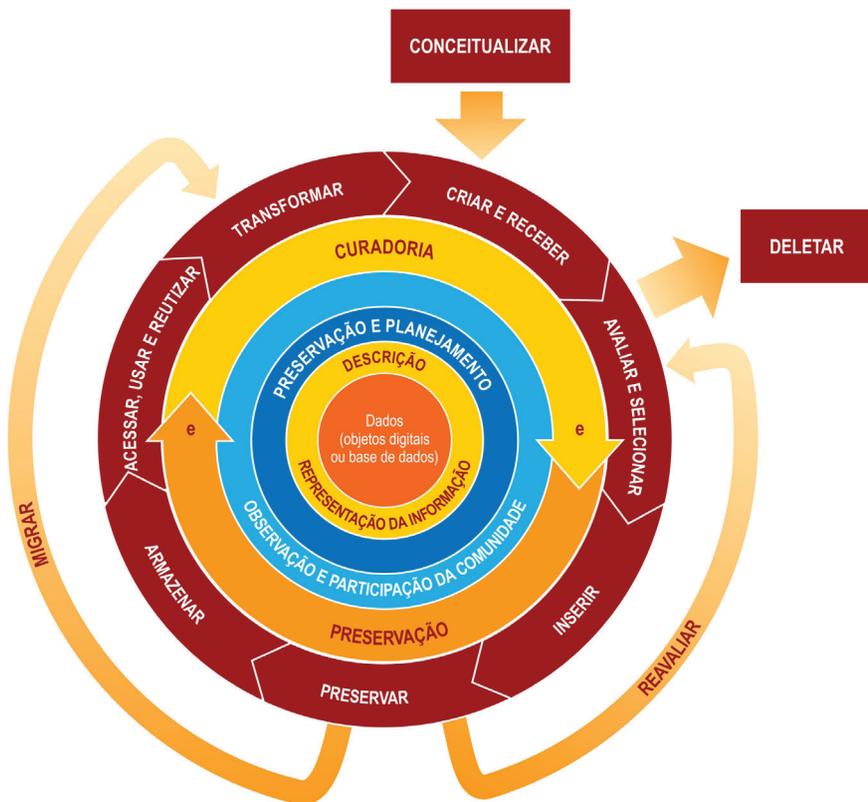
Nesse sentido, o DI e o Design de Experiências apresentam-se como elementos contributivos ao ciclo de vida da CD. A sistematização da CD é aplicável ao gerenciamento da informação digital em ambientes Web, enquanto os conhecimentos do DI subsidiam, especialmente, as fases de acesso e compartilhamento da CD.

O modelo de ciclo de vida proposto pelo DCC prevê

ações de curadoria digital aplicáveis a diferentes contextos. Ilustrado por Higgins (2008) e adotado pelo DCC (Figura 1), esse modelo envolve processos contínuos e iterativos que incluem desde a conceitualização de objetos digitais até a designação de metadados, a avaliação dos objetos digitais para decisão sobre preservação ou descarte, a transformação (migração a fim de evitar obsolescência) o acesso, o compartilhamento e a reavaliação.

A Figura 1 apresenta os processos e os agentes constituintes do ciclo de vida da Curadoria Digital.

Figura 1 - Ciclo de vida da curadoria digital proposto por Higgins (2008)



Fonte: traduzido de Higgins (2008).

O modelo apresentado sistematiza as ações de curadoria que podem ou não ser aplicadas em sua totalidade na curadoria dos objetos digitais de sistemas informacionais. A aplicação das ações previstas depreendida do modelo, no entanto, envolve a mobilização de uma equipe multidisciplinar, uma vez que diferentes conhecimentos são requeridos nas diferentes etapas que o constituem.

Na análise do modelo proposto pelo DCC, observa-se a necessidade de duas equipes interdisciplinares envolvidas no processo. Uma equipe focada no núcleo da curadoria, marcada em laranja e azul, ou seja, na descrição e na representação da informação, além da definição dos dados e dos metadados nos sistemas de organização, preservação e planejamento. Nesta fase, é relevante a contribuição de conhecimentos produzidos no âmbito da arquivologia e da biblioteconomia.

A segunda equipe é direcionada aos passos de preservação (inserir, preservar e armazenar) e curadoria (acessar, usar, reutilizar, transformar, criar e receber, avaliar e selecionar). Embora a literatura em Curadoria Digital no Brasil esteja focada em questões de preservação (SAYÃO, 2010; SAYÃO; SALES, 2012, 2013; GRÁCIO, 2012; GRÁCIO; FADEL; VALENTIM, 2013; GRÁCIO; ARELLANO, 2020), este estudo propõe uma maior ênfase nas etapas de acesso e compartilhamento da informação, uma vez que a frequência de ocorrência desses fenômenos consequentemente implica na demanda pela melhoria da sua preservação.

Nesse contexto, a proposta deste estudo é demonstrar a relevância dos recursos ofertados pelo Design da Informação e pelo Design de Experiências para a otimização das fases de acesso e compartilhamento (chamados de uso e reuso pelo DCC) do modelo de ciclo de vida da Curadoria Digital, representadas no tom vermelho na Figura 1.

2 O DESIGN DA INFORMAÇÃO E O DESIGN DE EXPERIÊNCIAS: estratégias para o acesso e o compartilhamento de informações na curadoria de ambientes digitais

O Design e, especialmente, o Design da Informação (DI), desempenham um papel relevante no desenvolvimento de projetos e ações que lidam com desafios relacionados à disponibilização, ao acesso e ao compartilhamento da informação e do conhecimento objetivado em ambientes físicos, digitais e híbridos.

De acordo com a Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI, 2020), o DI - área que congrega pesquisadores, docentes e profissionais que atuam em Sistemas de Informação e comunicação analógicos e digitais - trata da gestão e da produção de informação com foco na otimização dos processos de gerenciamento, interação e apropriação da informação visual.

Em linhas gerais, as bases teóricas do DI estão embasadas, simultaneamente, nas várias disciplinas a partir das quais as práticas da tecnologia de sistemas informacionais são derivadas - Ciência da Informação, Ciência da Computação, Design, Ciência Cognitiva, TIC e sistemas inteligentes. O conceito do DI, usado para descrever essa nova ideia, reflete suas múltiplas origens, suas diversas motivações e sua novidade.

Para Frascara (2016), o DI possibilita e otimiza o acesso à informação de maneira simplificada e apropriada ao conteúdo que o internauta busca, o que torna a interação com a informação confiável, completa, concisa, relevante e rapidamente compreensível. Para o autor, o planejamento adequado do DI prevê minimizar os problemas e solucionar as questões de forma a reduzir o cansaço (sobrecarga cognitiva), minimizar os erros no processamento das informações, acelerar o alcance dos objetivos na realização de uma tarefa

e fazer com que a informação seja adequada ao contexto em que se apresenta.

Ao tratar de questões de conteúdo, de fatores humanos e técnicos, o foco situa-se, atualmente, nas potencialidades das linguagens nos ambientes desenhados por meio das TIC e, também, nas questões de interoperabilidade e de convergência dos sistemas de informação (SI). A interoperabilidade permite que vários sistemas, idênticos ou radicalmente diferentes, possam se comunicar sem problemas. Para tirar vantagem da interoperabilidade entre sistemas devidamente conectados, são necessárias competências para interpretar a complexidade da informação derivada de cada sistema, uma questão para especialistas que, em equipes multidisciplinares, tratam diretamente de: estruturas de Design; metadados; linguagens de programação específicas da computação, entre outras convergências.

Isso implica na necessidade de equacionar as capacidades cognitivas no processo de comunicação como um todo. No DI, a prioridade é encontrar a estrutura mais apropriada para o tipo de informação apresentada. Portanto, deve-se ter um foco mais amplo, que abrange não apenas gráficos, textos e ilustrações, ou questões meramente estéticas, mas, também: as metas dos sujeitos que interagem com o sistema, com o conteúdo da mensagem comunicada e com todos os atores (humanos ou não) do processo comunicacional; e os objetivos de realização da tarefa, para tornar satisfatória a interação com o objeto digital e com a interface.

O DI aborda, também, a concepção de comunicações claras e compreensíveis, ao subsidiar o tratamento da estrutura, do contexto e da apresentação de dados e informações (PORTUGAL, 2020). Para Carliner (2000), o DI é a preparação de produtos de comunicação para que eles atinjam objetivos de desempenho estabelecidos previamente nos requisitos do projeto. De acordo com o autor (CARLINER, 2000, p. 4, tradução nossa) o processo de DI envolve: 1.

Analisar problemas de comunicação; 2. Estabelecer objetivos de desempenho que, quando alcançados, abordam e solucionam esses problemas; 3. Desenvolver um plano para o objetivo comunicacional a fim de alcançar os objetivos estabelecidos; 4. Desenvolver os componentes para a consolidação do objetivo comunicacional planejado; 5. Avaliar a eficácia do objetivo comunicacional.

Nessa definição, os objetivos de desempenho (item 2) são tarefas observáveis e mensuráveis que os indivíduos devem ser capazes de executar, as condições para realizar essas tarefas e o nível de trabalho aceitável na sua realização (MAGER, 1997); o plano (item 3), por sua vez, trata da organização do projeto do ambiente, que indica o conteúdo a ser apresentado, a extensão e o formato da sua apresentação (KOSTUR, 1999).

O Design, entendido como grande área, traz em seu bojo diversas disciplinas especializadas, como o Design de Interfaces, a Infografia, a Comunicação Visual, a Visualização da Informação, o Design da Informação e o Design de Experiências. O foco do Design, convergente a todas as suas disciplinas e metodologias, é o ser humano; ademais, as disciplinas não são apenas centradas no ser humano, elas são o humano, isto é, elas baseiam-se na nossa habilidade de sermos intuitivos, de reconhecer padrões, de construir ideias com significado emocional, de nos expressarmos. Nesse sentido, é importante considerar aspectos além daqueles puramente racionais e analíticos dos problemas, a partir da incorporação de perspectivas também emocionais (BROWN, 2009).

As emoções sentidas pelo internauta enquanto interage com ambientes digitais podem ser positivas ou negativas, uma vez que as experiências que esses ambientes proporcionam suscitam emoções na mesma proporção e intensidade que os ambientes físicos. São agradáveis, aconchegantes e/ou convidativos, com sensações de bem-estar e uma experiência

positiva como resultado; ou são desagradáveis, frios e repulsivos, com sensações de mal-estar e, conseqüentemente, tempo reduzido de permanência no ambiente, ou seja, uma experiência negativa. Esse processo avaliativo, esses sentimentos e emoções, são anteriores à consciência e à racionalização.

As emoções, assim, trazem uma avaliação inerente: positiva ou negativa, imprescindível para determinar as ações futuras. Por exemplo, se as emoções ou experiências sentidas em um ambiente digital foram positivas, o indivíduo provavelmente permanecerá por mais tempo no ambiente e voltará àquele sítio quando necessitar das informações ali contidas; porém, se as emoções ou experiências foram negativas, ele provavelmente não voltará àquele ambiente. De acordo com Hassenzahl, as experiências estão intimamente ligadas às ações:

Uma experiência é um episódio, um momento pelo qual passamos - com visões e sons, sentimentos e pensamentos, motivos e ações; eles estão intimamente ligados, armazenados na memória, rotulados, revividos e comunicados a outros. Uma experiência é uma história que emerge do diálogo de uma pessoa com ela mesma ou com seu mundo através da ação. Uma experiência é subjetiva, holística, situada, dinâmica e valiosa. (HASSENZAHL, 2010, p. 8).

Ainda de acordo com Hassenzahl ([2013]), no Ocidente, nossas ações têm se transformado em razão das nossas experiências. Experimentamos uma mudança do material para o experimental. O autor menciona estudos que concluem uma maior satisfação com a valorização de situações que proporcionam experiências; por isso, as pessoas preferem investir o seu dinheiro em shows, peças de teatro e viagens do que na aquisição de objetos materiais com valor similar, como roupas ou jóias. Por outro lado, os artefatos, as coisas, não são opostas às experiências: por exemplo, viajar pressupõe meios de transporte; um show musical pressupõe

instrumentos e um local – esses artefatos tecnológicos, por sua vez, dão forma, medeiam e garantem uma boa experiência.

A partir desse novo comportamento reconhecido pelos designers, destaca-se a disciplina *User Experience* (UX), que tem como objetivo central a criação de produtos ou serviços (digitais ou físicos) interativos que funcionam como criadores, facilitadores ou mediadores da experiência. Atualmente a disciplina Experiência do Usuário (UX) está sedimentada na literatura da área, porém, neste estudo, utilizamos o termo Design de Experiências como sinônimo de UX como forma de manter a coerência na escolha dos termos. Na mesma linha, preferimos acesso e compartilhamento em detrimento de uso e reuso; internauta no lugar de usuário; criar ao invés de desenvolver. Esses produtos (ou ambientes digitais, no caso do nosso estudo) configuram a maneira como as pessoas se sentem, pensam, agem e, inevitavelmente, influenciam a experiência positiva ou negativamente (HASSENZAHN, 2010). Uma boa experiência em um ambiente digital não pode ser garantida, mas a aplicação de estratégias e princípios do Design da Informação e do Design de Experiências oferecem os subsídios para a criação de uma experiência positiva.

Hassenzahl (2010) desenvolveu um modelo conceitual de três níveis com o objetivo de nortear o Design de Experiências por meio de um objeto de interação: os níveis do *Por quê?*, *O quê?*, e *Como?* Quando o designer se pergunta sobre o *por quê?* de um produto ou serviço, a resposta norteará os níveis seguintes (*O quê?* e *Como?*). A resposta deve incluir os motivos reais das pessoas, suas necessidades e suas emoções. O designer deve tentar descobrir as necessidades e emoções envolvidas na atividade, o significado, a experiência. O nível *O quê?* compreende as funcionalidades do produto, por exemplo, fazer uma ligação ou ouvir música. E o nível *Como?* Compreende como essas funções serão realizadas por meio do objeto e seu contexto de uso, por exemplo, menus navegados, botões clicados, etc., ou seja, a forma

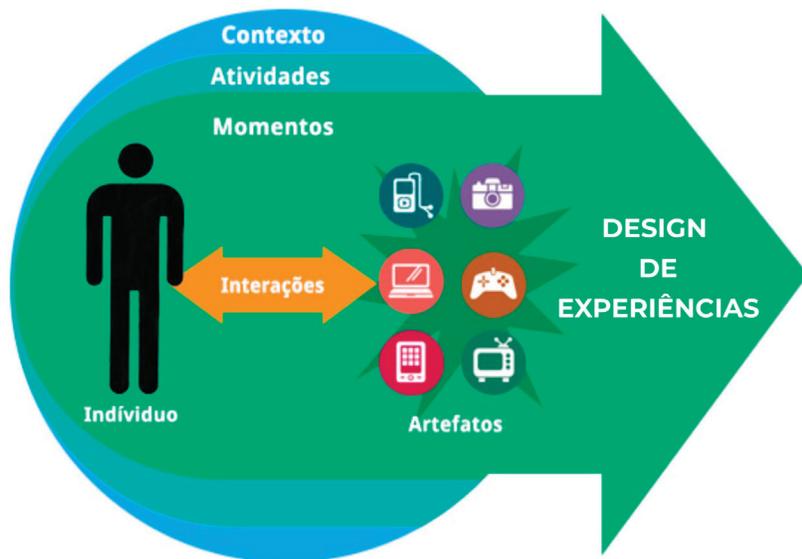
apropriada de colocar a funcionalidade para agir.

O nível *Como?* é aquele em que tipicamente o designer de ambientes está especialmente envolvido. Ele deve se assegurar que a funcionalidade (*O quê?*) vai ocorrer de forma esteticamente prazerosa. A ação de fazer uma ligação (*O quê?*), por exemplo, requer as seguintes ações: escolher a pessoa para quem a ligação será feita, realizar e terminar a ligação. Como essa ligação será feita, inclui o telefone celular e o modo de interação específico do telefone previamente definido pelo designer. Esses dois níveis são os normalmente considerados pelos designers de produtos.

Porém, de acordo Hassenzahl (2010), o nível mais importante que deve nortear a forma como a interação se dará é o nível do *por quê?* Devemos imaginar o motivo real da ligação: descobrir como está a saúde de um ente querido, uma forma de passar o tempo, pedir uma pizza, um desejo de boa noite para amantes separados, etc. Assim, o Design de Experiências deve se iniciar com o *por quê?* para esclarecer as necessidades e emoções que envolvem uma atividade, a experiência. Só então a funcionalidade vai poder proporcionar a experiência (*o quê?*) e a maneira apropriada de colocar a funcionalidade em ação (*como?*). A harmonia entre os três níveis resultará em produtos que sejam sensíveis às peculiaridades da experiência humana. Esse modelo de desenho proposto por Hassenzahl (2010) objetiva criar produtos, no caso ambientes digitais, que levam em consideração as peculiaridades da experiência humana.

Portanto, para desenhar experiências que envolvam interações em ambientes informacionais digitais, deve-se considerar a ocorrência de eventos complexos. A Figura 2 ilustra os elementos do Design de Experiências em sua complexidade.

Figura 2 - Elementos do Design de Experiências



Fonte: Padua (2014).

A Figura 2 ilustra os elementos que devem ser considerados na criação de uma experiência. O primeiro elemento a ser considerado é o **contexto** no qual ocorre a interação (Como?). As **atividades**, por sua vez, devem ser pensadas como as tarefas que o internauta vai realizar na interação (O quê?). O **momento** configura o instante em que a interação se dá (Quando?). No centro desses elementos, temos o **internauta** (Por quê?), e as **interações** (Por quê? O Quê? Quando? e Como?) que medeiam a experiência com os **artefatos**.

Nesse contexto, a Design de Experiências corresponde à consideração da satisfação de um indivíduo no momento da interação com determinado produto, serviço ou sistema. Para tanto, é necessário conhecer cada um dos elementos e o contexto que compõem as experiências do usuário, tornando viável a produção de resultados desejados.

3 CONSIDERAÇÕES

Considerando o ciclo de vida da Curadoria Digital, o Design da Informação e os princípios e estratégias do Design de Experiências aplicado à fase de acesso e compartilhamento de um sistema informacional, tem-se que a comunidade de interesse deve ser o centro dos processos de criação de um ambiente digital. Ademais, o aprimoramento do acesso e compartilhamento a partir de tais princípios e estratégias favorecem a preservação da informação em ambientes digitais.

Este estudo considera que as iniciativas de preservação da informação são significativas, moldam a comunidade de interesse e são por ela moldadas quando a recuperação da informação é uma realidade nos ambientes digitais, ou seja, quando os internautas/visitantes que interagem com os ambientes têm uma experiência positiva no momento da interação, e, portanto, a construção de conhecimento é facilitada pelo ambiente.

Nas etapas de acesso e compartilhamento (ou uso e reuso), o internauta reconhece uma lacuna no seu conhecimento, ou seja, é constatada uma necessidade informacional. O sujeito então decide por um artefato que vai mediar a busca pela informação, e, no momento da busca pela informação ocorre a interação no ambiente digital. O ambiente deve compreender os princípios do DI e do Design de Experiências para que a recuperação da informação ocorra sem causar carga cognitiva desnecessária e que o internauta/visitante seja positivamente impactado pelo desenho do ambiente e nele permaneça e também decida voltar futuramente. Na experiência criada pelos profissionais da informação de maneira satisfatória e positiva é que a construção do conhecimento pode ser facilitada.

Para que a comunicação nas interfaces dos ambientes digitais seja transparente, ou seja, não cause uma sobrecarga

cognitiva ao visitante, os recursos de DI (planejados na Curadoria Digital), devem orquestrar os aspectos materiais, informacionais do ambiente digital, bem como os aspectos sensoriais, cognitivos e humanísticos dos sujeitos que interagem com o ambiente, considerando que o aprimoramento da eficácia de ambientes digitais não é de ordem meramente técnica, resolvida unicamente por uma área. É necessário que profissionais da área da CI e do DI trabalhem juntos para que os ambientes sejam significativos para a comunidade de interesse para a qual foram intencionados.

Uma vez que o DI e o Design de Experiências estejam incorporados ao planejamento de curadoria de ambientes digitais, o que se espera é que o sistema favoreça convergências, a fim de alcançar esferas da cultura e do cotidiano de indivíduos, tornando-se recurso transparente e comum da sociedade.

REFERÊNCIAS

BROWN, T. **Change by design**: how design thinking transforms organizations and inspires innovation. New York: Harper Collins, 2009.

CAPURRO, R. What is information science for? *In*: VAKKARI, P.; CRONIN, B. (ed.). **Conceptions of Library and Information Science**: Historical, empirical and theoretical perspectives. London: Taylor Graham, 1992. p. 82-98.

CARLINER, S. Physical, cognitive, and affective: A three-part framework for information design. **Technical communication**, [s. l.], v. 47, n. 4, p. 561-576, 2000.

DIGITAL CURATION CENTER (DCC). **What is digital curation?** Edinburgh, 2020. Disponível em: <http://www.dcc.ac.uk/digital-curation/what-digital-curation>. Acesso em: 14 out. 2020.

FRASCARA, J. Data, information, design, and traffic injuries. *In*: OVEN, P. Č.; POŽAR, C. (ed.). **On Information Design**. [S. l.: s. n.], 2016. p. 53-72.

GRÁCIO, J. C. A. **Preservação digital na gestão da informação**: um modelo processual para as instituições de ensino superior. São Paulo, SP: Cultura Acadêmica, 2012.

GRÁCIO, J. C. A.; FADEL, B.; VALENTIM, M. L. P. Preservação digital nas instituições de ensino superior: aspectos organizacionais, legais e técnicos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [s. l.], v. 18, p. 111-129, 2013.

GRÁCIO, C. A.; ARELLANO, M. Á. M. A gestão da preservação digital de dados de pesquisa: proposta de um modelo processual. **Revista Brasileira de Preservação Digital**, [s. l.], v. 1, p. e020001, 2020. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/rebpred/article/view/13223>. Acesso em: 10 maio 2021.

HASSENZAHN, M. Experience design: technology for all the right reasons. In: CARROLL, J. M. (ed.). **Synthesis lectures on human-centered informatics**. San Rafael, CA: Morgan and Claypool Publishers, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.2200/S00261ED1V01Y201003HCI008>. Acesso em: 16 mar. 2018.

HASSENZAHN, M. User Experience and Experience Design. In: SOEGAARD, M.; DAM, R. F. (ed.). **The encyclopedia of human-computer interaction**. 2. ed. Denmark: Interaction Design Foundation, [2013]. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/user-experience-and-experience-design>. Acesso em: 16 mar. 2018.

HIGGINS, S. The DDC curation lifecycle model. **The International Journal of Digital Curation**, Edinburgh, v. 3, n. 1, p. 134-140, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.2218/ijdc.v3i1.48>. Acesso em: 16 mar. 2018.

KOSTUR, P. Developing single source documentation. In: IMPROVISING THE NEW INTERNATIONAL COMMUNICATION CULTURE, 1999, New Orleans. **Proceedings** [...]. New Orleans: IEEE, 1999. p. 383-389.

LEMONS, J. G.; NAKANO, N. JORENTE, M. J. V. O paradigma pós custodial e sua representação no design da informação no sítio do arquivo nacional do Reino Unido. **Liinc em Revista**, [s. l.], v. 10, n. 2, p. 674-690, 2014. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3581>. Acesso em: 10 maio 2021.

MAGER, R. F. **Preparing instructional objectives: a critical tool in the development of effective instruction.** Atlanta, GA: The Center for effective performance, 1997.

ORNA, E.; STEVENS, G. Information design and information science: a new alliance? **Journal of Information Science**, [s. l.], v. 17, n. 4, p. 197-208, 1991.

PADUA, M. C. **Arquitetura da informação pervasiva e experiência do usuário: avaliando os ambientes informacionais do PROINE.** 2014. 236 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

PORTUGAL, C. Linguagem contemporânea: teorias e práticas. **DAT Journal**, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 25-38, 2020.

SARACEVIC, T. Ciência da Informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, 1996. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/235>. Acesso em: 16 mar. 2018.

SAYÃO, L. F. Uma outra face dos metadados: informações para a gestão da preservação digital. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 15, n. 30, p. 1-31, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2010v15n30p1>. Acesso em: 16 mar. 2018.

SAYÃO, L. F.; SALES, L. F. Curadoria Digital: um novo patamar para preservação de dados digitais de pesquisa. **Informação & Sociedade**, João Pessoa, v. 22, n. 3, p. 179-191, 2012. Disponível em: <http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/12224/85>. Acesso em: 19 mar. 2018.

SAYÃO, L. F.; SALES, L. F. Dados de pesquisa: contribuição para o estabelecimento de um modelo de curadoria de dados para o país. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Salvador, v. 6, n. 1, 2013. Disponível em: <http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/102/146>. Acesso em: 16 mar. 2018.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE DESIGN DA INFORMAÇÃO (SBDI). Brasil, 2020. Disponível em: <http://www.sbdi.org.br/definicoes>. Acesso em: 4 set. 2021.



BEUR
RAUEN

ASNA

SOLO
OZGAR

toxic

I HATE
NATIS

CHESH

HEAVY

MADRIZ
KINKIS

CHOS

I HATE
NATIS

ASNA

THIS IS
SHIT

JNT

SLAY

20

DEARY

BOMBING WITH
DIEB

CAE

JUST LIKE A GIRL

HOTAL

