

**UNIVERSIDADE TIRADENTES – UNIT  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO – PPGPE  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO – PPEd  
DOUTORADO EM EDUCAÇÃO**

**ANDRÉ LUIZ ALVES**

**“É DA GENTE”: UM GUIA DOS MUSEUS DE SERGIPE NA PALMA DA MÃO**

**ARACAJU  
2023**

**ANDRÉ LUIZ ALVES**

**“É DA GENTE”:** UM GUIA DOS MUSEUS DE SERGIPE NA PALMA DA MÃO

TESE apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Tiradentes – Doutorado, como requisito para a obtenção do título de Doutor em Educação.

Área de Concentração: Educação  
Linha de Pesquisa: Educação e Comunicação

ORIENTADOR(A): Dra. Cristiane de Magalhães Porto

**ARACAJU  
2023**

## FICHA CATALOGRÁFICA:

---

A474g Alves, André Luiz  
"É DA GENTE": um guia dos museus de Sergipe na palma da mão / André Luiz Alves; orientação [de] Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cristiane de Magalhães Porto– Aracaju/ SE: UNIT, 2023.

196 f. il; 30 cm

Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Tiradentes 2023

1. Educação não-formal 2. Cibercultura 3. Divulgação científica 4. Museus de Sergipe 5. Aplicativo móvel 6. Protótipo I. Alves, André Luiz II. Porto, Cristiane de Magalhães (orient.). III. Universidade Tiradentes. IV. Título.

---


CDU: 007:37:069(813.7)

Gislene Maria S. Dias CRB-5/1410


## FOLHA DE APROVAÇÃO:

Aprovado em: 28/02/2023


### BANCA EXAMINADORA:

Documento assinado digitalmente  
 CRISTIANE DE MAGALHAES PORTO  
Data: 13/04/2023 16:49:52-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>


Profa. Dra. Cristiane de Magalhães Porto (Orientadora)  
Universidade Tiradentes – (PPED/UNIT)

Documento assinado digitalmente  
 ANTONIO MARTINS DE OLIVEIRA JUNIOR  
Data: 14/04/2023 17:43:34-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Antonio Martins de Oliveira Junior  
Universidade Federal de Sergipe (DTA/UFS)

Documento assinado digitalmente  
 EDVALDO SOUZA COUTO  
Data: 14/04/2023 10:51:27-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Edvaldo Souza Couto  
Universidade Federal da Bahia (FACED/UFBA)

Documento assinado digitalmente  
 ALEXANDRE MENESES CHAGAS  
Data: 14/04/2023 10:10:03-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Alexandre Meneses Chagas  
Universidade Tiradentes – (PPED/UNIT)



Prof. Dr. Cristiano de Jesus Ferronato  
Universidade Tiradentes – (PPED/UNIT)

## AGRADECIMENTOS

*Status:* Fecho esse ciclo com chave de choro.

À Ana Maria, por abraçar-financiar meus sonhos e “compreender” minhas ausências. Mainha: Te amo, Te orgulho e Te dedico! À Profa. Dra. Cristiane de Magalhães Porto, minha orientadora, que, como um timoneiro guia; orientou e direcionou todos os meus passos até o fim desta jornada. Cris, MUITO OBRIGADO por TUDO e por TANTO.

Aos Professores da Banca Examinadora, Prof. Dr. Antonio Martins (DTA/UFS), Prof. Dr. Edvaldo Couto (FACED/UFBA), Prof. Dr. Alexandre Chagas (PPED/UNIT) e Prof. Dr. Cristiano Ferronato (PPED/UNIT); pelas colaborações plurais, uma vez que, seus olhares atentos e cuidadosos abriram novas janelas de entendimento e de aprendizagem – do Exame de Qualificação até a Defesa.

À Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (FAPITEC/SE) pelo financiamento, via Bolsa de Estudos, que tornou possível a realização desta Tese. Aos Professores e colaboradores (em especial, ao Cleverton Mota) do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPED/UNIT); por terem contribuído com minha intensa itinerância formativa e por todo o suporte – do Mestrado ao Doutorado.

Aos meus amigos extramuros da academia (Cynara Santos, Isabella dos Santos e Kaio Eduardo), por aturar os meus dilemas e amenizar o peso do ‘CACELAMENTO’ (risos). Graças a vocês, sobrevivi! S2 Aos colegas do Grupo de Pesquisa Educação, Tecnologia da Informação e Cibercultura (GETIC/UNIT/CNPq); pelos encontros e trocas para além das telas dos dispositivos.

A todos os meus amigos do eixo Bahia-Sergipe que torceram, abstraíram-fingiram demência para o meu mau humor e me fizeram sorrir-chorar junto às notificações do “Uátzap” e nos momentos de ajuntamento (com e sem máscara) no contexto dentro-fora da Pandemia de Covid-19.

Por último, e não menos importante, à Linda Barros, *Designer* Gráfica, por captar exatamente a ideia do projeto/protótipo e estabelecer todos os elementos interativos, de navegação, informativos e visuais do Aplicativo em tela. Tudo muito lindo e do jeito que tinha que ser feito. Pessoas, tudo isso, “É DA GENTE”!

## RESUMO

A Tese de Doutorado em tela, junto ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Tiradentes – PPED/UNIT, na Linha de Pesquisa ‘Educação e Comunicação’, tem como objetivo prototipar um Aplicativo-Guia gratuito para dispositivos móveis multitelas, o “*É DA GENTE*”, com o propósito principal de facilitar a busca por informações e melhorar-ampliar o acesso aos Museus de Sergipe; tanto pelos grupos escolares e Instituições e roteiro turístico quanto pela população em geral. Nos dias que correm, os dispositivos multitelas, convergentes, portáteis e multimídias são vias consolidadas e favoritas de acesso a conteúdo e informações variados na palma da mão; que acionamos cotidianamente por meio do seu vasto ecossistema de aplicativos móveis. Isto posto, na era da experiência e do engajamento, fruímos de uma miríade de aplicativos e soluções de navegação logada no Ciberespaço; que estão modificando diversos setores – principalmente o educacional, quando manipulados com intencionalidade pedagógica e formativa. À vista disso, é inegável a desenvoltura que estes artefatos tecnológicos propiciam para que seus utilizadores desempenhem tarefas sem que sequer precisem se deslocar fisicamente; em poucos cliques. Neste enquadramento, esta investigação emergiu da ideia de que os espaços museológicos são vistos como um lugar de preservação e impulsionador de memórias, e se tornou um ambiente que mobiliza saberes plurais e não só de ensino e de aprendizagem Não-formal, mas, também, de Divulgação Científica. Logo, o Mapa Museológico de Sergipe cataloga 69 equipamentos científico-culturais totalmente voltados para ostentar o patrimônio cultural material e imaterial da gente sergipana e da humanidade; da capital ao sertão. Devido a isto, para que o *software* atendesse à sua proposição; *hiperlinkamos* a abordagem de Pesquisa Qualitativa com o método prático-criativo do *Design Thinking*. Seguidamente, ao deslizar e tocar os dedos pelas telas metodológicas, o leitor-usuário-visitante terá acesso as etapas do processo de desenvolvimento do “*É DA GENTE*” e a experiência de testagem e avaliação – mediante validação de Interface e Usabilidade do protótipo – por testadores beta em um Grupo Focal. Os resultados obtidos possibilitam concluir que, embora o “*É DA GENTE*” ainda não esteja completamente funcional ou disponível para *download* nas *App Stores*, este fenômeno Ciber pode favorecer o despertar da curiosidade e do interesse pelas unidades museais de Sergipe e a formação cultural e científica do público-alvo. E, também, aproximar o ensino Formal e Não-formal e dinamizar seus atos de currículo e amplificar a Divulgação Científica; com vantagem para as pedagogias do agora e popularização da Ciência e progresso do turismo sergipano. Além de unir em um só lugar as informações essenciais acerca dos Museus de Sergipe e despertar o interesse dos interagentes pelo *app* em sua versão definitiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** Educação Não-formal. Cibercultura. Divulgação Científica. Museus de Sergipe. Aplicativo Móvel. Protótipo.

## ABSTRACT

The Doctoral Thesis on canvas, together with the Graduate Program in Education at the Tiradentes University – PPED/UNIT, in the Research Line 'Education and Communication', aims to prototype a free Application-Guide for multi-screen mobile devices, the “*É DA GENTE*”, with the main purpose of facilitating the search for information and improving-expanding access to the Museums of Sergipe; both by school groups and institutions and tourist routes and by the population in general. Nowadays, multi-screen, converged, portable and multimedia devices are consolidated and favorite ways of accessing varied content and information in the palm of the hand; that we trigger on a daily basis through its vast ecosystem of mobile applications. That said, in the era of experience and engagement, we enjoy a myriad of applications and navigation solutions logged into Cyberspace; that are modifying several sectors – mainly the educational one, when manipulated with pedagogical and formative intentions. In view of this, it is undeniable the resourcefulness that these technological artifacts provide for their users to perform tasks without even having to physically move; in a few clicks. In this context, this investigation emerged from the idea that museum spaces are seen as a place of preservation and memory booster, and became an environment that mobilizes plural knowledge and not only of teaching and Non-formal learning, but also, of Scientific Divulcation. Therefore, the Museological Map of Sergipe catalogs 69 scientific and cultural facilities totally geared towards displaying the material and immaterial cultural heritage of Sergipe's people and humanity; from the capital to the hinterland. Due to this, for the software to meet its proposition; we hyperlink the Qualitative Research approach with the practical-creative method of Design Thinking. Then, by swiping and touching the methodological screens, the reader-user-visitor will have access to the stages of the development process of “*É DA GENTE*” and the testing and evaluation experience – through validation of the Interface and Usability of the prototype – by beta testers in a Focus Group. The results obtained make it possible to conclude that, although “*É DA GENTE*” is not yet fully functional or available for download from the App Stores, this Cyber phenomenon can contribute to the cultural and scientific formation of the target audience. And, also, to bring together formal and Non-formal education and dynamize their curriculum acts and amplify Scientific Divulcation; with advantage for the pedagogies of now and popularization of Science and progress of tourism in Sergipe. In addition to uniting in one place essential information about the Museums of Sergipe and arousing the interest of interactors in the app in its definitive version.

**KEYWORDS:** Non-formal Education. Cyberculture. Scientific Divulcation. Museums of Sergipe. Mobile Application. Prototype.

## RESUMEN

La Tesis de Doctorado sobre lienzo, junto con el Programa de Posgrado en Educación de la Universidad de Tiradentes – PPED/UNIT, en la Línea de Investigación 'Educación y Comunicación', tiene como objetivo prototipar una Guía-Aplicación gratuita para dispositivos móviles multipantalla, la “É DA GENTE”, con el objetivo principal de facilitar la búsqueda de información y mejorar-ampliar el acceso a los Museos de Sergipe; tanto por grupos escolares e instituciones y rutas turísticas como por la población en general. Hoy en día, los dispositivos multipantalla, convergentes, portátiles y multimedia son formas consolidadas y predilectas de acceder a variados contenidos e información en la palma de la mano; que activamos a diario a través de su vasto ecosistema de aplicaciones móviles. Dicho esto, en la era de la experiencia y el compromiso, disfrutamos de una miríada de aplicaciones y soluciones de navegación conectadas al ciberespacio; que están modificando varios sectores, principalmente el educativo, cuando se manipulan con intenciones pedagógicas y formativas. Ante esto, es innegable el ingenio que estos artefactos tecnológicos brindan para que sus usuarios realicen tareas sin siquiera tener que moverse físicamente; en unos pocos clics. En este contexto, esta investigación surgió de la idea de que los espacios museológicos son vistos como un lugar de preservación y potenciador de memorias, y se convirtieron en un entorno que moviliza saberes plurales y no solo de enseñanza y aprendizaje No Formal, sino también, de Divulgación Científica. Por lo tanto, el Mapa Museológico de Sergipe cataloga 69 equipamientos científicos y culturales totalmente orientados a la exhibición del patrimonio cultural material e inmaterial del pueblo y la humanidad de Sergipe; de la capital al interior. Debido a esto, para que el software cumpla con su propuesta; hipervinculamos el enfoque de Investigación Cualitativa con el método práctico-creativo del Design Thinking. Luego, deslizando y tocando las pantallas metodológicas, el lector-usuario-visitante tendrá acceso a las etapas del proceso de desarrollo de “É DA GENTE” y a la experiencia de prueba y evaluación – a través de la validación de la Interfaz y Usabilidad del prototipo – por beta testers en un Focus Group. Los resultados obtenidos permiten concluir que, si bien “É DA GENTE” aún no está completamente funcional o disponible para descargar desde las tiendas de aplicaciones, este fenómeno cibernético puede favorecer el despertar de la curiosidad y el interés por las unidades museísticas de Sergipe y la formación cultural y científica de El público objetivo. Y, también, aglutinar la educación formal y No Formal y dinamizar sus actos curriculares y ampliar la Divulgación Científica; con ventaja para las pedagogías de ahora y la divulgación de la Ciencia y el progreso del turismo en Sergipe. Además de reunir en un solo lugar información esencial sobre los Museos de Sergipe y despertar el interés de los interactuadores en la aplicación en su versión definitiva.

**PALABRAS CLAVE:** Educación No Formal. Cibercultura. Divulgación Científica. Museos de Sergipe. Aplicación Móvil. Prototipo.



## LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

3G	Terceira Geração de Celulares
4G	Quarta Geração de Celulares
AAM	Associação Americana de Museus
ABCMC	Associação Brasileira de Centros e Museus de Ciência
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
APP	Aplicativo Móvel ou Aplicação Móvel
BNCC	Base Nacional Comum Curricular
CAM	Centro Acadêmico de Museologia
CampusLar	Campus de Laranjeiras
CCTECA	Casa de Ciência e Tecnologia da Cidade de Aracaju
CT	Cidadania e Trabalho
CTA	Call To Action
DEMU	Departamento de Museus e Centros Culturais
EUA	Estados Unidos da América
FABAPP	Fábrica de Aplicativos
FAM	Faculdade Montenegro
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
FUNCAP	Fundação de Cultura e Arte Aperipê de Sergipe
GPS	Global Positioning System ou Sistema de Posicionamento Global
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
ICOM	Conselho Internacional de Museus
IFS	Instituto Federal de Sergipe
ILBJ	Instituto Luciano Barreto Júnior
IOS	Sistema Operacional de Dispositivos da Apple
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
ITP	Instituto de Tecnologia e Pesquisa
KM	Quilômetro
LDB	Lei de Diretrizes e Bases da Educação
MCTI	Ministério da Ciência e Tecnologia
MEC	Ministério da Educação
MSN	Mensageiro Instantâneo da Microsoft Corporation
OMS	Organização Mundial da Saúde
PNEM	Política Nacional de Educação Museal
PNM	Política Nacional de Museus
PPED	Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Tiradentes
PRONATEC	Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
QR CODE	Quick Response Code ou Código de Resposta Rápida
SEMED	Secretaria Municipal de Educação
SESI	Serviço Social da Indústria
SMS	Short Message Service
SPHAN	Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
UFPB	Universidade Federal da Paraíba
UFS	Universidade Federal de Sergipe
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNIT	Universidade Tiradentes
WEB	Rede Mundial de Computadores ou World Wide Web
WI-FI	Wireless Fidelity ou Fidelidade Sem Fio
WI-MAX	Worldwide Interoperability for Microwave Access ou Interoperabilidade Mundial para Acesso de Micro-ondas

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Mapa Museológico de Sergipe .....	22
<b>Figura 2:</b> Etapas do <i>Design Thinking</i> para desenvolvimento do “É DA GENTE” ....	43
<b>Figura 3:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	55
<b>Figura 4:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	57
<b>Figura 5:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	58
<b>Figura 6:</b> Menu Teórico clicável .....	63
<b>Figura 7:</b> Instalação “Nossos Leitos” do Museu da Gente Sergipana .....	87
<b>Figura 8:</b> Ícone do <i>app</i> “É DA GENTE” e sua aplicação na <i>Home Screen</i> do <i>smartphone</i> .....	95
<b>Figura 9:</b> Aplicação do ícone do <i>app</i> na <i>Google Play Store</i> e na <i>Apple Store</i> .....	96
<b>Figura 10:</b> <i>Splash Screen</i> , <i>Home Screen</i> e Gaveta de Menu do <i>app</i> “É DA GENTE” .....	97
<b>Figura 11:</b> Tela de boas-vindas do <i>app</i> “É DA GENTE” .....	98
<b>Figura 12:</b> Tela sobre o Estado de Sergipe .....	99
<b>Figura 13:</b> Gaveta do Menu da Guia “Museus de Sergipe” .....	100
<b>Figura 14:</b> Guia do Museu escolhido no Menu de “Museus de Sergipe” .....	106
<b>Figura 15:</b> Telas do Jogo da Gente .....	107
<b>Figura 16:</b> Tela da funcionalidade “Onde Ficar?” .....	109
<b>Figura 17:</b> Tela da guia “Onde Ir?” .....	110
<b>Figura 18:</b> Tela da janela “Onde Comer?” .....	111
<b>Figura 19:</b> Tela da aba “Você Sabia?” .....	112
<b>Figura 20:</b> Tela da aplicação “Deixe seu Comentário” .....	113
<b>Figura 21:</b> Tela da guia “Sobre este <i>App</i> ” .....	114
<b>Figura 22:</b> Tela da janela “Sobre o Desenvolvedor” .....	115
<b>Figura 23:</b> Tela da aba “Apoiadores” .....	116
<b>Figura 24:</b> Zona do Polegar e suas áreas .....	128
<b>Figura 25:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	142
<b>Figura 26:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	154
<b>Figura 27:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	156
<b>Figura 28:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	159

<b>Figura 29:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	168
<b>Figura 30:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	172
<b>Figura 31:</b> <i>Print</i> do Dispositivo de Pesquisa criado no Instagram .....	181
<b>Figura 32:</b> Depoimento dos interagentes do Grupo Focal .....	182

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Interface e Usabilidade: Perfil dos “testers” beta .....	119
<b>Gráfico 2:</b> Interface e Usabilidade: Gênero dos “users” .....	120
<b>Gráfico 3:</b> Interface e Usabilidade: Faixa Etária dos participantes .....	121
<b>Gráfico 4:</b> Interface e Usabilidade: Sistema Operacional Móvel mais utilizado ....	123
<b>Gráfico 5:</b> Interface e Usabilidade: Frequência de Visitação aos Museus .....	125
<b>Gráfico 6:</b> Interface e Usabilidade: Facilidade de Navegação .....	127
<b>Gráfico 7:</b> Interface e Usabilidade: Estrutura da ‘Gaveta do Menu’ .....	130
<b>Gráfico 8:</b> Interface e Usabilidade: Execução da Sequência dos Menus .....	131
<b>Gráfico 9:</b> Interface e Usabilidade: Organização dos Menus .....	133
<b>Gráfico 10:</b> Interface e Usabilidade: Títulos das opções de Menu .....	134
<b>Gráfico 11:</b> Interface e Usabilidade: Linguagem empregada .....	136
<b>Gráfico 12:</b> Interface e Usabilidade: Informações compartilhadas .....	138
<b>Gráfico 13:</b> Interface e Usabilidade: Facilidade de manuseio .....	140
<b>Gráfico 14:</b> Interface e Usabilidade: Tipo e Tamanho da Fonte .....	143
<b>Gráfico 15:</b> Interface e Usabilidade: Esquema de Cores usado .....	145
<b>Gráfico 16:</b> Interface e Usabilidade: Símbolos e Ícones .....	148
<b>Gráfico 17:</b> Interface e Usabilidade: Exibição das Ilustrações .....	150
<b>Gráfico 18:</b> Interface e Usabilidade: Informações acerca dos Museus .....	152
<b>Gráfico 19:</b> Interface e Usabilidade: Função Social do “É DA GENTE” .....	155
<b>Gráfico 20:</b> Interface e Usabilidade: Função Educativa do “É DA GENTE” .....	157
<b>Gráfico 21:</b> Interface e Usabilidade: Suporte On-line .....	160
<b>Gráfico 22:</b> Interface e Usabilidade: Interface do “É DA GENTE” .....	162
<b>Gráfico 23:</b> Interface e Usabilidade: <i>Layout</i> e suas Funções .....	164
<b>Gráfico 24:</b> Interface e Usabilidade: Necessidades e Expectativas .....	166
<b>Gráfico 25:</b> Interface e Usabilidade: Frequência de uso .....	169
<b>Gráfico 26:</b> Interface e Usabilidade: Grau de Recomendação .....	171
<b>Gráfico 27:</b> Interface e Usabilidade: Andamento e Implementação .....	173

## LISTA DE INFOGRÁFICOS E QR CODE

<b>Infográfico 1:</b> Estratégia de Mapeamento do Número de Museus de Sergipe .....	45
<b>Infográfico 2:</b> Inventário dos Museus de Sergipe .....	47
<b>QR Code 1:</b> “O Tempo Não Para” – Cazuza .....	16
<b>QR Code 2:</b> “Museu” – Chico César .....	37
<b>QR Code 3:</b> “Sergipe é o melhor!” – Diogo Elzinga .....	98
<b>QR Code 4:</b> “Aracaju é a melhor!” – Diogo Elzinga .....	108
<b>QR Code 5:</b> “Chamego Só” – Pedro Luan e Rogério .....	117
<b>QR Code 6:</b> “Caranguejo” – Babado Novo .....	175
<b>QR Code 7:</b> Guia Ilustrado do “É DA GENTE” .....	175
<b>QR Code 8:</b> “Sergipe o Meu Lugar” – Luiz Fontineli .....	176

## HOME SCREEN

<b>1 TELA DE ABERTURA: CONTÉM SPOILER</b> .....	16
<b>2 GPS METODOLÓGICO: UM PERCURSO GUIADO</b> .....	37
2.1 Sobre Pesquisar Qualitativamente por trilhas Exploratórias, Descritivas e Analíticas .....	37
2.2 <i>Design Thinking</i> : Ideias inovadoras na palma da sua mão .....	40
2.3 Do <i>Focus Group</i> à Cocriação: Avaliação e Validação de Interface e Usabilidade do “É DA GENTE” .....	51
<b>3 TOUCH ID: DESBLOQUEIE O CAMPO TEÓRICO</b> .....	60
3.1 Museu: Definição e um panorama de desafios e possibilidades .....	63
3.2 Museu e Educação: Formal, Não-formal, Informal e Museal .....	78
3.3 Museu e Divulgação Científica: Delineamentos fundamentais .....	85
<b>4 “É DA GENTE”: BAIXE GRÁTIS O NOSSO APP</b> .....	95
4.1 Bem-vindo(a) ao “É DA GENTE” .....	97
4.2 Isso é Sergipe .....	98
4.3 Museus de Sergipe .....	99
4.3.1 Histórico .....	101
4.3.2 <i>Status</i> .....	101
4.3.3 Instituição Mantenedora .....	101
4.3.4 Localização .....	102
4.3.5 Funcionamento .....	102
4.3.6 Programação .....	103
4.3.7 Setor Educativo .....	103
4.3.8 Divulgação Científica .....	103
4.3.9 Acessibilidade .....	104
4.3.10 Contatos .....	105
4.3.11 Serviços .....	105
4.3.12 Carrossel de Fotos .....	105
4.4 Jogo da Gente .....	106
4.5 Onde Ficar? .....	108
4.6 Onde Ir? .....	109
4.7 Onde Comer? .....	110
4.8 Você Sabia? .....	111
4.9 Deixe seu Comentário .....	112
4.10 Sobre este <i>App</i> .....	113
4.10.1 Sobre o Desenvolvedor .....	114
4.10.2 Apoiadores .....	115
<b>5 VERSÃO BETA DO “É DA GENTE”: PRODUÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS</b> .....	117
<b>6 MOCKUPS – GUIA ILUSTRADO: PRODUTO DE TESE</b> .....	175
<b>7 FAZENDO LOGOFF: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES</b> .....	176

<b>DESENVOLVEDORES .....</b>	<b>184</b>
<b>SEGURANÇA DOS DADOS: ANEXOS .....</b>	<b>189</b>



Confira por meio do QR Code  
"O Tempo Não Para" – Cazuza

## 1 TELA DE ABERTURA: CONTÉM SPOILER

*Status:* "Eu vejo um Museu de grandes novidades".

A introdução é o espaço onde se anuncia, se coloca, se promete, se desperta (BOAVENTURA, 2007, p. 11). Introduzir é convidar o leitor para localizar as informações acerca dos inúmeros Museus de Sergipe, de um jeito mais fácil e por meio de uma experiência fluida e responsiva, ou seja, em poucos cliques e na palma da mão – objeto investigativo desta Tese. Considerados potentes artefatos científico-culturais que unem passado, presente e futuro por intermédio de uma composição tecnológica (ou não) e interativa da identidade sergipana; na cena Cibercultural.

Bem como, se utilizar dos *spoilers* para compartilhar memórias de vida e formação; apresentar o contexto e justificativa da investigação; a relevância do tema e seu impacto para o Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Tiradentes – PPED/UNIT, comunidade acadêmico-científica e sociedade em geral. E, também, a questão de investigação; a finalidade e objetivos; aportes metodológicos e a estrutura do texto – revelando os fatos a respeito do conteúdo de cada seção, sem "estraga-prazeres", mas com o intuito de preparar o leitor para o que está por vir.

O ingresso no Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, da Universidade Tiradentes – UNIT, ocorreu no ano de 2005. Nessa época, apesar da pouca interação e mobilidade, a internet já era utilizada para buscar informações sobre os conteúdos vistos em sala de aula e transferência de arquivos. Inclusive, para trocar *e-mail's* com a finalidade de socializar digitalmente algumas demandas universitárias e acessar *sites* de Redes Sociais Digitais – como o Facebook, Orkut e Twitter – para estreitar laços.

Além disso, mediante *MSN Messenger*, possibilitava teclar com os colegas de classe para executar os trabalhos acadêmicos em grupo. Já o celular, com funções restringidas, era bastante utilizado para enviar SMS como lembrete da reunião de estudos na Biblioteca da Unit, por exemplo, uma vez que, a internet móvel chegava a passos lentos.



Assim, a partir do Curso e com os avanços tecnológicos e alargamento da *Web*, os verbos teclar, “tremar” (janelas de conversação do *MSN*), anexar, curtir, compartilhar, seguir, tuitar e comentar eram, frequentemente, conjugados. Seja nas relações interpessoais ou nas oportunidades de estágios-trabalhos em Agências de Publicidade e Núcleos de Marketing. A missão que tinha como meta era, aproximar marcas e pessoas por meio de perfis nos *sites* de Redes Sociais Digitais; o que assegura um extenso domínio quanto ao uso destas plataformas.

Em 2010, novos ventos mudaram o rumo de sua carreira, sendo desafiado a lecionar nos Cursos de Graduação e Pós-Graduação da Faculdade Montenegro (FAM) – nos Polos em Delmiro Gouveia-AL, Itaparica-PE, Ouro Branco-AL e Petrolândia-PE. Como estes Polos não disponibilizavam acesso à internet – alguns não possuíam sinal de telefonia móvel – as práticas pedagógicas e educativas eram desarticuladas quanto à utilização de artefatos tecnológicos. Dessa forma, embora desprovidos de recursos tecnológicos, o conhecimento e a experiência do âmbito corporativo eram transferidos para o contexto educativo e ensinados nos moldes da pedagogia tradicional.

A função de Educador Social no Projeto 'Conectando com a Vida' do Instituto Luciano Barreto Júnior (ILBJ) – Responsabilidade Social da Construtora Celi em Aracaju-SE – foi assumida em 2013. No ILBJ, as atividades socioeducativas eram desenvolvidas junto aos adolescentes e jovens em situação de vulnerabilidade social e pessoal (entre 14 e 24 anos).

Logo, a Disciplina Cidadania e Trabalho (CT) estimulava os saberes fundamentais para o mundo do trabalho e para o exercício da cidadania, numa perspectiva de *in*clusão. Nesta instituição social e educacional, embora o uso do *smartphone* fosse negado, as aulas eram criativas e inovadoras por intermédio da utilização da Lousa Digital Interativa recém-implantada.

No segundo semestre de 2015, teve aprovação na seleção simplificada para o encargo de Professor do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – PRONATEC, do Instituto Federal de Sergipe – IFS. Como resultado, passou a lecionar no Curso de Representante Comercial, Campus Lagarto/SE, localizado a 75 km da capital aracajuana. Em virtude do deslocamento e da jornada

de trabalho – aulas intercaladas duas vezes por semana – no primeiro contato com os alunos, foi criado um Grupo da turma no WhatsApp para facilitar a comunicação.

Inicialmente, o Grupo intitulado “IFS Pronatec” funcionava como uma agenda semanal da Disciplina – onde se compartilhava lembretes de cunho pedagógico e administrativo. Tempos depois, após uma determinada aula de conteúdo curricular inacabado, os alunos-participantes foram provocados durante um debate realizado no Grupo. Esta atividade tinha como objetivo dar continuidade ao último assunto visto em sala de aula; repentinamente, a discussão tomou proporções significativas num contexto mais participativo fomentando a mediação pedagógica e a interação entre os pares, a saber, Professor-alunos, alunos-Professor e alunos-alunos.

A motivação de estudar os usos de tecnologias na educação, na cena Cibercultural, esteve diretamente implicada a partir desta intervenção realizada, informalmente, com o uso do *smartphone* e do aplicativo WhatsApp – para além da sala de aula. Tal feitura e desdobramentos impulsionaram o estudo acerca das potencialidades destes aparatos tecnológicos e suas possíveis contribuições junto aos processos de ensino e de aprendizagem.

Então, ao invés de encarar os dispositivos móveis, os *apps* e os *sites* de Redes Sociais Digitais como problema educativo; foi preferível identificar intencionalidades pedagógicas e aproveitar o interesse dos alunos por esses artefatos tecnológicos digitais. E, também, como estratégia oportuna para personalizar e promover o aprendizado colaborativo em rede-grupo-movimento.

Com a pretensão de aprimorar os estudos acerca da contribuição dos dispositivos móveis e aplicativos na educação – neste caso o *smartphone* e o WhatsApp – foi feita a seleção para ingressar no Mestrado no Programa de Pós-Graduação em Educação da Unit. Este teve início em 2016, vinculado a Linha de Pesquisa ‘Educação e Comunicação’ e considerado um espaço profícuo para articulação de leituras e discussões pertinentes para o desenvolvimento da pesquisa.

Em 2018, concluiu o Mestrado com a Dissertação intitulada “*WhatsAula: Aprendizagem colaborativa em movimento*”. Mediante qualidade acadêmica e para efeito de difusão do conhecimento, no corrente ano, a “*WhatsAula*” foi publicada em livro pela Editora da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Após concluir o

Mestrado, ainda em 2018, ingressou no Doutorado em Educação – no mesmo Programa e mesma Orientação.

Com o desafio de prospectar os diversos Museus de Sergipe e prototipar um Aplicativo-Guia para unir em um só lugar as informações essenciais acerca destes equipamentos científico-culturais. O que pode contribuir para aproximar o ensino Formal e Não-formal e dinamizar seus atos de currículo e amplificar a Divulgação Científica; com vantagem para as pedagogias do agora e popularização da Ciência e progresso do turismo sergipano.

Nos apropriamos do termo “atos de currículo” com fundamento na concepção de Macedo (2008, p. 38), que os qualifica como todas as atividades que os praticantes da educação “organizam e se envolvem visando uma determinada formação, operacionalizadas via seleção, organização, formulação, implementação, institucionalização e avaliação de saberes, atividades, valores, competências”. Segundo o autor, tais atividades são mediadas e materializadas pelo processo de ensinar e de aprender ou para a sua projeção.

O impulso de investigar (e desenvolver) outros fenômenos Ciber para favorecer práticas pedagógicas e educativas plurais, não contrapostas à educação escolar, dentro do circuito museal do Estado de Sergipe; segue fortemente imbricado com as problemáticas para compreensão da capacidade dos Museus – considerados ambientes não-formais de educação e de Divulgação Científica – de criar condições de ensino e de aprendizagem mediadas pela carga vivencial dos sujeitos em visita.

Além do mais, com o propósito principal de facilitar a busca por informações e melhorar-ampliar o acesso junto aos Museus de Sergipe – sempre de maneira mais otimizada, rápida e dinâmica; mediante o deslizar dos dedos em telas digitais na cena Cibercultural. Estes espaços servem para ensinar, informar e formar pessoas e abrigam e protegem a memória do sergipano e contribuem com a popularização do conhecimento científico.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM, por meio da Lei nº 11.904, que instituiu o Estatuto de Museus e na contramão do estereótipo de espaços elitizados, enfadonhos, sem novidades e de pouca interlocução com os frequentadores:

Consideram-se museus, para os efeitos desta lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. (IBRAM, *ONLINE*).

Por outro lado, no transcorrer desta preleção, nos apropriaremos do termo "espaços científico-culturais", baseado no Guia da Associação Brasileira de Centros e Museus de Ciência – ABCMC, datado de 2009, que engloba na mesma categoria dos Museus de Sergipe; os zoológicos, jardins botânicos, aquários, planetários, observatórios e outros espaços e associações que atuam na divulgação e popularização da Ciência e da tecnologia. (MASSARANI, 2016).

É importante frisar que este conceito foi recentemente redimensionado para uma noção mais ampla, sobre o qual nos debruçaremos em seguida. Optamos por contemplar os demais espaços não somente por alguns integrarem o mencionado Guia – que anseia urgentemente de atualização; mas também por sua relevância para o cenário museológico sergipano, a Educação, a divulgação e a popularização da Ciência a nível de Brasil.

Englobamos, nesse bojo, tanto as Galerias e os Institutos de arte, quanto os Memoriais e Centros de Cultura; além de outras modalidades de equipamentos científico-culturais. A Galeria é um ambiente arquitetônico que atribui segurança e uma apropriada disposição e apreciação das obras de arte expostas; tendo em vista o posicionamento, iluminação e possibilidade de distanciamento e circulação do público visitante.

Estas são divididas em duas categorias distintas: as que representam artistas e lucram com a comercialização das suas obras e aquelas que não representam artistas, mas atuam com a revenda de suas obras. O propósito dos Galeristas é dar visibilidade ao artista e destacá-lo dentro do circuito artístico; gerando mostras e exposições, criando conexão entre ele e as instituições museais e culturais, as feiras e dando todo o suporte para as suas manifestações artísticas.

Já um Instituto de arte é encarregado pela salvaguarda, preservação, catalogação, divulgação gratuita e acesso permanente do público à documentação

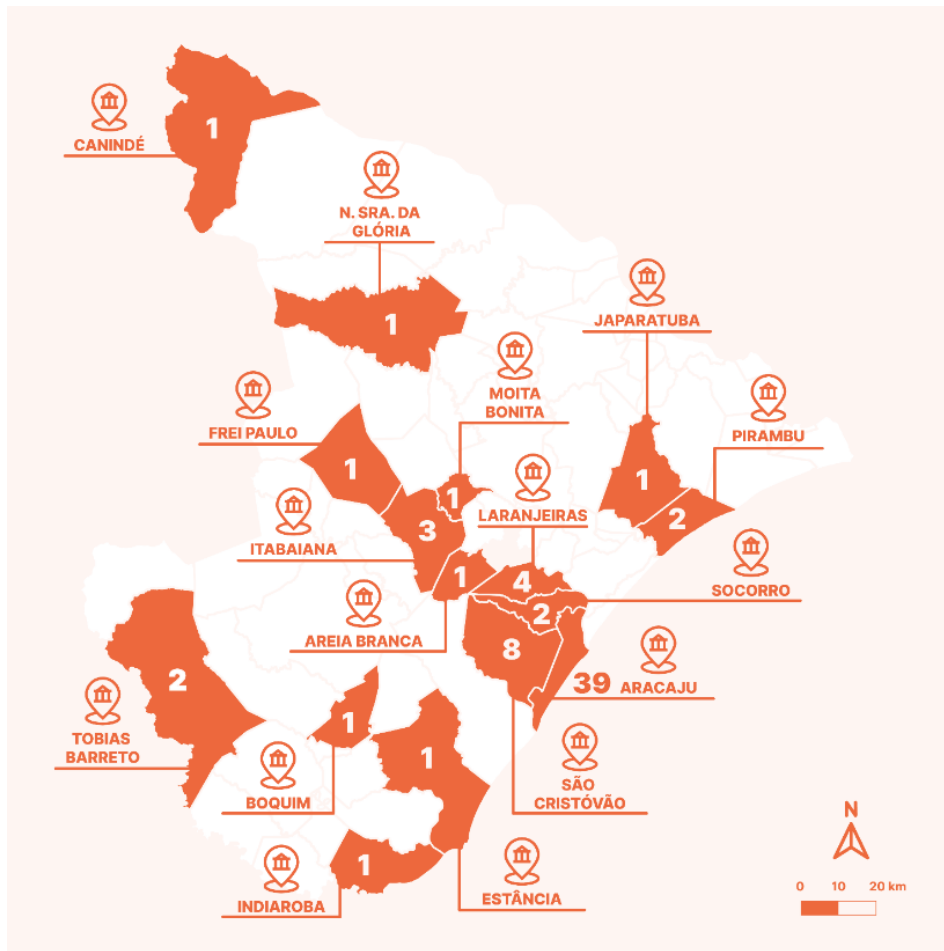
histórica referente aos artistas que constituem, atualmente, seu objeto de estudo. Entidade que se dedica a pesquisas especializadas, geralmente no âmbito cultural, sociedade científica, artística ou literária; organização, instituição.

O Memorial, não se configura como um novo gênero de Museu, pois venera e honra a memória individual como o Memorial Epifânio Dória ou de uma coletividade como o Memorial de Sergipe; por exemplo. O Memorial, em sua denominação, abriga acervos particulares de personalidades ilustres e notáveis, peças, histórias, monumentos e documentos fundamentais para a cultura e memória do povo – mediante acervo bibliográfico, iconográfico e museológico. O escopo da entidade é preservar e divulgar elementos socioculturais, bem como atender às comunidades civil e científica em pesquisa, educação e cultura; dentre outras questões.

De modo bem simplório e resumido, e para além do citado, os Museus, mediante seu acervo, de tipologias diversas, abrigam inúmeros artefatos de arte e realizam exposições. O Centro Cultural não coleciona obras de arte, apenas empreende exposições regulares. A Galeria expõe os trabalhos dos artistas com finalidade lucrativa. Os Institutos e Memoriais colocam à disposição da sociedade a vida e obra de sumidades e os rastros de atuação de entidades que, em muito, contribuíram e evocam a história, a cultura, a memória e a identidade social como um todo.

Adicionalmente, as unidades museais, os Centros Culturais, os Institutos e os Memoriais têm elos econômicos, políticos e sociais que, podem interferir nas suas deliberações e diretrizes formalizadas referentes à gestão. Por outro lado, as Galerias – aparentemente autossustentáveis – trabalham atreladas ao mercado de artes plásticas e antiguidades e afins.

**Figura 1:** Mapa Museológico de Sergipe.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

De olho no ‘Mapa Museológico de Sergipe’ (ver **Figura 1**), até o momento, foram identificados, cadastrados e mapeados, 69 Museus em 16 municípios sergipanos. Sendo que, do total, 39 unidades museais estão localizadas, na capital, em Aracaju. Já as cidades Areia Branca, Boquim, Canindé, Estância, Frei Paulo, Indiaroba, Japaratuba, Moita Bonita, Nossa Senhora da Glória e Pirambu; dispõem de apenas um espaço museológico. Ao passo que Itabaiana possui três unidades museológicas, Laranjeiras abarca quatro, São Cristóvão contém oito e Nossa Senhora do Socorro e Tobias Barreto abrangem dois equipamentos científico-culturais.

Da capital ao sertão, os Museus de Sergipe abrigam e protegem um pedaço da história sergipana para ser contada e explorada; oportunizando processos não só de ensino e de aprendizagem Não-formal, mas, também, de Divulgação Científica.

Desta totalidade, constatamos 16 Museus que são peças-chave para a Divulgação Científica.

Apesar do pequeno número, estas unidades museológicas de Sergipe – com foco nos saberes e fazeres científicos – por meio de sua potência expográfica, buscam aproximar o público do conhecimento científico, ou seja, são uma porta aberta para a popularização da Ciência. Com frequência, oferecem atividades educativas aos diversos públicos, envolvendo os visitantes e ajudando-os na aprendizagem de Ciências de um jeito diferente ao que deparamos, por exemplo, nos ambientes Formais de educação.

A atuação dos equipamentos científico-culturais, desperta a curiosidade e o interesse e torna a Ciência mais concreta, acessível e de melhor compreensão; mudando a visão do público sobre seus assuntos. Seus processos de divulgação leva a Ciência que está nos laboratórios e nos textos técnicos e acadêmicos para a realidade da população. Seja por intermédio de suas exposições, programas, projetos e ações com princípios pedagógicos e potencialidades educativas; a dinamização do artefato científico-cultural junto à comunidade. Todas essas práticas se configuram como excelentes complementos da educação Formal.

Como disparador de nossa reflexão, ao longo do tempo, a identidade dos Museus, assim como seu conceito, se modificaram conforme às alterações culturais e sociais, às evoluções tecnológicas e científicas de cada período da história mais recente da humanidade. Estes espaços científico-culturais consideram a cultura contemporânea mediada pelo digital em rede, a Cibercultura, e as suas possibilidades comunicacionais e educacionais.

Logo, são tidos como artefatos científico-culturais potentes de Educação Não-formal e de Divulgação Científica na cena Cibercultural. Na mesma direção, surge o desafio de estudar e entender de que forma estes espaços reforçam nossos objetivos, transformam os processos de ensino e de aprendizagem, favorecem novas práticas pedagógicas e educativas e potencializam a divulgação dos saberes científico-culturais produzidos e praticados em tempos de Cibercultura.

A Divulgação Científica, são as ações que procuram difundir os saberes científicos produzidos e praticados, dentro-fora da rede, para públicos não

especializados. Tais práticas são essenciais para o desenvolvimento da Ciência, uma vez que, ela é responsável pela circulação de ideias e divulgação de resultados de pesquisas para a população em geral. Deste modo, potencializando a discussão científica e fascinando novos fruidores para atividades de Ciências. Segundo Porto (2012), cabe à Divulgação Científica o papel de tornar a Ciência um conhecimento acessível a todos os indivíduos.

Para esta autora, é possível construir uma cultura científica de amplo ou pleno acesso social a partir de uma educação para Ciência que deve começar nas escolas, ainda nas fases iniciais de vida, isto é, na infância. Aliar a Divulgação Científica formal com a divulgação informal dos meios de comunicação de massa parece excelente receita para alfabetizar cientificamente o indivíduo, produzindo uma cultura científica transformadora no mundo contemporâneo. (PORTO, p. 33, 2012).

A “liberação do polo de emissão” ou “liberação da palavra”, fez com que qualquer internauta multitela, conectado à internet, possa não apenas ser consumidor; mas também gerador de conteúdo, ter voz, ter audiência, ou seja, ser emissor – sem pedir autorização. Da liberação da expressão pública em redes telemáticas (abertas e mundiais) surge o princípio de conexão em rede – diretamente associado à comunicação móvel no seu aspecto de ubiquidade e conexão por redes sem fio ou outras formas de comunicação entre pessoas ou máquinas.

Na sociedade contemporânea conectada, movente e participativa; as tecnologias têm afetado o modo de conceber a educação e de desenvolver o trabalho docente. Portanto, fazer uso ou não destas no âmbito educacional já não é mais a questão. Há uma tendência, cada vez mais, pujante de inserção dos aparatos móveis, *apps* e *sites* de Redes Sociais Digitais junto aos processos educativos contemporâneos; como um recurso estratégico voltado para uma ação pedagógica personalizada e diferenciada das abordagens tradicionais.

Seja por fios, cabos ou sem fio (3G, 4G, *Wi-Fi*, *Bluetooth*, *WiMax*); os artefatos tecnológicos (*notebooks*, *smartphones*, *tablets*, entre outros) interferem e medeiam os processos informacionais e comunicacionais dos indivíduos. Por isso, propõem reconfigurações aos processos de ensino e de aprendizagem, exigem do



Professor realinhar sua conduta e formular novas estratégias pedagógicas e educativas – ao incorporá-las à dinâmica da sala de aula.

Assim como, fazem parte dos cotidianos dos alunos de todas as regiões do País e de todas as classes sociais e prometem moldar o nosso futuro. Multitelas, convergentes, portáteis e multimídias, os dispositivos tecnológicos dispõem de um conjunto de possibilidades que podem ser incorporadas (e exploradas) as novas formas de ensinar e de aprender. A principal delas é ensinar e aprender em qualquer lugar: dentro-fora dos espaços institucionais. Em especial, atos de currículo híbridos e ubíquos emergentes na relação museu-escola.

Nessa perspectiva, iniciativas educacionais inovadoras vêm se apropriando dos aparatos móveis, dos aplicativos e dos *sites* de Redes Sociais Digitais para ampliar as discussões, os espaços e tempos da sala de aula – para além do horário e dos muros da Escola. Por intermédio dos artefatos móveis, à continuidade do tempo se soma a continuidade do espaço: a informação é acessível de qualquer lugar. É para essa direção que aponta a evolução dos dispositivos móveis, atestada pelos celulares multifuncionais de última geração, a saber: tornar absolutamente ubíquos e pervasivos o acesso à informação, a comunicação e a aquisição de conhecimento. (SANTAELLA, 2010, p. 19).

Podemos, também, destacar nesse contexto, mais especificamente, a utilização dos *smartphones*, devido à sua popularização e ascensão – impulsionados pela internet. Sem o Ciberespaço, um telefone celular seria tão só e apenas um telefone. A convergência tecnológica permitiu integrar sistemas de comunicação, computação e informática; transformando o telefone celular em um “telefone inteligente” (*smartphone*).

Assim, o aproveitamento didático deste aparato multifuncional vem sendo reconhecido pelos inúmeros recursos disponíveis, pela mobilidade, pela ubiquidade e conectividade com o Ciberespaço. Potencializada pelos usos dos aparatos móveis, a mobilidade é uma das principais características da cena Cibercultural.

Ela permite ao utilizador desenvolver atividades que envolvam o acesso à internet em qualquer lugar e horário – mesmo em movimento – incorporada aos espaços e práticas educativas e aos cotidianos; numa dinâmica que interliga e

vincula a escola à cultura digital e aos equipamentos científico-culturais e oferece um conjunto de oportunidades para a aprendizagem. Compartilhar o mesmo espaço físico não significa mais compartilhar da mesma experiência.

Onde quer que estejamos, movimentamos conosco possibilidades muito mais interessantes do que o lugar e o momento que vivemos: tudo na palma da mão. É um grande engano pensar que os artefatos móveis são geradores de “solidão conectada”. Por meio destes, encurtamos distâncias, interagimos com pessoas-lugares-coisas plurais, localizamos informações de forma rápida e eficiente, produzimos conhecimento, filmamos-fotografamos-postamos tudo.

Na Cibercultura, os sujeitos autores-cidadãos se organizam e se desenvolvem com aplicativos. Consequentemente, usar *apps* para criar e forjar atos de currículo é relevante para o estímulo do estudo, da leitura e da escrita em fluxos interacionais processados, colaborativamente, em rede-grupo-movimento. Dentro-fora do quadrado sala de aula, os *softwares* para dispositivos móveis são considerados boas estratégias pedagógicas e educativas e têm ajudado a potencializar a comunicação-autonomia-criatividade de Professores(as) e alunos(as) totalmente ativos e engajados – que passam de consumidores a produtores de conteúdos e saberes.

Os aparatos tecnológicos da cena Cibercultural oferecem vantagens que podem ser incorporadas na ação docente e no desenvolvimento de uma formação mais efetiva e direcionada. Assim, a integração desses artefatos tecnológicos é inevitável, pois eles já fazem parte do cotidiano dos indivíduos. Ao ignorá-los, os pares, a saber, Professor(a)-alunos(as), alunos(as)-Professor(a) e alunos(as)-alunos(as); perdem a grande oportunidade de utilizá-los em benefício da relação dialógica e dos processos de ensino e de aprendizagem.

Nesse bojo, as práticas contemporâneas – ecléticas e curriculares – ligadas às tecnologias da Cibercultura têm configurado novas formas de compartilhar, receber, produzir e armazenar a informação e o conhecimento. Isso mediante redes de colaboração e de autoria. Em vista disso, na sala de aula atual, os dispositivos tecnológicos ciberculturais auxiliam as práticas pedagógicas e educativas; onde, o aluno é protagonista e parte ativa do processo e o Professor seu guia no mundo do conhecimento.

Todavia, nessa era da conectividade e de mutações aceleradas, as tecnologias digitais estão afetando-mudando a forma como se produz, se consome, se relaciona e, até mesmo, exercemos a cidadania. Ao mesmo tempo, têm o potencial de gerar impactos e redefinições no cerne dos processos de ensino e de aprendizagem; uma vez que, a educação caminha para se tornar cada vez mais on-line, híbrida, ubíqua e calcada em modelos colaborativos. Atentemos a narrativa que segue, na qual utilizamos nomes fictícios:

Ana Maria tem 14 anos e mora em São Cristóvão, município do Estado de Sergipe fundado por espanhóis e localizado a 26 km da capital aracajuana. Olho na tela, dedo no “Zap” e aquela notificação preferida da semana: a Professora de Ciências programou uma visita ao Museu da Gente Sergipana. Ansiosa de carteirinha, após manter sua mente ativa ao longo da madrugada, esta aluna do 9º ano do Ensino Fundamental acordou super animada pra ir para a escola. Estranhamento? Nenhum.

Os pais da Ana já sabem que as aulas de sexta-feira são sempre motivo de tanta euforia. Sete horas, manhã de sol e muitas nuvens. O Antônio já estava em frente ao portão da Escola Estadual Professor Manoel dos Passos de Oliveira Teles à espera da “Baixinha” – carinhosamente chamada pelos colegas de classe – para conduzi-la até a Sala 2; pacto firmado desde o primeiro dia de aula.

Hora da entrada dos alunos e aquele susto: o toque da sirene por alguns segundos. A Professora fez a chamada, introduziu o conteúdo a ser estudado, esclareceu alguns conceitos e apresentou uma sugestão de análise a ser identificada e anotada pelos alunos no Museu. E, também, sinalizou as regras da atividade a ser desenvolvida em grupo e destacou as condições de comportamentos compatíveis a esta visitação.

Enquanto isso, em todo o tempo, Ana checava a hora e esquecia de poupar a bateria do seu *smartphone*. Recado dado. É chegado o momento de organizar a acomodação no ônibus. Alguns correram, outros apressaram os passos. Com o apoio de Antônio e do motorista, Ana foi a última a subir no ônibus e fez vários *stories* em rota. Com ar-condicionado, músicas e outras alegrias; a Professora de Ciências prosseguiu com atenção aos alunos durante o trajeto.

Bem-vindo a Aracaju! Primeira parada: Largo da Gente Sergipana. Dez esculturas de sete metros de altura que representam as danças e tradições, folguedos e manifestações da cultura popular de Sergipe: Lambe Sujo/Caboclinho; Taieira; Barco de Fogo; São Gonçalo; Reisado; Bacamarteiro; Cacumbi; Chegança; Parafuso. Uma instalação artística urbana integrada à paisagem natural do Rio Sergipe e ao Centro Histórico da capital do menor estado brasileiro, que dialoga conceitualmente com o acervo do Museu da Gente Sergipana – numa perspectiva de imersão pela valorização da identidade cultural do Estado.

As orientações foram atualizadas com sucesso. Os alunos foram recebidos pelo setor educativo que, por intermédio de suas ações, buscou a participação coletiva dos visitantes atrelada ao potencial expográfico do Museu da Gente.

O momento de troca dos participantes acerca dos referenciais culturais ampliou o conhecimento sobre os saberes e fazeres do povo sergipano, ao abordar não apenas os aspectos culturais, mas também científicos, históricos e geográficos. A partir de um processo lúdico, onde a brincadeira funcionou como um dispositivo de aprendizagem.

Ana não esbarrou em dificuldades de acesso – seja por obstáculos físicos ou de multissensorialidade. Aos 3 anos, ela teve uma paralisia infantil, o que não impediu até hoje que os seus sonhos circulassem por aí mesmo que pegando carona em sua cadeira de rodas. Durante a visita ela fez inúmeras fotos e vídeos e foi compartilhando com o seu grupo no “Uátzap”.

No surgir das dúvidas, ela recorria aos mediadores da unidade museal, pedia ajuda ao Antônio e, quando não convencida, chamava a Professora para sanar suas questões. Ana e demais colegas da turma, ficaram encantados com o passeio pela instalação permanente “Nossos Leitos”. Esta proporcionou uma visita sensorial pela flora e fauna de Sergipe. Na qual, sentados em um barco, os alunos adentraram um túnel com projeção em 360° e viajaram por uma grande variedade de ecossistemas: o sertão, a caatinga, a região do agreste, a mata atlântica e os manguezais; além de apreciar um conjunto de espécies animais – pouco conhecidos pela população local.

Olhar apaixonado e nada cansado, uma fala mansa e uma postura que passa tranquilidade; Ana deixou de lado aquela sensação constante que os ponteiros do

relógio correm a São Silvestre e mergulhou fundo no desconhecido – entremeio as instalações interativas e exposições itinerantes.

Fim da visitação. De volta à escola, a Professora ficou fascinada com os relatos dos alunos e mega ansiosa pelas produções que serão apresentadas na aula por vir. Ainda no ônibus, Ana disparou alguns *Tweets*, atualizou o seu Facebook, respondeu aos comentários sortidos do “Insta” e; não esperou chegar em casa para contar tudo sobre sua ida ao Museu no Grupo da Família do WhatsApp.

Antes de dormir, Aninha pega o *notebook* e faz a linha “*hashtag* blogueirinha” – ao descrever em seu *Tumblr* suas experiências museais; fazendo um comparativo entre o Museu da Gente Sergipana e os dois localizados próximos ao seu endereçamento: o Museu de Arte Sacra e o Museu Histórico de Sergipe.

No final de semana, a casa da “Baixinha” foi o ponto de encontro para colocar em prática o roteiro da atividade proposta, discutir os pontos altos do relatório de visita, colar as fotos e os desenhos feitos por Antônio e Naiara no *paspatur*, e preparar um vídeo para o canal do grupo no YouTube. Um dia antes, aconteceu um ensaio na escola para ajustes finais.

As apresentações foram um sucesso. A Professora agrupou no *Google Drive* o material escrito, gráfico e fotográfico produzido pelos alunos; de modo que todos tiveram acesso. E os desdobramentos formativos ficaram registrados na “*WhatsAula*” de Ciências em forma de narrativas, imagens e sons.

Ao ponderar os motes suscitados nas entrelinhas desta narrativa, fundamentada na força que os Museus de Sergipe possuem para desterritorializar a Educação formal e propiciar novos espaços-tempos de aprendizagem; contemplando o perfil atual e os usos e apropriações tecnológicas do aluno.

Ademais, convém reforçar que a vivência e itinerância de Ana, contada acima, transcorreu dias antes da Organização Mundial da Saúde – OMS declarar Pandemia mundial de Coronavírus em março de 2020. Apesar do surgimento e evolução do Coronavírus, denominado de SARS-CoV-2, causador da Pandemia de Covid-19, ter ocasionado repercussões e impactos sem precedentes nos setores museológico e cultural, em Sergipe e em escala global.

Suas portas foram fechadas, esvaziando o campo investigativo em evidência e provocando uma mudança de paradigma em sua dinâmica de trabalho e atuação; o número de visitantes aos espaços científico-culturais sergipanos ainda é muito baixo em relação a outras localidades brasileiras e além-fronteiras.

Para efeito de contraponto acerca da narrativa arrolada anteriormente, todavia é sabido que apesar dos avanços significativos, a falta de acesso à internet e às redes de telefonia móvel ainda é um problema social complexo que atinge a milhões de pessoas no Brasil. Seja pela ausência de oferta e cobertura de sinal com qualidade satisfatória em diversas regiões do país, seja pela inviabilidade de aquisição de pacotes de dados e até mesmo de dispositivos móveis (*Smartphone, Notebook, Tablet* ou *iPad*) – o que não é o caso da personagem hiperconectada-multitela Ana Maria.

Nos dias que correm, os dispositivos multitelas, convergentes, portáteis e multimídias são vias consolidadas e favoritas de acesso a conteúdo e informações variados na palma da mão; que acionamos cotidianamente por meio do seu vasto ecossistema de aplicativos móveis. Isto posto, na era da experiência e do engajamento, fruímos de uma miríade de aplicativos e soluções de navegação logada no Ciberespaço; que estão modificando diversos setores – principalmente o educacional, quando manipulados com intencionalidade pedagógica e formativa.

Seja *app* com informações rápidas e completas sobre cada elemento químico da Tabela Periódica, para aprendizado de Idiomas, para explorar os melhores Museus do mundo, para contatar pessoas de qualquer lugar do globo, para realizar Compras *Online*, para chamar um Táxi, de *Delivery* de comida, de Bancos, de Companhias Aéreas; entre outras opções gratuitas/pagas e muito fáceis/complexas de usar.

À vista disso, é inegável a desenvoltura que estes artefatos tecnológicos propiciam para que seus utilizadores desempenhem tarefas sem que sequer precisem se deslocar fisicamente; em poucos cliques. Neste enquadramento, a Tese em pauta emergiu ao partirmos da ideia de que os espaços museológicos são vistos como um lugar de preservação e impulsionador de memórias, e se tornou um ambiente que mobiliza saberes plurais e não só de ensino e de aprendizagem Não-formal, mas, também, de Divulgação Científica.

E, sobretudo, despontou da escassez de informações necessárias sobre estas Instituições musealizadas e a inexistência de um único meio (Guia, Aplicativo etc.) que incorpore todos os 69 Museus de Sergipe – atravancando a localização e o acesso.

Prontamente, delineamos o “*É DA GENTE*”. Além de não se configurar como um *software* educativo, seu repertório de atributos interativos, de navegação, informativos e visuais; oferece caminhos para melhorar-ampliar o acesso aos espaços científico-culturais de Sergipe. Tal como, abre múltiplas possibilidades para potencializar a Educação dita Não-formal e oportunizar as mais diversas experiências para os utilizadores – além de aguçar a curiosidade dos frequentadores e não-frequentadores.

Um *software* educativo é um recurso psicopedagógico interativo, integrado aos currículos escolares, que serve para aprimorar os processos de ensino e de aprendizagem; resultando em aprendizado e gerando conhecimento no sujeito de uma maneira diferente, agradável e adequada.

Costa e Oliveira (2004, p. 125), por exemplo, asseguram que um *software* educativo “é aquele tipo de programa desenvolvido especialmente para atividades de ensino, com o objetivo principal de permitir que alunos desenvolvam a aprendizagem de determinado conteúdo”. Ou seja, consegue transformar o estudo de um componente curricular nada agradável em um Jogo.

Diante do exposto, propomos e defendemos a asserção de que, no menor Estado em extensão territorial do Brasil, independente do formato e do suporte, não existe um meio que facilite a busca por informações sobre os equipamentos científico-culturais e potencialize o acesso junto aos Museus de Sergipe – visando a formação cultural e científica da sociedade.

Tendo em vista o escopo deste estudo, procuraremos responder ao seguinte problema de pesquisa: Quais mecanismos de apoio à busca por informações acerca dos equipamentos científico-culturais podem ser desenvolvidos e implementados para concentrá-las em um só lugar e, principalmente, facilitar e potencializar o acesso junto aos Museus de Sergipe?

Partimos do pressuposto de que: O protótipo do Aplicativo-Guia “*É DA GENTE*” é um fenômeno Ciber que facilita a busca por informações e potencializa o acesso junto aos Museus de Sergipe com o deslizar dos dedos em telas digitais.

Considerando a elucidação da Hipótese Principal, arquitetamos as seguintes suposições secundárias:

- O Aplicativo-Guia “*É DA GENTE*” facilita a busca por informações e melhora / amplia o acesso junto aos 69 equipamentos científico-culturais de Sergipe – sempre de maneira mais otimizada, rápida e dinâmica;
- O *app* une em um só lugar todas as informações essenciais acerca dos Museus de Sergipe de forma gratuita, e o melhor, tudo isso na palma da mão;
- O *software* favorece o despertar da curiosidade e do interesse pelas unidades museais de Sergipe e a formação cultural e científica do público-alvo;
- Esta aplicação aproxima o ensino Formal e Não-formal para dinamizar seus atos de currículo e amplifica a Divulgação Científica; com vantagem para as pedagogias do agora e popularização da Ciência e progresso do turismo sergipano;
- O “*É DA GENTE*” contribui para o fortalecimento e a propagação dos saberes e fazeres da gente sergipana;
- Os Museus de Sergipe colaboram para desterritorializar a Educação formal e propiciam novos espaços-tempos de aprendizagem;
- As ações educativas desenvolvidas nos espaços expográficos dos Museus de Sergipe – entremeio a tecnologia e a interatividade – proporcionam e estimulam um olhar crítico-reflexivo sobre as identidades culturais do Estado e, também, contribuem com a sua consolidação;
- A potência expográfica dos Museus de Sergipe coopera com a divulgação dos saberes científico-culturais produzidos e praticados a partir do olhar do visitante dentro-fora da cena Cibercultural.



Deste modo, ao nos lançarmos em busca de respostas para as inquietações que o tema conjuga, a presente investigação tem como **Objetivo Geral**: Prototipar<sup>1</sup> um Aplicativo-Guia gratuito para dispositivos móveis multitelas, o “*É DA GENTE*”, com o propósito principal de facilitar a busca por informações e melhorar-ampliar o acesso aos Museus de Sergipe; tanto pelos grupos escolares e Instituições e roteiro turístico quanto pela população em geral.

Para tanto, com o intuito de atingir este alvo, estabelecemos os seguintes **Objetivos Específicos**:

- Mapear os equipamentos científico-culturais e de educação Não-formal e de Divulgação Científica de Sergipe;
- Reunir informações fundamentais acerca das unidades museais para compor e delinear o campo de pesquisa e a Interface do Aplicativo “*É DA GENTE*”;
- Desenvolver conteúdo genuíno, útil e relevante sobre as Instituições musealizadas e os saberes e fazeres da gente sergipana para incorporar nas telas/páginas do *software* “*É DA GENTE*”;
- Validar a Interface e Usabilidade da prototipação com a finalidade de comprovar se o “*É DA GENTE*” está atendendo ao propósito e ao foco previstos.

Por outro lado, na *Home Screen* – Tela Inicial – de uma Pesquisa Científica constam escolhas e trajetos teórico-epistemológico-metodológico a serem clicados e delimitados pelo pesquisador principal em navegação com o seu objeto de estudo na cena Cibercultural. Portanto, após este ponto de partida, a investigação será organizada da seguinte maneira:

Na primeira seção, após a Introdução e disseminação dos *spoilers*, **GPS Metodológico: Um Percurso Guiado**, explicaremos as estratégias metodológicas

---

<sup>1</sup> Para além do verbo, Prototipar vem do grego prótos (primeiro) e typos (tipo), o que, numa tradução quase literal, significa primeiro tipo ou primeiro modelo. No *Design Thinking*, nada mais é do que trazer nossas ideias para o mundo físico, ou seja, a sua representação visual primária. A prototipagem de *software* é a atividade de criação de protótipos de aplicativos, isto é, versões inacabadas da solução *Mobile* que está sendo desenvolvida.

utilizadas e seus desdobramentos, destacando suas adequações ao presente estudo.

Portanto, realizar uma visita guiada pela Metodologia que será utilizada na execução deste Relatório de Pesquisa é a melhor maneira de conhecer o caminho que os pesquisadores percorreram para alcançar os objetivos. Estes guias, ao longo da visita, levarão o leitor para entender de forma lógica e com clareza, o tipo de estudo, a abordagem da pesquisa, os participantes, os percursos e técnicas de produção e análises dos dados.

Articulados e imbricados com as potencialidades do Aplicativo-Guia “*É DA GENTE*” e oportunidades educacionais e de Divulgação Científica dos Museus de Sergipe; na cena Cibercultural. Após o momento de visita, o leitor deixará esta seção tendo visto como foi estruturada a Metodologia a partir dos diversos procedimentos e dispositivos de pesquisa que mobilizamos para o desenvolvimento desta pesquisa.

Na seção dois, ***Touch ID: Desbloqueie o Campo Teórico***, para responder ao problema, anteriormente citado, e alcançar os objetivos da investigação planejada, primeiramente, será realizado um estudo Bibliográfico. Esta terá como propósito, a articulação de conceitos e ideias pertinentes à temática, além de aprofundar teórico-epistemologicamente a discussão acerca dos eixos estabelecidos e que se acionam mutuamente; ao se apropriar de autores / impulsionadores que surgirem no decorrer da pesquisa e da necessidade que cada bifurcação demandar.

Na terceira seção do texto, “*É DA GENTE*”: **Baixe grátis o nosso App**, após a etapa da investigação que contribuiu com a compilação de informações fundamentais para compor e delinear o campo de estudo e a Interface do *app*; apresentaremos um desenho da área de interação com a gaveta do menu e suas abas que integrarão o aplicativo móvel “*É DA GENTE*”. Mediante uma Interface moderna que privilegia e potencializa a ampliação da experiência do interagente com os inúmeros Museus de Sergipe na palma da mão; eliminando obstáculos de utilização.

E depois, o detalhamento de cada aplicação específica será exposto com intencionalidades pedagógica e estratégica junto a todos os passos do processo de prototipagem do *software* – na cena Cibercultural.

Na seção quatro, **Versão Beta do “É DA GENTE”: Produção e Discussão dos Dados**, será retratada a etapa exploratória da pesquisa por meio de gráficos, fundamentada na produção e discussão dos dados obtidos via aplicação de um Questionário. Instrumento de recolha de informações destinado à identificação de perfis e validação de Interface e Usabilidade junto aos Professores(as) e Alunos(as) – usuários potenciais/reais do “É DA GENTE” – de uma Instituição de Ensino particular, situada na cidade de Aracaju, no Estado de Sergipe; potencializando a validade dos resultados da investigação.

Na quinta seção, **Mockups – Guia Ilustrado: Produto de Tese**, exibiremos a versão completa do Produto de Tese, por intermédio de um Guia Ilustrado, com todos os *Mockups* do aplicativo e demonstração detalhada de seus elementos finais de *Design* e arsenal de atributos e recursos tecnológicos bastante diversificados implantados nas telas/páginas do protótipo – que dão ao “É DA GENTE” a sua identidade.

Com o deslogar do *app*, na seção seis, **Fazendo Logoff: Algumas Considerações**, publicizaremos os resultados obtidos mediante o processo de prototipação do Aplicativo-Guia “É DA GENTE”; além de possíveis respostas ao problema de pesquisa em tela, de modo que afirmará, ou não, as hipóteses formuladas neste texto. E, como sugestão para estudos futuros, lançaremos propostas de continuidade ao tema discutido nesta pesquisa.

Finalmente, na última parte deste documento, denominada de **Desenvolvedores**, serão apresentados(as) os(as) autores(as) responsáveis por todas as etapas relativas à investigação e à prototipagem do “É DA GENTE”. Estes estão profundamente articulados e imbricados teórico-epistemológico-metodologicamente com a feitura desta Tese e, principalmente, implicados com a cena Cibercultural. Além do mais, possibilitando a identificação e localização de um(a) autor(a) utilizado(a) e referenciado(a), divulgado(a) em diferentes suportes ou formatos e apresentado(a) de forma normatizada; segundo as orientações da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

Em tempos de tempestade digital, fica aqui o convite para que, juntos, possamos agenciar um processo de trocas e redimensionamentos e, em especial,

velejar nos oceanos hipermidiáticos e multimodais do Ciberespaço; em busca do inédito viável nas arenas Científica, Educacional e Tecnológica sergipana.

Nosso intuito com o “*É DA GENTE*”, nesse contexto promissor de inovações é pensar rotas que abram janelas nas telas dos dispositivos móveis. Espaços onde as experiências, as significações, os conhecimentos plurais e os sentidos produzidos pelos variados públicos visitantes e os modos de ser e estar nos Museus de Sergipe – apontem para um caminho clicável e de múltiplas possibilidades e olhares.

Sem demora, ao mergulhar nas entrelinhas que seguem, mire a câmera do seu *Smartphone* (ou outro dispositivo de sua preferência) para o *QR Code* disponível em cada seção e se deixe levar pelas ondas das canções e demais conteúdo ilustrativo, contextualizado e reflexivo.

## 2 GPS METODOLÓGICO: UM PERCURSO GUIADO



Confira por meio do QR Code  
"Museu" – Chico César

*Status:* "Musa eu, sou seu museu aberto pra visitação".

Nesta seção realizaremos uma visita guiada pelas apropriações metodológicas e seus desdobramentos na execução deste planejamento de pesquisa, com o intuito de apresentar a rota percorrida e destacar suas adequações para alcançar os objetivos propostos. Na *Home Screen* – Tela Inicial – de uma Pesquisa Científica constam escolhas e trajetos teórico-epistemológico-metodológico a serem clicados e delimitados pelo pesquisador principal em navegação com o seu objeto de estudo na cena Cibercultural. Logo, nesta investigação, para que o aplicativo "*É DA GENTE*" atendesse à sua proposição; *hiperlinkamos* a abordagem de Pesquisa Qualitativa com o método prático-criativo do *Design Thinking* (BROWN, 2020). Por fim, ao deslizar e tocar os dedos nestas telas, o leitor-usuário-visitante terá acesso as etapas do processo de desenvolvimento do "*É DA GENTE*" e a experiência de testagem e avaliação – mediante validação de Interface e Usabilidade do protótipo – com um Grupo Focal. Sigam-me os bons!

### 2.1 Sobre Pesquisar Qualitativamente por trilhas Exploratórias, Descritivas e Analíticas

Para a feitura da pesquisa em foco, a preferência metodológica por uma abordagem qualitativa, de natureza aplicada e de cunho exploratório e descritivo e analítico se deu pela possibilidade de perscrutar com intensidade o processo de prototipagem do *app* "*É DA GENTE*"; com vista a facilitar a busca de informações necessárias em um só lugar e com apenas um clique. Como também ampliar o acesso aos Museus de Sergipe por grupos escolares e de Instituições, população em geral e roteiro turístico.

A predileção da metodologia e dos procedimentos articulados neste estudo norteou e alicerçou todas as fases e rumos de sua concretização, uma vez que,

alargaram os olhares junto ao objeto pesquisado e guiaram todos os atos mobilizados em busca de respostas para a questão de investigação.

Desta forma, entendemos que as ponderações e delineamentos do método – apreciados antes e durante o processo de prototipação do *software* – foram imprescindíveis para detectarmos as itinerâncias que necessitaríamos percorrer com o desejo de atingir os objetivos propostos. Pois ao longo destas rotas trafegadas emergiram inúmeras tensões, incertezas, escolhas, decisões e o esvaziamento do campo de pesquisa em consequência da Pandemia de Covid-19 e negacionismo científico.

Nesse percurso, tão relevante quanto aderir à metodologia mais apropriada e esboçar um trajeto bem engendrado, é ter domínio da sua aplicabilidade – seja no campo da Educação ou em qualquer outra área de conhecimento. Tal feito garantirá a qualidade do estudo perante a comunidade científica e a sociedade, dará mais autonomia e segurança ao pesquisador principal e possibilitará uma reflexão crítica acerca do objeto de pesquisa.

Com esse nosso jeito de fazer pesquisa foi possível observar, definir, idear, prototipar, testar, avaliar, descrever e analisar cada etapa do processo de criação da versão "crua" do aplicativo “*É DA GENTE*”. Portanto, compreendemos que o alvo de uma pesquisa de abordagem qualitativa é a análise interpretativa do fenômeno em observação; ambicionando captar seus significados e não a quantificação de dados produzidos.

Ou seja, evidenciando o processo – neste caso em específico, a tangibilização da ideia – e não o resultado ou produto em si. Por meio de um entendimento contextualizado que suscita as simulações e representações das experiências do usuário e, também, reconhece o impacto do procedimento investigativo sobre os sujeitos envolvidos no contexto da pesquisa. Esta, por sua vez, lida com as tramas do digital em rede e dos dispositivos móveis, na cena Cibercultural, como forma de potencializar a Educação; trazendo novos contornos à sociedade.

Por esse ângulo, pesquisar qualitativamente no contexto da Educação, permite assimilar a complexidade de determinados fenômenos; sondando suas

especificidades e pluralidades. Isso implica explorá-los e descrevê-los por diversas perspectivas, além de compreender os significados e as interpretações que os participantes da pesquisa – selecionados intencionalmente e estimulados a pensar-falar livremente sobre a temática – atribuem a esses fenômenos e às suas experiências. (MATTAR; RAMOS, 2021).

Quanto à natureza, à finalidade, à utilização de seus achados e à contribuição que ela trará à Ciência; a Pesquisa Aplicada intenta forjar saberes e conhecimentos oportunos e de aplicação prática conjecturada para problemas específicos na busca de resultados e soluções concretas e imediatas.

No tocante aos objetivos, a Pesquisa Exploratória busca explorar um determinado problema, de modo a prover informações para uma investigação mais acertada; em outras palavras, é como prospectar as peças do quebra-cabeça – mediante levantamento bibliográfico – e em seguida montar “o jogo”. Gerando mais engajamento entre o pesquisador e o tema pesquisado, onde este vínculo é construído com base em hipóteses. Além de crucial para guiar todo o processo de produção de dados e a estruturação do arcabouço teórico-metodológico do estudo.

Afinal, a Pesquisa Exploratória consente articular as vantagens de se alcançar os aspectos qualitativos das informações à viabilidade de quantificá-los a posteriori. Esta combinação transcorre em nível de complementaridade, oportunizando amplificar a compreensão dos fatos e fenômenos e descortinar as potencialidades nas convergências e contradições encontradas. (MINAYO; SANCHES, 1993).

Em contrapartida, a Pesquisa Descritiva é elaborada a partir de documentos, levantamentos e abordagens de campo e, como o próprio nome já insinua, descreve minuciosamente e com imparcialidade; experiências, processos, situações e fenômenos – sem interferências, manipulações ou julgamentos de quem está investigando. (GIL, 2007).

A pertinência da descrição está no bojo de configurar o campo de pesquisa com cliques de ação que consistem em observar, interrogar, coletar, analisar, registrar e interpretar os dados produzidos; fruto da conexão entre o objeto de pesquisa *linkado* com as narrativas apresentadas pelos sujeitos participantes. A

Pesquisa Descritiva é, então, Analítica e, no enquadramento desta inquirição, fundamental para alcançar os objetivos delineados.

O método Analítico de investigação expande as resultâncias da Pesquisa Descritiva ao averiguar e elucidar porque ou como os fatos e informações estão ocorrendo. A ideia é localizar os elementos essenciais por trás do fenômeno que está sendo observado para extrapolar a superficialidade e atingir o seu aprofundamento.

Para a execução da análise e interpretação dos dados foi indispensável o estabelecimento de categorias com os subsídios de maior relevância no que concerne a problemática estudada. Os motes mais significativos e de amplo realce entre os sujeitos da pesquisa foram divididos em dois Eixos de Análise: Interface e Usabilidade; e serão expostos na Seção 5 (p. 78).

A seguir, mostraremos como a metodologia *Design Thinking* (BROWN, 2020) foi operacionalmente aplicada na concepção do “*É DA GENTE*”, de maneira a promover inovações no âmbito educacional; fomentando atos culturais e impactos sociais e aproximação museu-sociedade.

## **2.2 *Design Thinking*: Ideias inovadoras na palma da sua mão**

Embora o nome “*Design*” seja constantemente relacionado a excelência técnica e estética de produtos, o *Design Thinking* como procedimento metodológico produz soluções rápidas, criativas e inovadoras que geram novos significados e estimulam os diversos aspectos (cognitivo, emocional e sensorial) envolvidos na experiência humana; para descobrir alternativas viáveis para a sociedade. (VIANNA, 2012). Isto significa desenvolver produtos, idealizar projetos e solucionar problemas com uma mentalidade prática e focada no usuário – e em suas reais necessidades – que leva à inovação e com alto potencial de obter resultados mais atrativos.

No mais, o *Design Thinking* retrata o modo pouco convencional do *designer* de pensar – a arquitetura de um projeto – e nos auxilia a encarar os desafios, os contextos e os fenômenos que emergem do ritmo frenético da cena Cibercultural; ao propor soluções que transformam realidades e constroem futuros desejáveis. Este



tipo de pensamento procura ponderar múltiplas informações por intermédio da compreensão do universo que permeia o problema estudado em busca de convergir em direção ao produto final.

Com a ascensão da tecnologia, sobretudo a *Mobile*, ficou evidente a versatilidade e a potência dos aplicativos para *smartphones* que, em geral, são *softwares* com variadas funcionalidades que tentam trazer praticidade, velocidade e otimização do tempo para o cotidiano das pessoas. Às vezes são extremamente simples, outras mais complexos. Alguns são gratuitos, outros pagos. Uns fáceis de usar, outros nem tanto. Entretanto, o atributo que mais importa para um *app* é certamente o quão útil ele é. Assim sendo, as propostas de soluções do *Design Thinking* visam tornar um produto funcional, utilizável e agradável para seus interagentes.

Nos dias que correm, na era da experiência e do engajamento, fruímos de uma pluralidade de aplicativos e soluções de navegação logada no Ciberespaço; que estão modificando diversos setores – principalmente o educacional, quando acionados com intencionalidade pedagógica e formativa.

Seja *app* com informações rápidas e completas sobre cada elemento químico da Tabela Periódica, para aprendizado de Idiomas, para explorar os melhores Museus do mundo, para contatar pessoas de qualquer lugar do globo, para realizar Compras *Online*, para chamar um Táxi, de *Delivery* de comida, de Bancos, de Companhias Aéreas; entre outras opções gratuitas/pagas e muito fáceis/complexas de usar.

À vista disso, é inegável a desenvoltura que estes artefatos tecnológicos propiciam para que seus usuários desempenhem tarefas sem que sequer precisem se deslocar fisicamente; em poucos cliques.

O ciberespaço está agora mais presente do que nunca, tão presente a um simples toque de dedos em levíssimos dispositivos sempre na palma de nossas mãos, que nem sequer nos damos conta de estarmos ao mesmo tempo no ciberespaço e fora dele, pisando o chão e simultaneamente ubíquos, viajando, pousando, entrando e saindo de espaços de informação e de comunicação à mesma velocidade com que nossos olhos piscam. (SANTAELLA, 2010, p. 89).

Como já sinalizamos, para que o aplicativo “*É DA GENTE*” atendesse à sua proposição; atuamos ativamente com o *Design Thinking*. Este método foi escolhido por demandar que o problema seja detectado pelo prisma das representações atreladas à intensa relação dos sujeitos com aparatos tecnológicos, até que se chegue a uma solução criativa e satisfatória – que não precisa ser propriamente um produto palpável; mas a simulação de uma experiência que pode facilitar a busca de informações e melhorar o acesso aos Museus de Sergipe, por exemplo.

O processo baseado no *Design Thinking* – foco no usuário, cocriação de soluções e experimentação – geralmente é feito por uma equipe multidisciplinar, com atribuições definidas, cronograma de produção e testagem com alinhamento estratégico e dividido em etapas. No que concerne o “*É DA GENTE*” foi primordial o trabalho e empenho do pesquisador principal e da *Designer* Gráfica (Linda Barros); para desenvolver a prototipagem de uma aplicação moderna, funcional e atraente.

Esta profissional projetou para dispositivos móveis multitelas a interface gráfica e definiu a linguagem visual do aplicativo, ou seja, atuou como *Designer* de Interface ou *Front-End* e *Designer* Digital. Neste processo de criação – ao prototipar uma experiência mais intuitiva – de um lado, o pesquisador principal esboçou e descreveu o conjunto de funcionalidades e gerou conteúdo para as telas do “*É DA GENTE*” e, posteriormente, “*brifou*” a *Designer*.

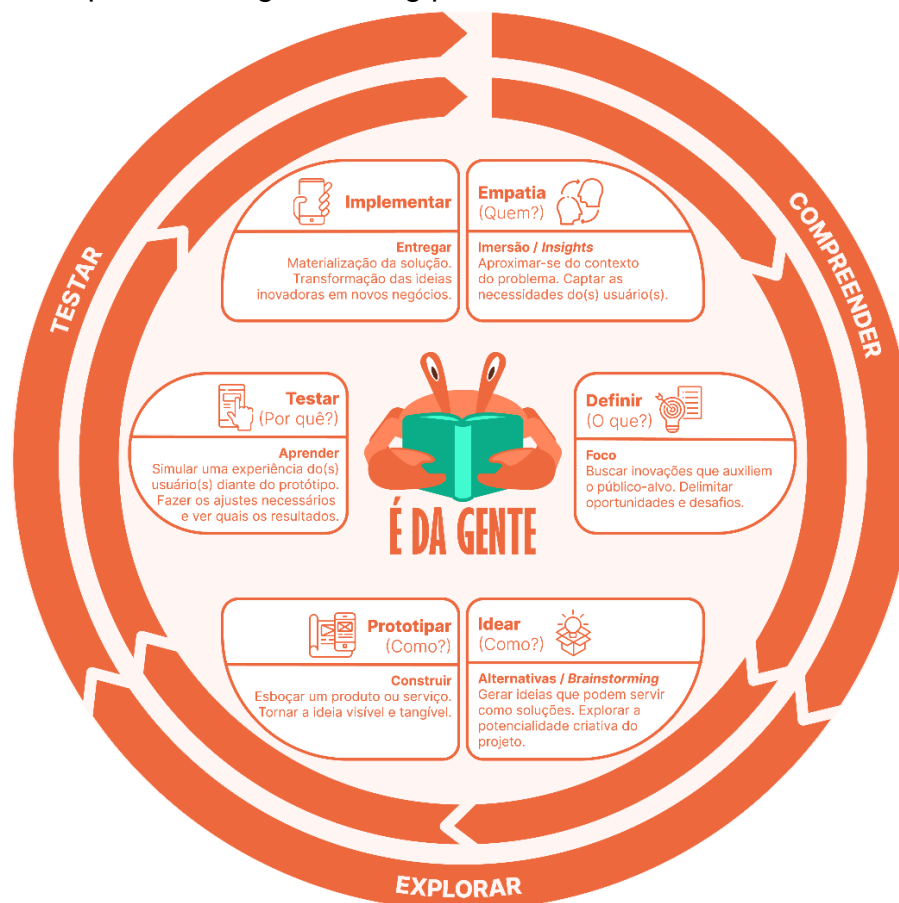
Que, por outro lado, captou exatamente a ideia do projeto e estabeleceu todos os elementos visuais do *app*, tal qual o modo como eles estão estruturados e organizados. Isto é, itens como a fonte utilizada, o *layout*, o esquema de cores e os ícones que compõem o *design* de interface do “*É DA GENTE*”; entre outros. Inclusive, a criação do ícone, da marca e de outros elementos que agregam ao prospecto o valor necessário em termos de identidade visual. Juntos, eles dão ao *software* originalidade e uma atmosfera única de interação e garantem que a usabilidade seja a melhor possível.

Já o Programador ou Desenvolvedor *Back-End*, designado a escrever o código, daria vida ao projeto pensado pela *Designer*, implementando a ideia e logística de desempenho do aplicativo por intermédio de diferentes linguagens de programação. Cabe mencionar que este último, responsável pela parte mais técnica, não foi contemplado na proposta; pois a prototipação do “*É DA GENTE*” busca

simular a experiência do usuário com a solução final e mostrar como serão as funcionalidades de maneira simplificada – além de assegurar que todos os recursos estão atendendo aos requisitos estabelecidos.

A estrutura do *design* percorre um fluxo “iteracional” que é de compreender, explorar e testar. Dentro destas partes maiores existem seis fases distintas: Empatia, Definir, Idear, Prototipar, Testar e Implementar. Estas foram bem demarcadas, com a intenção de tornar mais didática à compreensão de cada estágio que será descrito e ilustrado (**Figura 2**) abaixo. “Iterativo” quer dizer cíclico, que circuita diversas vezes, refinando a cada novo ciclo de desenvolvimento; ao *startar* com soluções mais básicas e mais baratas até o alcance de um resultado primoroso, mais adequado às reais necessidades do público-alvo.

**Figura 2:** Etapas do *Design Thinking* para desenvolvimento do “É DA GENTE”.



**Fonte:** Nielsen Norman Group. Tradução e Adaptação 'AAA Inovação' e autor (2022).

O primeiro passo do processo tem como escopo a aproximação do contexto investigativo em questão – entremeado com dilemas que geram *insights* oportunos,

motivam desafios de inovações e abrem novas perspectivas, como é o nosso enquadramento, para o campo educacional. Esta fase, intitulada **Empatia**, tenciona o entendimento incipiente do problema e identifica as reais necessidades do público-alvo.

Assim dizendo, essa imergência/mergulho no contexto para descobrir a origem e interpretar a situação-problema; objetiva formular uma imagem certa de quem são seus “users” finais, quais imbróglis eles enfrentam e quais expectativas e instâncias precisam ser solucionadas. Uma ponderação muito vantajosa na hora de sermos empáticos com o nosso usuário potencial/real, para quem prototipamos o “*É DA GENTE*”, foi enxergá-lo como cocriador ativo da solução *Mobile* e não somente como objeto de estudo.

De acordo com o exposto, o ponto de partida do “*É DA GENTE*” surgiu durante uma imersão preliminar que ocasionou uma conversa informal com um grupo de Professores de uma Instituição de Ensino particular, localizada na cidade de Aracaju, no Estado de Sergipe. Na oportunidade, foi possível perceber que a grande maioria admite que os Museus tenham ampla influência no processo de ensino e de aprendizagem e na sua própria formação.

Mas por desconhecer o quantitativo de equipamentos científico-culturais presentes em solo sergipano, opta por impulsionar atos de currículo apenas no Museu da Gente Sergipana. Este que, por sua vez, é o mais notado do Estado e abriga um espaço multimídia de última geração e celebra a cultura e a identidade do povo sergipano de forma interativa.

Logo, além do dessaber acerca do montante de Museus espalhados em 16 municípios sergipanos, esta abordagem superficial demandou outros reveses como a falta de informações necessárias sobre estes espaços e a inexistência de um único meio (Guia, Aplicativo etc.) que incorpore todas as 69 unidades museológicas de Sergipe – atravancando a localização e o acesso.

Neste bojo, mapeamos e prospectamos os aspectos, elementos e subsídios disponíveis; estabelecemos os resultados pretendidos; angariamos as informações relevantes e significativas; identificamos o que já foi empreendido; e captamos as

perspectivas e os desafios para embasar e apoiar a tomada de decisões junto às próximas etapas.

**Infográfico 1:** Estratégia de Mapeamento do Número de Museus de Sergipe.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Inicialmente, fizemos um rastreamento avançado no buscador *Google* e detectamos 36 Museus de Sergipe. Posteriormente, localizamos o ‘Guia de Museus e Memoriais de Sergipe’ hospedado nesta comunidade, idealizado pela Secretaria de Estado da Cultura e datado de 2014; e acrescentamos mais 16 artefatos científico-culturais.

Também tivemos acesso ao Guia do Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM, sendo a última edição de 2011; e inserimos mais sete das 25 unidades museais catalogadas. Ao nos depararmos com o Guia publicado em 2015 pela Associação Brasileira de Centros e Museus de Ciência – ABCMC, em parceria com a Fundação Oswaldo Cruz – FIOCRUZ, adicionamos mais quatro espaços museológicos.

Adiante, acionamos a Fundação de Cultura e Arte Aperipê de Sergipe – FUNCAP via *e-mail* e somamos mais seis Instituições musealizadas; das 37 contidas na listagem disponibilizada. Após a compilação de todos os dados, totalizamos 69

Museus mediadores do patrimônio material e imaterial do Estado – contabilizados em nossa pesquisa para levantamento do maior número de informações e delimitação do escopo da situação (**Ver Infográfico 1**).

Nesse sentido, cabe enfatizar, também, que buscamos contato com o Departamento do Curso de Bacharelado em Museologia da Universidade Federal de Sergipe – *Campus* de Laranjeiras (CampusLar), insistentemente, e não obtivemos retorno. Seja por *e-mail*, via *Direct* no Instagram e WhatsApp disparados entre Coordenação, Professores(as) e Alunos(as) do Centro Acadêmico de Museologia (CAM/UFS).

Se a **Empatia** é apropriada para situar os praticantes (ciber)culturais envolvidos no contexto e representa o problema que motiva a busca por soluções; o ciclo **Definir** estrutura, conecta e condensa os fatores e os fatos coletados anteriormente. De modo a inferir tendências e identificar e delimitar oportunidades e desafios de inovação, para o prosseguimento da proposta que promete facilitar a busca de informações e melhorar o acesso aos Museus de Sergipe.

De olho no ‘Mapa Museológico de Sergipe’, disponibilizamos no **Infográfico 2** a lista completa dos 69 equipamentos científico-culturais que serão incorporados ao “*É DA GENTE*” e foram organizados por ordem alfabética, por ‘Localidade’ e por ‘Divulgação Científica em Museus de Sergipe’; onde legendas com símbolos sinalizam os dados citados. Portanto, nos apropriamos deste formato de ordenação para favorecer o planejamento das tarefas que irão compor o processo de prototipagem e o desenvolvimento do *software*; além de servir de guia para alcançarmos os resultados pretendidos.

Até o momento, foram identificados, cadastrados e mapeados, 69 Museus em 16 municípios sergipanos. Sendo que, do total, 39 unidades museais estão localizadas, na capital, em Aracaju. Já as cidades Areia Branca, Boquim, Canindé, Estância, Frei Paulo, Indiaroba, Japaratuba, Moita Bonita, Nossa Senhora da Glória e Pirambu; dispõem de apenas um espaço museológico. Ao passo que Itabaiana possui três unidades museológicas, Laranjeiras abarca quatro, São Cristóvão contém oito e Nossa Senhora do Socorro e Tobias Barreto abrangem dois espaços científico-culturais.

## Infográfico 2: Inventário dos Museus de Sergipe.



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

Da capital ao sertão, os Museus de Sergipe abrigam e protegem um pedaço da história sergipana para ser contada e explorada; oportunizando processos não só de ensino e de aprendizagem Não-formal, mas, também, de Divulgação Científica. Desta totalidade, constatamos 16 Museus que são peças-chave para a Divulgação Científica.

Estes espaços operam para tecer memórias individuais e coletivas e como artefato pedagógico e educativo para aprofundar questões que não são bem discutidas ou não são vistas no nível básico de ensino. Além de divulgar a multidisciplinaridade das Ciências, seus avanços contemporâneos e fomentar uma ambiência impulsionadora de apropriação para a popularização e cultura científica.

Neste estágio do *Design Thinking*, de um jeito mais coloquial, é a hora de “pensar fora da caixa”; pois a **Ideação** remete ao processo de buscar novas perspectivas, abrir espaço para gerar-combinar-confrontar ideias / *insights* eficientes com criatividade e inovação e vislumbrar meios de resolver problemas que não são óbvios – tecnicamente e economicamente viáveis, assertivos e desejáveis para o interagente.

Com relação ao “*É DA GENTE*”, focalizamos na “tempestade de ideias” (*Brainstorming*) para a tomada de decisões; chegando ao consenso para que alcancemos os objetivos prováveis e que atendam o problema de maneira consistente e centrada nos indivíduos envolvidos.

Após filtrar as ideias e definir as soluções, é chegado o momento de **Prototipar** e dar forma a representação mental do alvo, ou seja, de oferecer alguma coisa tangível – mais concreta e visual, não tão abstrata – que pode ser testada em usuários potenciais/reais. Em outras palavras, esta fase se restringe a qualquer transformação de uma ideia em algo aplicável e eficaz e com bons resultados – no cenário técnico, tecnológico, financeiro e social.

À vista disso, no “*É DA GENTE*”, a feitura do esboço da solução *Mobile* é que tornou plausível sua visualização; da ideia à prática. Isto é, tentamos apresentar um protótipo do *app* bem próximo do produto e da experiência final – alcançando um modelo mais idêntico possível com o concreto e com a realidade para os nossos futuros utilizadores. Para essa finalidade, foi fundamental o trabalho e empenho do



pesquisador principal e da *Designer* Gráfica; para desenvolver a prototipação de uma aplicação moderna, funcional e atraente.

Para culminar com o propósito do aplicativo, entregamos menos funcionalidades, porém completas e úteis, do que muitos recursos inacabados e que não satisfaçam o nosso público-alvo. (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “*É DA GENTE*”, p. 175).

Conseqüentemente, a prototipagem é uma etapa essencial para obter resultados investindo menos, prever riscos, centrar na clareza e objetividade, aliar praticidade e funcionalidade, aprimorar processos-produtos-serviços por meio de *feedback* do “*user*” e comprovar se a ideia ou solução é praticável.

Protótipo em mãos, vamos aos testes? O ciclo de testagem permite experienciar e validar a ideia ou solução inovadora, melhor dizendo, **Testar** o potencial de concretização e de engajamento do que foi engendrado à realidade. Ele também é crucial para identificar e reparar eventuais imprecisões e lacunas que só podem ser verificadas na prática.

Isto posto, ao disponibilizar a ideia ou alternativa de saída para um determinado problema para uma amostragem do público a quem se destina, a experiência deles, em caráter avaliativo, legitimará a proposta.

Ademais, a versão beta do “*É DA GENTE*” será lançada na cena Cibercultural, para avaliação e validação de Interface e Usabilidade, e com base no *feedback* do navegante, será possível detectar e corrigir possíveis falhas e entender o que funcionará bem e o que precisará ser aprimorado e reconfigurado.

Todas as alterações e melhorias – sugeridas pelos testadores beta no Grupo Focal – serão realizadas para não comprometer a experiência do interagente no transcorrer de sua jornada pela Interface do *software* e antes de avançarmos para o estágio de Implementação desta solução *Mobile*.

Na sexta e última fase, depois de testes e mais testes, é hora de aplicar a solução formulada ou disponibilizar o novo produto-serviço no mercado. Isso porque o processo de **Implementação** da solução formatada em sua versão definitiva envolve a transformação e materialização das ideias inovadoras em novos negócios, por intermédio do método prático-criativo do *Design Thinking*.

Cabe observar, portanto, que as etapas do Design Thinking aqui abordadas, apesar de serem apresentadas linearmente, possuem uma natureza bastante versátil e não linear. Ou seja, tais fases podem ser moldadas e configuradas de modo que se adequem a natureza do projeto e do problema em questão. É possível, por exemplo, começar um projeto pela fase de Imersão e realizar ciclos de Prototipação enquanto se estuda o contexto, ou ao longo de todo o projeto. Sessões de Ideação não precisam ser realizadas em um momento estanque do processo, mas podem permeá-lo do início ao fim. Da mesma forma, um novo projeto pode começar na Prototipação [...]. (VIANNA et al., 2012, p. 18).

Em busca da efetivação do “*É DA GENTE*”, solicitamos orçamento junto à Fábrica de Aplicativos – FABAPP, e outras *startups* do setor, para custeio e execução das ações do *app*. Logo, ficou inviável modelar, construir e publicar nas *App Stores* (Lojas de Aplicativos) oficiais do *Google* e da *Apple* – via Fabapp – devido ao elevado custo financeiro envolvido na aquisição do *software*.

Mais adiante, apresentamos ao Instituto de Tecnologia e Pesquisa – ITP/SE, lotado no *Campus* sede da Universidade Tiradentes – UNIT, na cidade de Aracaju-SE, o que foi desenvolvido, seus diferenciais e vantagens; a fim de requerermos o ‘Registro de *Software*’ para garantia e cessão de direitos autorais ao inventor / pesquisador principal. Tal solicitação foi de pronto atendida e sem custos relativos à tramitação do processo.

Por outro lado, fomos impedidos de avançar da Prototipação à Implementação com o “*É DA GENTE*”, pois, mediante as exigências do ITP/SE, recorreremos ao Tiradentes Innovation Center para demandar o nosso desejo de fazer com que o público-alvo efetivamente utilizasse a nossa proposta de inovação em seus dispositivos móveis multitelas. Tal tentativa gerou descontentamento e frustração, uma vez que, para a Coordenação de Empreendedorismo e Inovação do Centro de Inovação da Unit, o “*É DA GENTE*”, pode render visibilidade, mas não gerar negócios de fato para o Grupo Tiradentes.

Sumariamente, o *app* e marca do “*É DA GENTE*” seguem protegidos juridicamente e por leis específicas e o seu ‘Registro de Direito Autoral’ foi obtido pelo 10º Ofício da Comarca de Aracaju (Ver **Anexo 3**, p. 192).

### 2.3 Do *Focus Group* à Cocriação: Avaliação e Validação de Interface e Usabilidade do “É DA GENTE”

Após concluir todo o processo de *design* das telas/páginas que compõem o “É DA GENTE”, é chegado o momento de visualizar como os usuários potenciais/reais podem experimentar e testar o aplicativo mediante apresentação e explanação das representações visuais da prototipagem; com o intuito de prever quaisquer problemas ou falhas referentes a Interface e Usabilidade.

Portanto, projetamos todas as telas/páginas da versão beta do “É DA GENTE” na sequência de navegação desejada e organizamos os fluxos interacionais e navegacionais em uma ordem lógica de execução; ao passo que o *QR Code* compartilhável já direciona o testador beta para o “*Mockups – Guia Ilustrado*”. Em que, neste *script*, compartilhamos o detalhamento da prototipação por meio de um arsenal de atributos e recursos tecnológicos bastante diversificados para avaliação e validação e prospecção de *feedbacks* e *insights*. (Fazer *Scroll* para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “É DA GENTE”, p. 175).

Para tal propósito, optamos pela realização de um Grupo Focal – método de pesquisa qualitativa para recolha de dados por intermédio das interações grupais ao se discutir um tópico proposto pelo pesquisador principal, neste caso, o processo de desenvolvimento do “É DA GENTE”. Ou seja, cuja intenção crucial é publicizar as percepções dos integrantes sobre as tónicas em torno do *software*; nesta primeira fase de produção de dados.

Elegemos determinados depoimentos que evidenciaram o elevado nível de satisfação com a versão beta do “É DA GENTE” e o cenário de trocas que o Grupo Focal ensejou. Consequentemente, nos apropriamos destas narrativas acerca de suas impressões e experimentações, que consideramos importantes, para contextualizar os debates e, similarmente, ilustrar as telas/páginas da janela “Deixe seu Comentário” do “É DA GENTE” – ao invés de disponibilizarmos a transcrição dos diálogos do Grupo Focal na íntegra.

Por outro lado, atribuímos aos relatos – em formato de Caranguejo, ícone do “É DA GENTE” – nomes (e suas profissões) fictícios em homenagem aos amigos

que acompanham a trajetória de vida e formação do pesquisador principal, como também, exigimos a autorização de uso de imagem por parte destes sujeitos. (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “*É DA GENTE*”, p. 40-41).

A percepção está relacionada à capacidade dos participantes do Grupo Focal identificarem e compreenderem as ações executadas, ou em execução; o que contribui para minimizar erros e custos – possibilitando a criação de um Aplicativo-Guia aplicável e válido para facilitar a busca por informações e melhorar-ampliar o acesso junto aos Museus de Sergipe.

Para a definição e organização do Grupo Focal, foi indispensável ter clareza quanto aos parâmetros de inserção dos colaboradores na investigação. Esta técnica de pesquisa não-diretiva “pode ser utilizada em conjunto com outras técnicas de coleta de dados, como entrevistas, questionários e observação” (MATTAR; RAMOS, 2021). E, no decurso de sua aplicação, reuniu cinco Professores(as) e cinco Alunos(as) de uma Instituição de Ensino particular, situada na cidade de Aracaju, no Estado de Sergipe.

Frisamos que o *Design Thinking* não tem como alvo captar amostras numéricas volumosas, mas, sim, compreender como se comporta e reage aquele recorte multifacetado e propício – garantindo representatividade. Logo, o foco principal é obter o máximo de dados e *insights* carregados de informações pertinentes, uma vez que, os testes aprimoram e entregam a melhor versão.

Por outro lado, Giovinazzo (2001) pondera que o tamanho ideal para os Grupos Focais deve ficar entre 8 e 12 participantes. Segundo este autor, experiências revelam que Grupos Focais acima de 12 integrantes inibem e reduzem as possibilidades de participação de todos e, raramente, produzem informações significativas e de extrema relevância.

Os utilizadores sinalizados acima foram recrutados intencionalmente e convidados para participar do debate com relação aos inúmeros e distintos recursos e funcionalidades incorporados ao *app* em foco. Tais mecanismos são atrativos e eficientes e prometem transformar o jeito como o interagente localiza, acessa,

colabora, cocria e se apropria do conteúdo e das informações acerca dos 69 Museus de Sergipe.

É a partir do processo de (co)criação que o “*É DA GENTE*” possibilita e envolve a atuação de “*users*” externos no movimento de idealização e desenvolvimento da prototipagem como colaboradores; garantindo uma dinâmica de intervenção autoral e comunicacional nos fluxos navegacionais – por meio de uma Interface moderna, interativa e de fácil navegação.

Além do mais, esta iniciativa é capaz de agregar valor, conteúdo e informações, conhecimento e múltiplas experiências (dentro-fora do *software*); a fim de gerar conjuntamente uma solução *Mobile* mutuamente criativa, satisfatória e valorizada. A inovação desponta exatamente daí: a colaboração entre pessoas com perspectivas e ideias díspares, decorrentes de circunstâncias dissemelhantes e cada uma com o seu aporte próprio. (Fazer *Scroll* no *Mockups*, p. 23 – Tela 5).

A seleção deste grupo restrito de participantes foi feita visando facilitar a moderação e levando em conta três critérios. O primeiro era que fossem cinco Professores(as), de ambos os sexos, em exercício na Educação Básica e, especificamente, que atuassem nos componentes curriculares que contemplem tanto as práticas de ensino como as atividades experimentais: Biologia, Física, Química, História e Língua Portuguesa.

Tendo em vista a avaliação e a discussão participativa quanto ao uso do “*É DA GENTE*”, a relação mútua entre a aprendizagem escolar e museal e a promoção da formação científica e cidadã dos seus Alunos(as) – a partir do acesso às unidades museais de Sergipe. O segundo, que fossem Alunos(as), também, de ambos os sexos, representantes tanto do Ensino Fundamental quanto do Ensino Médio.

E o terceiro critério, era quanto ao estilo de vida móvel destes membros; atrelado aos múltiplos usos e apropriações dos dispositivos móveis, dos aplicativos e *sites* de Redes Sociais Digitais e outros artefatos tecnológicos na cena Cibercultural. Estes voluntários foram indicados pela ‘Diretora Pedagógica e Inovação’ da Escola, a partir dos critérios acima explicitados e estabelecidos pelo pesquisador principal; de acordo com seu interesse no projeto “*É DA GENTE*” e disponibilidade.

Na véspera do Grupo Focal, selecionamos e preparamos os materiais específicos – conforme o objetivo e a metodologia que seria empregada – e, também, confirmamos via telefonema, a triagem dos “*testers*”, o horário e o local do encontro; no sentido de evitar contratempos.

Optamos por este método de pesquisa qualitativa, proveniente da entrevista coletiva, por viabilizar a exposição oral específica e espontânea dos envolvidos e, similarmente, fomentar interações grupais acerca do tema proposto; juntamente com os debates suscitados entre os participantes. No nosso caso, esta técnica de pesquisa foi guiada pelos cliques do processo de desenvolvimento do “*É DA GENTE*”; tencionando a avaliação e validação de Interface e Usabilidade – o que provê prospecção de *feedbacks* e *insights*.

A localização da sala, reservada nas modernas instalações da Unidade Escolar, viabilizou desenvolver a sessão com os sujeitos sem interferências externas. Considerado uma recomendação para o bom desenvolvimento dos Grupos Focais, o cuidado ao prever o espaço físico para realização do encontro foi de fundamental importância; pois fomentou o debate, garantiu a privacidade, assegurou o conforto, facilitou o acesso e oportunizou um ambiente neutro e agradável e acolhedor.

A acomodação em círculo propiciou a interação face a face, o bom contato visual e, ainda, a manutenção de distâncias iguais entre os testadores beta; constituindo o mesmo campo de visão para todos.

Inicialmente conversamos com o grupo a respeito da finalidade da sessão – com definição clara das instruções/regras no tocante a dinâmica a ser desenvolvida e da sistemática de testagem do “*É DA GENTE*”, a gravação em áudio e a garantia da segurança e do anonimato; com o escopo de endossar o sigilo ético. Da mesma forma, o aceite dos integrantes para o estudo, a apresentação e identificação com uso do crachá dos demais colaboradores do encontro e o moderador/facilitador (pesquisador principal) que conduz e medeia a discussão.

Seguidamente, o moderador disponibilizou via *QR Code* e expôs os *Mockups* do protótipo “*É DA GENTE*” na Lousa Digital Interativa da Escola, gerando impacto visual e atribuindo uma apresentação mais tangível/concreta e específica ao

navegante, isto é, transportando o *software* para uma dimensão mais real e aproximada do participante. Sem demora, focalizou e incentivou o desenvolvimento da temática, suscitou a participação de todos – moderando os monopolizadores da palavra – e aprofundou o debate; o qual transcorreu de modo criativo, descontraído e sem anormalidades.

Assim, à medida que os membros proferiam seus questionamentos, opiniões e percepções junto aos recursos e funcionalidade do “*É DA GENTE*”, como princípio para avaliar a Interface frente à Usabilidade; a discussão fluía naturalmente. O Grupo Focal aconteceu em uma única sessão com duração de duas horas e quarenta minutos, aproximadamente, sendo suficiente conforme delineamento; e no contraturno dos voluntários evitando distrações e interrupções e para não comprometer o horário das aulas.

**Figura 3:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Para tal, foram utilizadas questões norteadoras para os debates focais, as quais fizeram parte do guia de temas. Ressaltamos que o grau de importância destas interrogações não está relacionado à quantidade e, sim, à qualidade da elaboração e da aplicação; de acordo com os desígnios da técnica de pesquisa em evidência.

O Grupo Focal foi conduzido pelas seguintes indagações que serviram de esquema norteador: 1. O “*É DA GENTE*” traz alguma contribuição para o processo de ensino e de aprendizagem nos / com Museus de Sergipe?; 2. Você, Professor(a), pretende fazer uso do “*É DA GENTE*” para desenvolver atos de currículo com seus(as) Alunos(as) a partir da visitação aos Museus de Sergipe?; 3. Você, Aluno(a), gostaria que o(a) seu(a) Professor(a) se apropriasse do “*É DA GENTE*” para realizar alguma atividade a partir da visitação aos Museus de Sergipe?; 4. Você acha que outras funções são necessárias no “*É DA GENTE*”? Quais?; 5. Alguma sugestão para melhoria da usabilidade do “*É DA GENTE*”?; 6. Diante do teste realizado, o “*É DA GENTE*” atingiu o objetivo para o qual foi desenvolvido?

Durante a fase de testagem e experimentação, os “*testers*” do Grupo Focal interagiram entre pares (Professor(a)-Facilitador, Aluno(a)-Facilitador, Professor(a)-Aluno(a), Aluno(a)-Professor(a)) no que se refere a viabilidade de manusear o “*É DA GENTE*” e todos conseguiram compreender bem a estrutura e o funcionamento do *app*.

Do mesmo modo que, consideraram o aplicativo autoexplicativo e intuitivo, sinalizaram a simplicidade e facilidade de utilização e objetividade das ações e atribuíram um índice satisfatório de Usabilidade. Esses não apontaram impedimentos de manuseio, qualificaram o *design* de Interface do *software* como funcional, prático e esteticamente equilibrado/harmonioso. Ademais, julgaram o conteúdo e as informações confinados nas telas/páginas pertinentes e de qualidade e que potencializam a interação e outras pretensões.



**Figura 4:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Ao término do Grupo Focal, oportunizamos um último espaço aos sujeitos, tanto para acrescentarem ou esclarecerem alguma informação mencionada na discussão, quanto para falarem como se sentiram no decorrer do encontro. Encerramos com agradecimentos finais e providenciamos um lanche com o fito de retribuir o nível de comprometimento e engajamento e otimizar o tempo disponibilizado pelos testadores beta.

Em conformidade com os intuitos estabelecidos, esta investigação, mediante Grupo Focal, visou conectar os “users” ao app “É DA GENTE”. Em suma, ao considerarmos os efeitos satisfatórios e significativos no que concerne a experiência de testagem com o “É DA GENTE”, é possível afirmar que este aplicativo pode contribuir com a busca facilitada por informações e melhorar-ampliar o acesso junto aos 69 equipamentos científico-culturais de Sergipe.

E, também, aproximar o ensino Formal e Não-formal e dinamizar seus atos de currículo e amplificar a Divulgação Científica. Sempre de maneira mais otimizada, rápida e dinâmica na cena Cibercultural; além de oportunizar descobertas e vivências de autorias e cocriação de conteúdos e despertar o interesse do público-alvo pelo *software* em sua versão final.

**Figura 5:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Cabe enfatizarmos que, a segunda etapa de produção de dados correspondeu à aplicação de um Questionário destinado à identificação de perfis, avaliação e validação de Interface e Usabilidade junto aos Professores(as) e Alunos(as) – usuários potenciais/reais do “É DA GENTE”. Por conseguinte, este instrumento de recolha de informações contemplou 27 perguntas fechadas, também conhecidas como questões “objetivas”; visto que o preenchimento foi facultativo e

anônimo e foi aplicado por meio da plataforma para gestão de Questionários *Online* – *Google Forms*.

Já a Análise dos Dados foi baseada no contraste entre os indicadores formulados a partir das percepções e falas extraídas dos integrantes do Grupo Focal com os indicadores auferidos nas respostas do Questionário; o que assegura os principais achados da fase exploratória da pesquisa.

Para efeito da proposta apresentada, as categorias de análise serão discutidas e descritas, detalhadamente, na seção do arcabouço teórico e conceitual a seguir. Clica, que não tem textão!

### 3 TOUCH ID: DESBLOQUEIE O CAMPO TEÓRICO

Nesta seção, para responder ao problema, anteriormente citado, e alcançar os objetivos da investigação planeada, primeiramente, realizaremos um estudo Bibliográfico. Este teve como propósito, a articulação de conceitos e ideias pertinentes à temática, além de aprofundar teórico-epistemologicamente a discussão acerca dos eixos estabelecidos e que se acionam mutuamente (ver **Figura 6**); ao nos apropriarmos de autores / impulsionadores que surgiram no decorrer da pesquisa e da necessidade que cada bifurcação demandou.

Os “celulares inteligentes” (*smartphones*) ao invés de apenas armazenar informações de telefones, efetuar e atender ligações, enviar e receber mensagens de texto (SMS); realizam diversas tarefas mais avançadas. Por intermédio de processadores e sistemas operacionais modernos (*Android, iOS*, entre outros) – similares aos utilizados em computadores – também permitem acesso à internet a qualquer momento e a instalação e utilização de aplicativos móveis multifuncionais com melhoramentos em desempenho e Usabilidade constantes.

Em tempos de navegação frenética no Ciberespaço, sabemos que, estes dispositivos multitelas, convergentes, portáteis e multimídias são vias consolidadas e favoritas de acesso a conteúdo e informações variados na palma da mão; que acionamos cotidianamente por meio do seu vasto ecossistema de *softwares* móveis.

Isto posto, na era da experiência e do engajamento, fruímos de uma miríade de *apps* e soluções de navegação logada nas tramas da rede na cena Cibercultural; que estão modificando diversos setores – principalmente o educacional, quando manipulados com intencionalidade pedagógica e formativa.

As aplicações são elementos significativos que tornam o *smartphone* um artefato tecnológico tão potente, prático e integrado com os cotidianos. Instalados de forma simplificada e ligeira, estes despontaram como aplicativos para dispositivo móvel de maior preferência e são utilizados para comunicação, entretenimento e serviços múltiplos.

As pessoas estão a todo momento conectadas aos *softwares*: seja *app* com informações rápidas e completas sobre cada elemento químico da Tabela Periódica,

para aprendizado de Idiomas, para explorar os melhores Museus do mundo, para contatar pessoas de qualquer lugar do globo, para realizar Compras *Online*, para chamar um Táxi, de *Delivery* de comida, de Bancos, de Companhias Aéreas; entre outras opções gratuitas/pagas e muito fáceis/complexas de usar.

O crescimento no mercado mundial de aplicações alarga aceleradamente ano após ano. À vista disso, é inegável a desenvoltura que estes aparatos tecnológicos propiciam para que seus utilizadores desempenhem tarefas sem que sequer precisem se deslocar fisicamente; em poucos cliques. Isso em razão da junção de tecnologia, inovação e criatividade que fez emergir um leque de aplicativos úteis e de diferentes funcionalidades que melhoram, facilitam e automatizam várias demandas do nosso dia a dia.

Lemos, em seu livro, intitulado "A Tecnologia é um Vírus: Pandemia e Cultura Digital", nos convida a focar no forte crescimento e desdobramentos tecnológicos e na dependência de aplicativos e *sites* de Redes Sociais Digitais – que se intensificou com a Pandemia de Covid-19. Além do mais, este autor distingue os aplicativos de plataformas digitais, elucidando a estrutura que se forja em partes invisíveis de nossos dispositivos e serviços cotidianos; em tempos de conexão permanente.

Olhe para o seu *smartphone* e você verá muitos aplicativos. Eles são a parte visível, a pele de uma ampla infraestrutura de *hardwares* e de *softwares* (máquinas, dados, programas) chamada de Plataformas Digitais. O modelo de negócios dessa nova infraestrutura global é desenhado para oferecer serviços (na maioria gratuitos) baseados na captação, análise e inteligência de dados com fins comerciais. Aplicativo e plataforma não são, portanto, a mesma coisa. Aplicativos diversos podem fazer parte de uma mesma plataforma e as plataformas colaboram e se interligam para produzir mais inteligência na análise desses dados. Na ponta do sistema está o usuário, que é levado a fornecer dados diversos, inclusive pessoais, para o uso dos serviços, sendo excitado para se manter engajado e atento à plataforma por meio dos aplicativos. [...] Olhe de novo para a tela do seu celular e veja como a sua vida depende desses aplicativos. Você consegue passar um dia sem usar uma dessas plataformas? Possivelmente, não. (LEMOS, 2021, p.36-37)

A emergência sanitária em contexto de disseminação do Coronavírus, em Sergipe e em esfera global, causou repercussões e impactos sem precedentes nos setores museológico e cultural. Com o fechamento obrigatório das Instituições em todo o mundo, muitos Museus aprimoraram ou iniciaram o processo de construção

da sua presença digital nas plataformas convencionais de comunicação e informação; sobretudo no Instagram.

Arena dos mais diversos movimentos e atitudes de produção e compartilhamento de narrativas, imagens e sons para publicizar suas ações por meio de *posts*, *lives* e *webinars*; dentre outros formatos e possibilidades. Com essa mirada, muito menos da metade do montante de unidades museais – identificadas, cadastradas e mapeadas em 16 municípios sergipanos; até o momento – possui um *site* próprio ou uma conta institucional no Instagram, por exemplo, assim como, em outras Redes Sociais Digitais.

Isto significa que pouquíssimos equipamentos científico-culturais de Sergipe possuem algum perfil ativo em uma determinada Rede Social Digital da contemporaneidade e, quando tem, sua presença e constância são extremamente frágeis e insuficientes. Por outro lado, nenhuma unidade museal dispõe de um *app* privativo, porém, durante o período de quarentena digital, o Museu da Gente Sergipana foi o único que se apropriou das restrições e estratégias impostas pela Pandemia para lançar o seu *Tour Virtual*.

O *checklist* da curadoria digital do Museu da Gente descortina em poucos cliques este artefato museológico como lugar de memória para a valorização, o registro e a disseminação dos saberes e fazeres da gente sergipana. Mediante uma plataforma onde a comunicação e a informação transcorrem em alta navegabilidade e acessibilidade atrativas aos seus utilizadores.

A visitação em 360°<sup>2</sup>, enriquecida com elementos multimídia e interativos, ostenta toda a potência expográfica do Museu em tela, filmada e fotografada de diversos ângulos e em alta definição e sem itinerário obrigatório. Além disso, acessível de qualquer dispositivo conectado à internet (seja ele *mobile* ou não), em qualquer parte do globo, gratuitamente, assegurando boa usabilidade do Museu.

Partilhando desse mesmo enquadramento, o “*É DA GENTE*”, enquanto fenômeno da cena Cibercultural, surge “em meio a inumeráveis e profundas mudanças provocadas pela multiplicação de aparelhos, dispositivos, plataformas e

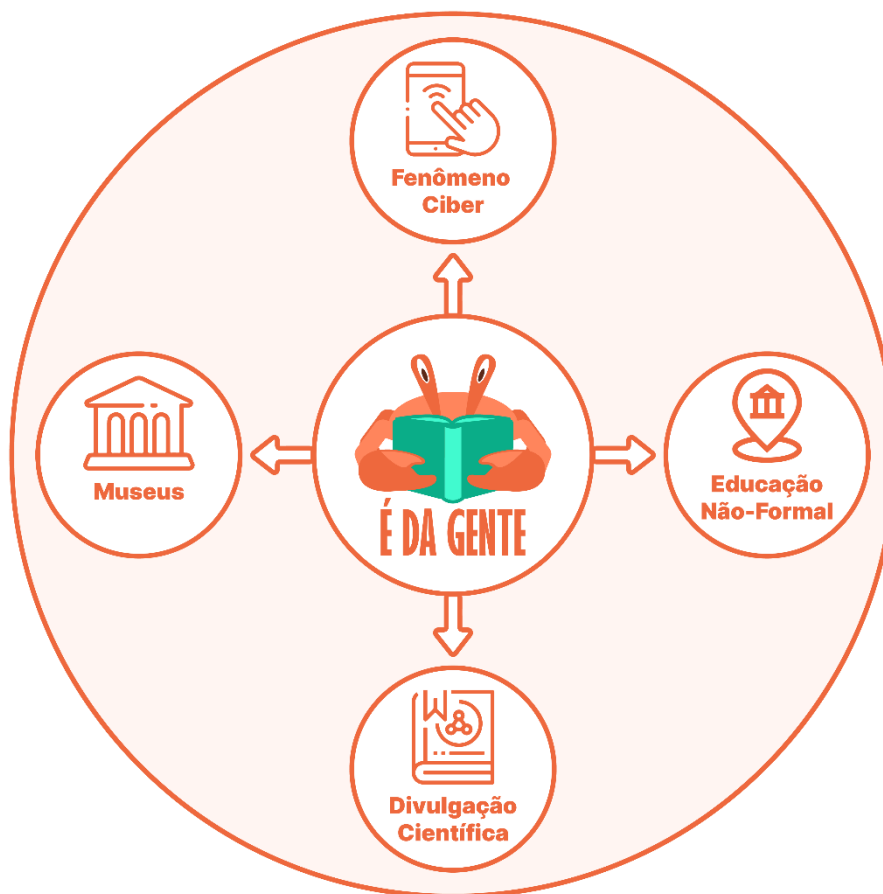
---

<sup>2</sup> Visite o Museu da Gente Sergipana sem sair de casa:  
<https://www.museudagentesergipana.com.br/tour/index.htm>

aplicativos que, cada vez mais, tomam conta de todas as atividades da vida humana” (SANTAELLA, 2021, p. 51).

Sendo assim, reconhecendo a robustez do Aplicativo-Guia “*É DA GENTE*”, nos parágrafos a seguir, exporemos algumas reflexões fundamentadas sobre a importância do tripé: Museu, Educação e Divulgação Científica – e seus desdobramentos na Cena Cibercultural.

**Figura 6:** Menu Teórico Clicável.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

### 3.1 Museu: Definição e um panorama de desafios e possibilidades

A concepção, não tão atual, que fruimos por Museu é a de um dado lugar permanente e franqueado onde se expõe ao público heterogêneo, com diferentes

perfis e interesses, de forma selecionada e organizada e administrada. Uma curadoria de coleções de objetos científicos, históricos, arqueológicos, etnográficos, de artes, entre outros. Tais exposições teriam um caráter, excepcionalmente, de estudo desses acervos.

Contudo, é instigante que façamos uma menção dos Museus por meio da História, como modo de assimilarmos a sua origem e evolução e os paradigmas que esse fenômeno percorreu. A ideia e a percepção habituais do que pode ser um Museu estão estreitamente associadas ao seu encadeamento operatório, alcançado na aglutinação da trinca: objeto, coleção e exposição.

A começar da Pré-história, o humano produzia e amontoava artefatos em conformidade com as suas necessidades e desejos e elos pessoais ou coletivos. Tais evidências foram notadas em escavações arqueológicas junto às câmaras funerárias daquele tempo. Já na Mesopotâmia – região desértica localizada entre os rios Tigre e Eufrates e que abrigou diversos povos e impérios durante a Antiguidade – no século II a.C., há sinais da eclosão de lugares que comportavam representações de antigas epígrafes; expostas para uso educativo nas escolas daquele período. (BAUER, 2014).

No Egito, país que liga o Nordeste da África ao Oriente Médio e remonta ao tempo dos Faraós, muitos dos tesouros acumulados pelos reis do Egito Antigo eram depositados em suas câmaras mortuárias; cuja convicção é a de que serviriam para conduzi-los ao longo de sua passagem à eternidade. Na atualidade, esses tesouros, dentre outros objetos da civilização egípcia, estão disponíveis em coleções e acervos de inúmeros Museus; com o propósito de articular saberes mitológicos, religiosos, geográficos etc.

A gênese do termo Museu se dá no *Mouseion* grego. Acepção utilizada antes do século V a.C. e espaço destinado às ‘musas’; as quais, na mitologia grega, eram as nove filhas de Zeus com Mnemosine – a deusa grega guardiã da memória. O *Mouseion* era uma combinação de templo e instituição de pesquisa, voltado, especialmente, para o saber filosófico. (BAUER, 2014).

Lugar privilegiado, onde a mente se libertava dos impasses e desassossegos rotineiros e o pensamento denso e criativo poderia se dedicar aos mais variados



âmbitos das artes e das ciências. As compilações expostas no ‘Templo das Musas’ não possuíam outra serventia além da de satisfazer as divindades; do que para serem apreciadas pelo homem.

Anexo ao *Mouseion*, localizavam-se recintos intitulados *Thesaurus*, onde se guardavam ex-votos que eram trazidos às divindades. Oriundo da arte dos milagres, o ex-voto é o presente ofertado pelo fiel ao seu santo de devoção em consagração, renovação ou agradecimento por bênçãos recebidas mediante uma promessa realizada.

Em suma, o Museu teve na Grécia Antiga a sua origem, onde estruturas museológicas foram erguidas para abrigar os tesouros dos templos, em virtude do conglomerado de ex-votos. Por fim, os sacerdotes examinavam, efetuavam a triagem, a classificação, o controle e a segurança desses tesouros e demais objetos.

Segundo Bauer (2014), em Roma, aconteceu o mesmo que na civilização grega, entretanto, não somente nos templos. Pois os objetos eram colocados nos fóruns, jardins, banhos públicos e nos teatros da capital Italiana. As famílias romanas também obtinham e preservavam em suas casas quadros e estátuas que derivavam em raras e valiosas coleções.

Em Alexandria, cidade portuária do Mediterrâneo, no Egito, durante o século II a.C., o termo *Mouseion* foi empregado pela primeira vez para alcunhar um espaço designado a sapiência enciclopédica; onde os objetos artísticos e as obras de arte eram angariados em templos, santuários e tumbas. Um ambiente propício para a arguição e a instrução do saber nas esferas da astronomia, filosofia, geografia, medicina, mitologia, religião, zoologia e demais áreas do conhecimento que se tinham à época.

Consistia em uma edificação consagrada às musas e por onde transitavam muitos artistas, sábios e filósofos. Era neste Museu que se situava a afamada e vasta Biblioteca de Alexandria e que mais adiante foi incendiada. O *Mouseion* de Alexandria foi, nessa tessitura, a prototipação do Museu da Antiguidade e o reflexo de uma filosofia universalista, interligando e privilegiando as incumbências e estabelecendo a estreita fusão entre Arquivo, Biblioteca e Museu.

No decurso da Idade Média, as Igrejas e Catedrais se transformaram em legítimos Museus, onde se punham manuscritos, estátuas, joias e relíquias sagradas. Cada Santuário, apesar de ser um edifício de ritos religiosos, propiciava ao olhar dos cristãos – com intencionalidade pedagógica e caráter moral – verdadeiras coleções Eclesiásticas recorrendo aos objetos. É durante esse período que a Igreja subsidia artistas para a feitura de obras de arte e que, nos dias que correm, simbolizam grandes obras-primas da humanidade. (BAUER, 2014).

No tempo do Renascimento, apareceram coleções privativas como guisa de manifestação de refinamento e símbolo de poder econômico das famílias principescas, servindo de termômetro das rivalidades entre elas. Por efeito disso, o colecionismo tornou-se tendência em toda a Europa.

Foi durante o movimento Renascentista que o conceito de Museu desencadeou mudanças. O redescobrimento das culturas clássicas greco-romana se configurou numa nova perspectiva ao colecionismo, seletivo e apaixonado, de objetos de arte. Os Médici, família nobre italiana, patrocinavam relevantes obras e artistas e suas coleções foram as mais notáveis e significativas desta era.

O artista e arquiteto Vasari, contratado pelos Médici, incorporou uma nova conceituação de Museu – enquanto lugar de natureza e valor científicos que até hoje possui – e foi também o executor do projeto da Galeria de Uffizi; um dos mais antigos e famosos Museus do mundo.

Desmembrada em diversas salas ao dispor das escolas e estilos em ordem cronológica, esta Galeria de Ofícios aglomera obras do século XII ao século XVIII; reputada como a melhor coleção do globo de obras de Artistas da Renascença como: Caravaggio, Cimabué, Leonardo da Vinci, Michelangelo, Rembrandt; e outras figuras mais.

Ainda sob a ótica de Bauer (2014), no período desse movimento de reforma artística, literária e científica; surgiram por toda a Europa os Gabinetes de Curiosidades e as coleções científicas. Fortemente diversificadas e desorganizadas, estas coleções eram criadas por estudiosos que simulavam a natureza em gabinetes; englobando incontáveis espécies de diferentes características e procedências.

De modo geral, esses gabinetes eram uma mostra de curiosidades e achados provenientes de novas explorações ou apetrechos tecnicamente modernos; em outros casos eram amostras de quadros e pinturas.

Podemos afirmar que, estes espaços significariam os progressos dos hodiernos Museus, visto que, a começar deles, se estruturavam coleções de objetos consagrados ou exóticos dos três setores da Biologia naquele período: Animal, Vegetal e Mineral; além das intervenções humanas.

No entanto, no seu primórdio, do mesmo jeito que as coleções principescas, os Gabinetes de Curiosidades também permaneciam inacessíveis ao público; restritos à fruição apenas de seus proprietários e de pessoas que lhes eram próximas.

Já na metade do século XVIII, vislumbraram as primeiras coleções públicas, em que muitos objetos privados foram transferidos para os Estados. O governo francês oportunizou que o público visitasse uma coleção em torno de 100 quadros ostentados no Palácio do Luxemburgo, em solo parisiense.

Paulatinamente, entre os séculos XVIII e XIX, os Gabinetes de Curiosidades foram padecendo e sendo transformados em instituições oficiais e coleções privadas. As obras mais surpreendentes foram deslocadas para os Museus de artes e de história natural que despontavam; fomentando o acesso do público às coleções, outrora restritas a grupos seletos, e marcando o advento dos grandes Museus nacionais. (BAUER, 2014).

Para além de identificar, organizar e colecionar; o Museu Moderno aspirava a catalogação, preservação e reparação das coleções – e, também, viabilizava pesquisas. Um exemplo é o Museu Britânico, situado em Londres e fundado em 1753, principiado a partir de doário privativo à nação e que desde a sua estreia permaneceu aberto à visitação mediante aquisição de ingresso e com ressalvas e restrições.

Nesse ínterim, as primeiras sociedades científicas foram decretadas e fomentadas pelo pensamento enciclopédico que aflorava na Europa. À vista disso, os Museus que assomavam nos centros das grandes metrópoles coloniais dispunham de um caráter enciclopedista, classificatório e evolucionista.

Isto posto, os Museus Modernos deixaram de operar, exclusivamente, com exposições de obras de artes, científicas ou históricas; e se tornaram instituições que desempenhavam mostras específicas e monográficas – além de elaborarem tarefas alusivas ao que se expõe. Todavia, ao longo dessa época, os Museus ainda desfrutavam de bibliotecas e centros de investigação.

Bauer (2014) sinaliza que nos Estados Unidos da América, a maior parte das instituições norte-americanas já surgiu direcionada ao público e o fenômeno Museu se instituiu de maneira bastante dessemelhante e descobriu no mecenato o incentivo e patrocínio para potencializar as suas coleções e fomentar à divulgação das ciências.

Um exemplo disso é o *Smithsonian Institution*, localizado em Washington e fundado em 1846 para a promoção e disseminação do conhecimento, pelo cientista britânico James Smithson. E que atualmente ostenta a reputação de maior instituição educacional e de pesquisa do mundo – associada a um complexo com dezenove Museus e nove centros de pesquisa.

Foi no molde de Museu Estadunidense que se revelaram novos jeitos de expor e ordenar os acervos, a exemplo dos dioramas: uma modalidade de maquete ou espaço cênico que representava o habitat natural de animais de maneira muito realista, ou seja, uma reelaboração fictícia e artificial de ambiências. Muitos Museus se apropriam desta tática de apresentação artística tridimensional para evidenciar ecossistemas completos, ou parte de cenários pertinentes historicamente; tal como o Museu de História Natural de Nova Iorque, o qual utiliza amplamente o recurso.

Foi Pernambuco que, em pleno século XVII, inaugurou o Palácio de Friburgo, melhor dizendo, uma das primeiras experiências de instituição museológica no Brasil; com as coleções do Conde João Maurício de Nassau-Siegen.

Já no século XVIII brotam os jardins botânicos e o gabinete de história natural do artista catarinense Francisco Xavier Cardoso Caldeira: a Casa dos Pássaros, no Rio de Janeiro. Na Casa dos Pássaros, o insigne Xavier dos Pássaros tramava exemplares da fauna brasileira por intermédio da técnica de preservação popularmente conhecida como empalhamento; constituintes de nosso exotismo tropical, para serem despachados para Portugal e Europa. (BAUER, 2014).

Seguidamente, a Casa dos Pássaros se converteu no Museu Real ou Museu Nacional, que equivaleu a inserção dos padrões institucionais europeus. Criado em 1818, perante a vinda da família real ao Brasil, por d. João VI, rei de Portugal; este Museu de história natural está localizado no Palácio de São Cristóvão desde 1892 e possuía 20 milhões de itens salvaguardados em seu acervo.

Isso por causa de um incêndio, ocorrido em 2018, provocado pelo mal estado das instalações da edificação e responsável pela ruína de grande parte do acervo; e, desde então, nosso primeiro Museu de caráter científico permanece em reconstrução.

Juntamente com a família real derivaram coleções que suscitariam, um século mais tarde, o Museu Nacional de Belas Artes, instalado em 1937, na cidade do Rio de Janeiro; e concentra o maior acervo de obras de arte do século XIX – sendo um dos mais importantes Museus do gênero no país. Outras consideráveis instituições despontaram no Brasil, ainda no transcorrer desse século, com ênfase a dois Museus etnográficos: o Paraense Emílio Goeldi e o Museu Paulista. (BAUER, 2014).

O primeiro, popularmente conhecido como Museu Goeldi, é a mais antiga instituição museológica e científica pública da Amazônia, o primeiro parque zoológico e o segundo Museu de história natural brasileiro, fundada em 1866 pelo naturalista Domingos Soares Ferreira Penna, no município de Belém do Pará.

O segundo, também identificado como Museu do Ipiranga, é o Museu público mais antigo da cidade de São Paulo e importante símbolo da Independência do Brasil; cuja sede é um monumento-edifício que faz parte do conjunto arquitetônico do Parque da Independência. Esta unidade museal foi implantada em 1895 e está vinculada à Universidade de São Paulo, como uma instituição científica, cultural e educacional que exerce pesquisa, ensino e extensão com atuação no campo da História.

Pode-se afirmar que os precursores Museus brasileiros conformavam, em sua paridade, as instituições museais europeias de cunho enciclopédicas. E, também, apresentavam como ponto de partida para a composição de suas coleções a mistura de objetos das ciências humanas e naturais; como forma de alcançar um entendimento a respeito das questões referente as origens do povo brasileiro.

Em síntese, tanto o Museu Nacional, quanto os Museus Goeldi e Paulista, alinhavam-se ao formato de Museu etnográfico, que se propalou em todo o mundo naquela época e que desempenhavam o significativo compromisso de preservar as riquezas e patrimônios locais e nacionais; integrando a produção intelectual e a prática das ciências naturais.

Pois, só a partir de 1922, o Brasil conquistaria uma instituição de aspecto nacionalista; rescindindo com os princípios enciclopédicos até aquele tempo em vigor. Como efeito, o Museu Histórico Nacional, localizado na praça Marechal Âncora, no centro histórico da cidade do Rio de Janeiro, era destinado à história, à nação; dedicado a elaborar, graças à cultura material, uma manifestação de nacionalidade – articulando a prevalência de um discurso positivista no tocante a pátria.

Criado pelo presidente Epitácio Pessoa, os itens do seu acervo eram provas documentais da origem e do progresso do país. De acordo com Bauer (2014), o exemplar funcionou como estímulo para as vindouras instituições museológicas que permaneceram por todo o Brasil. Cabe enfatizar que com o advento do Museu Histórico Nacional visou-se a qualificação e o aperfeiçoamento da mão-de-obra para o desenvolvimento dos Museus, fomentando-se então, em 1932, o primeiro curso de Museologia do país; naquele espaço.

O horizonte museológico brasileiro se constituiu e se ampliou, definitivamente, no século XX. Além do mais, foi nessa época que sucederam profundos processos de crescimento e de valorização e de democratização do acesso aos bens de cultura, isto é, aos Museus – sob constantes interferências do Estado. Neste sentido, tem-se a política pública como instrumento e meio de impulsionamento, não apenas no que se refere à dimensão e diversidade de públicos, mas também carimba a manifestação de variados modelos e iniciativas institucionais.

Entre 1937 e 1945, na Era Vargas, período da história republicana brasileira no qual Getúlio Vargas governou ininterruptamente o Brasil por 15 anos; o Estado Novo operou numa intensa política de abertura de Museus nacionais consolidando a ingerência estatal na esfera cultural.

Foi também a partir de 1937, com a formação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN, que o Brasil apresentou um marco muito importante no regime de institucionalização de uma política pública de preservação e valorização do patrimônio cultural nacional. Tal feito representou um momento de reconhecimento das mais diversificadas manifestações da cultura brasileira a nível federal, associado à construção de uma nacionalidade.

Além da institucionalização de uma política pública de patrimônio para o país, por via do SPHAN, advieram deliberações importantes referentes aos Museus brasileiros, a título de exemplo, o veto da retirada de acervos da nação e a implantação de uma política de abertura de novos museus nacionais.

Foi durante a atuação do SPHAN que apareceu o Museu Nacional de Belas Artes, no Rio de Janeiro, em 1937, cujo acervo reúne cerca de 15 mil peças; entre pinturas, esculturas, desenhos e gravuras de artistas brasileiros e estrangeiros. Além de uma coleção de arte decorativa, mobiliário, arte popular e um conjunto de artefatos de arte africana. (BAUER, 2014).

Posteriormente, o Museu da Inconfidência, no estado de Minas Gerais, no ano de 1938, um equipamento histórico e artístico dedicado à preservação da memória da Inconfidência Mineira e que oferece um rico painel da sociedade e cultura mineiras; ao ocupar a antiga Casa de Câmara e Cadeia de Vila Rica e mais três anexos auxiliares na cidade de Ouro Preto.

Mais adiante, o Museu das Missões, edificado em 1940, dentro do Sítio Histórico São Miguel Arcanjo, em São Miguel das Missões, no Rio Grande do Sul; cujo acervo museológico institucional é composto por uma rica coleção de esculturas missioneiras em madeira policromada dos séculos XVII e XVIII, sendo a maior coleção pública do Mercosul nesse gênero.

Originado em 1946, o Conselho Internacional de Museus – ICOM, é uma organização não governamental com escopo internacional, sem fins lucrativos, cuja missão é promover e proteger o patrimônio cultural e natural, tangível e intangível e formular políticas internacionais para os Museus. Além de sustentar vínculos formais e ser membro do Conselho Econômico e Social, está sediada junto à Organização

das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO; em Paris/França.

Em seu ano de criação, com foco nas coleções e nos bens materiais, definiu Museu como “um estabelecimento permanente sem fins lucrativos, com vistas a coletar, conservar, estudar, explorar de várias maneiras e, basicamente exibir para educação e lazer de valor cultural.” (ICOM, 2013).

Doravante, nos anos 1960, acentuaram-se as críticas ante o desempenho apresentado pelo SPHAN, repartição pública considerada por muitos como sectária e elitista, imputada igualmente, de beneficiamento das minorias sociais em detrimento ao apelo popular e multicultural que o Brasil apresentava.

Ademais, por volta dos anos de 1970, este órgão passou a se chamar Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN. A contar dessa época, o Iphan atravessou profundas transformações e desenvolve junto à sociedade ações em prol da preservação e disseminação do patrimônio material e imaterial brasileiro.

Em 1974, o carecimento de ampliar o leque de possibilidades de fruição e, também, a representatividade de diferentes públicos dentro dos Museus pode ser notado na própria expansão do conceito. Portanto, o ICOM passou a caracterizar o Museu como “um estabelecimento permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberto ao público, que coleciona, conserva, pesquisa, comunica e exhibe, para o estudo, a educação e o entendimento, a evidência material do homem e seu meio ambiente.” (ICOM, 2013).

Já em 2001, considerando a necessidade de acompanhar os avanços sociais e tecnológicos das últimas décadas, o ICOM urdiu uma nova definição de Museu: “Instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e de seu entorno, para educação e deleite da sociedade.” (ICOM, 2013).

Até aqui, a definição de Museu, proposta pelo ICOM, vem sendo reformulada e são nítidas as poucas modificações. Ainda assim, num quadro geral, é plausível



constatarmos como tem ganhado força a performance social, política e educativa dos Museus.

Em seguida, a Associação Americana de Museus (*American Association of Museums – AAM*) – uma das maiores organizações de interesse museológico dos Estados Unidos da América (EUA) – tendo em conta que os Museus podem e devem desempenhar um papel decisivo no desenvolvimento e na educação da comunidade e abrangendo uma diversidade de tipos de espaços científico-culturais; estabeleceu a seguinte definição de Museu:

Instituição estabelecida, sem fins lucrativos, que não se ocupa prioritariamente de exposições temporárias, aberta ao público e administrada para o bem público, com a finalidade de conservar, preservar, estudar, interpretar, colecionar, e exibir para o público, para a sua instrução e fruição, objetos e espécies de valor educativo e cultural, incluindo material artístico, científico (seja animado ou inanimado), histórico e tecnológico. Museus assim definidos devem também incluir jardins botânicos, zoológicos, aquários, planetários, sociedades históricas, casa e propriedades históricas que preencham os requisitos acima referidos. (ICOM, 2013).

No ano de 2003, o cenário museológico nacional deu uma guinada após a fundação do Departamento de Museus e Centros Culturais – DEMU e criação da Política Nacional de Museus – PNM; elaborados em parceria com a comunidade museológica brasileira e vinculados ao Iphan.

Diante de tais fatos, os Museus e Centros Culturais brasileiros obteriam o requisito de política pública, cuja finalidade consistia em fomentar a valorização, a preservação e a fruição do patrimônio museológico brasileiro alicerçado em sua diversidade cultural e, conseqüentemente, articulava-se o desenvolvimento e a revitalização das unidades museológicas.

Alguns anos mais tarde, mais precisamente, em 2006, engendrava-se o órgão gestor da PNM, em outras palavras, o Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM. Uma autarquia federal subordinada, naquela época, ao Ministério da Cultura; que se encarregaria pelo processo de formulação e idealização de políticas para o progresso do setor museal.

Um dos principais propósitos do IBRAM é a ascensão de programas e projetos voltados à organização, gestão e desenvolvimento dos Museus. Em face do exposto, o Instituto atua e contribui, desde a sua origem, para o aprimoramento físico e estrutural dos espaços musealizados; por uma maior articulação e consolidação do intercâmbio institucional; e pelo alargamento e democratização do acesso do público às suas instituições ou, mais popularmente, aos “lugares de memória”.

Compreendendo os Museus como “lugares de transformação social e de desenvolvimento”, mas, similarmente, estão entre as suas primazias; “o incentivo e a criação de ferramentas que permitam o empoderamento social de todos aqueles que têm desejo de memória”. (IBRAM, 2018).

Já em janeiro de 2009, a promulgação da Lei 11.904, que instaura o Estatuto de Museus; representa um marco significativo para legitimar e fortalecer as unidades museais federais. Ainda assim, o Estatuto possibilitou a regulamentação e o reconhecimento público dos espaços museográficos em toda a sua diversidade e se insere como um instrumento potente para a construção e articulação das políticas públicas museológicas. Para culminar, norteia as instituições musealizadas, desde então, apresentando, em seu parágrafo primeiro; a definição de Museu:

Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. (BRASIL, Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009).

Implicado com o compromisso e responsabilidade de preservação do patrimônio cultural musealizado e suscetível de musealização, o decreto propõe para o ramo um encadeamento de ações e procedimentos necessários e que devem ser seguidos e, posteriormente, confere ao IBRAM intervenções de fiscalização e controle.

A atuação fiscalizadora terá um cunho instrutivo e direcionador e acompanhará a apropriação do setor às regras conjecturadas no decreto, no sentido

de assegurar um padrão de gerenciamento apropriado para que os equipamentos museais consigam desempenhar a sua função social.

Por meio da história dos Museus é plausível de se tecer um cenário acerca da construção histórico-social desse fenômeno. Logo, uma instituição museal, carece, então, de descortinar os liames históricos e culturais que se exaltam as artes e conectam nosso passado arqueológico com o nosso agora. Senão, duvidosamente consentirá que desfrutemos de algum conhecimento e herança ancestral entre várias gerações como uma maneira de melhor compreender e transformar o presente.

Todas as unidades museais dispõem de uma sólida sustentação ideológica (e política) evidenciada na triagem dos seus acervos, na sua configuração institucional e organograma e na contínua comunicação dialógica estabelecida entre seus públicos de interesse. Sob outro enfoque, os frequentadores dos Museus devem ser considerados como sujeitos ativos e engajados junto aos espaços expográficos. (BAUER, 2014).

Isso dito, cada visitante capta a mensagem expositiva de modo diverso, formando sua própria concepção de mundo em conformidade com as suas expectativas, predileções e conhecimentos preexistentes. Em outros termos, o visitante do Museu realiza uma releitura e interpretação do espaço – compreendendo as nuances do contexto histórico.

E depois, ponderar sobre a política pública de reconhecimento, preservação e valorização do patrimônio cultural no Brasil demanda, inevitavelmente, apurar os mecanismos e percurso de operacionalização do Estado nacional designado a articular e efetivar as ações de atribuição de valor e proteção dos bens culturais em nível federal.

Enfim, sem nos fixarmos a apreciações mais densas do panorama político de cada um dos períodos citados anteriormente; demonstramos como a autarquia responsável pela preservação e divulgação do patrimônio material e imaterial do país se ajustou e correspondeu ao projeto político mais amplo do Estado.

Inquestionavelmente, após estratégias de reagrupamentos e ressignificações, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) representa um marco

estruturante pujante das ações governamentais em benefício da política museológica no Brasil; em cada um desses momentos históricos.

Em agosto de 2022, o Conselho Internacional de Museus (ICOM) aprovou uma hodierna versão para definição de Museu; mediante uma nova metodologia de escuta atenta e sensível, de engajamento e de ampla discussão entre os milhares de especialistas da área de todo o globo. Fundado em 1948, o ICOM Brasil engendrou mais de 60 grupos de trabalho em diferentes regiões e mobilizou em torno de 1.600 profissionais e estudantes da comunidade museal brasileira para debater e eleger os conceitos-chave essenciais para cancelar tal construção.

Fruto de um trabalho colaborativo, o texto fomenta alterações significativas no tocante à definição que prevalecia nos dias que correm, englobando 20 termos imbricados com os plurais desafios contemporâneos. São eles: Antirracista, Bem-viver, Comunicar, Cultura, Decolonial, Democrático, Direitos Humanos, Educação, Experiência, Futuros, Inclusivo, Instigar, Patrimônio, Pesquisa, Público, Salvar, Social, Território, Transformar – articulados coletivamente, implicados com a diversidade das culturas e destinados a posteriori ao Conselho internacional.

A nova definição delinea que:

“Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade, que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Os museus, abertos ao público, acessíveis e inclusivos, fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Os museus funcionam e comunicam ética, profissionalmente e, com a participação das comunidades, proporcionam experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimento”. (ICOM, 2022).

A Conferência realizada em Praga, capital da República Checa, para esta importante iniciativa de remodelação conceitual, sucedeu de forma híbrida e foi organizada em meio às incertezas da retomada gradual das atividades presenciais após a Pandemia da Covid-19 e da Guerra da Ucrânia. Deste modo, esta redefinição exhibe os axiomas e indicadores que estimulam um *upgrade* continuado dos Museus na contemporaneidade.

Por outro prisma, a Associação Brasileira de Centros e Museus de Ciência – ABCMC, fundada em 15 de julho de 1999, abarca na mesma categoria dos Museus; os zoológicos, jardins botânicos, aquários, planetários, observatórios e outros espaços e associações que atuam na divulgação e popularização da Ciência e da tecnologia.

E, atentando para a multiplicidade de tipologias museológicas, cabe especificar, ainda, que o aplicativo “*É DA GENTE*” incorpora os 69 espaços científico-culturais de Sergipe que podem ser classificados em mais de uma temática; baseado na maneira como cada Instituição trata e apresenta o acervo ao público. A saber: Artes, Arquitetura e Linguística; Antropologia e Arqueologia; Ciências Exatas, da Terra; Biológicas e da Saúde; História; Educação, Esporte e Lazer; Meios de Comunicação e de Transporte; Produção de Bens e Serviços; Defesa e Segurança Pública.

Finalmente, a pretensão aqui, com esse reduzido histórico, não significou esgotar e sequer traçar um panorama evolutivo dessas políticas e processos que atuam fortemente na construção de referências culturais de uma sociedade, na definição mais abrangente de Museu e na ampliação do acesso às informações científicas e tecnológicas. Mas, sim, publicizar a repercussão de uma série de contribuições, de avanços, de retrocessos, de limites e de potencialidades que a área museológica vem aglomerando ao longo do tempo.

Depois de inúmeras transformações e aprimoramentos, hoje os Museus envolvem e atuam nos mais variados campos de interesse altamente relacionados, com diversas tipologias, e se mostram em contínua expansão e afluem para uma crescente profissionalização e qualificação de suas atividades.

Conseqüentemente, os Museus se caracterizam pela multiplicidade de tarefas e potencialidades e deixam de ser ambiências passivas de amontoamentos de objetos e coisas musealizadas e passíveis de musealização. Para desempenharem um papel significativo na interpretação da cultura, da memória e na educação dos indivíduos, no fortalecimento da cidadania, no respeito à diversidade cultural, na divulgação e popularização da Ciência e da tecnologia e no incremento da qualidade de vida na contemporaneidade.

Todavia, o processo de formação e instrução de um sujeito, foco da próxima subseção, ocorre no âmbito familiar, nas Instituições de ensino, no meio social no qual transita e, inclusive, por meio da educação Não-formal; em contraponto ao que se designou como educação formal – cujo principal exemplo é a Escola. Assim sendo, optamos por versar, nas entrelinhas que seguem, sobre o formal e o Não-formal na perspectiva educacional do Museu. Logo, conceituaremos Educação Museal, por ser esta uma categoria muito peculiar de educação Não-formal.

### **3.2 Museu e Educação: Formal, Não-formal, Informal e Museal**

A Escola não é mais considerada um lugar exclusivo para legitimação do saber, pois existe uma pluralidade de saberes circulando extramuros escolares e por dispositivos multitelas e outros canais multiplataformas; difusos e descentralizados. Por isso, na sociedade contemporânea, o processo educacional de um indivíduo ocorre em variadas esferas – na qual são múltiplas as possibilidades e oportunidades de ensinar e aprender.

Já os Museus não se encontram inertes no passado. Ao contrário, resistem e ainda constroem, transformam e preservam diversas culturas no tempo presente. Nesse bojo, já faz algum tempo que sua dimensão educacional vem sendo, cada vez mais, reconhecida e valorizada por interesses públicos e privados e por sua gama de benefícios em prol da formação científica e cultural do público-alvo.

Porém, a educação nos Museus não intercorre do mesmo modo que nas Escolas. Isto posto, articulamos que os Museus são espaços científico-culturais de educação Não-formal. A seguir, distinguiremos e demarcaremos as diferenças entre a educação Formal, da Não-formal, da Informal e da Museal.

A Educação Formal sucede no contexto escolar e se caracteriza por ser institucionalizada, sistematizada por disciplinas ou por áreas de conhecimento, cronológica e hierarquicamente organizada, bem como, professa um currículo. E tem, entre os seus objetivos, o ensino e a aprendizagem de conteúdos historicamente estruturados, normatizados por lei; além da certificação e titulação

que formam / capacitam o indivíduo, enquanto um cidadão ativo, a seguir para graus mais avançados. (GOHN, 2010).

Outrossim, este campo de educação pressupõe método na operacionalização do processo educativo e nas intencionalidades e objetivos pedagógicos preliminarmente estabelecidos, entretanto, não propende grau ou titularidade. A Educação Formal pode ter como propósitos desde o aprendizado de um conteúdo ou desenvolvimento de habilidades e competências; até a compreensão dos modos de articulação político-social. E, também, de uma formação relacionada ao mundo do trabalho, como atualização ou reciclagem profissional – e outra da alçada da cultura ou do lazer.

Por ser concebida na arena escolar – configurada segundo diretrizes nacionais e onde transcorrem os atos e os processos educativos – com conteúdos e com regras e padrões comportamentais previamente demarcados; é sabido que na Educação Formal o educador são os Professores.

Melhor dizendo, a Educação Formal demanda tempo, ambiente específico e normatizado, pessoal especializado, organização plural, estruturas institucionais solidificadas, atos de currículo bem planejados para o alcance dos objetivos ao longo do processo de ensino e de aprendizagem e que abrangem todas as esferas do conhecimento. Ademais, caráter metódico, sistematização contínua das atividades, disciplinamento escolar, regulamentos e leis, órgãos superiores; entre outros procederes. (GOHN, 2010).

Vale apontar que a Educação Formal é regulamentada pelo Ministério da Educação – MEC, pelas Secretarias de Estado da Educação e Conselhos Nacional e Estaduais de Educação, de natureza igual, pelas Secretarias e Conselhos Municipais de Educação; entre outros órgãos reguladores da educação brasileira. Essa educação segue as determinações legais presentes na Constituição Federal, na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) e apresenta documentos de prescrição educacional – tais como os Parâmetros Curriculares Nacionais.

Sinônimo de escolarização, a Educação Formal é, até mesmo, aparelhada em sistemas de ensino, organizados pela União Federativa, pelos Estados, pelos Municípios e pelo Distrito Federal; operantes em regime colaborativo. Cada uma

dessas dimensões administrativas tem suas atribuições específicas atreladas ao sistema de ensino, estabelecidas e reguladas com base na Legislação Federal apropriada.

Já a Educação Informal se dá no cerne familiar e, igualmente, na relação com o meio, mediante as experiências e vivências rotineiras, sempre vinculada a outros processos considerados essenciais na vida social e cotidiana dos sujeitos. Ou seja, se particulariza como aquela em que os indivíduos aprendem em seus momentos de socialização e descoberta; seja na família, no bairro, no clube e no convívio com os amigos – saturada de valores e culturas próprias, de pertencimentos e sentimentos herdados.

Os agentes do processo de construção do saber, no contexto da Educação Informal, são os pais, a família em geral, os amigos, os vizinhos, os colegas de escola, a igreja paroquial, os meios de comunicação de massa; e assim por diante. Nessa linha, os espaços educativos são delimitados por referências de nacionalidade, localidade, idade, sexo, religião, etnia; e outros. A casa, a rua, o bairro e o condomínio que reside, o clube que comparece, a igreja ou o local de culto a que se vincula sua crença religiosa, o local de nascimento; etc. (GOHN, 2010).

Isto significa que a Educação Informal funciona em espaços espontâneos, onde as relações sociais se manifestam em conformidade com os gostos e as preferências dos indivíduos. Neste enquadramento, a Educação Informal no decorrer do processo de socialização dos sujeitos, fortalece hábitos, atitudes, comportamentos, maneiras de pensar e de se expressar no uso e apropriação da linguagem; conforme valores e crenças dos grupos que frequenta ou que pertence por herança, desde o nascimento.

Destacamos que, diferentemente da Educação Formal, esta modalidade de educação atua na esfera das emoções e sentimentos, por intermédio de um processo permanente e não organizado. No qual, os conhecimentos não são sistematizados e são repassados a partir das práticas e experiência pregressas; normalmente é o passado conduzindo o presente. Na Educação Informal os resultados não são previstos, eles simplesmente acontecem com base no desenvolvimento do senso comum nos indivíduos – senso este que guia suas formas de pensar e agir espontaneamente. (GOHN, 2010).



A dimensão Não-formal da educação é aquela que rompe com os preceitos e determinações que caracterizam a Escola e se firma como um combo de processos, meios, instituições; com escopos amplos e focalizados e nítidos de formação não propriamente direcionados à outorga dos graus próprios do sistema escolar.

Nessa perspectiva, acrescentamos que a Educação Não-formal é aquela que se aprende "no mundo da vida", via os processos de compartilhamento de experiências e vivências, sobretudo, em espaços-tempos de criação do saber para além dos muros da sala de aula e ações coletivas do cotidiano. À vista disso, na Educação Não-formal, os espaços educativos estão posicionados em territorialidades culturais (no meio de outros) que acompanham as trajetórias de vida de coletividades e indivíduos; extramuros das escolas.

Em espaços informais, ou seja, lugares onde há processos interativos e com intencionalidades. Um fato interessante é que neste campo de educação o grande educador é o "outro", aquele com quem interagimos ou nos integramos; e são vários os "outros" envolvidos. (GOHN, 2010).

Em outras palavras, a Educação Não-formal advém de ambientes físicos e sociais e de cenários interativos construídos coletivamente, consoante diretrizes de determinados grupos; cuja participação e engajamento dos sujeitos é facultativo. Mas ela também poderá acontecer por forças de certas circunstâncias do repertório e bagagem histórico-cultural (social e pessoal) de cada um. Há na Educação Não-formal uma intencionalidade na ação, no ato de se engajar, de ensinar e de aprender, de produzir e de compartilhar saberes e experiências plurais.

Tomando as reflexões de Gohn (2010):

A Educação Não-formal designa um processo com várias dimensões tais como: a aprendizagem política dos direitos dos indivíduos enquanto cidadãos; a capacitação dos indivíduos para o trabalho, por meio da aprendizagem de habilidades e/ou desenvolvimento de potencialidades; a aprendizagem e exercício de práticas que capacitam os indivíduos a se organizarem com objetivos comunitários, voltadas para a solução de problemas coletivos cotidianos; a aprendizagem de conteúdos que possibilitem aos indivíduos fazerem uma leitura do mundo do ponto de vista de compreensão do que se passa ao seu redor; a educação desenvolvida na mídia e pela mídia, em especial a eletrônica etc.

Após publicizar a potencialidade da Educação Não-formal, a autora argumenta ainda que esta modalidade prepara os indivíduos a se tornarem cidadãos do mundo, no mundo. Sua incumbência é abrir janelas de conhecimento sobre o mundo que circunda os sujeitos e suas relações sociais. Seus fitos não são concedidos a priori, eles se constroem no processo interativo; gerando um processo educativo. Um modo de educar surge como resultado do processo voltado para os interesses e as necessidades que dele participa.

Destarte, a construção de elos sociáveis respaldados em princípios de igualdade e justiça social, quando existentes num determinado coletivo – tonifica o exercício da cidadania. A propagação de informação e conhecimento e a formação política e sociocultural é uma meta na Educação Não-formal. Isto é, ela prepara os cidadãos e educa o ser humano para a civilidade; em oposição à barbárie, ao egoísmo, ao individualismo – e questões outras.

Em suma, a Educação Não-formal possui outras facetas: ela não está disposta por séries, idade e conteúdos; opera sobre os aspectos subjetivos do grupo; trabalha e forma a cultura política de um coletivo. Tal como, potencializa conexões de pertencimento; auxilia na construção da identidade coletiva do grupo; pode colaborar para o desenvolvimento da autoestima e do fortalecimento do grupo, em prol do seu capital social. Fundamenta-se no critério da solidariedade e identificação de predileções comuns e é parte do processo de elevação da cidadania coletiva e pública do grupo. (GOHN, 2010).

Na contemporaneidade, discutir Educação Museal é, antes de tudo, evidenciar uma multiplicidade de pensamentos e perspectivas, vivências e experimentações arroladas num campo ainda em desenvolvimento no país. Dito isto, a arena museal engloba e desencadeia alguns atalhos possíveis que levam à ativação de inúmeras tendências existentes.

A exemplo de ações educativas, mediação e acessibilidade cultural, cartografias afetivas, parcerias institucionais, ações de assessoramento técnico e capacitação, implantação de setores de educação, formação em Educação Museal e elaboração de materiais educativos.

As unidades museológicas são consideradas lugares de memória, de esquecimento, de patrimônio, de cultura, de ciência e de educação. Mas também são equipamentos científico-culturais de interações sociais, de exposição, de conservação e de catalogação de artefatos culturais. Compondo, portanto, importantes espaços de democratização e de popularização dos patrimônios cultural e natural, material e imaterial, de formação do cidadão e de desenvolvimento da comunidade na qual se encontram inseridos.

Adicionalmente, nas instituições musealizadas ocorreram múltiplas experiências de ensino e de aprendizagem – vivenciadas e praticadas de diversas maneiras pelos Museus e seus praticantes – cujas práticas e processos educacionais sofreram grande interferência e influência das esferas políticas e sociais; desde os primórdios de sua fundação.

No que concerne à relação Museu e Educação e, de acordo com o cenário das políticas públicas direcionadas aos espaços científico-culturais, foi sancionada, por intermédio da Portaria 422, de 30 de novembro de 2017, a criação da Política Nacional de Educação Museal – PNEM.

Esta, por sua vez, delinea o conceito de Educação Museal e dispõe sobre seus objetivos e práticas e seus princípios e diretrizes. Bem como, acerca dos compromissos do Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM relacionados à sua promoção, desenvolvimento e implementação; dentre outros.

A Educação Museal vem sendo concretizada como práticas e processos educacionais específicos e se legitimando enquanto um campo profícuo de construção de conhecimentos há mais de um século no Brasil. E segue cada vez mais engajada com a formação crítica, integral e emancipatória dos praticantes culturais – objetivando sua conduta consciente na sociedade.

Após complementação conceitual, o ‘Caderno da PNEM’ publiciza que:

A Educação Museal envolve uma série de aspectos singulares que incluem: os conteúdos e as metodologias próprios; a aprendizagem; a experimentação; a promoção de estímulos e da motivação intrínseca a partir do contato direto com o patrimônio musealizado, o reconhecimento e o acolhimento dos diferentes sentidos produzidos pelos variados públicos visitantes e das maneiras de ser e estar no museu; a produção, a difusão e o compartilhamento de conhecimentos específicos relacionados aos

diferentes acervos e processos museais; a educação pelos objetos musealizados; o estímulo à apropriação da cultura produzida historicamente, ao sentimento de pertencimento e ao senso de preservação e criação da memória individual e coletiva. É, portanto, uma ação consciente dos educadores, voltada para diferentes públicos.

A Educação Museal coloca em perspectiva a ciência, a memória e o patrimônio cultural enquanto produtos da humanidade, ao mesmo tempo em que contribui para que os sujeitos, em relação, produzam novos conhecimentos e práticas mediatizados pelos objetos, saberes e fazeres. Possui também estrutura e organização próprias, que podem relacionar-se com outras realidades que não a específica dos museus, de acordo com os objetivos traçados no seu planejamento. São ações fundamentalmente baseadas no diálogo. Isso inclui o reconhecimento do patrimônio musealizado, sua apropriação e a reflexão sobre sua história, sua composição e sua legitimidade diante dos diversos grupos culturais que compõem a sociedade.

Neste contexto, a Educação Museal é uma peça no complexo funcionamento da educação geral dos indivíduos na sociedade. Seu foco não está em objetos ou acervos, mas na formação dos sujeitos em interação com os bens musealizados, com os profissionais dos museus e a experiência da visita. Mais do que para o “desenvolvimento de visitantes” ou para a “formação de público”, a Educação Museal atua para uma formação crítica e integral dos indivíduos, sua emancipação e atuação consciente na sociedade com o fim de transformá-la.

Vale ainda ressaltar que a Educação Museal, como processo museal e ação profissional específica, difere-se de ações de comunicação e de mediação cultural, por seus objetivos, metodologias e conteúdos próprios, porém sem deixar de ser necessário que seja integrada a essas práticas. (COSTA, et. Al., 2018, p.73-74).

Esta primeira definição emerge como parte das ações de fortalecimento da Educação Museal como um lócus legítimo para desconstrução e construção de novas identidades, culturas e saberes; apoiado na asserção de um escopo teórico-conceitual-metodológico que manifestou a necessidade de se pensarem dispositivos e procedimentos específicos para seu aperfeiçoamento e consolidação.

Cabe destacar ainda que, esta proposta de conceituação da Educação Museal tramada na PNEM, difere de outras noções de educação pré-existentes nos campos do patrimônio e da memória por inserir no âmago da ação educativa museal o indivíduo e o carecimento de sua formação, emancipação e atuação crítica na transformação da sociedade.

Os Museus são espaços não-formais para a promoção de encontros entre diferentes públicos e gerações – potencializados nas visitas – se configurando como um equipamento científico-culturais de experimentação, de movimento, de improviso, de divulgação e popularização da Ciência e da tecnologia e de construção de novos paradigmas educacionais.

A Educação Museal, é, especialmente, relevante para amplificar dimensões como solidariedade, autoestima, empoderamento social e cidadania; dentre outros teores. Não queremos dizer, com isso, que a Escola também não atue com uma formação cidadã e humanista extensiva; mas o faz de um jeito diferente. Ambos os processos progridem juntos, à medida que a nossa percepção no que se refere a educação de forma geral também avança.

Por último, cabe pensarmos os Museus como verdadeiras salas de aula, ou como uma extensão necessária a elas – pois o seu repertório expográfico são aparatos educativos potentes que despertam novas e múltiplas conexões entre saberes e praticantes culturais.

### **3.3 Museu e Divulgação Científica: Delineamentos fundamentais**

São diversificados os pressupostos que asseguram o discurso de que, atualmente, é imprescindível fomentar uma espécie de cultura científica; capaz de agenciar a aproximação entre Ciência e sociedade.

No tocante à Divulgação Científica – termo prioritário desta investigação e que vai além de simplesmente transmitir os encantos e avanços da Ciência – compreendemos que se remete ao movimento que procura divulgar e inteirar a população em geral, acerca das descobertas e das novidades no campo da Ciência. Assim como, seus benefícios e efeitos na sociedade; impedindo que os saberes científicos fiquem restritos tão somente aos cientistas e às Universidades.

O conhecimento e a educação, são combustíveis indispensáveis para o exercício da cidadania. Logo, a Divulgação Científica é, atualmente, um dispositivo relevante para consolidar a democracia e evitar que o conhecimento seja sinônimo de dominação e poder. (PORTO, 2011).

A Divulgação Científica, são as ações que procuram difundir os saberes científicos produzidos e praticados, dentro-fora da rede, para públicos não especializados. Tais práticas são essenciais para o desenvolvimento da Ciência, uma vez que, ela é responsável pela circulação de ideias e divulgação de resultados

de pesquisas para a população em geral. Deste modo, potencializando a discussão científica e fascinando novos fruidores para atividades de Ciências. Segundo Porto (2012), cabe à Divulgação Científica o papel de tornar a Ciência um conhecimento acessível a todos os indivíduos.

Para esta autora, é possível construir uma cultura científica de amplo ou pleno acesso social a partir de uma educação para Ciência que deve começar nas escolas, ainda nas fases iniciais de vida, isto é, na infância. Aliar a Divulgação Científica formal com a divulgação informal dos meios de comunicação de massa parece excelente receita para alfabetizar cientificamente o indivíduo, produzindo uma cultura científica transformadora no mundo contemporâneo. (PORTO, p. 33, 2012).

Reis (1964) afirma que, “por divulgação entende-se aqui o trabalho de comunicar ao público, em linguagem acessível, os fatos e os princípios da ciência”. Na contemporaneidade, existem várias possibilidades e formatos de se fazer Divulgação Científica.

De um lado, exposições, peças de teatro, textos de *blogs*, livros, matérias em jornais e revistas, publicações especializadas, programas televisivos, *podcasts*, canais no *YouTube*, palestras, feiras etc. De outro lado, é comum que ações de Divulgação Científica ocorram em ambientes de Educação Não-formal, como é o caso dos Museus.

Estes, por intermédio de sua potência expográfica, podem contribuir para desterritorializar a Educação Formal, gerar novos espaços-tempos de aprendizagem, facilitar e amplificar a Divulgação Científica e a comunicação com seus visitantes; com vantagem para a popularização da Ciência.

Alguns equipamentos científico-culturais, ao exibirem fenômenos e pressupostos científicos, se apropriam de artefatos tecnológicos para implementar a comunicação com o público visitante. Nestas unidades museais, as construções informacionais provenientes de premissas do conhecimento científico encontram na potência expográfica um meio específico para a Divulgação Científica; característica esta que se deve à ênfase e à instrumentalização dada ao objeto musealizado.

**Figura 7:** Instalação “Nossos Leitos” do Museu da Gente Sergipana.



**Fonte:** @museudagentesergipana\_oficial **Acesso em:** 13 dezembro 2022.

Para ilustrar, a imagética que visualizamos acima (**Figura 7**), expõe a instalação permanente “Nossos Leitos” do Museu da Gente Sergipana. Esta proporciona uma visita sensorial pela flora e fauna de Sergipe. Na qual, sentados em um barco, os praticantes culturais adentraram um túnel com projeção em 360° e viajaram por uma grande variedade de ecossistemas: o sertão, a caatinga, a região do agreste, a mata atlântica e os manguezais; além de apreciar um conjunto de espécies animais – pouco conhecidos pela população local.

Assim, as unidades museológicas por meio de sua potência expográfica buscam aproximar o público do conhecimento científico e oportunizam processos não só de ensino e de aprendizagem não-formal, mas, também, de Divulgação Científica.

Na literatura, nos deparamos com uma pluralidade de termos e conceitos articulados para descrever os processos referentes à Divulgação Científica. Apesar da imprecisão teórico-conceitual e ausência de consenso, os estudos dedicados à compreensão dos sentidos que ela detém na sociedade habitua considerá-la, nos dias atuais, como prática que objetiva promover a aproximação do leigo ou não iniciado em Ciência a alguns princípios, produtos e implicações da atividade científica.

Em concordância com Bueno (1985), as práticas empreendidas no horizonte da Comunicação Científica podem ser fragmentadas em “Difusão”, compreendendo um universo abrangente de veiculação da informação científica; “Disseminação”, voltada apenas a especialistas; e “Divulgação Científica”, que por seu turno, é especificamente propensa à circulação da informação em Ciência e tecnologia para o público em geral e não somente entre especialistas e cientistas.

Cabe sublinhar que, é corriqueiro considerar a Comunicação Científica como sinônimo da Divulgação Científica – fruto das similitudes e analogias e confusão conceitual. Sendo o mais correto apontar a primeira enquanto uma esfera mais abrangente na qual se vincula a segunda.

Para Souza (2016), também não é incomum nos deparamos com o termo Divulgação Científica tomado sob sentido idêntico aos de Vulgarização, Difusão ou Popularização Científica, por exemplo. Entretanto, operando um aprofundamento analítico mais criterioso seria plausível extrair deles suas especificidades e, conseqüentemente, considerá-los como “modelos” teóricos diferenciados que produzem, semelhantemente, efeitos práticos distintos.

Julgamos ser conveniente abordar sobre tais particularidades conceituais e ressaltamos que o que discutiremos a seguir são classificações de certa forma artificiais e aproximativas – como qualquer modelo teórico – e que, além disso, não devem ser assimilados como um encadeamento de estágios evolutivos que se interpõem numa direção progressiva. São ao menos quatro os principais modelos teóricos que definem a Divulgação Científica: ‘Alfabetização Científica’, ‘Compreensão Pública da Ciência’, ‘Ciência na Sociedade’ e ‘Cultura Científica’.

Com relação a concepção de ‘Alfabetização Científica’, Bauer (2009) assegura que está apoiada na ideia de que há um desprovimento de conhecimento, por parte de grande parcela da sociedade no tocante a Ciência, seus significados, potencialidades e implicações e que, portanto, isto é um dilema social que precisa ser reparado. “Alfabetizar” em Ciência e tecnologia denotaria então instrumentalizar o indivíduo leigo de forma que ele possa conhecer a linguagem por meio da qual se processa não só a produção de conhecimento científico, mas a própria relação da natureza com a sociedade.



À vista disso, alfabetizar a população na linguagem científica requer urgência, dado que, conforme este enquadramento conceitual, muitas das proposições científicotecnológicas que se mostram polêmicas, discutíveis e até mesmo questionáveis; apenas são vistas assim por conta da ignorância do grande público. Isso porque o impede de perceber o quão imprescindíveis são os avanços da Ciência. (SOUZA, 2016).

De acordo com Bauer (2009), o segundo modelo de Divulgação Científica, o da 'Compreensão Pública da Ciência', ainda sustenta a lógica do déficit de conhecimento, apesar disso, se diferencia da concepção de Alfabetização Científica por realçar a relevância da adoção de posturas ativas, tanto por parte dos cientistas quanto do público; com vistas à superação de tal carência.

Nesta perspectiva, ainda que o enfoque esteja mais na ação do que no conhecimento, propriamente dito, há uma semelhança indiscutível com o esquema anteriormente analisado, no que se refere ao esforço de fazer com que o sujeito não iniciado compreenda a Ciência. E, como efeito, constate que se trata de uma atividade essencial ao desenvolvimento social. O fundamento aqui é o do conhecer e compreender, para agir em prol.

Este modelo, em conformidade com Gilbert e demais autores (1999), também é comumente associado à denominação 'Popularização da Ciência' e preza pela valorização dos conhecimentos comuns, saberes desenvolvidos e aplicados no cotidiano dos indivíduos, de maneira que a eles possam ser associadas às formulações formais advindas da produção científica e tecnológica.

Quanto à reflexão acerca do modelo denominado de 'Ciência na Sociedade', Bauer (2009) frisa a relevância que as ações de Divulgação Científica dão às relações entre cientista e sociedade – mais especificamente no pressuposto compromisso da Ciência com a verdade e em produzir com vistas à promoção do bem estar social. Neste sentido, a divulgação opera um tipo de mediação entre Ciência e sociedade, buscando, dessa forma, estreitar a comunicação destes dois polos mediante uma linguagem comum mais acessível. (SOUZA, 2016).

Já o modelo de 'Cultura Científica', procura primar pelo estabelecimento de um estilo de vida cultural, no qual, a Ciência seja compreendida como parte

integrante da vida em sociedade. Não só quando nos apropriamos de aparatos tecnológicos, ou quando precisamos obter algum conhecimento médico específico, por exemplo, mas como elemento que além de perpassar nossas relações cotidianas, incide também, em uma escala mais elevada, em políticas, discussões e decisões de interesse do coletivo social.

Ao assumir como premissa fundamental que a Ciência é antes de mais nada um produto social, esta concepção de Divulgação Científica permite – ao menos em tese – que o público vislumbre seu lugar ativo no universo da produção científica; considerando aqui seus processos histórico-culturais basilares e definidores.

Vogt (2006) entende que, os processos que envolvem o desenvolvimento da Ciência e sua difusão – tanto intra como extra pares – são processos culturais, e neste sentido, as ações de Divulgação Científica devem cumprir o papel fundamental de estabelecer “relações críticas necessárias entre o cidadão e os valores culturais de seu tempo e de sua história”.

Neste enquadramento teórico, se intenta desdogmatizar a Ciência como verdade absoluta, respeitando e reconhecendo as demais formas de conhecer a realidade; integrando-as numa linguagem comunicativa que permite o livre pensar do público.

Souza (2016) aponta que, diferente do que se percebe nas concepções anteriormente mencionadas, não se pressupõe uma carência de conhecimento a ser superada por meio de ações didático-pedagógicas. Ao contrário, o objetivo é estimular o potencial crítico-reflexivo do sujeito não iniciado na Ciência, por intermédio de uma perspectiva integral, na qual, se evita o ajuizamento de valores entre “tipos” de saberes mais ou menos válidos. É neste sentido que o próprio Vogt (2006, p. 22) afirma que “não se pode confundir comunicação das ciências com ensino”.

Por fim, as definições explanadas até aqui nos possibilitaram apontar uma confusão conceitual ao tentarmos atribuir sentido e significado aos campos que estão diretamente conectados à Divulgação Científica; apesar de se constituírem como termos articulados.

Com o *app* “*É DA GENTE*” na palma da mão e de olho no ‘Mapa Museológico de Sergipe’, até o momento, foram identificados, cadastrados e mapeados, 69 Museus em 16 municípios sergipanos. Desta totalidade, constatamos 16 Museus que são peças-chave para a Divulgação Científica.

Advertimos que dentre o quantitativo representado e identificado por um ícone de Tubo de Ensaio (ver **Infográfico 2**, p. 47), a Casa de Ciência e Tecnologia da Cidade de Aracaju (CCTECA), constitui outro exemplo ilustrativo de equipamento científico-cultural de Sergipe; considerado peça-chave para a Divulgação Científica.

Isto posto, nem todas estas 16 unidades são classificadas, em sua essência, como Museus de Ciências; já que possuem acervos com uma multiplicidade de tipologias museológicas e, não dedicado, exclusivamente, à Ciência. Estes espaços têm o compromisso de gerar, preservar e difundir o conhecimento científico por meio de sua potência expográfica; contribuindo para o desenvolvimento e popularização da Ciência, da educação e da cultura.

Suas coleções científicas e experimentos interativos foram pensados para despertar a curiosidade e o gosto pelas Ciências – ao facilitar a compreensão de conceitos e teorias e em linguagem acessível – e valorizar a participação e o olhar do visitante (de todas as idades). Que, ao se envolver em uma atmosfera lúdica, divertida e muito bem estruturada; torna-se protagonista de seu próprio aprendizado.

A Casa de Ciência e Tecnologia da Cidade de Aracaju é um projeto piloto financiado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCTI) e implementado pela Prefeitura Municipal de Aracaju e com consultoria da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Inaugurada em 22 de março de 2009, a CCTECA recebeu o nome da personalidade fundamental na revolução científica: Galileu Galilei; e comporta o primeiro Planetário totalmente digital implantado no Brasil.

A CCTECA - Galileu Galilei tem como principais finalidades a democratização de Ciência entre os cidadãos sergipanos; além de promover o ensino das Ciências na rede escolar pública e privada. Mediante seus experimentos científicos, interativos e pedagógicos e ainda a divulgação científica nos meios de comunicação e na esfera do Turismo Científico em Aracaju.

Atualmente a instituição está vinculada à Secretaria Municipal de Educação (SEMED) e sua área de 558m<sup>2</sup> abriga dois setores: o Planetário e a Experimentoteca. Ambos com visitação guiada por monitores universitários que apresentam o funcionamento dos artefatos e suas aplicabilidades em nosso cotidiano. Sob uma cúpula, o Planetário de Aracaju faz uso da Astronomia para divulgar Ciência, contendo em seu interior 31 assentos confortáveis com sistema de som digital e sala climatizada.

Desenvolvido por uma empresa Norte-Americana, no centro, encontra-se um projetor de alta definição e uma lente especial que disponibiliza as imagens para toda a cúpula; sendo o primeiro instalado no País. Seu programa simulador é capaz de projetar e simular, em 3D e com riqueza de detalhes; imagens realísticas de planetas, estrelas, galáxias, nebulosas, exposição de vídeos e visualidades que nos transportam a uma grande viagem pelo Universo.

Para explanar, por intermédio de uma experiência de imersão, os visitantes podem observar a formação do Universo, sua composição e conhecer de perto as características dos planetas que compõem nosso Sistema Solar. A área interna deste equipamento didático-pedagógico, contempla a 'Galeria do Universo' – uma exposição permanente com informações atualizadas acerca das últimas descobertas astronômicas a partir de 20 imagéticas surpreendentes sobre o espaço.

A Experimentoteca agrega 111 experimentos didáticos e interativos – com ênfase em jogos e simuladores – especialmente elaborados para o ensino de Física, Matemática, Química, Informática, Astronomia e Ciências em geral. Dentre os diversos equipamentos da CCTECA - Galileu Galilei, três aguçam a curiosidade do público visitante: o "Girotec", as "Antenas Parabólicas" e o "Gerador de Van Der Graaf".

Lotado na área externa, o "Girotec" chama a atenção por ser constituído por três círculos concêntricos que giram independentemente entre si e simula, em pequenos instantes, a ausência de gravidade. As "Antenas Parabólicas" ganham destaque por possibilitar a comunicação direta entre duas pessoas, quando distanciadas a 50m. Na área interna do complexo, o "Gerador de Van Der Graaf" rouba a cena ao gerar cargas elétricas e permitir eletrizar os cabelos dos curiosos.

Localizada no Parque Augusto Franco, mais conhecido como Parque da Sementeira, há 10 anos, a Casa de Ciência e Tecnologia da Cidade de Aracaju segue como uma referência na democratização do conhecimento científico, por facilitar o acesso à ciência e proporcionar aos sergipanos e turistas a oportunidade de refletir sua existência. Em face da vastidão dos astros e das descobertas científicas; contribuindo para a formação de uma geração preparada para os desafios do agora e futuros.

O setor educativo da CCTECA<sup>3</sup> possui diversas atrações e projetos fixos e desenvolve, constantemente, uma programação reiterada de eventos, exposições, palestras, encontros e seminários científicos; na capital e no interior do estado. Dentre as atrações e projetos: a Sala de Biologia, observações com Telescópios, 'Observando a Estação Espacial Internacional', 'Astronomia no Interior', 'Café Com Ciência', 'Jovem Cientista', 'Caça ao "Curisco"', 'Save The Planet', Coleção de Meteoritos, Coleção de Trombolitos, Coleção sobre Astronomia; além das sessões diárias no Planetário digital e visita guiada aos 111 experimentos.

Estes espaços-chave para a Divulgação Científica, operam para tecer memórias individuais e coletivas e como artefato pedagógico e educativo para aprofundar questões que não são bem discutidas ou nem são vistas no nível básico de ensino. Além de divulgar a multidisciplinaridade das Ciências, seus avanços contemporâneos e fomentar uma ambiência impulsionadora de apropriação para a popularização e cultura científica.

Face ao exposto, é importante salientarmos que, nestes espaços, a Divulgação Científica ocorre mediante exposições de suas coleções científicas e experimentos interativos e produção de narrativas, imagens e sons disparados em seus perfis nos *App* e *Sites* de Redes Sociais Digitais (Instagram, Facebook, YouTube etc.). Com isso, tornando a Ciência mais acessível e atraente e mostrando para a sociedade a importância dos saberes e fazeres científicos.

Outra forma de divulgar e popularizar a Ciência – bem como salvaguardar memórias científicas – é feita pelos programas, projetos e ações com princípios pedagógicos e potencialidades educativas em complementação do ensino escolar; objetivando a dinamização do artefato científico-cultural junto à comunidade.

---

<sup>3</sup> Quer saber mais? Siga @ccteca\_planetario e clique em <http://cctecaplanetario.blogspot.com/>

Na próxima seção, mostraremos o repertório de atributos interativos, de navegação, informativos e visuais do “*É DA GENTE*”; cujo *design* responsivo evidencia o conteúdo e as informações acerca dos equipamentos científico-culturais de Sergipe nas telas/páginas do protótipo.

#### 4 “É DA GENTE”: BAIXE GRÁTIS O NOSSO APP

Aqui, apresentaremos um desenho da área de interação com a gaveta do menu e suas abas que integrarão o aplicativo móvel “É DA GENTE”, por meio de uma interface moderna que privilegia e potencializa a ampliação da experiência do interagente com os inúmeros Museus de Sergipe na palma da mão; eliminando obstáculos de utilização.

O detalhamento de cada aplicação específica será exposto com intencionalidades pedagógica e estratégica junto a todos os passos do processo de prototipação do *app* – na cena Cibercultural. A escolha do termo “É DA GENTE” vem enaltecer o cenário museológico do menor Estado em extensão territorial do Brasil, descortinar espaços e acervos pouco conhecidos da população e salvaguardar os saberes e fazeres da gente sergipana.

**Figura 8:** Ícone do *app* “É DA GENTE” e sua aplicação na *Home Screen* do *smartphone*.

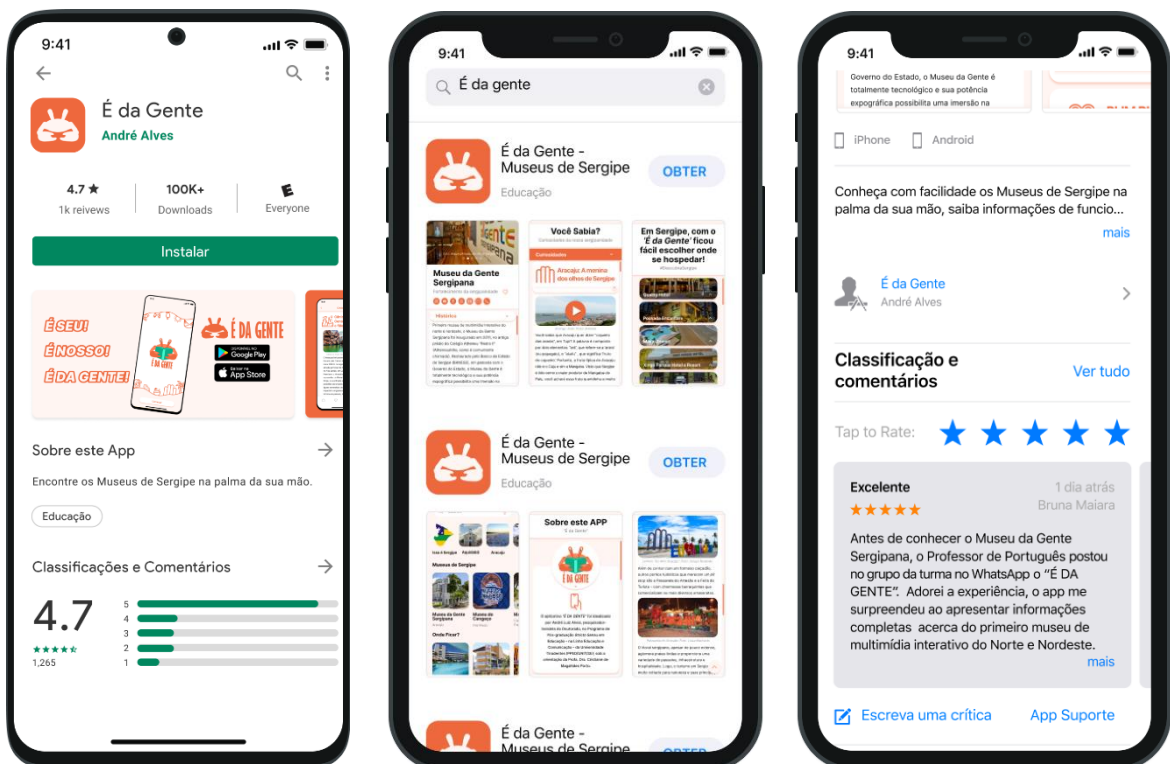


**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Ou seja, será possível conhecer estes artefatos científico-culturais, espalhados nos mais diversos cantos de Sergipe, potentes de Educação Não-formal e de Divulgação Científica; além de aguçar a curiosidade dos frequentadores e não-frequentadores. Inclusive, promover um encontro do sergipano com ele mesmo; reafirmando o sentimento de pertencimento.

O app “É DA GENTE” poderá ser “baixado” gratuitamente nos principais sistemas operacionais, por exemplo, na *App Store* (Loja de aplicativos para *iOS* – sistema operacional móvel da *Apple*) e no *Google Play Store* (Loja de aplicativos para *Android* – sistema operacional móvel do *Google*). (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “É DA GENTE”, p. 10-11).

**Figura 9:** Aplicação do ícone do app na *Google Play Store* e na *Apple Store*.



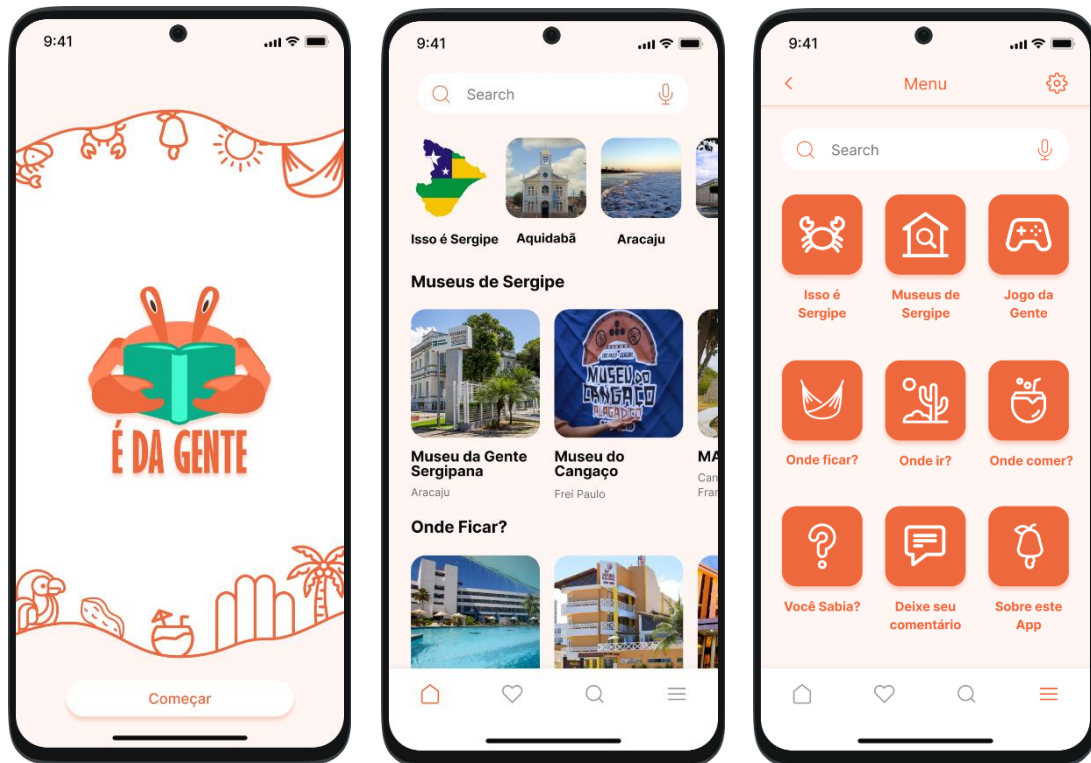
**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Em seguida, será realçada uma combinação de múltiplos recursos com cada item que compõe a barra do menu do “É DA GENTE” – que juntos executam diversas funções e permitem mais mobilidade e agilidade nos processos educativos



e de Divulgação Científica. Dispostas em lista vertical, as principais guias estarão mais acessíveis ao navegante e foram organizadas em grau de importância, isto é, da maior relevância para a menor.

**Figura 10:** *Splash Screen, Home Screen e Gaveta de Menu do app “É DA GENTE”.*



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Por último, passaremos para a fase de avaliação e validação desta prototipagem por meio do Grupo Focal – baseada no *feedback* fundamentado de usuários potenciais a respeito do “É DA GENTE” e, principalmente, sobre sua estética, usabilidade e funcionalidade.

#### 4.1 Bem-vindo(a) ao “É DA GENTE”

Nesta funcionalidade, em tom de boas-vindas, demonstraremos o *app* “É DA GENTE” para além de um inventário dos Museus de Sergipe, em apenas um clique.

Figura 11: Tela de boas-vindas do app “É DA GENTE”.



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

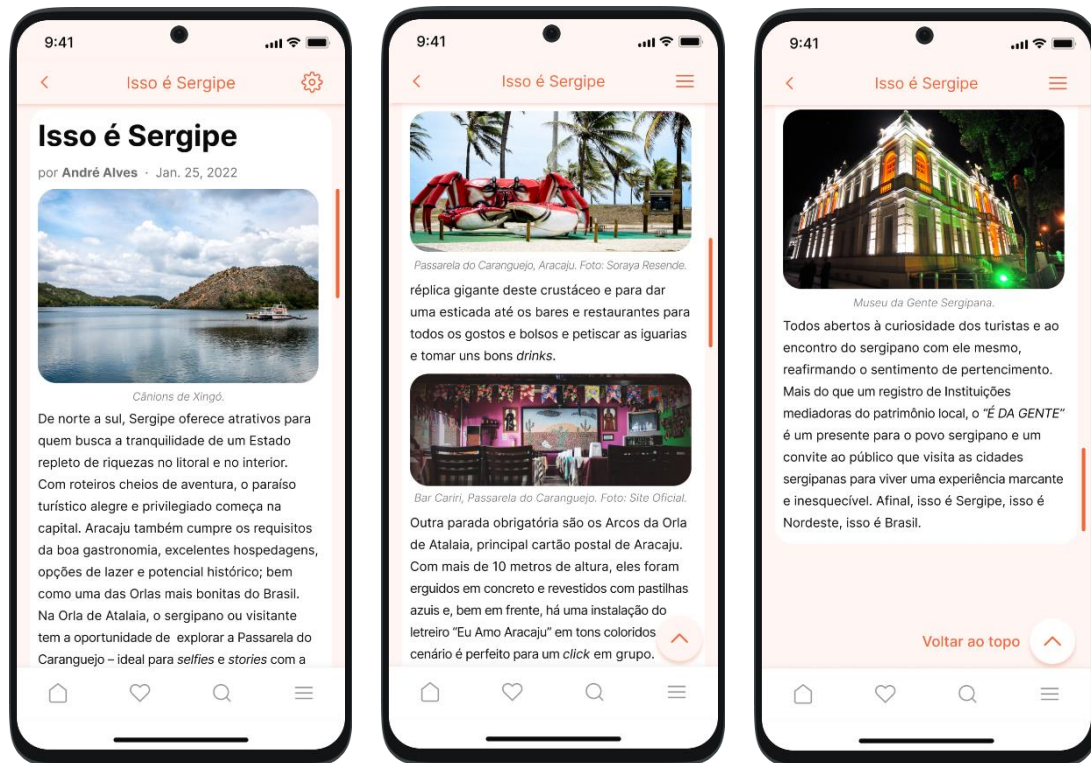
## 4.2 Isso é Sergipe

Nesta janela, enalteceremos para a gente sergipana e demais frequentadores além-fronteiras; as surpresas e as belezas existentes em solo sergipano e seus encantos. (Fazer *Scroll* no “Mockups – Guia Ilustrado” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “É DA GENTE”, p. 14).



Confira por meio do QR Code  
“Sergipe é o melhor!” – Diogo Elzinga

Figura 12: Tela sobre o Estado de Sergipe.



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

### 4.3 Museus de Sergipe

Ao clicar nesta funcionalidade, o “user” terá acesso a uma listagem com os 69 Museus identificados, cadastrados e mapeados, até o momento, em 16 municípios sergipanos. Sendo que, do total, 39 unidades museais estão localizadas, na capital, em Aracaju. Já as cidades Areia Branca, Boquim, Canindé, Estância, Frei Paulo, Indiaroba, Japaratuba, Moita Bonita, Nossa Senhora da Glória e Pirambu; dispõem de apenas um espaço museológico. Ao passo que Itabaiana possui três unidades museológicas, Laranjeiras abarca quatro, São Cristóvão contém oito e Nossa Senhora do Socorro e Tobias Barreto abrangem dois espaços científico-culturais.

Organizados e categorizados por localidade e, ainda mais, catalogados em ordem alfabética; ao selecionar um equipamento científico-cultural, o usuário terá à sua disposição informações úteis como: Histórico, *Status* do Museu, Instituição

Mantenedora, Localização, Funcionamento, Programação, Setor Educativo, Divulgação Científica, Acessibilidade, Contatos, Serviços e Carrossel de Fotos. Todos posicionados na barra de aplicações e dentro da zona do polegar e facilmente acessíveis ao deslizar para cima.

**Figura 13:** Gaveta do Menu da Guia “Museus de Sergipe”.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Vale ressaltar que a descrição dos dados de cada Instituição museológica será apresentada de maneira concisa e objetiva e sem omitir informações preciosas ao interagente, enfocando os fatos relevantes – porém cuidadosamente pensada e estruturada para a interface do “*É DA GENTE*”. Igualmente, seguirá um padrão de texto e de interação junto ao *design* responsivo e a facilidade de visualização e imersão; crucial para engajar o navegante com o *app* em tela.

### **4.3.1 Histórico**

O intuito desta aba é permitir ao “*user*” a compreensão das principais características dos Museus de Sergipe quanto ao seu Histórico, ano de criação, processo de constituição, sua importância, infraestrutura, tipologia do acervo, exposições e linhas de atuação.

### **4.3.2 Status**

A origem e evolução do Coronavírus, intitulado de SARS-CoV-2, acarretou novos embaraços para os Museus de Sergipe e de diferentes partes do mundo. A partir do momento em que a Pandemia passou a decretar amplo distanciamento físico e isolamento social como medidas indispensáveis para a prevenção da transmissão do vírus; o que impactou o cotidiano dos espaços museológicos e sua conexão com o público.

Após acessar a funcionalidade “*Status*”, o usuário saberá se as unidades museais encontram-se com funcionamento regular, operando com controle de capacidade, fechadas temporariamente em face da Pandemia de Covid-19 ou em manutenção da estrutura e preservação dos acervos.

### **4.3.3 Instituição Mantenedora**

Esta guia, sinalizará ao interagente a natureza administrativa dos artefatos científico-culturais. A Instituição Mantenedora, por sua vez, é a pessoa jurídica de direito público ou privado ou pessoa física que define e custeia os recursos humanos, orçamentários e financeiros; necessários para assegurar o pleno funcionamento do espaço museológico – suas ações e metas de desempenho.

Cabe destacar que, em Sergipe, a maior parte dos Museus funciona como entidade sem fins lucrativos, mas muitos estão vinculados ao Governo do Estado, Prefeituras Municipais, Instituições Privadas e Bancárias, Universidades e Poder Judiciário.

#### 4.3.4 Localização

Na janela “Localização”, será informado o endereço de correspondência e de visitação dos equipamentos científico-culturais, de acordo com o padrão da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos; por exemplo: Logradouro (Rua, Avenida, Rodovia etc.), Número, Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP e Caixa Postal.

E, também, por intermédio do *Google Maps*, o navegante poderá checar e localizar as unidades museais, visualizar rotas, estimar tempo de deslocamento e distância entre dois pontos – com opção de reproduzir o trajeto em texto e áudio; facilitando ainda mais o percurso. Sem dúvidas, um recurso ideal para o “user” se programar para otimizar seu tempo.

#### 4.3.5 Funcionamento

Para ficar por dentro do “Funcionamento” das unidades museológicas, basta clicar nesta aba e acessar as informações acerca do circuito expositivo e fluxo de visitação; a saber: dias e horários de abertura ao público e se realizam visitas com guia/mediador/monitor ou não. E, também, se dispõe de audioguia (aparelho de áudio com narrações, descrições e explicações sobre a(s) Exposição/Instituição/Atividade(s)) e se adotam critérios de gratuidade e meia-entrada ou não. Por último, como funciona a venda de ingressos e o agendamento para visitas espontâneas (com ou sem acompanhantes), de grupos escolares e de Instituições e roteiro turístico.

Em razão da Pandemia de Covid-19, a operação destes espaços segue protocolos de biossegurança recomendados pelas autoridades sanitárias; sendo obrigatória (ou não) a apresentação do Passaporte da Vacina – com a comprovação de ao menos duas doses – no formato físico ou o registro na plataforma ConecteSUS.

Enfatizamos que o “*É DA GENTE*” será atualizado regularmente no tocante aos aperfeiçoamentos de desempenho e correções de *bugs*, por seu corpo técnico. Já as informações a respeito do Funcionamento, por exemplo, serão atualizadas

pelos colaboradores dos equipamentos científico-culturais e sempre constando a data da última alteração feita.

#### **4.3.6 Programação**

A aplicação “Programação” fornecerá ao usuário, em tempo real, informações no que se refere às ações educativas e culturais pensadas e executadas nos espaços expográficos dos Museus e Centros de Ciência; a partir da relação museu-comunidade e da relação museu-escola – perante um acervo totalmente voltado para evidenciar o patrimônio cultural material e imaterial de Sergipe. Mediante instalações permanentes interativas ou analógicas, exposições temporárias e itinerantes e uma programação diversificada de eventos e apresentações artísticas.

#### **4.3.7 Setor Educativo**

De modo resumido, a Educação Museal equivale a práticas e processos educativos Não-formais que, na relação entre os sujeitos sociais, a memória e as heranças culturais musealizadas e suscetíveis de musealização; contribuem para a construção e a preservação da identidade partilhada por um grupo, comunidade ou sociedade – valorizando-os na pluralidade. Já o Setor Educativo é um departamento formalizado de uso social que promove, por meio de programas, projetos e ações com princípios pedagógicos e potencialidades educativas; a dinamização do artefato científico-cultural junto à comunidade.

Isto posto, ao escolher a funcionalidade “Setor Educativo” o interagente saberá se as unidades museais dispõem deste serviço que contribui para o fortalecimento e a propagação dos saberes e fazeres do povo sergipano; representando não apenas os aspectos culturais, mas também históricos e geográficos.

#### **4.3.8 Divulgação Científica**

A Divulgação Científica, são as ações que procuram difundir os saberes científicos produzidos e praticados, dentro-fora da rede, para públicos não

especializados. Tais práticas são essenciais para o desenvolvimento da Ciência, visto que ela é responsável pela circulação de ideias e divulgação de resultados de pesquisas para a população em geral. Conseqüentemente, potencializando a discussão científica e fascinando novos fruidores para atividades de Ciências, uma vez que, cabe à Divulgação Científica o papel de tornar a Ciência um conhecimento acessível a todos os indivíduos.

Na contemporaneidade, existem várias possibilidades e formatos de se fazer Divulgação Científica. De um lado, exposições, peças de teatro, textos de *blogs*, livros, matérias em jornais e revistas, publicações especializadas, programas televisivos, *podcasts*, canais no YouTube, palestras, feiras etc. De outro lado, é comum que ações de Divulgação Científica ocorram em ambientes de educação Não-formal, como é o caso dos Museus de Sergipe.

Estes, por intermédio de sua potência expográfica, podem contribuir para desterritorializar a educação formal, gerar novos espaços-tempos de aprendizagem, facilitar e amplificar a Divulgação Científica e a comunicação com seus visitantes; com vantagem para a popularização da Ciência. Por esse motivo, a guia “Divulgação Científica” possibilitará ao navegante conhecer quais e como os espaços científico-culturais de Sergipe divulgam Ciência; além de revelar as várias faces do patrimônio cultural da gente sergipana.

#### **4.3.9 Acessibilidade**

É sabido que a Acessibilidade Universal recomenda a efetivação do acesso livre de barreiras em todos os âmbitos da sociedade e para todos os lugares.

Logo, a Acessibilidade em Museus necessita seguir as premissas do Desenho Universal e permear os espaços expográficos e de convivência, serviços de informação e programas formativos. Do mesmo modo que os demais serviços básicos e especiais devem estar ao alcance de todos os indivíduos; nítidos frente aos processos comunicacionais e articulados de forma clara. Proporcionando segurança e autonomia aos visitantes com deficiência visual, auditiva, física, intelectual, múltipla, pessoas com mobilidade reduzida, idosos e crianças.



À vista disso, ao deslizar os dedos no *touch* e selecionar a janela “Acessibilidade”, o “*user*” identificará se as unidades museais sergipanas contemplam ações e condutas inclusivas relativas à acessibilidade física, econômica, informacional, cultural e linguagem expográfica voltadas às pessoas com deficiência.

#### **4.3.10 Contatos**

A aba “Contatos” funcionará como um mecanismo de busca para obtenção das informações de contato fornecidas pelos equipamentos científico-culturais sergipanos para atender as demandas tanto de grupos escolares e de Instituições e roteiro turístico quanto do público em geral. Que porventura queira contatar as unidades museais via *Site*, *E-Mail*, Telefone, Fax, *App* e *Sites* de Redes Sociais Digitais (Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp etc.) e afins.

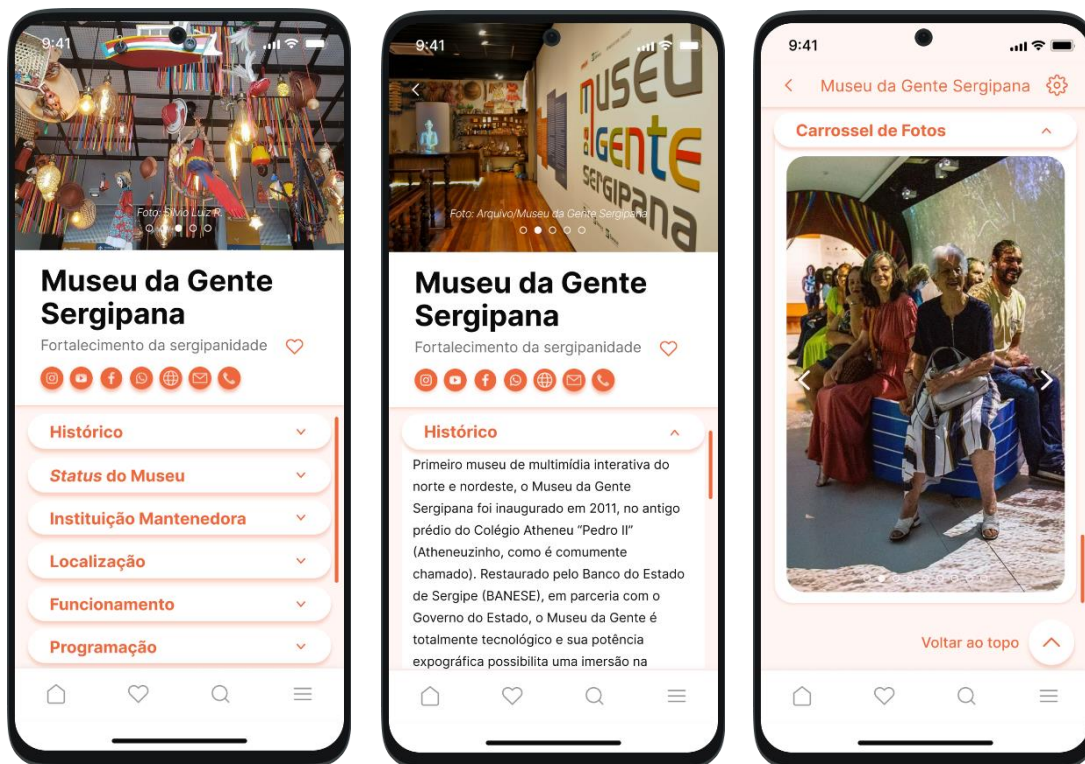
#### **4.3.11 Serviços**

Na aplicação “Serviços”, o usuário terá acesso aos serviços ofertados e realizados pelos Museus de Sergipe aos visitantes durante o horário de funcionamento; por exemplo: Achados e Perdidos, Fraldário e Sala de Amamentação, Atenção Médica de Emergência, Bebedouro, Guarda-volumes, Biblioteca, Livraria, Loja, Cafeteria, Sanitário, Teatro/Auditório, Estacionamento com vagas reservadas para gestantes, idosos e cadeirantes etc.

#### **4.3.12 Carrossel de Fotos**

Um dos recursos do aplicativo “*É DA GENTE*” é a galeria de fotos em formato de “Carrossel” (ou sequência), que permitirá postar mais de uma imagem de uma única vez e vídeos dos espaços científico-culturais de Sergipe; certamente uma alternativa para engajar e surpreender o interagente com soluções visuais criativas e até interativas. (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “*É DA GENTE*”, p. 15-21).

Figura 14: Guia do Museu escolhido no Menu de “Museus de Sergipe”.



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

#### 4.4 Jogo da Gente

Esta janela está ligada a um dos motivos pelo qual o “*É DA GENTE*” foi delineado e à solução que ele se propõe a oferecer: impulsionar uma nova lógica de ensinar e aprender na contemporaneidade. Nesse sentido, para que o “*É DA GENTE*” cumpra com a sua função educativa; nos apropriaremos do *Gamification* (ALVES, 2015) para elaborar e inserir no *app* experiências de aprendizagem atrativas, divertidas, engajadoras, efetivas e, principalmente, conectadas ao currículo.

Em linhas gerais, e de modo simplificado, o alvo do *Gamification* é explorar a mecânica e os componentes dos jogos para converter vivências pedagógicas “chatas” em significativas; considerando a predisposição do estudante-usuário em se empenhar em dinâmicas de jogos para executar uma atividade que normalmente ele apresentaria maiores resistências para fazer.

Perante o exposto, nesta funcionalidade, disponibilizaremos duas ações *gamificadas* com o recurso do *Kahoot!* e *QR Code*; como estratégia para proporcionar experiências e vivências de ensino e de aprendizagem nos / com os Museus presentes em solo sergipano. (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “*É DA GENTE*”, p. 22-23).

**Figura 15:** Telas do Jogo da Gente.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Vale realçar que, por via das guias “Onde Ficar?”, “Onde Ir?” e “Onde Comer?”; articularemos táticas para monetização do “*É DA GENTE*”. Assim dizendo, disponibilizaremos, estrategicamente, espaços publicitários e cotas de patrocínio para que a Rede Hoteleira, Bares e Restaurantes, Barracas de Praia, Governo do Estado, Prefeituras Municipais e Agências de Viagens publicizem suas marcas e atrativos (bens naturais e culturais) nesta vitrine da gente sergipana e além-fronteiras. Todo esse esforço de oferecer uma solução digital *mobile* para os nossos futuros parceiros, visa obter um ganho financeiro necessário para o desenvolvimento do *app* em pauta. Visto que, para a implementação de um aplicativo – com todos os

recursos e funcionalidades descritas nesta seção – são considerados vários fatores e os valores não são amigáveis.

#### 4.5 Onde Ficar?

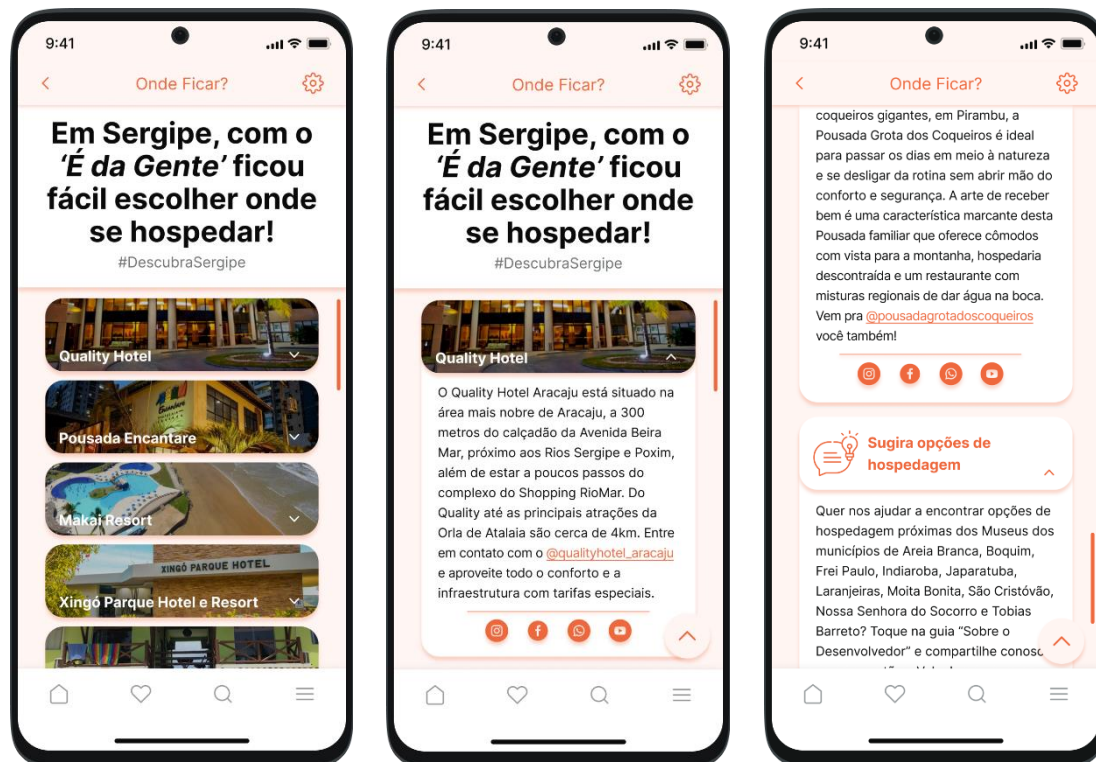
Aracaju, capital de Sergipe e da qualidade de vida, concentra a principal área turística na Orla de Atalaia; palco de um dos cenários mais lindos do Brasil. Portanto, reuniremos nesta funcionalidade os Hotéis e Pousadas mais procurados por quem deseja se hospedar próximo aos Museus espalhados de Norte a Sul de Sergipe.

Como exemplo e, para ilustrar o que foi dito anteriormente, o “*É DA GENTE*” oferecerá, taticamente, novas maneiras de tornar as melhores opções de hospedagem – existentes nos 16 municípios sergipanos – em evidência para atrair mais hóspedes. Com o intuito de monetizar o *app* e mediante parcerias, os visitantes dos espaços científico-culturais sergipanos receberão desconto sobre o valor da estadia atentando para a apresentação do *ticket* da unidade museal; até mesmo recompensas em pacotes para o turismo local.

Sob outra perspectiva, o aplicativo e *site* de rede social digital *Tripadvisor* é o mais utilizado pela comunidade de viajantes do mundo. Nesta plataforma, usuários de várias partes do planeta compartilham diariamente avaliações e comentários acerca de Hotéis e Pousadas, Pontos Turísticos, Bares e Restaurantes, Companhias Aéreas e Passeios que já exploraram em um determinado destino. Logo, por intermédio do *Tripadvisor*, filtramos os Hotéis e Pousadas mais bem avaliados pelos “*users*” e próximos dos Museus espalhados em 16 municípios sergipanos. (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “*É DA GENTE*”, p. 24-26).



Figura 16: Tela da funcionalidade “Onde Ficar?”.

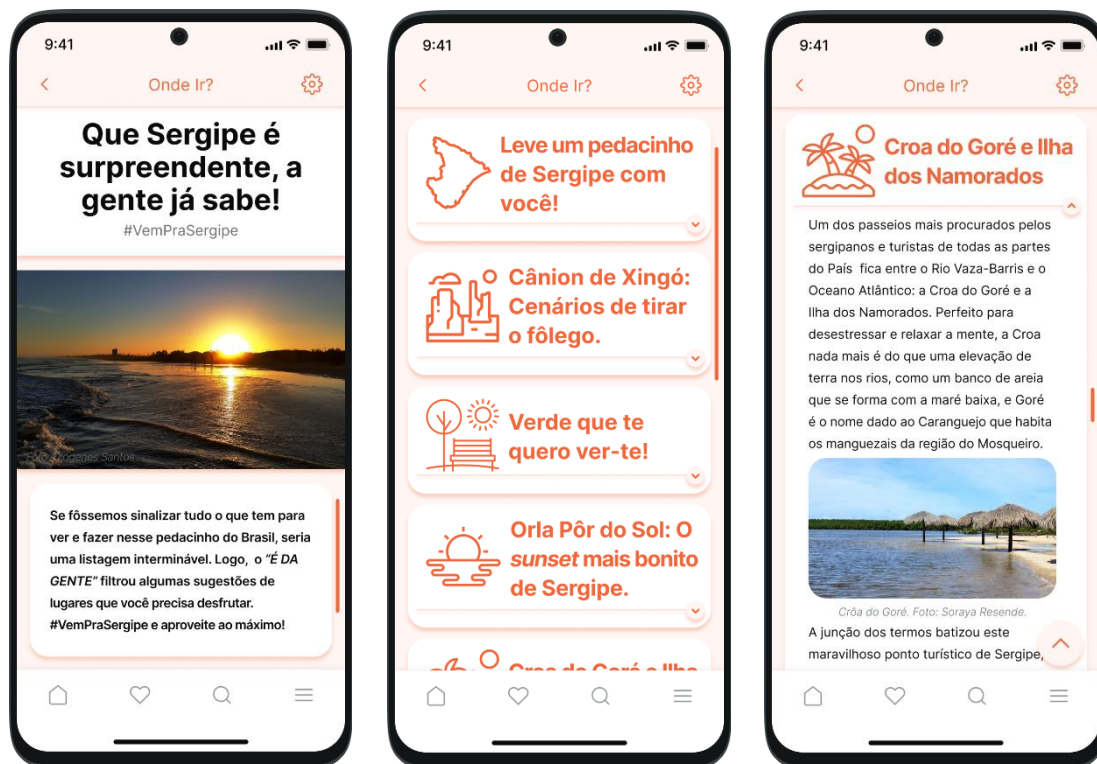


Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

#### 4.6 Onde Ir?

Considerado o menor estado da federação, Sergipe é um convite à calma e tem paragens maravilhosas para você inserir na sua rota. Então, esqueça os longos engarrafamentos, as praias lotadas, as filas quilométricas e venha conhecer o País do Forró. E, também, o fascínio das cidades históricas, os 69 Museus presentes em 16 municípios sergipanos e muitos outros programas de lazer e divertimento; em suas variadas manifestações artístico-culturais. Finalmente, nesta guia, recomendaremos os principais atrativos turísticos sergipanos – do litoral ao sertão. (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “*É DA GENTE*”, p. 27-30).

Figura 17: Tela da guia “Onde Ir?”.



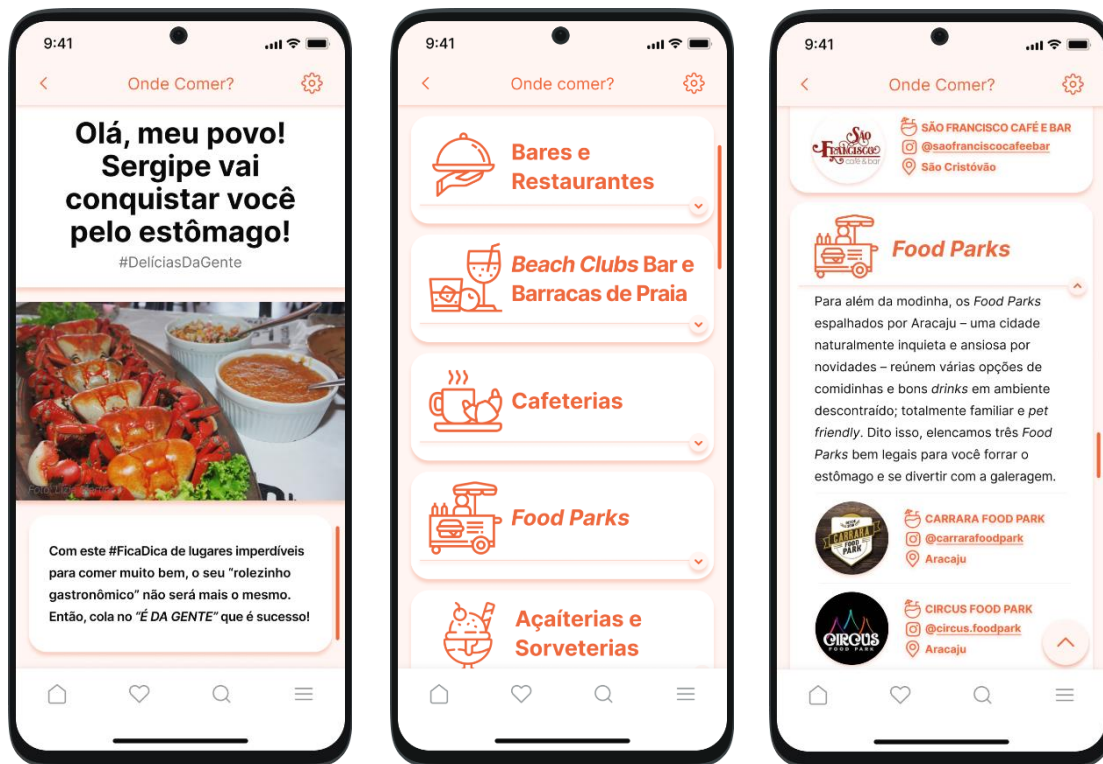
Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

#### 4.7 Onde Comer?

Além do jeito hospitaleiro e alegre de ser e uma cultura rica e diversa, as delícias da culinária sergipana são de dar água na boca. Situada na Orla de Atalaia, a Passarela do Caranguejo é conhecida como polo gastronômico da principal praia de Aracaju, a Praia de Atalaia, e oferece pratos especiais a base de peixes e frutos do mar que são paradas obrigatórias a todos que visitam a cidade.

Assim, a janela “Onde Comer?” publicizará dicas dos melhores Bares e Restaurantes, *Beach Clubs* Bar e Barracas de Praia, Cafeterias, *Food Parks* e Gelaterias; que reúnem os sabores mais incríveis para você experimentar em solo sergipano. (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “*É DA GENTE*”, p. 30-33).

Figura 18: Tela da janela “Onde Comer?”.

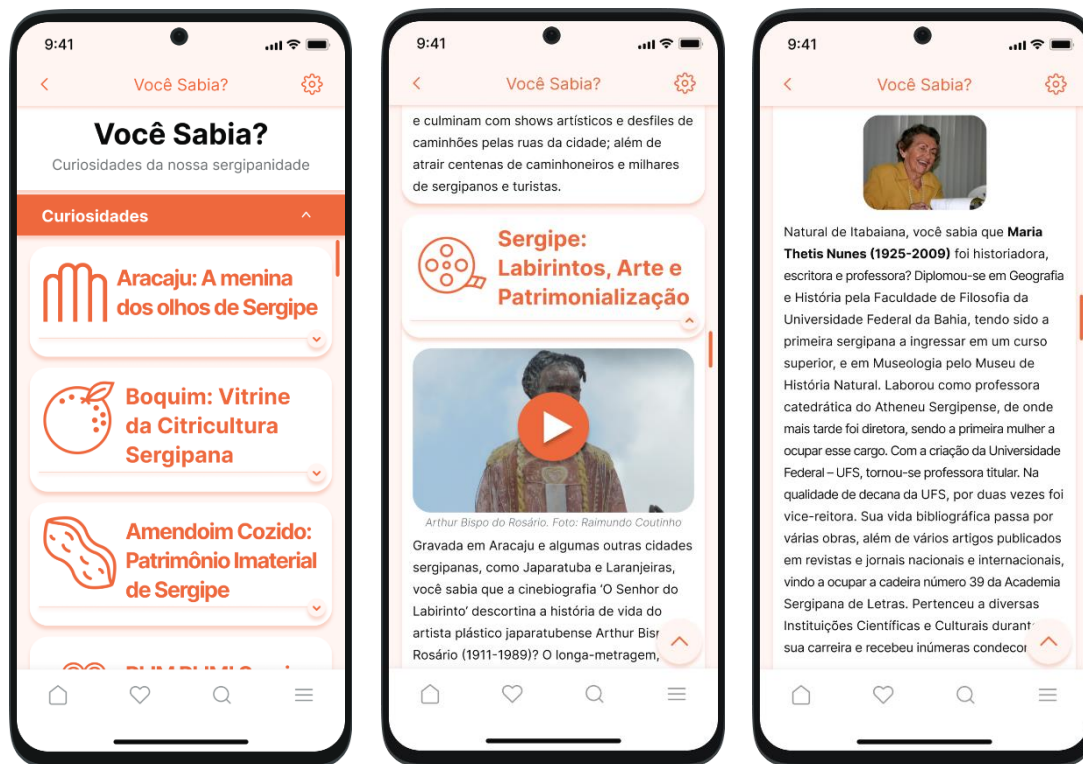


Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

#### 4.8 Você Sabia?

A aba “Você Sabia?” trará *drops* de informação e verbetes de curiosidades sobre os mais diversos assuntos referentes aos elementos da sergipanidade e dos Museus de Sergipe, de cunho informativo e educativo e em formato de texto-legenda e vídeos curtos; visando tornar o *app* “É DA GENTE” dinâmico e atraente – para engajar Instituições de Ensino, população em geral e turistas. (Fazer *Scroll* no “*Mockups* – Guia Ilustrado” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “É DA GENTE”, p. 33-39).

Figura 19: Tela da aba “Você Sabia?”.



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

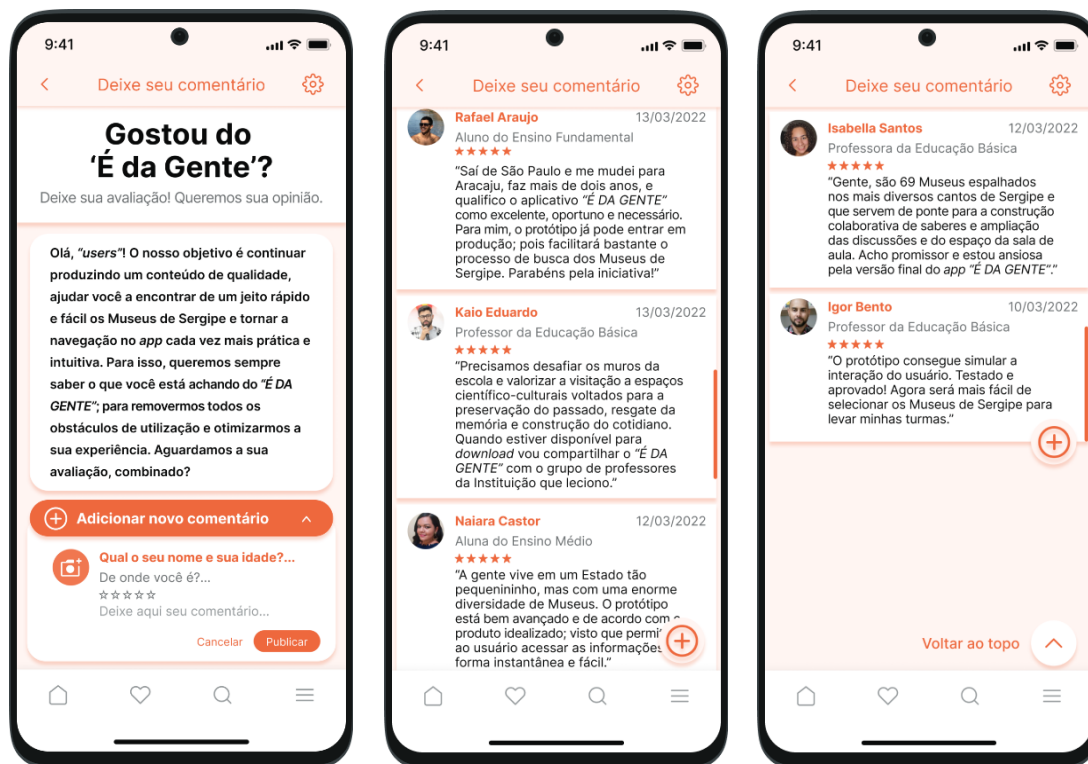
#### 4.9 Deixe seu Comentário

Todas as opiniões são importantes e, para aprimorar o nosso trabalho, gostaríamos de receber um *feedback* acerca de sua experiência com o aplicativo “*É DA GENTE*”.

Por isso, críticas, sugestões e elogios poderão ser encaminhados por meio da aplicação “Deixe seu Comentário”. Em contrapartida, informações sobre determinados Museus de Sergipe poderão ser obtidas nos canais disponibilizados na funcionalidade “Contatos”. (Fazer *Scroll* no “*Mockups – Guia Ilustrado*” para conhecer todas as telas e apreciar o conteúdo do “*É DA GENTE*”, p. 40-41).



Figura 20: Tela da aplicação “Deixe seu Comentário”.



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

#### 4.10 Sobre este App

Na guia “Sobre este App”, constará uma descrição sucinta de algumas informações pertinentes acerca da origem, propósito, autor do aplicativo “É DA GENTE”; entre outros dados.

Figura 21: Tela da guia “Sobre este App”.



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

#### 4.10.1 Sobre o Desenvolvedor

Na janela “Sobre o Desenvolvedor”, será adicionada uma biografia curta e direta acerca do idealizador do *app*, para dar credibilidade ao projeto e criar uma conexão com o “*user*”. E, também, disponibilizado um contato de *E-Mail* para se buscarem as informações que se fazem necessárias no tocante ao “*É DA GENTE*”.

Figura 22: Tela da janela “Sobre o Desenvolvedor”.

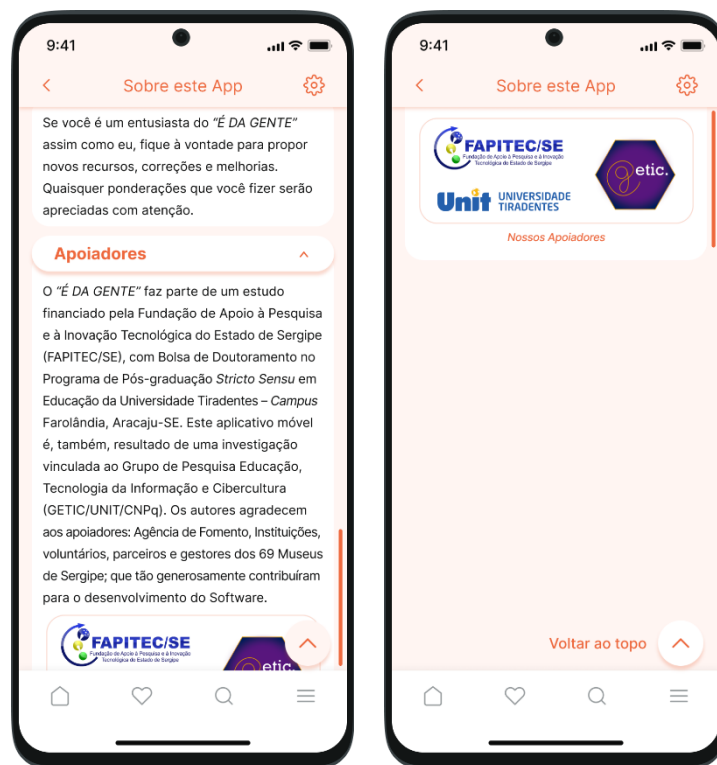


Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

#### 4.10.2 Apoiadores

Na aba “Apoiadores”, exibiremos, em tom de agradecimento, as marcas parceiras e os sujeitos que se engajaram em cada etapa do processo de feitura do app “É DA GENTE”.

Figura 23: Tela da aba “Apoiadores”.



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

Na seção seguinte, demonstraremos o nível de satisfação e as impressões e experimentações dos testadores beta, mediante fase exploratória do campo investigativo, para avaliação e validação de Interface e Usabilidade do “É DA GENTE”.

## 5 VERSÃO BETA DO “É DA GENTE”: PRODUÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS



Confira por meio do QR Code  
“Chamego Só” – Pedro Luan e Rogério

*Status:* “Sergipe é o país do forró”.

Nesta seção, exibiremos a etapa exploratória da investigação por meio de gráficos, fundamentada na produção e discussão dos dados obtidos via aplicação de um Questionário. Instrumento de recolha de informações destinado à identificação de perfis e validação de Interface e Usabilidade junto aos Professores(as) e Alunos(as) – usuários potenciais/reais do “É DA GENTE” – de uma Instituição de Ensino particular, situada na cidade de Aracaju, no Estado de Sergipe. Para facilitar a compreensão dos *feedbacks* apresentados pelo grupo de testadores beta como parte integrante e impulsionadores do produto final, os dados foram expostos visualmente por intermédio dos Arcos da Orla de Atalaia – um dos cartões postais mais famosos da capital nordestina da qualidade de vida. Afinal, este monumento emblemático é da gente. Assim, o instrumento de produção de dados contemplou 27 perguntas fechadas, também conhecidas como questões “objetivas”; sendo que o preenchimento foi voluntário e anônimo e foi aplicado mediante plataforma para gestão de Questionários *Online* – *Google Forms*.

De um lado, a versão beta de um *software* segue em estágio ainda de desenvolvimento, mas que é considerada aceitável para ser demonstrada e testada perante o público-alvo, mesmo que ainda haja *bugs* e obstáculos, despercebidos ou inesperados, que precisarão ser corrigidos pelos desenvolvedores antes da implementação definitiva da aplicação na sua versão final. De outro lado, a Usabilidade concerne à facilidade de uso e utilidade, ou seja, é particularmente empregada para sinalizar quão fácil e eficiente é para o “*user*” executar tarefas manejando o *software*; em poucos cliques. Melhor dizendo, a Usabilidade é um atributo que qualifica a habilidade de manipulação da Interface a partir da perspectiva do interagente.

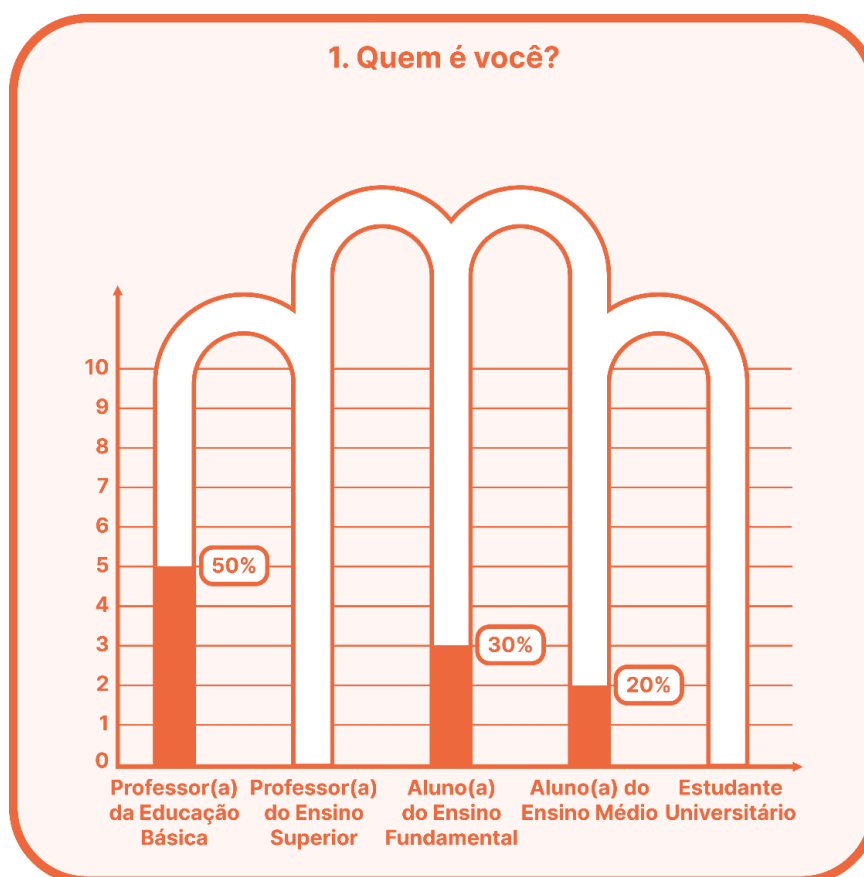
Isso pode estar associado ao fato de que ao avaliar a Usabilidade de um aplicativo, como é o nosso caso, o aspecto 'eficiência de uso' talvez seja o mais pertinente na percepção do usuário; visto que este alude a qualidade de interação e navegação da Interface para acesso às informações referentes aos 69 Museus de Sergipe e demais conteúdos incorporados ao *app*. Cabe destacar que, a Interface é um dos elementos críticos para o triunfo de um *software* e deve, portanto, dispor de uma ambiência amigável que proporcione uma navegação rápida e intuitiva.

A Interface de usuário é a área onde os utilizadores interagem com um programa, aplicativos ou *sites* de Redes Sociais Digitais, por exemplo. Podendo abarcar telas de exibição, um mouse, teclados e a aparência de uma área de trabalho. Por este motivo, uma boa Interface de usuário necessita conter uma jornada de conteúdo interativo estimulante, um contexto de visualização e de interação acessível e um *feedback* satisfatório. Além do mais, o *design* de Interface é uma parte da experiência do navegante que, também, deve ser bem pensada e bem projetada. O que privilegia e potencializa a ampliação da experiência do interigente no transcorrer de seus fluxos navegacionais pela Interface.

O protótipo beta do “*É DA GENTE*”, embora ainda não esteja totalmente funcional ou pronto para se tornar um dos *apps* mais “baixados” nos *Smartphones*, *Tablets* ou *iPads* da gente sergipana e turistas, é o exemplar ideal da solução desenvolvida; baseado em descobertas e tomada de decisões. Por essa razão, apresentamos e disponibilizamos os *Mockups* do aplicativo – via Guia Ilustrado – para um Grupo Focal para que usuários potenciais/reais, intencionalmente selecionados, pudessem conhecê-lo com a finalidade de atribuir *feedbacks*.

De forma a obter efeitos positivos e significativos na fase de prototipação frente aos desenvolvedores; ao eliminar possíveis embaraços preliminarmente – além de fomentar o desejo dos usuários pelo *app* em sua versão conclusiva, o que favorece no êxito do lançamento. O modelo de *Interface* também pôde ser avaliado pelos sujeitos da pesquisa, com o intuito maior de *validar* os requisitos funcionais do “*É DA GENTE*”. Que comecem os testes.

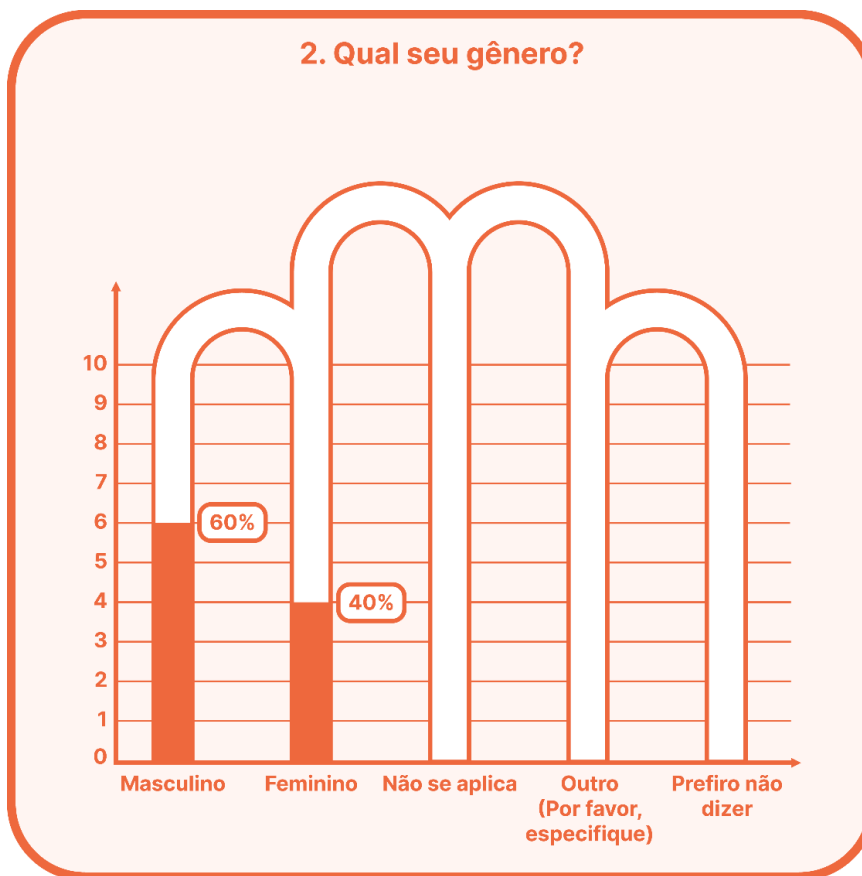
**Gráfico 1:** Interface e Usabilidade: Perfil dos “testers” beta.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Dos dez que responderam, cinco (50%) são Professores(as) da Educação Básica, três (30%) são Alunos(as) do Ensino Fundamental e dois (20%) são Alunos(as) do Ensino Médio – “testers” beta de uma Instituição de Ensino particular, situada na cidade de Aracaju, no Estado de Sergipe.

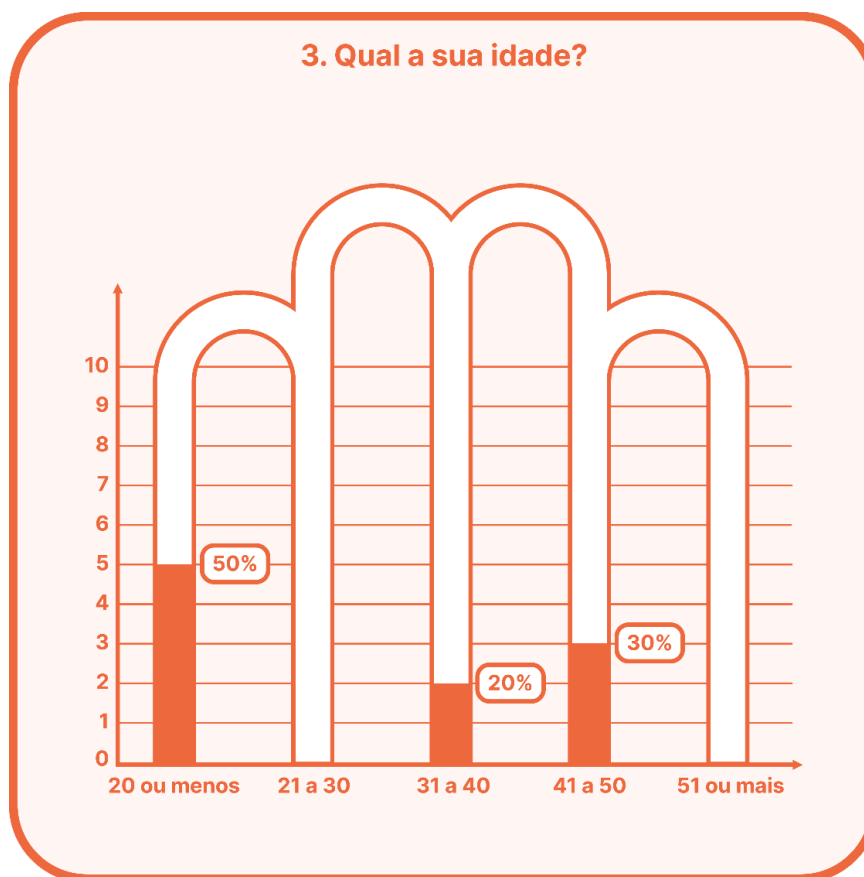
Este grupo restrito de usuários justifica o critério de escolha da amostra, visto que, foi recrutado para nos ajudar a identificar erros e fazer ajustes necessários no tocante a validação de Interface e Usabilidade e, também, a comprovar se o “*É DA GENTE*” cumpre com a sua função social e educativa. Antes que fique oficialmente disponível para *download* gratuito nas *App Stores* (Lojas de Aplicativos) para todos os sergipanos e além-fronteiras.

**Gráfico 2:** Interface e Usabilidade: Gênero dos “users”.

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2022).

Dos respondentes do Grupo Focal, seis (60%) são do sexo masculino e quatro (40%) do sexo feminino. Em relação ao estrato de Professores(as) da Educação Básica, três são do sexo masculino e dois do sexo feminino. Quanto aos Alunos(as), foram selecionados três representantes do Ensino Fundamental do sexo masculino e dois do sexo feminino; configurando o Ensino Médio. Estes sujeitos foram indicados pela ‘Diretora Pedagógica e Inovação’, a partir dos critérios estabelecidos pelo pesquisador principal; de acordo com seu interesse no projeto “*É DA GENTE*” e disponibilidade. (Fazer *Scroll* acerca do **Grupo Focal**, p. 51).



**Gráfico 3:** Interface e Usabilidade: Faixa Etária dos participantes.

**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Com significativa experiência na docência e ensinando há mais de cinco anos nesta Instituição de Ensino particular, a faixa etária dos Professores(as) da Educação Básica caracteriza-se da seguinte maneira: dois têm idade entre 31 a 40 anos (20%) e três possuem idade entre 41 a 50 anos (30%). Contudo, todos os Alunos(as) encontram-se na faixa etária entre 20 ou menos (50%).

Vale ressaltar que o Sistema Educacional Brasileiro passou por inúmeras reformas ao longo de séculos, sendo distribuído em Educação Básica e Ensino Superior. A Educação Básica, que compõe o *corpus* deste estudo, a partir da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB – 9.394/96), passou a ser sistematizada por etapas e modalidades de Ensino, englobando a Educação Infantil, o Ensino Fundamental e o Ensino Médio.

A Educação Infantil, primeira etapa da educação básica, tem como objetivo o desenvolvimento integral das crianças (zero a cinco anos de idade) em seus aspectos físico, psicológico, intelectual e social.

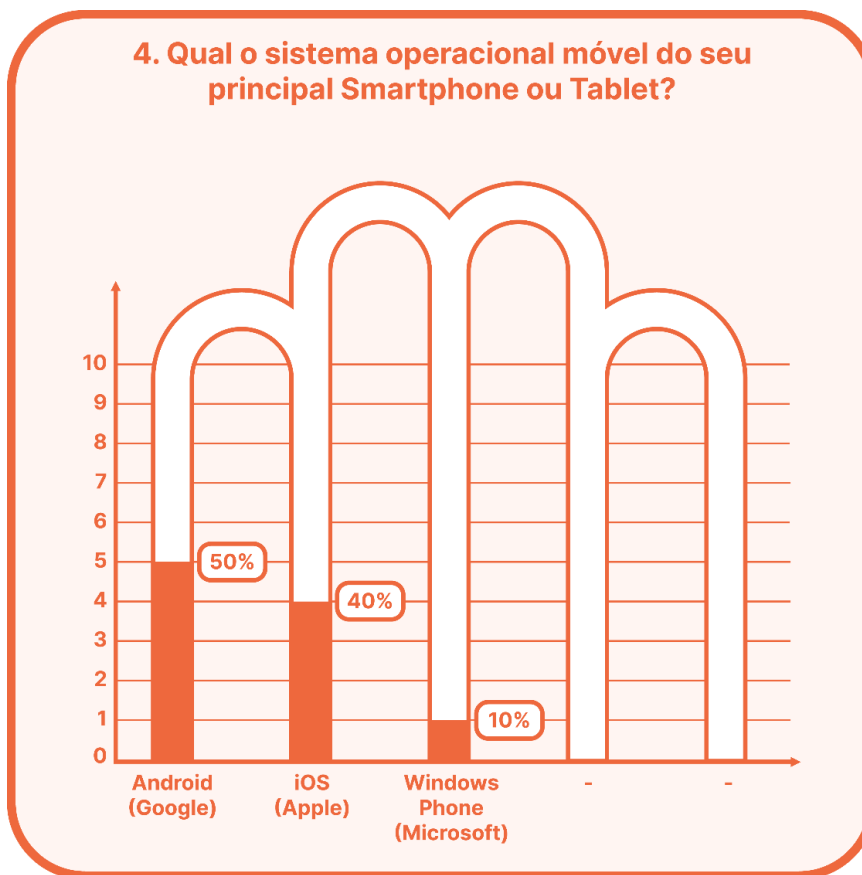
O Ensino Fundamental com nove anos de duração, de matrícula obrigatória para as crianças a partir dos seis anos de idade, tem duas fases sequentes com características próprias, chamadas de anos iniciais, com cinco anos de duração, em regra para aprendentes de seis a dez anos de idade; e anos finais, com quatro anos de duração, para os de 11 a 14 anos.

Já o Ensino Médio, etapa final do processo formativo da Educação Básica, passou recentemente por uma reestruturação, que determinou mudanças na investida de consolidar um modelo de aprendizagem por áreas de conhecimento que vai ofertar itinerários formativos e proporcionar ao jovem a oportunidade de optar por uma formação profissionalizante e técnica. O ‘Novo Ensino Médio’, que precisa ser totalmente implementado nas Escolas até o corrente ano, teve sua organização curricular alterada a partir da Lei nº 13.415/2017; para focar em maior flexibilidade e contemplar a Base Nacional Comum Curricular – BNCC.

Segundo um levantamento inédito do Serviço Social da Indústria – Sesi, realizado em 2021, somente Sergipe está totalmente pronto para o ‘Novo Ensino Médio’ em 2022; único Estado a concluir os doze requisitos essenciais para entrar em vigor. Para o Ensino Médio não há idade mínima, mas o esperado é que o aluno chegue à etapa com 15 anos. Ou seja, dividido em três séries que vão dos 15 a 17 anos; cronologicamente um ano para cada período.

Dito isto, os Alunos(as) elegidos para esta investigação, tanto do Ensino Fundamental quanto do Ensino Médio, correspondem a idade escolar estabelecida pela LDB.

**Gráfico 4:** Interface e Usabilidade: Sistema Operacional Móvel mais utilizado.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Ao serem indagados quanto ao Sistema Operacional móvel do seu principal *Smartphone* ou *Tablet*, cinco (50%) disseram utilizar o *Android* do *Google*, quatro (40%) o *iOS* da *Apple* e, apenas um (10%), o *Windows Phone* da *Microsoft*.

No Brasil, um levantamento recente do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, aponta que 79,3% das pessoas com mais de dez anos têm um *smartphone*; considerado o principal canal de acesso à internet. Já o relatório anual de internet da *Cisco Systems* – Companhia de Telecomunicações – estima que o acesso mundial a conexões móveis crescerá de 5,1 bilhões para 5,7 bilhões e que serão “baixadas” globalmente 299 bilhões de aplicações móveis; até 2023.

Cada computador ou dispositivo móvel dispõe de um Sistema Operacional instalado. *Android* (*Google*), *iOS* (*Apple*) e *Windows Phone* (*Microsoft*) – são alguns exemplos de operativos móveis populares que possibilitam que

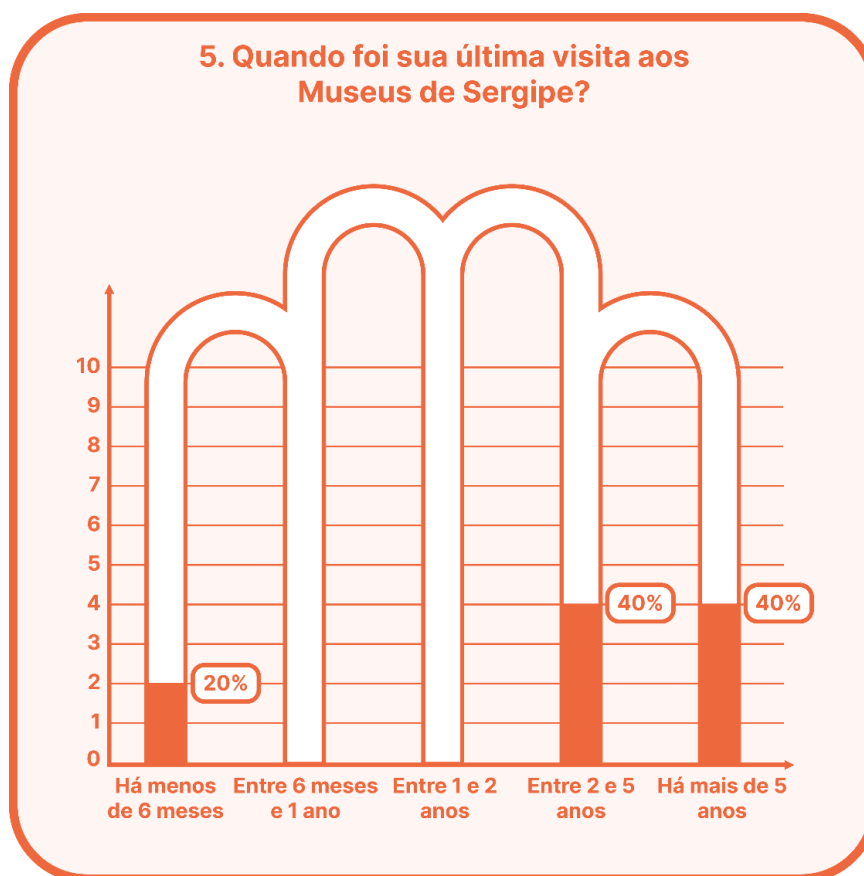
*Desktops, Notebooks, Smartphones, Tablets*, dentre outros dispositivos; gerenciam inúmeras funções e executam um ecossistema de aplicativos e diversos programas de modo amigável.

Independente de qual o preferível Sistema Operacional móvel do segmento *Mobile*, a maioria dos *apps* e serviços mais notáveis e funcionais são lançados comumente para *Android* e *iOS*. É indiscutível que o *Android* é bem mais popular do que o *iOS*, pelo simples fato de que muito mais fabricantes de *smartphones* e dispositivos o aplicam como Sistema Operacional para seus artefatos tecnológicos. Em contraste, o *iOS* é restrito apenas aos *iPhones* e *iPads* empreendidos pela *Apple*.

Outro ponto a ser considerado é que, em 2020, a *Microsoft* liberou a última versão do *Windows Phone*, isto é, oficializando sua saída do mercado *Mobile* e os *smartphones* que operam o *software* deixarão de receber atualizações de segurança e suporte; devido a descontinuação deste Sistema Operacional.

Por esses motivos, em momento oportuno, o “*É DA GENTE*” será disponibilizado, gratuitamente e exclusivamente, na *App Store* (Loja de aplicativos para *iOS* – Sistema Operacional móvel da *Apple*) e no *Google Play Store* (Loja de aplicativos para *Android* – Sistema Operacional móvel do *Google*).

**Gráfico 5:** Interface e Usabilidade: Frequência de Visitação aos Museus.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Quando questionados sobre sua última visita aos Museus de Sergipe, dois (20%) afirmaram que há menos de seis meses, quatro (40%) que entre dois e cinco anos e quatro (40%) que há mais de cinco anos.

A incumbência dos equipamentos museais é de basilar importância para a valorização, o registro e a disseminação de saberes e fazeres específicos do patrimônio cultural – como dispositivo estratégico de aprimoramento dos processos democráticos e formativos. Para desempenhar esse papel, estas Instituições devem estar a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento.

Apesar do surgimento e evolução do Coronavírus, denominado de SARS-CoV-2, causador da Pandemia de Covid-19, ter ocasionado repercussões e impactos sem precedentes nos setores museológico e cultural, em Sergipe e em escala global, fechando suas portas e provocando uma mudança de paradigma em

sua dinâmica de trabalho e atuação; o número de visitantes aos espaços científico-culturais sergipanos ainda é muito baixo em relação a outras localidades brasileiras e além-fronteiras. E são múltiplos os fatores para a baixa procura.

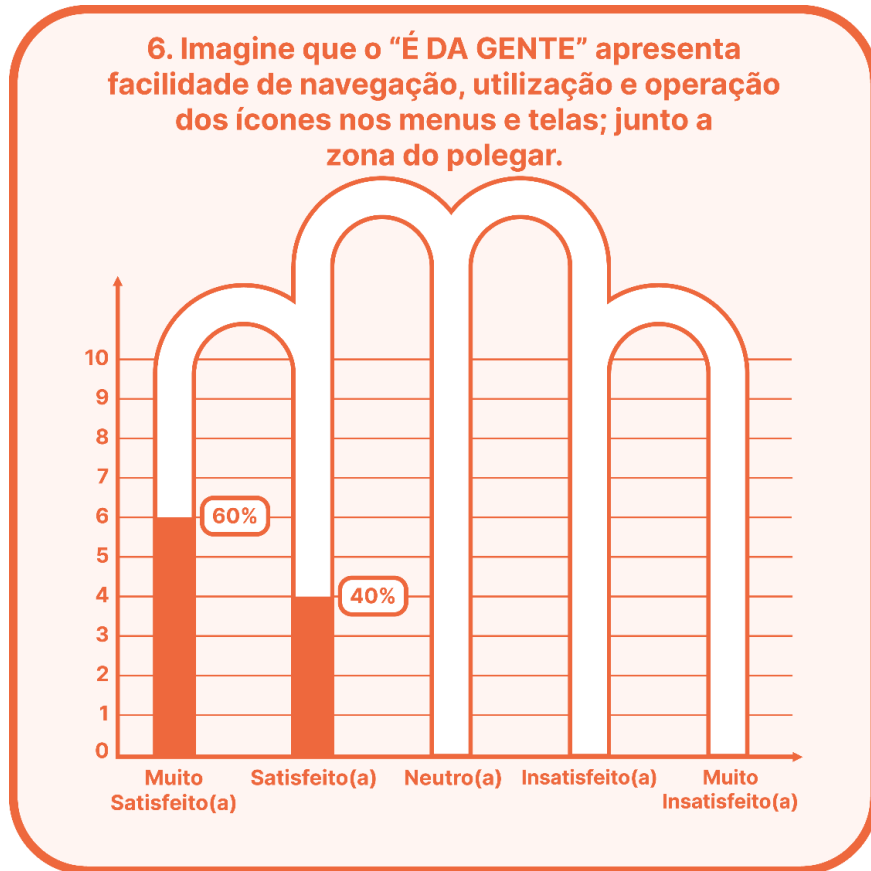
Um deles pode estar mais relacionado à ausência de hábito de uma parcela significativa da comunidade em frequentar esses lugares. Possivelmente, consequência da falta de conhecimento e de identificação com o potencial expográfico e, principalmente, do quantitativo destes Museus espalhados por todos os cantos de Sergipe.

Observamos que a derrocada na visita se deve muito à pouca (ou quase nenhuma) divulgação por parte das Secretarias dos Governos Estaduais e Municipais, *Trade* Turístico, mídia-imprensa local e presença-constância destas unidades museais mediadoras do patrimônio artístico-cultural material e imaterial do Estado; nas postagens em aplicativos e *sites* de Redes Sociais Digitais.

Talvez, o fato de as Escolas não incentivar ou incentivar muito pouco o acesso aos Museus de Sergipe por parte de seu corpo docente, com o intuito de promover a formação científica e cidadã dos seus alunos; também justifique o baixo número de frequentadores.

À vista disso, o “*É DA GENTE*” ambiciona facilitar a busca de informações e o acesso a estes artefatos científico-culturais sempre de maneira mais otimizada, rápida e dinâmica; oportunizando processos não só de ensino e de aprendizagem Não-formal, mas, também, de Divulgação Científica. Sem dúvidas, beneficiará tanto os grupos escolares e Instituições e roteiro turístico quanto o público em geral.

**Gráfico 6:** Interface e Usabilidade: Facilidade de Navegação.

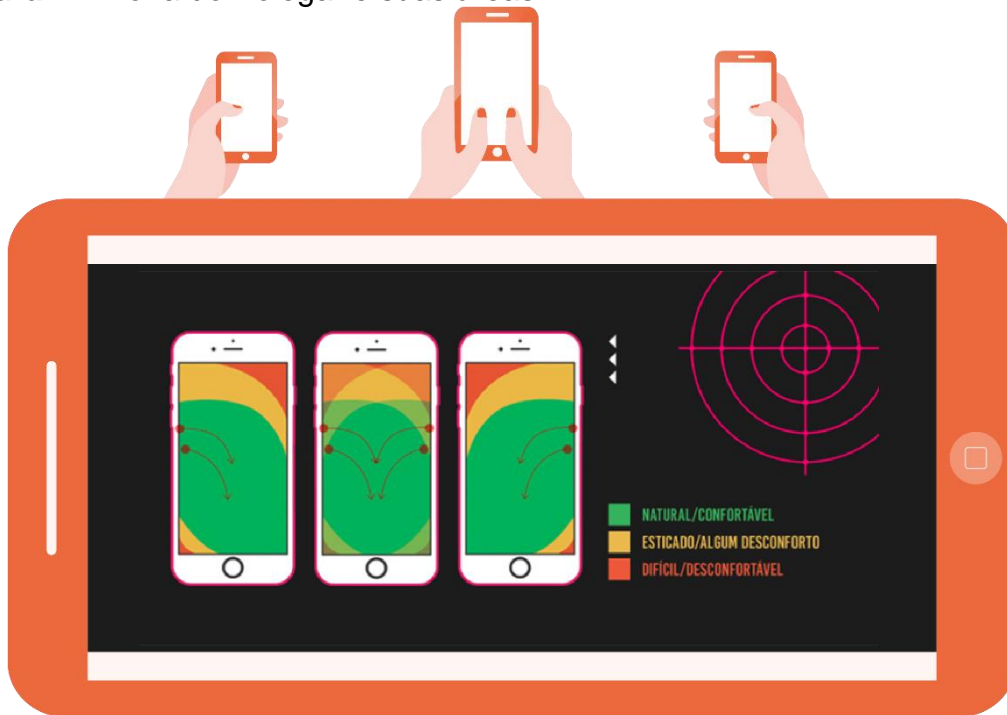


**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Neste ponto, quando solicitados a imaginar uma situação – onde a visualização e simulação da prototipagem sejam plausíveis – acerca da facilidade de navegação, utilização e operação dos ícones nos menus e telas; junto à zona do polegar do “É DA GENTE”; seis (60%) declararam que estão muito satisfeitos(as) e quatro (40%) satisfeitos(as).

A ‘Zona do Polegar’ é a área da tela dos dispositivos móveis mais confortável ou alcançável para o toque do polegar. Posto que a maioria dos navegantes utiliza o polegar para acessar a tela dos *smartphones*, esta estrutura permite que os *Designers* possam tomar melhores decisões no que diz respeito a Usabilidade na hora de forjar aplicativos. E mesmo quando os usuários mudam de mãos ou se apropriam das duas na hora de usar o dispositivo, os polegares são os únicos dedos confortavelmente disponíveis e preferidos para o deslizar e o tocar em telas digitais.

**Figura 24:** Zona do Polegar e suas áreas.



Fonte: <https://diti.site/blog/voce-sabe-o-que-e-zona-do-polegar>. Acesso em: 24 novembro 2022.

A Zona do Polegar dispõe de três regiões específicas: A área Verde concentra as funcionalidades mais utilizadas e sinaliza que o usuário consegue alcançá-la com o polegar de um jeito rápido, fácil e cômodo. Já na zona Amarela, os utilizadores podem apresentar um certo desconforto ao tentar tocá-la, pois exige uma distensão muscular da mão para fazer com que o polegar chegue à região em questão.

E, por último, a Laranja é o lugar da interface onde raramente os recursos são acionados com o polegar – por ser de difícil acesso. Esta área demanda que o *user* altere a maneira de segurar o dispositivo, já que se faz necessário utilizar as duas mãos; para que consiga atingir a zona.

Estas regiões simplificam a criação de experiências amigáveis de Usabilidade – especialmente em *smartphones* – e possibilita alinhar elementos clicáveis como botões, *links*, formulários e outros itens importantes em zonas de fácil acesso e os alvos menos importantes em locais de difícil alcance. A Usabilidade é como uma régua com que se pode medir o grau de facilidade e de dificuldade do uso de um



*software*. O fito é submeter a testagem para descobrir e analisar como um grupo controlado de usuários faz uso das Interfaces e otimizá-las continuamente.

A definição do Padrão de Navegação *Mobile* que será implementado em um aplicativo depende da desenvoltura do *Designer* em compor o fluxo navegacional e esquematizar o percurso da tela inicial do *software* até a finalização das intenções do público-alvo. Isso porque, o acesso à navegação deve ser o mais desobstruído possível, eliminando obstáculos de utilização do *app*, uma vez que, em um aparato tecnológico móvel; as zonas de navegação são pouco extensas / encurtadas – quando comparadas com uma página de internet acessada num computador.

A prototipação do “*É DA GENTE*” fornece e mescla opções de navegação. De modo a facilitar a visibilidade das informações e conteúdo, agrupamos e diferenciamos uns elementos de navegação dos outros mediante áreas navegacionais Primária e Secundária.

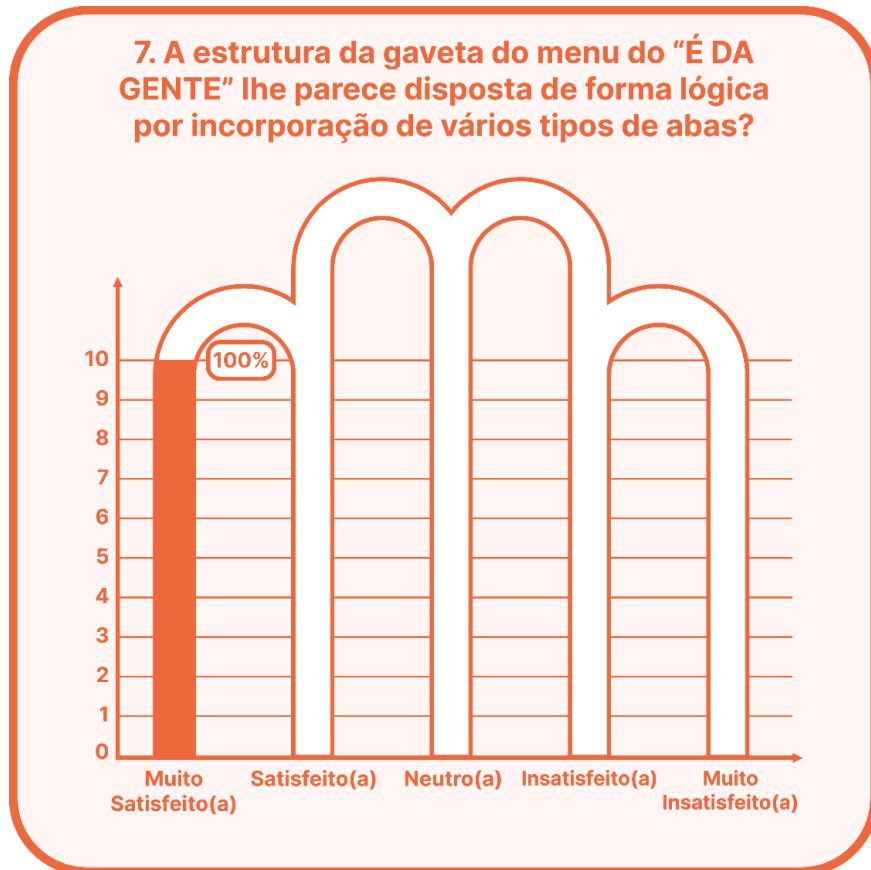
A Navegação Primária é a navegação principal que permanece acessível em todas as telas do aplicativo e organiza-engloba-direciona os conteúdos em que a maioria dos utilizadores se interessarão. Para ilustrar, exemplos que incorporamos ao “*É DA GENTE*”: o ‘Menu Lista’ em que os itens aparecem em linhas, contendo texto e ícones; o ‘Menu de Abas’ composto por um conjunto de ícones, fixado no topo e na parte inferior da Interface e o ‘Menu *Springboard*’ inserido em um *grid* de três colunas, onde utiliza-se ícone e texto.

A Navegação Secundária é a navegação existente no interior ou no primeiro impacto de uma determinada página e reúne conteúdos complementares ou de segunda importância para o usuário. Para exemplificar, adotamos o ‘Carrossel de Páginas’ aplicado para navegar entre um conjunto de páginas e o ‘Carrossel de Fotos’ utilizado para navegar em um conjunto de imagens; ambos com o gesto de arrastar com os dedos e a ‘Lista Expandida’ formando um menu em cascata, onde ao clicar em algum item, a lista é revelada. Os referidos exemplos são facilmente identificados nos *Mockups* à disposição no Guia Ilustrado (Fazer *Scroll*, p. 20).

Sendo assim, para o *app* “*É DA GENTE*” foi indispensável considerarmos a totalidade de itens de navegação, o grau de relevância de cada item e o contexto de

utilização, entre outras tônicas; enquanto critérios para a escolha do Padrão de Navegação – legitimando o resultado satisfatório.

**Gráfico 7:** Interface e Usabilidade: Estrutura da ‘Gaveta do Menu’.



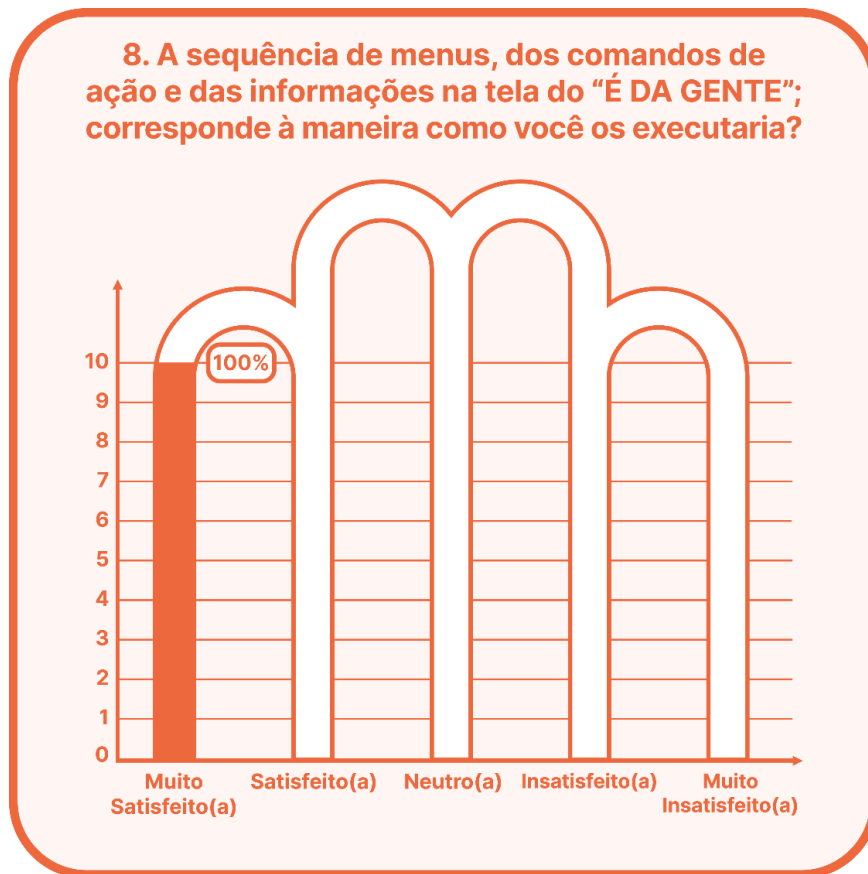
**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Em relação à estrutura da ‘Gaveta do Menu’ do “É DA GENTE”, os dez pesquisados (100%) alegaram que estão muito satisfeitos(as) com o arranjo coerente e ordenado da barra de ações.

A ‘Gaveta do Menu’ é um painel, com visualização de barra lateral, que mostra o menu de navegação principal do *software* e, a partir dele, os utilizadores poderão navegar pelas telas da Interface. Este componente inclui os destinos de navegação entre os principais módulos do aplicativo e o “*user*” pode manipulá-lo quando desliza o dedo da esquerda para a direita.

No “*É DA GENTE*”, este recurso está estruturado e equipado com itens de navegação, como guias, cabeçalhos, separadores e botões; organizados de forma lógica e priorizados em uma lista clicável que direciona o usuário para a tela/página, cujo *layout* responsivo evidencia o conteúdo principal do *app* – disposto para oferecer uma apresentação visual satisfatória. Salientamos que o critério de organização segue um equilíbrio entre o propósito do protótipo do “*É DA GENTE*” e as necessidades dos usuários potenciais/reais.

**Gráfico 8:** Interface e Usabilidade: Execução da Sequência dos Menus.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

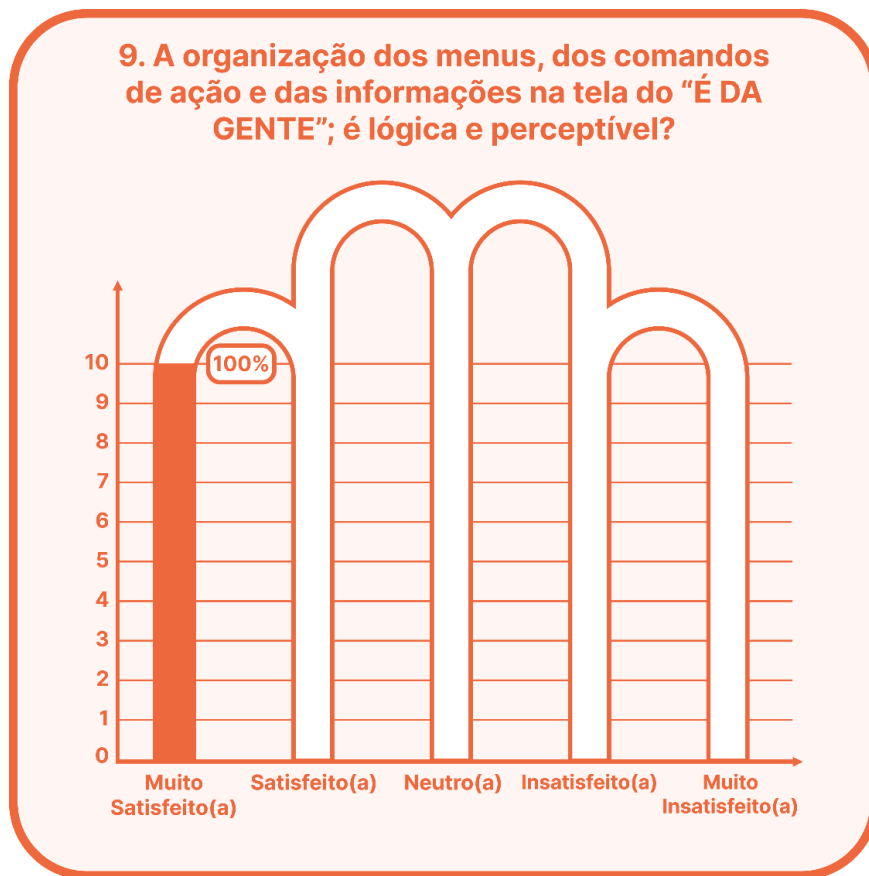
Outro fator importante a ser observado é que os dez participantes (100%) se manifestaram muito satisfeitos(as) com o fato de a sequência dos menus, dos comandos de ação e das informações na tela do “*É DA GENTE*”; corresponder à maneira como estes os executaria.

Assim, o sucesso ou fracasso de um *software* pode ser fortemente marcado pela maneira com que ele foi desenvolvido para o seu público-alvo. Diante disso, na hora de estabelecer o estilo de arquitetura, os principais componentes tecnológicos e o *design* específico do aplicativo etc.; é fundamental torná-lo o mais fácil de usar possível.

Por isso, a sequência dos menus, dos comandos de ação e das informações na tela do “*É DA GENTE*” foi pensada de modo a atender as exigências, padrões e protocolos das *App Stores* (Lojas de Aplicativos) oficiais do *Google* e da *Apple*; atentando para um *design* de Interface atrativo, com foco nos níveis hierárquicos de navegação e, principalmente, na experiência dos utilizadores e interação.

Enfatizamos que os recursos em questão foram disponibilizados para desempenhar uma sequência de passos ou ações, até que o interagente chegue ao seu destino e atinja o seu objetivo ao navegar pelo “*É DA GENTE*”; o que favorece uma ordem lógica de execução.

**Gráfico 9:** Interface e Usabilidade: Organização dos Menus.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Posteriormente, inquirimos os partícipes quanto a organização dos menus, dos comandos de ação e das informações na tela do “É DA GENTE”; ser lógica e perceptível: os dez participantes (100%) demonstraram estar muito satisfeitos(as).

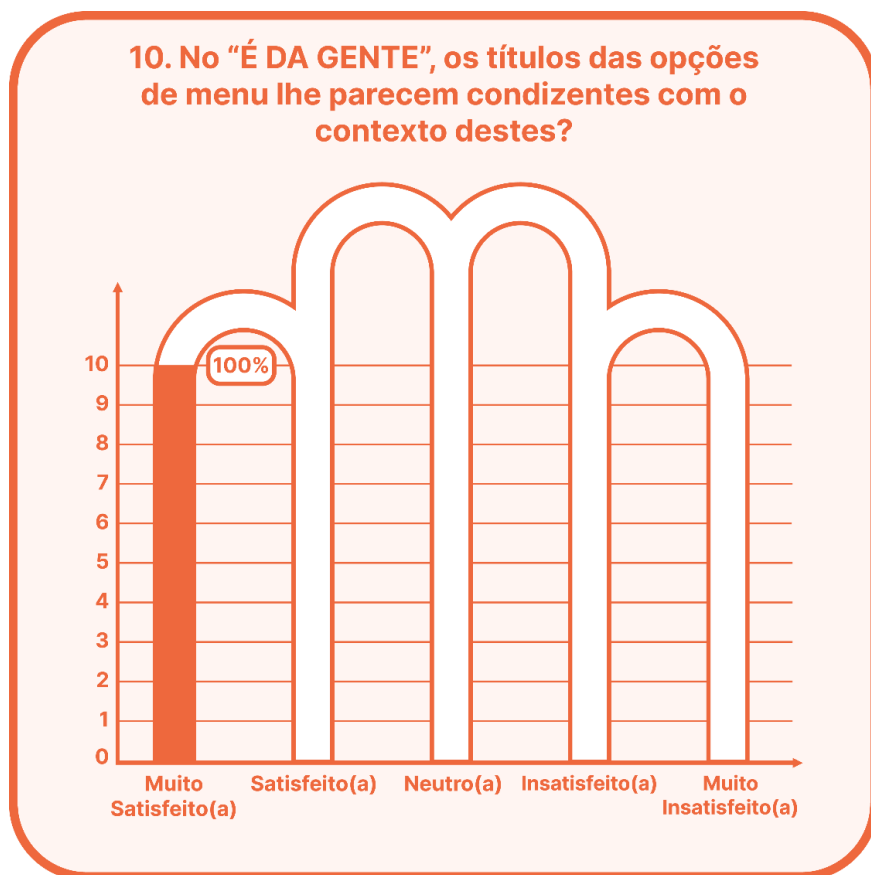
A nuvem está transformando a forma como os aplicativos são concebidos, para além de uma tela bonita ou de uma estética bem produzida. Isto posto, para que o “user” alcance seus objetivos de um jeito fácil, são incorporados elementos interativos, de navegação, informativos e visuais no *design* da Interface; mas a seleção criteriosa e adequada destes é o que faz com que o navegante possa consumir o que almeja com mais assertividade – proporcionando uma boa experiência.

Nessa perspectiva, a organização dos menus, dos comandos de ação e das informações na tela do “É DA GENTE” não está ligada somente à estética e foi,

estrategicamente, agrupada e arranjada de forma lógica e perceptível; com o intento de refletir o modo como o utilizador desempenha tarefas e como atinge os propósitos durante os fluxos navegacionais.

Por fim, as inúmeras e distintas funcionalidades e informações implantadas na prototipagem do “É DA GENTE”, acerca dos componentes em evidência, foram organizadas em seções e subseções padronizadas e funcionais – de acordo com a ordem que as coisas acontecem – para serem facilmente encontradas e otimizar a satisfação do usuário. Tudo isso considerando sempre os requisitos e padrões do mercado *Mobile*.

**Gráfico 10:** Interface e Usabilidade: Títulos das opções de Menu.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

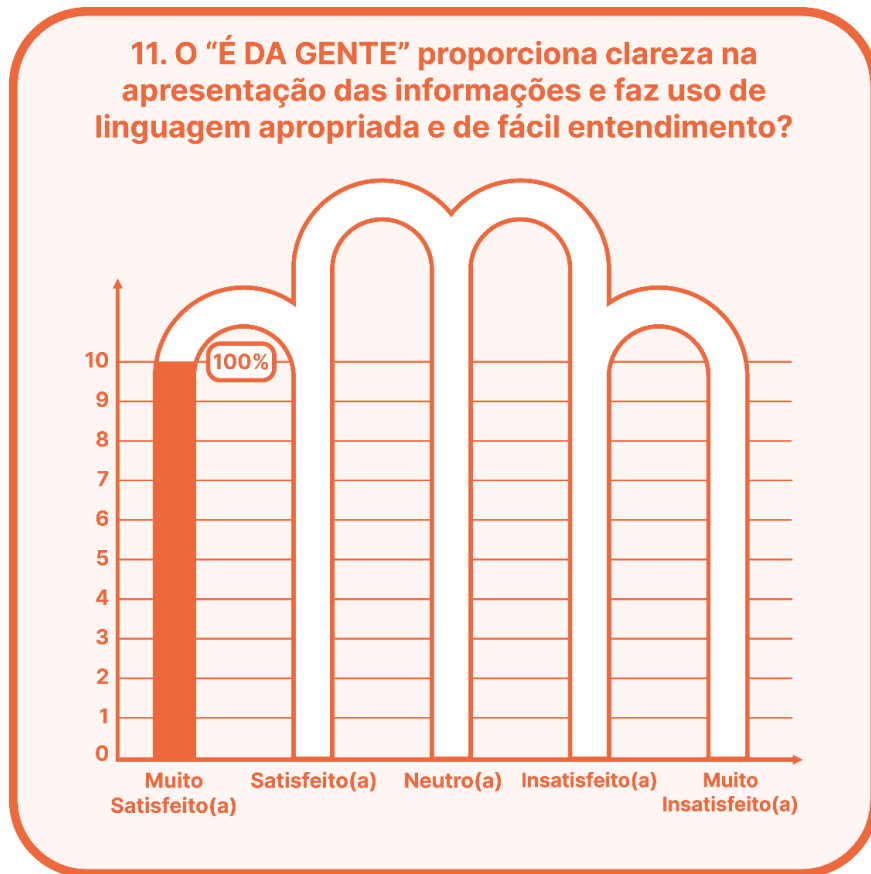
Perguntados sobre se os títulos das opções de Menu do “*É DA GENTE*”, lhe parecem condizentes com o contexto destes; os dez respondentes (100%) falaram estar muito satisfeitos(as).

Na civilização do ligeiro (LIPOVETSKY, 2016) – que se configura fluida, móvel e conectada; os dispositivos móveis são vias consolidadas e favoritas de acesso a conteúdo e informações plurais na palma da mão. Já os Menus são painéis comuns da Interface em vários tipos de aplicativos e contém diversos comandos para ações que o utilizador executa com frequência.

E para atrair e prender a atenção do navegante, os recursos precisam adotar textos comunicativos em seus títulos e descrições; além de elementos visuais reconhecíveis e bem selecionados – propiciando uma experiência familiar e consistente.

Em vista disso, para que o Menu não ficasse tão poluído e impreciso aos usuários, os títulos das opções de Menu do “*É DA GENTE*”, dos campos e dos botões, obedecem às regras de estilo e estão coerentes e bem articulados com a prototipação de modo criativo e preservando a identidade da gente sergipana – o que pode gerar adesão e engajamento. Além disso, os motores de busca assumem os títulos para identificar o conteúdo e as informações existentes nas páginas do *app*.

**Gráfico 11:** Interface e Usabilidade: Linguagem empregada.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Ao serem interrogados sobre: O “É DA GENTE” proporciona clareza na apresentação das informações e faz uso de linguagem apropriada e de fácil entendimento?; os dez pesquisados (100%) expressaram estar muito satisfeitos(as).

Os *softwares* de aplicativos possuem uma linguagem própria. Ao modelar uma Interface, é imprescindível se comunicar com uma linguagem que é usual pelo interagente, assim dizendo, é preciso que este fluxo navegacional onde decorre a interação e a troca seja consistente e previsível. Isto significa que as pessoas estão, cada vez mais, familiarizadas com alguns elementos do mundo *Mobile* e agindo da forma como elas estão habituadas.

Sem embargo, a linguagem empregada foi uma combinação da oralidade e da escrita e necessita ser cautelosa, apropriada e com leitura de fácil entendimento



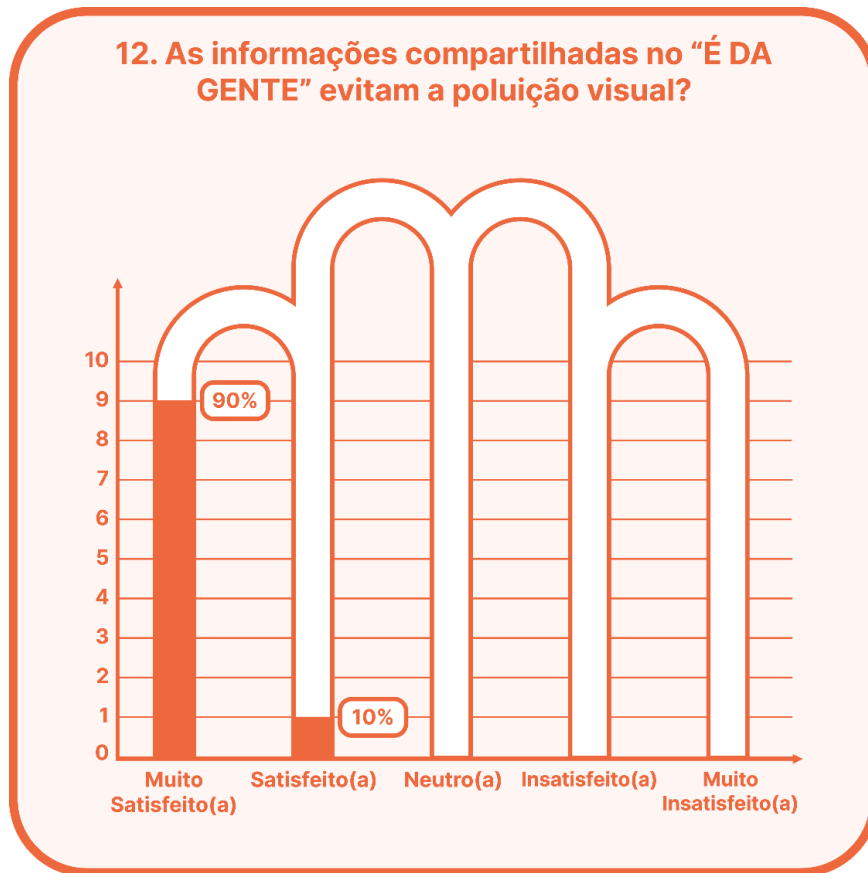
e descontraída; mas sempre levando em conta o propósito do aplicativo e o perfil e as necessidades do público-alvo.

No “*É DA GENTE*”, quanto a este fator, uma das principais preocupações foi com a apresentação do conteúdo e das informações produzidas para as telas/páginas do *app*. Ao publicizar as narrativas, imagens e sons – no que tange os equipamentos científico-culturais de Sergipe e outros assuntos e *insights*; investimos em uma linguagem adequada e humanizada, proporcionando uma comunicação e leitura fácil, divertida, dinâmica e interativa.

Logo, tomamos bastante cuidado com o conteúdo e as informações propaladas na materialidade comunicacional (e textual) do aplicativo e, também, ao denominar suas inúmeras funções e conjunto de atributos e recursos; pois as palavras devem refletir significados que sejam familiares aos usuários – por isso nos apropriamos dos diversos falares ou expressões utilizadas pelos sergipanos no cotidiano, do litoral ao sertão (*Fazer Scroll no Mockups*, p. 37 – Tela 22-23).

Outrossim, mantemos um certo padrão de linguagem e geramos conteúdo e informações em um tom informal moderado e compatível com a proposta e o formato inovador do protótipo e, também, do público específico; buscando apresentar um diferencial e aproximar o “*É DA GENTE*” da sua audiência.

**Gráfico 12:** Interface e Usabilidade: Informações compartilhadas.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Quando interrogados sobre se as informações compartilhadas no “É DA GENTE” evitam a poluição visual; nove participantes (90%) ficaram muito satisfeitos(as) e um (10%) satisfeito(a).

Se o papel de um aplicativo múltiplas plataformas é facilitar a vida do utilizador, eliminar obstáculos visuais e de utilização é uma atribuição do *Designer*. A simplicidade pode ser uma grande aliada no momento de definir o formato do *design* de Interface e de interação do *app*, pois, além de impossibilitar a poluição visual, é uma forma de aperfeiçoar os fluxos navegacionais e intuitividade e, conseqüentemente, de estabelecer uma relação entre o usuário e a tela/página clicada.

A utilização de uma arquitetura da informação organizada e de um *layout clean* e simples – mas não enfadonho ou monótono – é uma solução essencial para

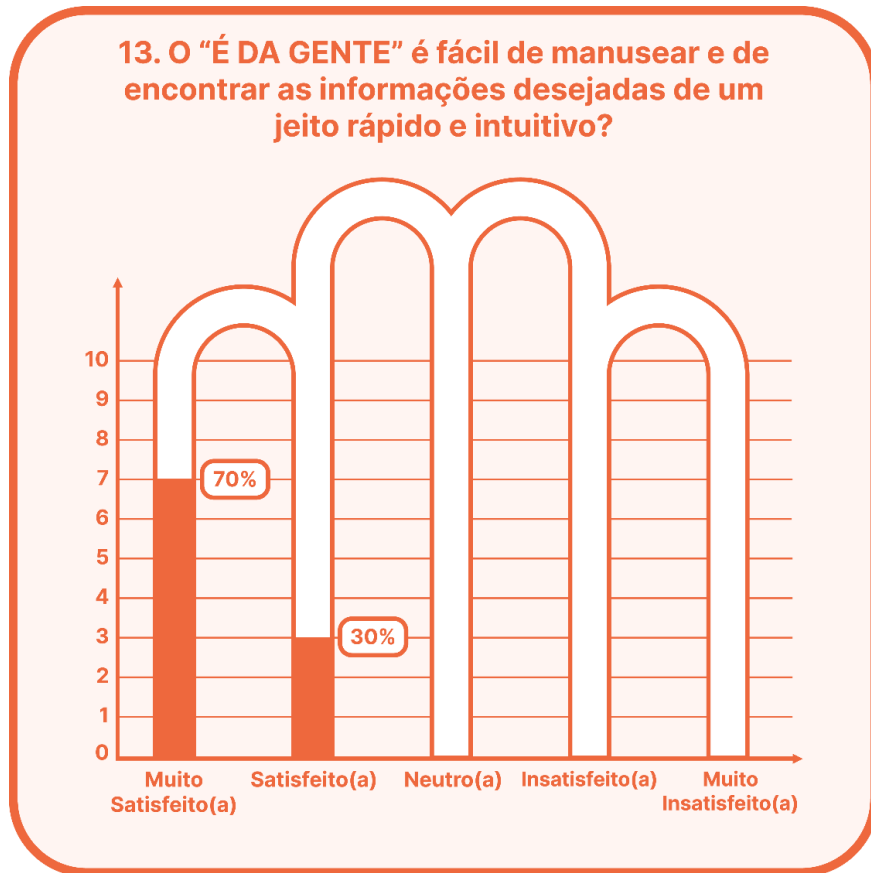
não deixar o interagente desorientado em meio a um emaranhado de conteúdo e informações armazenadas no *software*.

Na prototipagem do “*É DA GENTE*”, a iniciativa de empregarmos menos elementos ou apenas elementos realmente essenciais e, também, o modo como as informações estão organizadas e ligadas entre si; impede a poluição visual e faz com que o navegante localize o que deseja de um jeito prático e eficiente, melhor dizendo, auxilia os “*users*” a satisfazerem as suas necessidades informacionais.

Assim, estabelecemos uma hierarquia visual e o conteúdo e as informações apresentadas em cada tela/página foram organizados conforme o seu grau de importância – na ordem que seja mais favorável para os interagentes; resultando num menor esforço mental em fluxos de leitura.

Este fato não inclui somente a arrumação da organização; mas a titulação dos menus, dos campos e dos botões – a navegação e os mecanismos de busca do aplicativo. O que demonstra, cada vez mais, que o “*É DA GENTE*” chegará para impactar e influenciar positivamente a gente sergipana.

**Gráfico 13:** Interface e Usabilidade: Facilidade de manuseio.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Outro ponto que levantamos no estudo diz respeito ao “É DA GENTE” ser fácil de manusear e de encontrar as informações desejadas de um jeito rápido e intuitivo. Após interpelação, sete partícipes (70%) revelaram estar muito satisfeitos(as) e três (30%) satisfeitos(as).

Para desenvolver/prototipar aplicativos de fácil navegabilidade, é necessário uma harmonia entre a praticidade e a intuitividade – considerando o propósito do *software* e as demandas dos utilizadores potenciais/reais.

O “É DA GENTE” é bem completo e com menus, campos e botões organizados, padronizados e funcionais. Tem dinâmica de acesso simples e entrega ao seu usuário um arsenal de atributos e recursos tecnológicos bastante diversificados; de fácil manuseio e intuitivos e que serão oferecidos gratuitamente.

O *design* intuitivo permite que o interagente consiga se virar por conta própria, por se tratar de um *app* bem organizado, categorizado e sinalizado e, também, porque apresenta o conteúdo e as informações de forma que o navegante encontre tudo o que precisa com o mínimo esforço e entenda os fluxos e a lógica de navegação.

Entre as funcionalidades úteis do “*É DA GENTE*”, integramos o motor de busca *Search* para rastreamento de conteúdo e informações acerca dos 69 Museus de Sergipe e outros assuntos disponíveis no aplicativo. Este mecanismo permite que o “*user*” faça pesquisas nas telas/páginas do *software* de um jeito mais rápido, simplificado e eficaz.

Outra alternativa indispensável e eficiente que adicionamos ao “*É DA GENTE*”, é o buscador por voz. Um recurso moderno que poupa tempo e digitação para o utilizador, além do mais, auxilia na acessibilidade. Nele, o usuário pesquisa o que desejar sem necessitar digitar nada – bastando pressionar o ícone do microfone; falar o que pretende consultar e, instantaneamente, o sistema capta a voz e faz a busca.

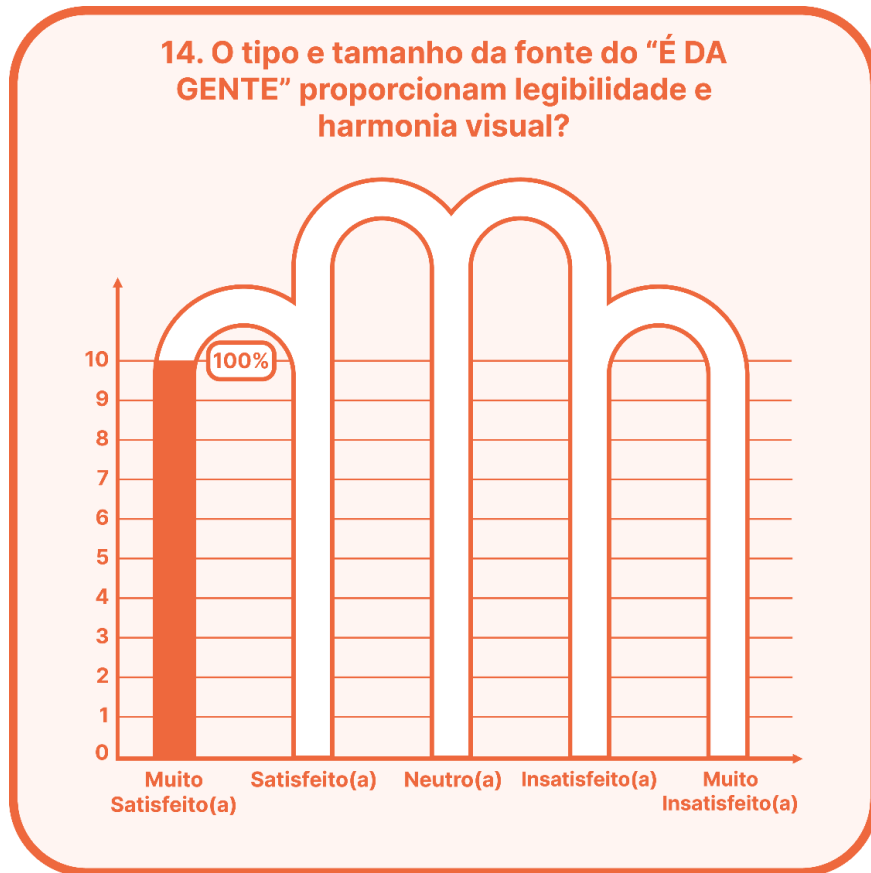
Para tal finalidade, é só utilizar o ícone do microfone no teclado virtual do *smartphone* ou de outro dispositivo móvel; ou então usar o ícone posicionado na barra de pesquisa do *app* “*É DA GENTE*”. (Fazer *Scroll* no *Mockups*, p. 15).

**Figura 25:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

**Gráfico 14:** Interface e Usabilidade: Tipo e Tamanho da Fonte.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Na questão referente ao tipo e tamanho da fonte do “É DA GENTE” proporcionarem legibilidade e harmonia visual; os dez respondentes (100%) disseram estar muito satisfeitos(as).

A todo momento, somos bombardeados por milhares de mensagens Tipográficas, afinal, passamos horas e horas deslizando e tocando em telas *Touch Screen* para ter acesso aos textos que estão publicados dentro de cada Interface que acionamos cotidianamente; por meio de dispositivos multitelas, convergentes, portáteis e multimídias.

Na construção de produtos digitais – prototipação de um aplicativo, como é o nosso caso – é fundamental engenhar *layouts* com boa legibilidade e leiturabilidade. Visto que todo *app* tem um conteúdo escrito, especificamente feitos para transmitir informações, a Tipografia deve ser ponderada não somente como algo “bonitinho” e

sim como um componente crucial do *design* de Interface. Esta, por sua vez, vai muito mais além do que definir uma estética agradável para o utilizador; abrange a construção visual da linguagem por intermédio da concepção de elementos e tipos de letras diferentes.

Muitos itens de uma aplicação induzem a boa ou má experiência do usuário. Por conseguinte, um *software* deve ser simples de usar e, para este efeito, ele precisa ser fácil de ler. A regra é clara: Não fazer o interagente forçar a vista, encostar a face na tela do *smartphone* ou utilizar o *zoom* para entender o conteúdo e acessar as informações disponibilizadas.

Já que os navegantes tendem a segurar/posicionar o *smartphone* próximo ao rosto e pensando na combinação de personalização e customização que desejamos imprimir no “*É DA GENTE*”; empregamos uma fonte cuja anatomia é caracterizada por traços mais longilíneos.

Inclusive, apresenta áreas de respiro maiores e foi delineada especialmente para legibilidade e leiturabilidade em telas/páginas de vários tamanhos, sobretudo, os reduzidos; para garantir que os “*users*” possam ler facilmente o conteúdo e as informações do aplicativo em dispositivos móveis – proporcionando harmonia visual e viabilizando uma boa experiência *Mobile*.

No “*É DA GENTE*”, a simplicidade da fonte propicia que o olho percorra uma linha horizontal; promovendo a leitura de grandes blocos de texto – mediante *design* responsivo. Além disso, os caracteres da fonte são legíveis e facilmente identificáveis; a exemplo de títulos e outras manifestações da linguagem.

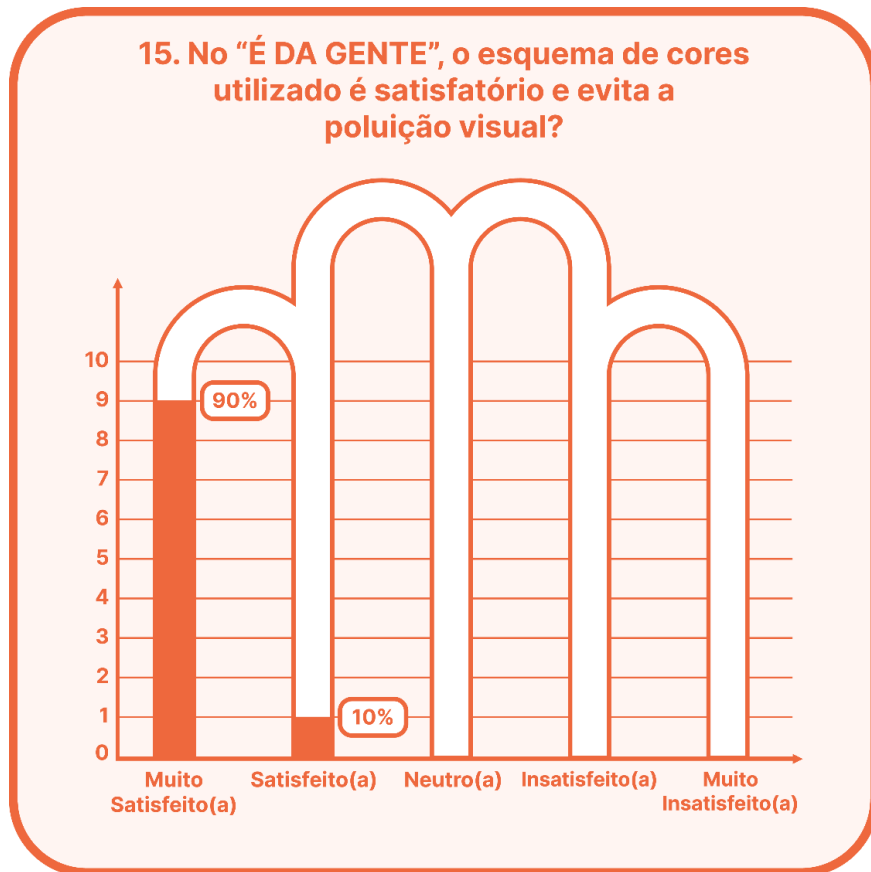
Nos quesitos Acessibilidade e Usabilidade, levamos em consideração o tipo e o tamanho da fonte, o espaçamento entre linhas e o contraste entre o texto e a cor de fundo, optamos por um alinhamento normal à esquerda e estabelecemos uma hierarquia visual; entre outros elementos visuais, para potencializar a satisfação do utilizador.

Em suma, a linguagem e identidade visual de todos os elementos interativos, de navegação, informativos e visuais que representam o “*É DA GENTE*”; estão em sintonia. E o mais importante é assegurarmos que o texto permaneça em um



tamanho confortável para o usuário se manter engajado com a leitura do início ao fim e em todos os fluxos navegacionais.

**Gráfico 15:** Interface e Usabilidade: Esquema de Cores usado.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Seguidamente, indagamos os pesquisados quanto ao esquema de cores utilizado no “É DA GENTE” ser satisfatório e evitar a poluição visual; nove (90%) afirmaram estar muito satisfeitos(as) e um (10%) satisfeito(a).

As cores não se restringem apenas a comunicar a mensagem, os valores e a identidade da marca. Elas estabelecem reações visuais, desencadeiam emoções específicas e influenciam no comportamento dos utilizadores.

Na prototipagem, uma boa paleta e esquema de cores têm um grande impacto no desenvolvimento das Interfaces e sua escolha e aplicabilidade não são

feitas com base em predileções pessoais. Porém, além do aspecto estético, há questões psicológicas, de Acessibilidade e, também, de experiência do usuário que tornam o uso das cores tão relevante. Dependendo do modo como estão arranjadas no interior da Interface, as cores podem atrair e nortear o interagente ou impacientar e atrapalhar a experiência de utilização.

Por esse ângulo, um esquema de cores bem definido contribui com a legibilidade e leiturabilidade da Interface, enfatiza e serve de ponte para ações de *Call To Action* – CTA e impulsiona interações espontâneas e engajamento em fluxos navegacionais. O *Call To Action* é uma chamada para ação muito comum em ambiências digitais, recomendando ao navegante o que carece de ser feito e, comumente, em aplicativos, um CTA é um botão – com uma cor de destaque – que explora termos no imperativo como ‘clique’ e ‘acesse’. (Fazer *Scroll* no *Mockups*, p. 30 – Tela 18).

Dentre as existentes, a maneira mais comum e elementar de classificar as cores é a que divide as cores quentes das frias. No grupo das cores quentes – que emitem sensação de calor, alegria e descontração – está o Vermelho, o Laranja e o Amarelo. Enquanto na categoria das cores frias – que difundem a ideia de calma, tranquilidade e esperança – está o Azul, Violeta e Verde.

Em contrapartida, o emprego de cores e a Acessibilidade precisam caminhar juntos, dado que o Daltonismo é um distúrbio da visão que interfere na percepção das cores e sua principal característica é a dificuldade para distinguir o Vermelho e o Verde e, com menos frequência, o Azul e o Amarelo.

Já que o *app* “*É DA GENTE*” foi projetado para atender a um público abrangente, composto por pessoas de todas as idades, onde grande parte domina os artefatos tecnológicos da atualidade e tendem a preferir uma linguagem mais leve e despojada; optamos por trabalhar com um número restrito de cores, para evitar a poluição visual e aperfeiçoar a experiência do “*user*” durante sua jornada pela Interface.

A cor em evidência do “*É DA GENTE*” é o Laranja, comunicando perfeitamente a mensagem por significar uma cor vibrante e cheia de energia que retrata ânimo; atrai utilizadores e incita a criatividade. Além do mais, é muito ativa,

alegre e estimulante; com a vantagem de ser mais suave aos olhos. A experiência visual deste pigmento reflete calor, excitação, entusiasmo, transformação, expansão e dinamismo. Enfim, o Laranja encoraja novas atividades e gera espontaneidade.

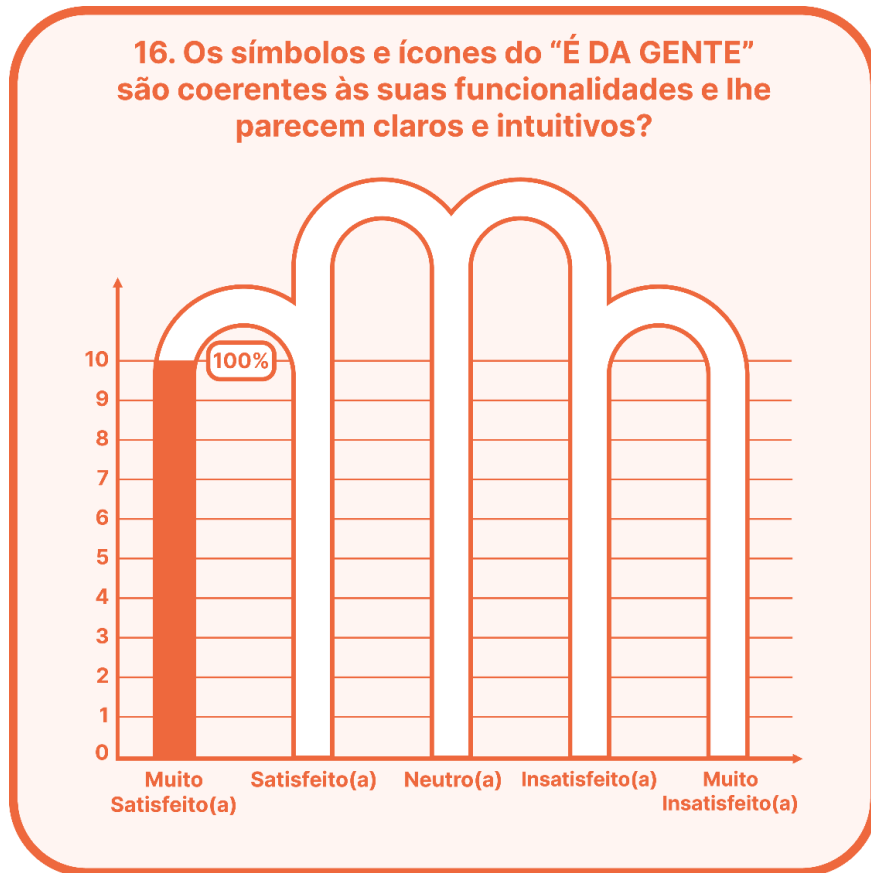
Destarte, toda informação que requer um apelo maior, como titulação dos menus, dos campos e dos botões e grandes chamadas; devem conter essa cor. Afinal de contas, é exatamente a moderada presença deste pigmento que suscita o realce; conferindo visibilidade e pertinência a informações significativas e deixando a interface esteticamente mais agradável para a navegação.

As cores foram usadas para conectar componentes informativos imbricados em toda comunicação e fluxos navegacionais do *software*, separar e destacar diferentes seções, categorias e funções de alta e de baixa prioridade, avivar opções de menus e campos e botões; entre outros elementos – visando atingir um padrão de Interface ideal.

Frisamos que o critério de escolha da paleta e esquema de cores segue uma proporcionalidade entre o propósito do “*É DA GENTE*” e as necessidades dos usuários potenciais/reais; considerando a melhor combinação de cores para o nosso contexto – ao invés de pensar no impacto geral do pigmento.

Ademais, alegre e iluminada, a cor Laranja é a cara dos dias de sol em Sergipe. Representa a energia e espontaneidade da gente sergipana e o tom alaranjado do caranguejo – símbolo maior da culinária do menor Estado em extensão territorial do Brasil e ícone do “*É DA GENTE*”. (Fazer *Scroll* no *Mockups*, p. 12 – *Splash Screen*).

**Gráfico 16:** Interface e Usabilidade: Símbolos e Ícones.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

A partir dos dados explicitados acima, inferimos que os dez participantes (100%) declararam estar muito satisfeitos(as) com o fato de que os símbolos e ícones do “É DA GENTE” são coerentes às suas funcionalidades e lhe parecem claros e intuitivos.

Os Símbolos e Ícones dispensam palavras, são rapidamente identificáveis e dificilmente confundidos; e estão sempre conduzindo interações e engajamento a partir de representações visuais em Interfaces digitais. Ou seja, um jeito descomplicado e ágil de articular uma comunicação entre a Interface e o utilizador.

Devido ao tamanho reduzido da tela/página dos *smartphones* e com o fluxo de informações que por ela transita, é muito frequente notarmos diversos Símbolos e Ícones nas Interfaces de aplicativos.

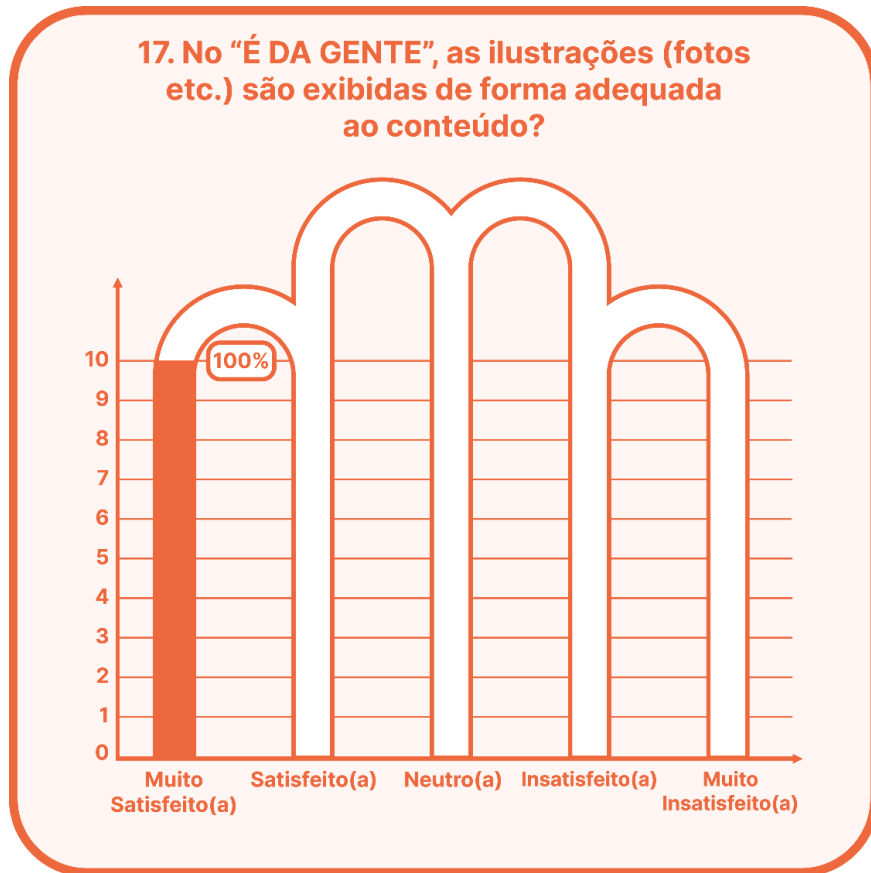
Existem vários Símbolos que são utilizados por meio de diferentes estilos de Ícones para facilitar o reconhecimento de funções e de opções de menu, a identificação do objeto, o entendimento e a execução dos comandos de ação por parte do usuário.

Na prototipação, os Símbolos e Ícones aparecem disponíveis em vários formatos e são claros e intuitivos e coerentes às funcionalidades do “*É DA GENTE*”, uma vez que nos apropriamos corretamente da representação deles para não confundir os interagentes e comprometer sua experiência com o *software*.

Ainda por cima, os botões do “*É DA GENTE*” desempenham ações ou manifestam uma funcionalidade e, normalmente, exibem outros elementos visuais; a exemplo de textos, Símbolos e Ícones – além de dar um toque de personalização, fornece ao navegante uma noção de quais atos são esperados ao clicar ou tocar em um componente.

O caranguejo alaranjado é símbolo visual de reconhecimento universal da marca “*É DA GENTE*”, é réplica gigante do notável cartão-postal de Aracaju e saborosa iguaria da culinária de Sergipe – um verdadeiro *hobbie* para essa gente e turistas. Ele é a representação definitiva da sergipanidade e imprime – para além dos enunciados do meio ambiente e da cultura – poderes e habilidades, força e agilidade, garra e rapidez e mobilidade; fomentando possibilidades ilimitadas. (Fazer *Scroll* no *Mockups*, p. 12 – Gaveta de Menu).

**Gráfico 17:** Interface e Usabilidade: Exibição das Ilustrações.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Ao questioná-los se: No “É DA GENTE”, as ilustrações (fotos etc.) são exibidas de forma adequada ao conteúdo?; os dez partícipes (100%) alegaram estar muito satisfeitos(as).

Como diz o ditado, “uma imagem vale mais que mil palavras”. Na cena Cibercultural, mediada pelo digital em rede e potencializada pelos usos dos dispositivos móveis, essa máxima de Confúcio não poderia ser diferente. Já que os elementos imagéticos são um dos recursos mais potentes para determinar como uma marca se expressará, evocar emoções, capturar a atenção do público-alvo e se diferenciar no segmento de atuação.

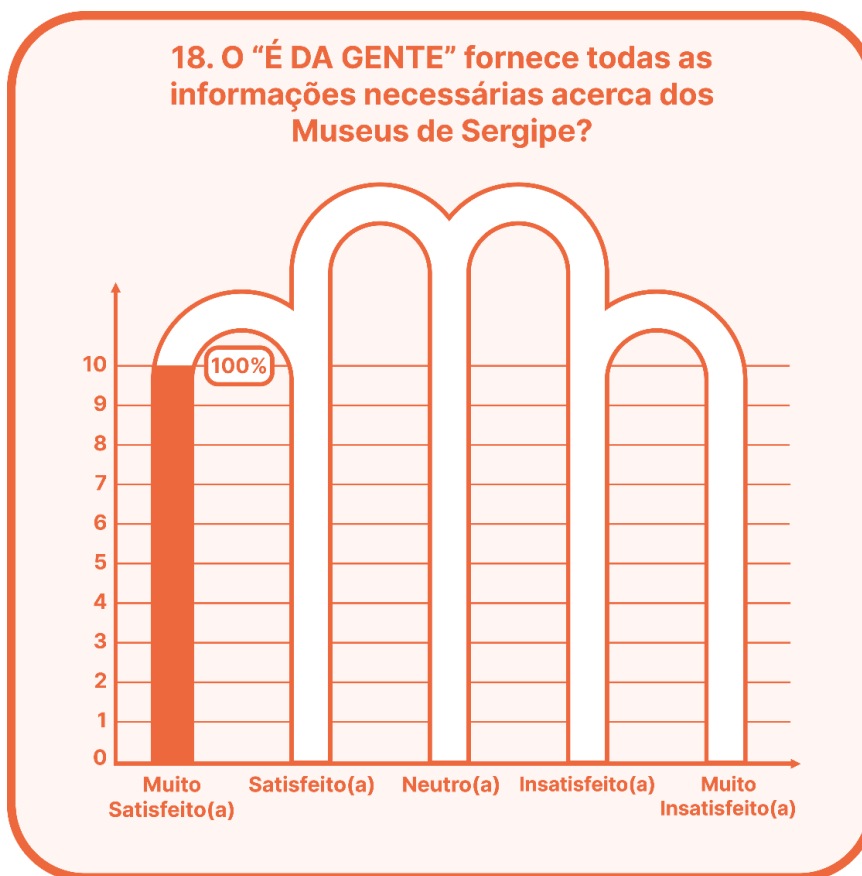
Uma só imagem pode comunicar mais para o utilizador do que um bloco de texto urdido na tela/página de um aplicativo. Além de tudo, as imagens podem transpassar os obstáculos linguísticos, algo que um texto não seria capaz de efetuar.

Apesar disso, é provável que o uso irregular de imagens disperse e afete a experiência do usuário no decorrer de sua jornada pela Interface.

Em virtude de os interagentes processarem uma informação visual mais rápido do que um texto, filtramos boas fotografias para incorporar ao conteúdo referente às 69 unidades museais de Sergipe e outras temáticas à disposição no aplicativo “*É DA GENTE*”, objetivando compor um contexto pertinente para inspirar e envolver o seu público.

Nessa lógica, utilizamos um número restrito de atributos visuais no *design* de Interface do “*É DA GENTE*”. À vista disso, cada tela/página do protótipo exhibe, de maneira eficiente e adequada, somente uma imagem como ponto focal para ilustrar o conteúdo e as informações dos fluxos navegacionais; otimizando a experiência, sem causar exagero visual e distrações por parte do navegante. (Fazer *Scroll Mockups*, p. 28).

**Gráfico 18:** Interface e Usabilidade: Informações acerca dos Museus.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Como pôde ser visto, dez respondentes (100%) manifestaram estar muito satisfeitos(as), pelo simples fato de o “É DA GENTE” fornecer todas as informações necessárias acerca dos Museus de Sergipe.

O protótipo “É DA GENTE” equivale a um convite para conhecer e explorar os 69 equipamentos científico-culturais identificados, cadastrados e mapeados, até o momento, em 16 municípios sergipanos. Sendo que, do total, 39 unidades museais estão localizadas, na capital, em Aracaju. Já as cidades Areia Branca, Boquim, Canindé, Estância, Frei Paulo, Indiaroba, Japaratuba, Moita Bonita, Nossa Senhora da Glória e Pirambu; dispõem de apenas um espaço museológico. Ao passo que Itabaiana possui três unidades museológicas, Laranjeiras abarca quatro, São Cristóvão contém oito e Nossa Senhora do Socorro e Tobias Barreto abrangem dois. Um Guia de Museus de Sergipe na palma da mão. Afinal, conteúdo (e informações) é o que não falta.



Com o *app*, o utilizador encontrará com facilidade um determinado equipamento científico-cultural, acessará *drops* de informação e verbetes de curiosidades sobre os Museus de Sergipe e elementos da sergipanidade, experienciará uma nova lógica de ensinar e aprender por meio do *Gamification*, conhecerá o menor estado brasileiro e seus encantos; e assim por diante.

Outros recursos úteis e necessários sobre os Museus de Sergipe disponíveis no “*É DA GENTE*” são: Histórico, *Status* do Museu, Instituição Mantenedora, Localização, Funcionamento, Programação, Setor Educativo, Divulgação Científica, Acessibilidade, Contatos, Serviços e Carrossel de Fotos. Todos posicionados na barra de aplicações e dentro da zona do polegar e facilmente acessíveis.

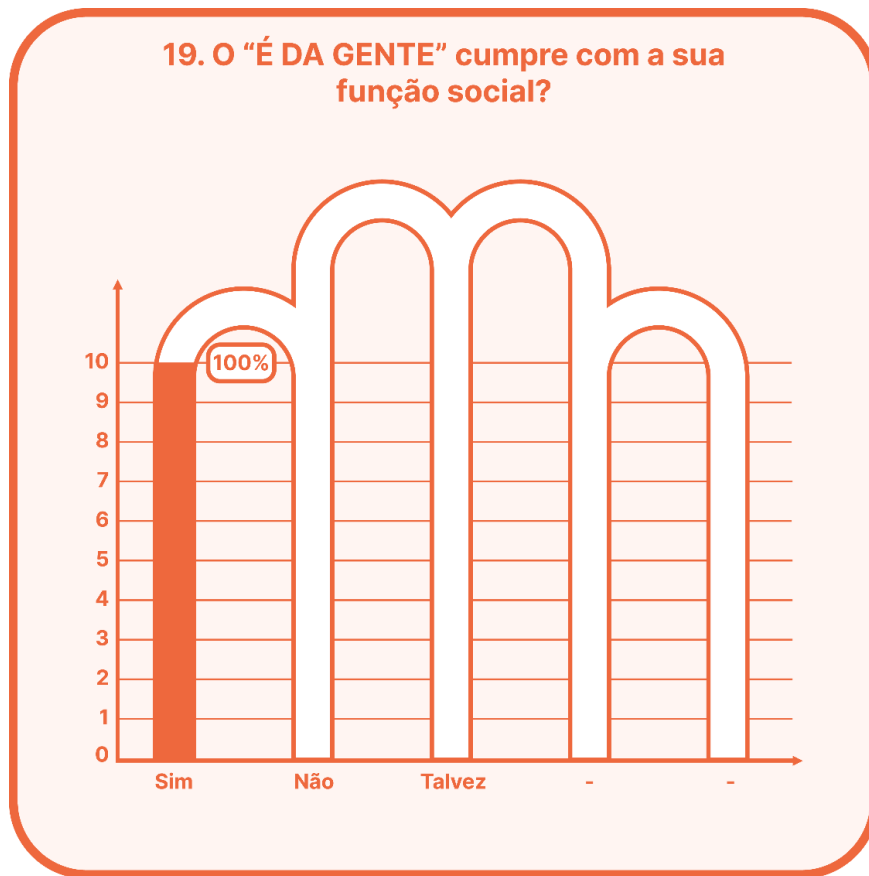
O “*É DA GENTE*” é bem completo e possui uma Interface amigável que proporcionará uma navegação rápida e intuitiva. Sem dúvidas, este *software* favorecerá tanto os grupos escolares e Instituições e roteiro turístico quanto o público em geral. (Fazer *Scroll Mockups*, p. 20-21).

**Figura 26:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

**Gráfico 19:** Interface e Usabilidade: Função Social do “É DA GENTE”.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Na sequência, buscamos saber se o “É DA GENTE” cumpre com a sua função social. Os resultados mostram que os dez respondentes (100%) informaram que sim.

O software “É DA GENTE” é mais do que um compilado de Instituições mediadoras do patrimônio local: um presente para o povo sergipano e viajantes. Logo, um dos alvos do *app* é de estreitar ainda mais a relação museu-comunidade e a relação museu-escola, organizações e roteiro turístico.

Outrossim, a função social e propósito desta prototipagem é melhorar-ampliar o acesso aos 69 Museus de Sergipe, contribuir para o fortalecimento e a propagação dos saberes e fazeres da gente sergipana; representando não apenas os aspectos culturais, mas também históricos e geográficos. Inclusive, promover um encontro do

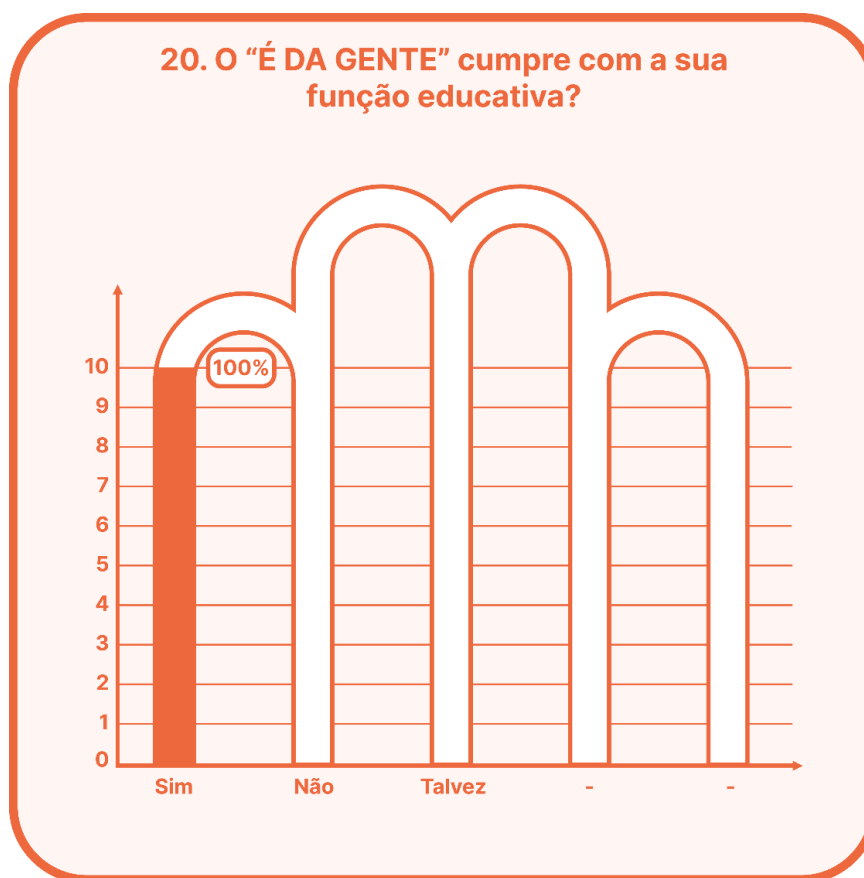
sergipano com ele mesmo; reafirmando o sentimento de pertencimento. Certamente, um artefato tecnológico inovador e propício para geração de benefícios à sociedade.

**Figura 27:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

**Gráfico 20:** Interface e Usabilidade: Função Educativa do “É DA GENTE”.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Dando seguimento, perguntamos aos pesquisados se o “É DA GENTE” cumpre com a sua função educativa: os dez (100%) falaram que sim.

O aplicativo “É DA GENTE” expressa a nossa paixão por Sergipe, pelo movimento e por tudo o que ele agrega ao desenvolvimento/protagonismo social e cultural e à formação humana; por meio do acesso, da experimentação e da interação.

Este aparato tecnológico visa facilitar a vida tanto de grupos escolares e Instituições e roteiro turístico quanto do público em geral, enriquecer e contribuir com os desafios do fazer docente e com o melhor desempenho/aproveitamento dos(as) Alunos(as) – já que a prototipação está alicerçada no novo paradigma educativo emergente.

O “*É DA GENTE*” não é um *software* educativo. Seu repertório de atributos interativos, de navegação, informativos e visuais; oferece caminhos para melhorar-ampliar o acesso aos 69 Museus de Sergipe e abre múltiplas possibilidades para potencializar a Educação dita Não-formal e oportunizar as mais diversas experiências para os utilizadores – além de aguçar a curiosidade dos frequentadores e não-frequentadores.

Em nosso intento de estabelecer a sua função educativa e refletir sobre o binômio Museu e Educação – com suas tensões e afinidades – incorporamos e recorreremos as abas ‘Jogo da Gente’, ‘Você Sabia?’ e ‘Divulgação Científica’. Tal feito pretende inspirar Professores(as) a repensar suas práticas pedagógicas e educativas e motivá-los a levar o máximo possível de Alunos(as) as unidades museais; para expandir o espaço de construção do conhecimento e de aprendizagem para além da sala de aula. (Fazer *Scroll Mockups*, p. 22-23 | 33-39).

Por intermédio destas três funcionalidades, o “*user*” acessará *drops* de informação e verbetes de curiosidades sobre os espaços musealizados e elementos da sergipanidade, experienciará uma nova lógica de ensinar e aprender por via do *Gamification*, se tornará um novo fruidor para atividades de Ciências, conhecerá o menor estado brasileiro e seus encantos; e assim por diante.

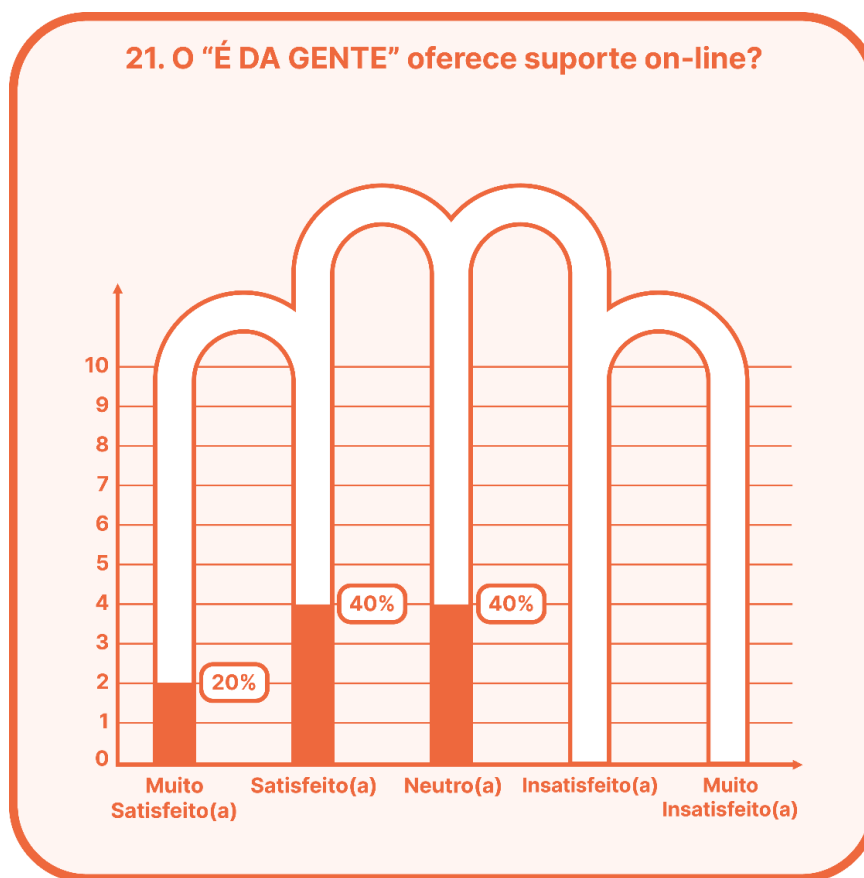
O “*É DA GENTE*” é rico em recursos úteis e necessários sobre os equipamentos científico-culturais de Sergipe e sua função educativa propõe alargar o acesso e validar a utilidade social destas Instituições museológicas. E, também, contribuir com a formação cultural e científica do público-alvo, dinamizar as práticas pedagógicas e educativas e amplificar a Divulgação Científica; com vantagem para as pedagogias do agora e popularização da Ciência e progresso do turismo local.

**Figura 28:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

**Gráfico 21:** Interface e Usabilidade: Suporte On-line.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Uma informação pertinente que o dado acima traz, é sobre o “É DA GENTE” oferecer suporte on-line. Dois (20%) demonstraram estar muito satisfeitos(as), quatro (40%) satisfeitos(as) e quatro (40%) neutro(s).

Na contemporaneidade, os utilizadores estão cada vez mais integrados às tecnologias, hiperconectados e impacientes com o tempo de respostas de atendimento.

Isto posto, por meio dos atributos “Deixe seu Comentário” e “Sobre o Desenvolvedor”, implementamos no “É DA GENTE” estes dois mecanismos para otimização do *Help Desk* (Central de Ajuda) – ao oferecermos um serviço de apoio a utilizadores para suporte técnico on-line e personalizado e resolução de problemas.

Todas as críticas, as sugestões e os elogios acerca da experiência do usuário com o aplicativo “É DA GENTE” deverão ser direcionadas para a janela “Deixe seu

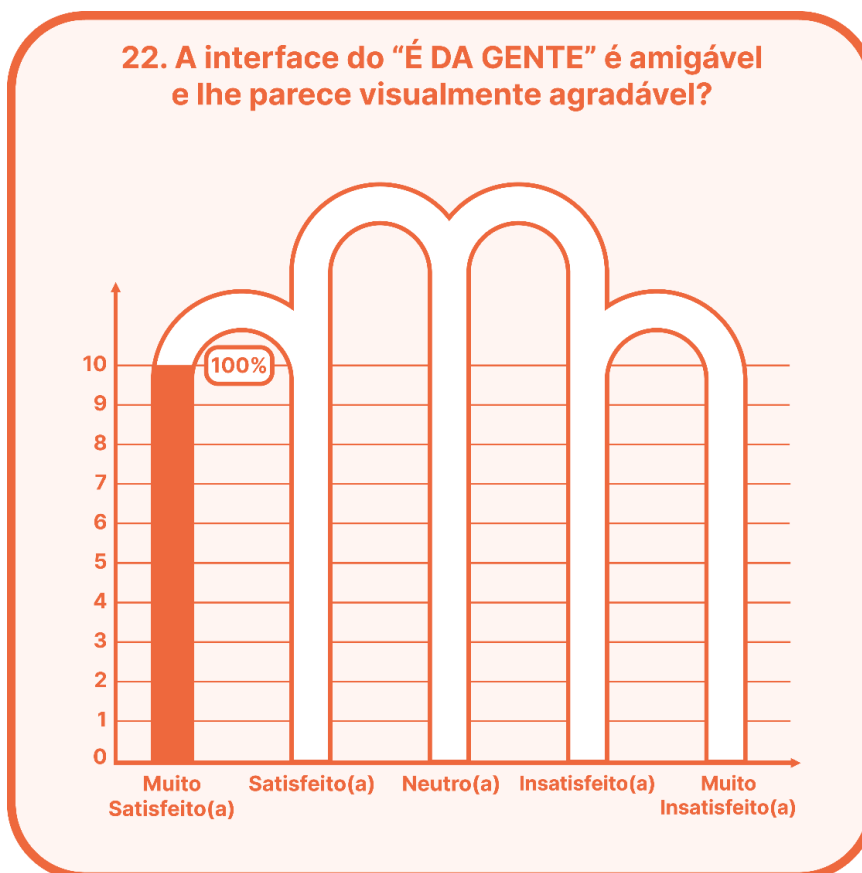


Comentário”. Em contrapartida, informações em relação aos Museus de Sergipe poderão ser obtidas na aba “Contatos” do Menu de cada equipamento científico-cultural; com apenas um clique. Já na guia “Sobre o Desenvolvedor”, disponibilizamos um contato de *E-Mail* para se buscarem as informações que se fazem necessárias no tocante ao “*É DA GENTE*”, proporem novos recursos, correções e melhorias.

Estes canais nos possibilitam atender a todas as demandas dos fluxos navegacionais do “*É DA GENTE*” de um jeito simples, rápido e eficiente; mediante combinação de agilidade, qualidade e atendimento personalizado. (Fazer *Scroll Mockups*, p. 43).

Por último, a imparcialidade nas respostas (40%) referente ao suporte on-line deve ser considerada como dado observável e que pode nos dar indícios da dificuldade de entendimento que alguns testadores beta tiveram sobre este serviço. Ou, talvez, signifique a necessidade de testar esta função, especificamente, junto ao produto em sua versão final – *app* “rodando” em seu *smartphone* ou em qualquer outro dispositivo móvel.

**Gráfico 22:** Interface e Usabilidade: Interface do “É DA GENTE”.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Interrogamos os participantes quanto a Interface do “É DA GENTE” ser amigável e lhes parecer visualmente agradável: os dez (100%) expressaram estar muito satisfeitos(as).

Com o advento das telas *Touch Screen*, os *Designers* tiveram o desafio de articular interações que outrora só ocorriam mediante um teclado no celular e passaram a advir diretamente na tela do “telefone inteligente” (*smartphone*). Isso inaugurou um mundo de novas possibilidades e, por consequência, contribuiu para o desenvolvimento de vários tipos de aplicativos a serem instalados no sistema operacional dos dispositivos móveis.

Diante deste cenário e das múltiplas facetas que a cena Cibercultural apresenta, é destacado que apostar em Interfaces modernas e funcionais e com

*design* diferenciado passou a ser indispensável; para manter uma proximidade com o utilizador.

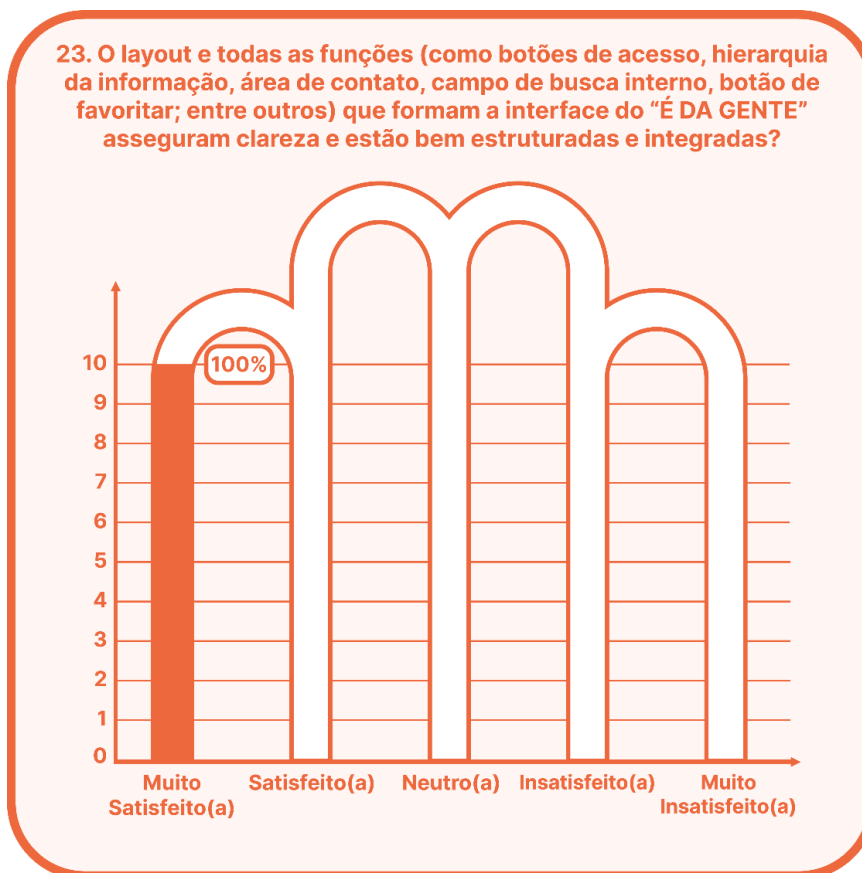
A Interface do “*É DA GENTE*” viabilizou a comunicação entre o *software* e o usuário. Este fluxo ocorre por meio de tarefas, com o propósito de atingir objetivos específicos e aprimorar a experiência do “*user*” durante sua trajetória pela Interface.

Nessa perspectiva, o “*É DA GENTE*” é um *app* usável e proporciona uma Interface amigável, direta e fácil de entender. Além disto, navegação rápida e intuitiva, mesclando o *design* responsivo; dado que, a nossa intenção é priorizar as narrativas, imagens e sons – no que se refere aos 69 equipamentos científico-culturais de Sergipe e outras tramas existentes nos fluxos navegacionais.

Em razão disso, modelamos uma Interface visualmente atrativa tanto para os grupos escolares e Instituições e roteiro turístico quanto para o público em geral. Cujo *layout* é agradável e possui elementos interativos, de navegação, informativos e visuais – devidamente organizados, padronizados, operantes e distribuídos de modo harmonioso.

Finalmente, outros pontos do *design* de Interface que mereceram a nossa atenção, nesta prototipação, se referem aos tipos e tamanhos das fontes utilizadas, bem como a questão da paleta e esquema de cores; com o fito de tornar descomplicada e prazerosa a navegação no aplicativo e, como resultado, obter melhores impressões.

**Gráfico 23:** Interface e Usabilidade: *Layout* e suas Funções.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Quanto a este tópico, todos os partícipes (100%) referiram estar muito satisfeitos(as) com o *Layout* e todas as funções (como botões de acesso, hierarquia da informação, área de contato, campo de busca interno, botão de favoritar; entre outros) que formam a Interface do “É DA GENTE” por assegurarem clareza e estarem bem estruturadas e integradas.

Os diversos *Layouts* para diferentes orientações e tamanhos de tela, determinam a estrutura de uma Interface do utilizador no *software*; como transcorre no funcionamento.

Logo, todos os atributos do *Layout* são feitos acionando a hierarquia de mecanismos interativos, de navegação, informativos e visuais e, também, esboça algo que o usuário pode avistar e com que pode interagir e engajar. Ainda mais, um

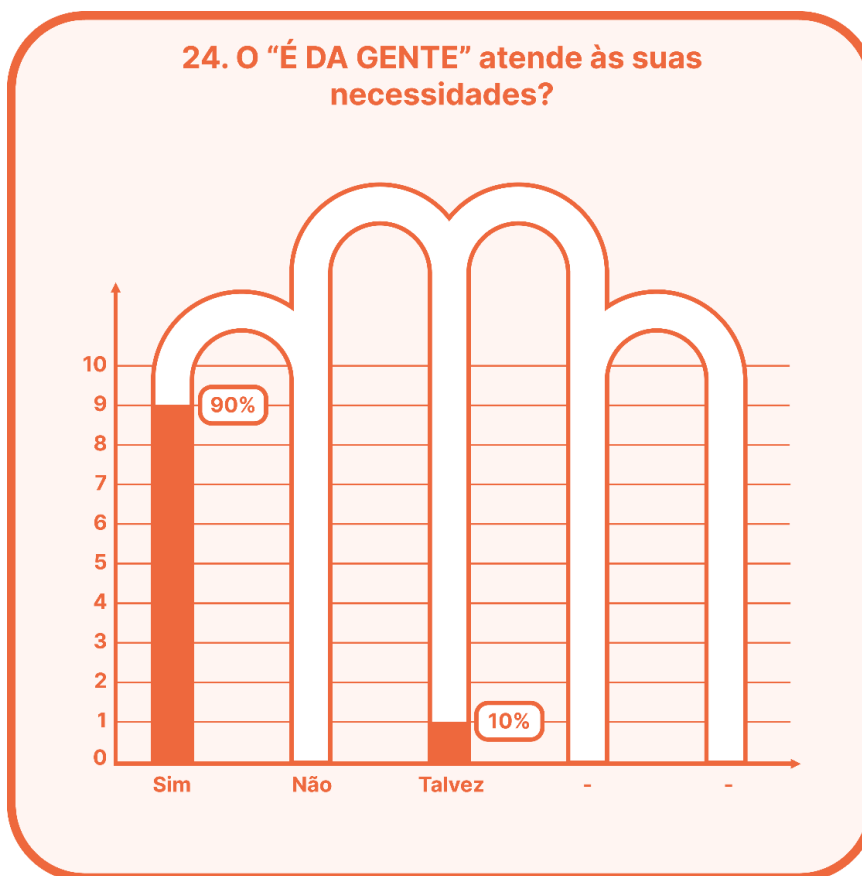
*Layout* de aplicações móveis ideal é fluido e assegura boa usabilidade e experiência ao “user”.

Ao prototipar o “*É DA GENTE*”, implementamos alguns componentes referentes ao *Layout* que mais surpreendem o interagente, garantem clareza e estão bem estruturados e integrados; a saber: a paleta e esquema de cores usadas para guiar e impulsionar ações e os ícones empregues para sinalizar operações e tornar os campos e funcionalidades da Interface do *app* mais compreensíveis.

Igualmente, a Tipografia (tamanho das fontes e grafias) utilizada para atestar boa legibilidade e leiturabilidade; padrões de interação (clicar, rolar e seleccionar etc.) já esperados e habituados por navegantes nas experiências via *Mobile*; destaque e posicionamento dos botões e comandos de ação junto à zona do polegar.

Em suma, outro recurso considerável é que a hierarquia da informação no “*É DA GENTE*” afeta diretamente o campo de visão e determina como o conteúdo e a informação são sistematizados e evidenciados – por ordem de importância – para facilitar a percepção e navegação do usuário potencial/real, ao longo de sua travessia pela Interface.

**Gráfico 24:** Interface e Usabilidade: Necessidades e Expectativas.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Ao serem abordados sobre: O “*É DA GENTE*” atende às suas necessidades?; nove respondentes (90%) informaram que sim e um (10%) talvez.

Os *softwares* de aplicativos móveis são desenvolvidos, em regra, para desempenhar um conjunto de funções e tarefas específicas para o benefício do utilizador e podem atender às necessidades e finalidades de uma organização, agregar valor a marca ou sustentar toda uma estrutura de negócios inovadores.

Com tal característica, servir de protótipo associado à Tese de Doutorado para visualização prévia do conteúdo e das informações projetados na Interface do *app* – a exemplo do “*É DA GENTE*”.

Com uma Interface moderna e acessível, a aplicação “*É DA GENTE*” promete oferecer conteúdo e informações variados – de qualidade e personalizados – na

palma da mão; referentes aos 69 Museus de Sergipe e uma multiplicidade de linguagens materializadas em narrativas, imagens e sons.

Quem ganha com isso mais do que ninguém é o sergipano, que terá acesso a um compilado de Instituições mediadoras do patrimônio material e imaterial – numa perspectiva de imersão pela valorização da identidade cultural do Estado; por intermédio de uma Interface simples, arrojada e intuitiva.

Para compreendermos que os anseios e as necessidades dos usuários são atendidos com maestria, prontidão e de maneira eficiente; cada tela/página do aplicativo “*É DA GENTE*” cumpre seu principal papel com a melhor performance possível.

Ou seja, as telas do ‘Menu de Museus’ precisam auxiliar o interagente a encontrar um determinado equipamento científico-cultural; as do ‘Jogo da Gente’ e ‘Você Sabia?’ devem inspirar Professores(as) a repensar suas práticas pedagógicas e educativas e motivá-los a levar o máximo possível de alunos(as) nas unidades museais.

Já as ecrãs: ‘Onde Ficar?’, ‘Onde Ir?’ e ‘Onde Comer?’; têm que atrair turistas de vários Estados do Brasil e estrangeiros das mais diversas nacionalidades para conhecer os Museus e explorar Sergipe; e assim por diante.

Partindo da ideia de que os espaços museológicos são vistos como um lugar de preservação e impulsionador de memórias, e se tornou um ambiente que mobiliza saberes plurais e não só de ensino e de aprendizagem Não-formal, mas, também, de Divulgação Científica. Nesta prototipação, há a tentativa de desconstruir a ideia de que os aparatos científico-culturais são locais de História e de guardar o antigo / velharias, aguardando por visitantes curiosos de (re)ver artefatos obsoletos e sem utilidade.

Por outro lado, a preocupação em viabilizar um conteúdo de qualidade revela o empenho do pesquisador principal e da *Designer* Gráfica em buscar atender as necessidades dos navegantes de modo a considerar as particularidades da gente sergipana. Seja no nível educacional, social, cultural, de condições físicas e funcionais, a procedência rural ou urbana e nas mais diferentes noções de conhecimento; além de outros aspectos que poderiam influenciar no processo de

concepção do “*É DA GENTE*” – possibilitando um panorama geral do que queremos alcançar com o *software*.

Apesar de um testador beta (10%) ter assinalado o item talvez, o que remete provavelmente a uma insegurança com a prototipagem do *app* ou desconhecimento acerca da potência expográfica dos Museus de Sergipe. O “*É DA GENTE*” é bem completo, tem dinâmica de acesso simples e entrega ao seu público-alvo um arsenal de atributos e recursos tecnológicos bastante diversificados; de fácil manuseio e intuitivos e oportuniza uma experiência diferenciada.

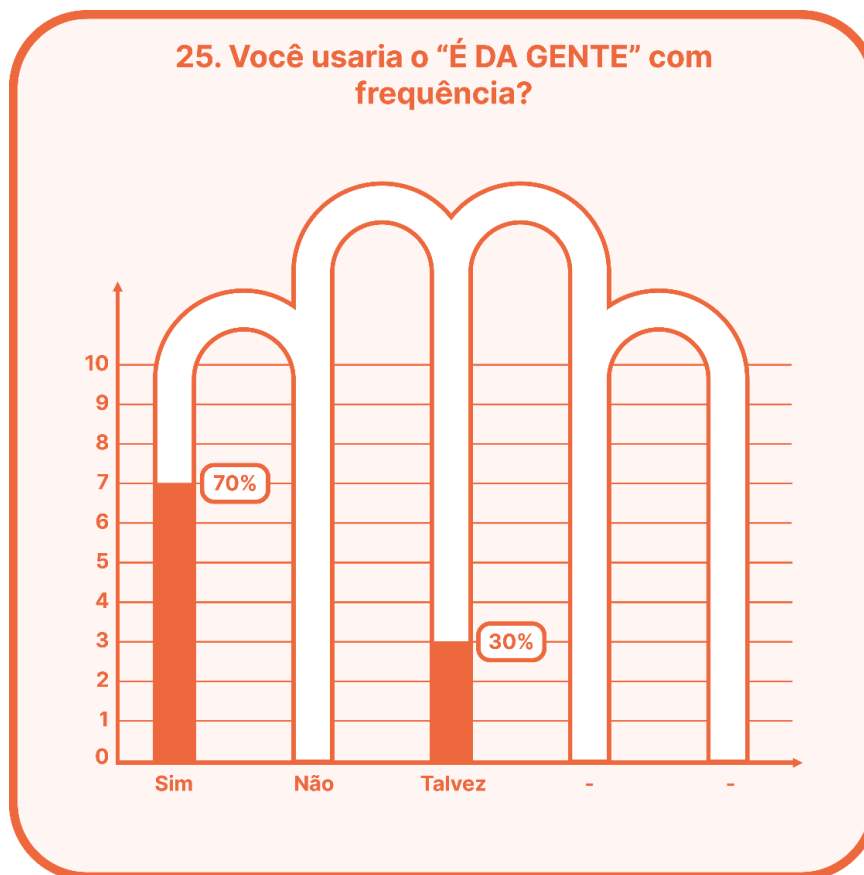
**Figura 29:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).



**Gráfico 25:** Interface e Usabilidade: Frequência de uso.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Quanto ao questionamento sobre: Você usaria o “É DA GENTE” com frequência?; sete respondentes (70%) informaram que sim e três (30%) talvez.

O “É DA GENTE” é um Aplicativo-Guia dos Museus de Sergipe na palma da mão, em fase de prototipação e testagem. Sua versão final estará disponível para consulta e *download* gratuito nas *App Stores* (Lojas de Aplicativos) *Android* e *iOS* para todos os sergipanos e além-fronteiras.

Entre tantas opções de Menu, o *app* “É DA GENTE” traz conteúdo e informações com relação aos 69 espaços museológicos já identificados, cadastrados e mapeados, até o momento, em 16 municípios sergipanos por intermédio da aba ‘Museus de Sergipe’.

De um lado, a aplicação ‘Jogo da Gente’ disponibiliza ações *gamificadas* para proporcionar experiências e vivências de ensino e de aprendizagem nos / com os

Museus presentes em solo sergipano. De outro lado, a funcionalidade ‘Você Sabia?’ engloba *drops* de informação e verbetes de curiosidades de cunho informativo e educativo, contribuindo para o fortalecimento da sergipanidade.

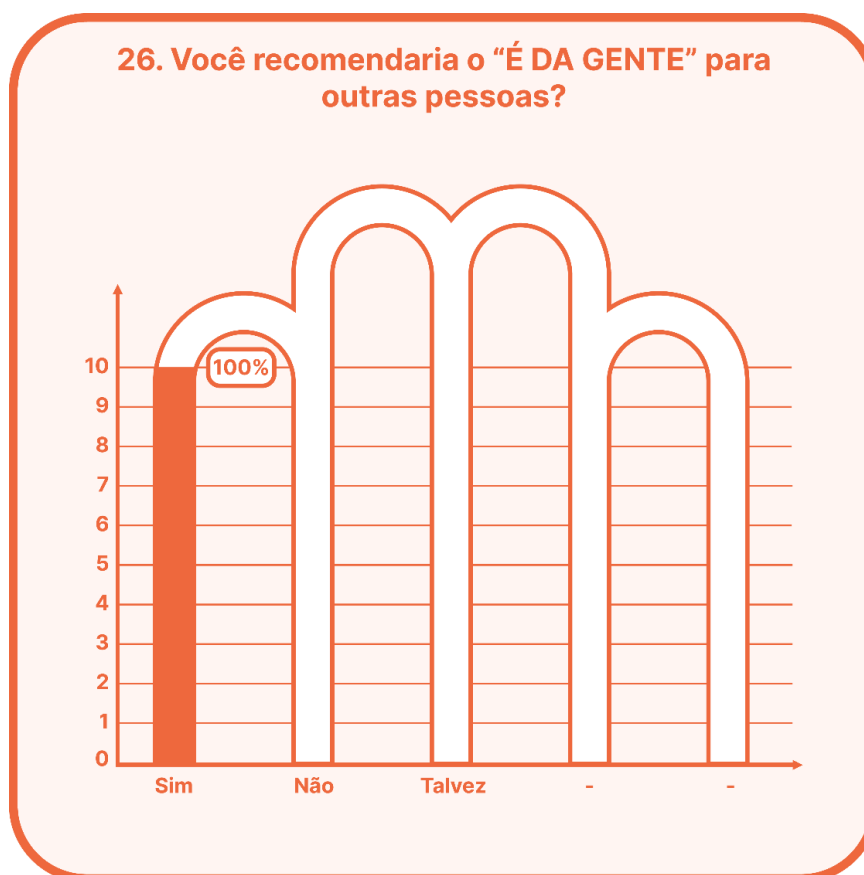
Já a guia ‘Onde Ficar?’ reúne os Hotéis e Pousadas mais procurados por quem deseja se hospedar próximo às Instituições museológicas espalhadas por todos os cantos de Sergipe. Em contrapartida, a janela ‘Onde Ir?’ recomenda os principais atrativos turísticos sergipanos – do litoral ao sertão. Para terminar, o recurso ‘Onde Comer?’ publiciza dicas dos melhores Bares e Restaurantes, *Beach Clubs* Bar e Barracas de Praia, Cafeterias, *Food Parks* e Gelaterias; que reúnem os sabores mais incríveis para o utilizador experimentar.

Estas e demais informações relevantes foram organizadas em seções e subseções padronizadas e funcionais – de acordo com a ordem que as coisas acontecem – de modo a facilitar a consulta e otimizar a experiência e satisfação do usuário.

De olho no ‘Mapa Museológico de Sergipe’, o interagente é convidado a traçar sua rota e explorar as unidades museais de norte a sul do Estado. Da capital ao sertão, a listagem cataloga os nomes dos 69 equipamentos científico-culturais e está dividida por ‘Localidade’ e por ‘Divulgação Científica em Museus de Sergipe’; onde legendas com símbolos sinalizam os dados citados.

Embora não seja tão expressivo o percentual de testadores beta que responderam talvez (30%), a partir das entrelinhas enfatizadas acima, convém reforçar que o “*É DA GENTE*” não leva em consideração as métricas ‘tempo de utilização’ e ‘frequência de uso / acesso’ por parte do navegante. Uma vez que, este *software* foi prototipado para unir em um só lugar as informações essenciais acerca dos Museus de Sergipe e servir de Aplicativo-Guia e de mecanismo de Divulgação Científica. Por fim, notamos que o índice de concordância (70%) referente aos que utilizariam o *app* com frequência permanece alto.

**Gráfico 26:** Interface e Usabilidade: Grau de Recomendação.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

A próxima indagação foi: Você recomendaria o “É DA GENTE” para outras pessoas? Os resultados evidenciam que os dez pesquisados (100%) externaram que sim.

Neste quesito, o retorno satisfatório obtido mediante *feedback* dos testadores beta sinaliza que o protótipo “É DA GENTE” tem sido aceito e aprovado no escopo de facilitar a busca por informações e melhorar-ampliar o acesso junto aos 69 equipamentos científico-culturais de Sergipe – sempre de maneira mais otimizada, rápida e dinâmica.

É notável como nenhum participante deixou de recomendar o uso do *software* “É DA GENTE” para outras pessoas, como alternativa para contribuir com o fortalecimento e a propagação dos saberes e fazeres da gente sergipana. E,

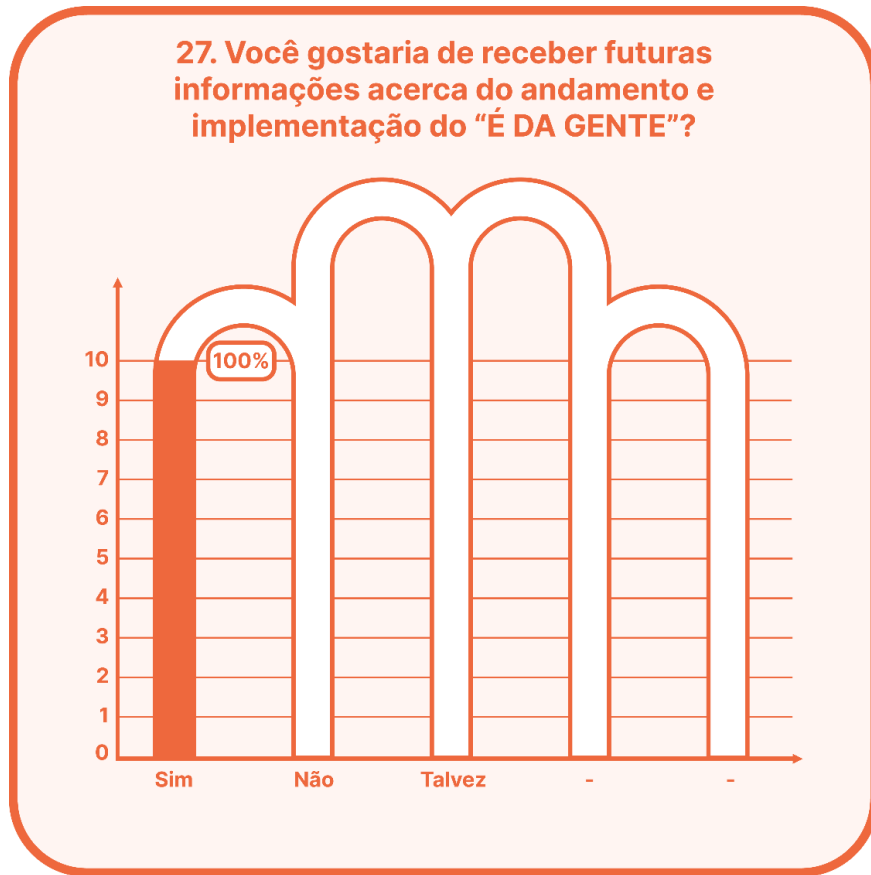
também, desterritorializar a educação formal, gerar novos espaços-tempos de aprendizagem, amplificar a Divulgação Científica e a comunicação com seus visitantes; com vantagem para a popularização da Ciência.

**Figura 30:** Depoimento dos interagentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

**Gráfico 27:** Interface e Usabilidade: Andamento e Implementação.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

Por fim, e não menos importante, interpelados sobre se gostariam de receber futuras informações acerca do andamento e implementação do “É DA GENTE”, os dez respondentes (100%) disseram que sim.

A importância deste tópico, corresponde a um alto índice de interesse por parte dos partícipes em receber futuras informações acerca da materialização desta promissora solução *Mobile* – tida como um fenômeno da cena Cibercultural. Isto só reforça a potência e relevância do *app* “É DA GENTE”; em decorrência do seu propósito alinhado às necessidades dos usuários potenciais/reais.

A produção e discussão dos dados expostos nesta seção segue pautada e construída a partir da sondagem e conexão dos elementos auferidos com relação à identificação de perfis, avaliação e validação de Interface e Usabilidade do protótipo beta “É DA GENTE”; por parte de um grupo de Professores(as) e Alunos(as) – filtrados intencionalmente.

É importante sublinhar que tais fatos nos conduziram a uma melhor visualização e compreensão que as impressões e experimentações pelos usuários potenciais/reais do “*É DA GENTE*” – no decurso da etapa de testagem – fomentam as ações de facilitar a busca por informações. Bem como, de melhorar-ampliar o acesso junto aos 69 Museus de Sergipe; sempre de maneira mais otimizada, rápida e dinâmica na cena Cibercultural.

Ademais, os *feedbacks* disparadores de narrativas de possibilidades e expectativas sobre a versão "crua" do Aplicativo-Guia, corroboram os efeitos satisfatórios e significativos da prototipagem e cooperam para ajustar possíveis embaraços preliminarmente; além de despertar o desejo dos utilizadores pelo *app* em sua versão definitiva.

Embora o “*É DA GENTE*” ainda não esteja totalmente funcional ou pronto, este fenômeno Ciber pode favorecer o despertar da curiosidade e do interesse pelas unidades museais de Sergipe e a formação cultural e científica do público-alvo. E, para finalizar, aproximar o ensino Formal e Não-formal e dinamizar seus atos de currículos e amplificar a Divulgação Científica; com vantagem para as pedagogias do agora e popularização da Ciência e progresso do turismo sergipano.

Na seção vindoura, ostentaremos, na íntegra e detalhadamente, todos os *Mockups* do Aplicativo-Guia “*É DA GENTE*”. Aponte a câmera do seu *Smartphone* e se encante com a gente.

## 6 MOCKUPS – GUIA ILUSTRADO: PRODUTO DE TESE



Confira por meio do QR Code  
"Caranguejo" – Babado Novo

*Status:* "Segura na corda do caranguejo pra lá e pra cá".

Aqui, exibiremos a versão completa do Produto de Tese, por intermédio de um Guia Ilustrado, com todos os *Mockups* do aplicativo e demonstração detalhada de seus elementos finais de *Design* e arsenal de atributos e recursos tecnológicos bastante diversificados implantados nas telas/páginas da prototipação – que dão ao "É DA GENTE" a sua identidade. Ao apontar a câmera do seu dispositivo móvel (*Smartphone, Tablet* ou *iPad*) para o *QR Code* abaixo, você será automaticamente direcionado para o Guia Ilustrado do *software*. Pronto, fique por dentro de tudo e deixe o "É DA GENTE" surpreender você. Afinal, o *app* é meu, é seu, é da gente!

**QR CODE 7:** Guia Ilustrado do "É DA GENTE".



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

É chegado o momento de deslogar do "É DA GENTE". Todavia, este procedimento é rápido e pode ser concluído em poucos cliques. Então, veremos na próxima seção algumas considerações finais, respondendo ao problema de pesquisa de maneira que comprovará, ou não, as questões de estudo propostas.



Confira por meio do QR Code  
"Sergipe o Meu Lugar" – Luiz Fontineli

## 7 FAZENDO LOGOFF: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

*Status:* Sou sergipano, oxente! O que é que há?

Nosso objetivo nesta pesquisa teve como foco maior prototipar um Aplicativo-Guia gratuito para dispositivos móveis multitelas, o “*É DA GENTE*”, com o propósito principal de facilitar a busca por informações e melhorar-ampliar o acesso aos Museus de Sergipe; tanto pelos grupos escolares e Instituições e roteiro turístico quanto pela população em geral.

Empreendemos um percurso investigativo no qual mapeamos os equipamentos científico-culturais e de educação Não-formal e de Divulgação Científica de Sergipe. Seguidamente, reunimos informações fundamentais acerca das unidades museais para compor e delinear o campo de pesquisa e a Interface do Aplicativo “*É DA GENTE*”.

Também nos interessou desenvolver conteúdos genuínos, úteis e relevantes sobre as Instituições musealizadas e os saberes e fazeres da gente sergipana para incorporar nas telas/páginas do *software* “*É DA GENTE*”. O estudo desenvolvido nos possibilitou, então, validar a Interface e Usabilidade da prototipação com a finalidade de comprovar se o “*É DA GENTE*” está atendendo ao propósito e ao foco previstos.

Assim, em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde – OMS decretou estado de Pandemia mundial de Coronavírus. Apesar do surgimento e evolução do Coronavírus, denominado de SARS-CoV-2, causador da Pandemia de Covid-19, ter ocasionado repercussões e impactos sem precedentes nos setores museológico e cultural, em Sergipe e em escala global.

Suas portas foram fechadas, esvaziando o campo investigativo em pauta e provocando uma mudança de paradigma em sua dinâmica de trabalho e atuação; o número de visitantes aos equipamentos científico-culturais sergipanos ainda é muito baixo em relação a outras localidades brasileiras e além-fronteiras.

Por outro lado, mesmo diante do excesso de problemas e desafios surgidos e enfrentados durante a Pandemia de Covid-19 e crise sanitária mundial, o cômputo



de *downloads* de *softwares* obteve um recorde histórico a partir do segundo trimestre de 2021. O evidente efeito da Covid-19 registra o crescimento frenético do mercado de *apps* e posiciona o Brasil como o país com a maior média de tempo gasto em aplicações.

Conforme levantamento feito pela agência focada em análise do mercado *Mobile*, e divulgado pela Revista Forbes, os resultados sinalizam que a Pandemia de Coronavírus impulsionou o aumento do tempo de uso dos usuários nos aplicativos, levando a um progresso de 45%. O estudo aponta, ainda, que a média de tempo de uso pelos brasileiros é de 5.4 horas por dia, de acordo com os dados.

Neste cenário de isolamento e distanciamento físico e social, e devido a instauração de trabalho e de estudos por *Home Office*, adveio, também, uma crescente procura por *softwares* de negócios e vídeo conferência. Outra célere mudança sucedeu na área da educação, segundo o *site* Statista, o descarregamento de *apps* educacionais avultou 45%; saltando de 642 milhões para 936 milhões de *downloads* no período.

Por conseguinte, shows cancelados, unidades museais fechadas e outras incontáveis medidas de segurança e orientações restritivas foram impostas para se evitar aglomerações, contágio e proliferação do Coronavírus. A visitação virtual e gratuita a Museus, Galerias e Bibliotecas Públicas de todo o mundo foram algumas opções de atividades disponíveis para a população superar esse período movido pelo tédio da quarentena. Muitas Instituições musealizadas já ofereciam o serviço antes mesmo do surto pandêmico e vários outros precisaram se reinventar para sobreviver ao ‘novo normal’.

Com o Museu da Gente Sergipana não foi diferente. O primeiro museu multimídia interativo do Norte e Nordeste, se apropriou da tecnologia para permanecer próximo do seu público, ao abrir janelas nas telas de *smartphones* e computadores para ostentar a sua potência expográfica e receber visitantes de forma virtualmente<sup>4</sup>.

Para além do momento da Pandemia, mediante uma das plataformas mais modernas e interativas, permite que o interagente realize um passeio de 360º por

---

<sup>4</sup> Clique e saiba mais: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2020/09/29/museu-da-gente-sergipana-disponibiliza-visitas-virtuais.ghtml>

todas as instalações, se conecte ao acervo *online* e desfrute das experiências oferecidas pelo Museu. É uma oportunidade de descobrir, conhecer, pesquisar e revisitar o conteúdo histórico e cultural representado pelas tradições, costumes, patrimônio arquitetônico, biodiversidade, gastronomia, aspectos econômicos e manifestações culturais de Sergipe – tudo isso em alguns cliques.

Como disparador de nossa reflexão, ao longo do tempo, a identidade dos Museus, assim como seu conceito, se modificaram em conformidade com às alterações culturais e sociais, às evoluções tecnológicas e científicas de cada período da história mais recente da humanidade. Estes espaços museológicos consideram a cultura contemporânea mediada pelo digital em rede, a Cibercultura, e as suas infinitas possibilidades comunicacionais e educacionais.

Logo, são tidos como artefatos científico-culturais potentes de Educação Não-formal e de Divulgação Científica na cena Cibercultural. Na mesma direção, surge o desafio de estudar e entender de que forma estes espaços reforçam nossos objetivos, transformam os processos de ensino e de aprendizagem, favorecem novas práticas pedagógicas e educativas e potencializam a divulgação dos saberes científico-culturais produzidos e praticados em tempos de Cibercultura.

A Divulgação Científica, são as ações que procuram difundir os saberes científicos produzidos e praticados, dentro-fora da rede, para públicos não especializados. Tais práticas são essenciais para o desenvolvimento da Ciência, uma vez que, ela é responsável pela circulação de ideias e divulgação de resultados de pesquisas para a população em geral. Deste modo, potencializando a discussão científica e fascinando novos fruidores para atividades de Ciências.

Destarte, o ‘Mapa Museológico de Sergipe’ aglomera, até o momento, 69 unidades museológicas em 16 municípios sergipanos – identificados, cadastrados e mapeados. Desta totalidade, constatamos 16 Museus que são peças-chave para a Divulgação Científica. Neste enquadramento, esta preleção emergiu ao partirmos da ideia de que os espaços científico-culturais são vistos como um lugar de preservação e impulsionador de memórias, e se tornou um ambiente que mobiliza saberes plurais e não só de ensino e de aprendizagem Não-formal, mas, também, de Divulgação Científica.

E, sobretudo, despontou da escassez de informações necessárias sobre estas unidades museais e a inexistência de um único meio (Guia, Aplicativo etc.) que incorpore todos os 69 Museus de Sergipe – atravancando a localização e o acesso.

Prontamente, delineamos o “*É DA GENTE*”. Além de não se configurar como uma aplicação educacional, seu repertório de atributos interativos, de navegação, informativos e visuais; oferece caminhos para ampliar o acesso aos equipamentos científico-culturais de Sergipe. Tal como, abre múltiplas possibilidades para potencializar a Educação dita Não-formal e oportunizar as mais diversas experiências para os navegantes – além de aguçar a curiosidade dos frequentadores e não-frequentadores.

Para que o aplicativo atendesse à sua proposição; *hiperlinkamos* a abordagem de Pesquisa Qualitativa com o método prático-criativo do *Design Thinking*. Seguidamente, ao deslizar e tocar os dedos pelas telas metodológicas, possibilitamos o acesso as etapas do processo de desenvolvimento do “*É DA GENTE*” e a experiência de testagem e avaliação – por intermédio da validação de Interface e Usabilidade do protótipo – por testadores beta em um Grupo Focal.

Como já sinalizamos, atuamos ativamente com o *Design Thinking*. Este método foi escolhido por demandar que o problema fosse detectado pelo prisma das representações atreladas à intensa relação dos sujeitos com aparatos tecnológicos, até que se chegue a uma solução criativa e satisfatória. Que não precisa ser propriamente um produto palpável; mas a simulação de uma experiência que facilite a busca por informações e melhore o acesso aos espaços museológicos – como é o caso do “*É DA GENTE*”.

O processo baseado no *Design Thinking* – focou no “*user*”, cocriação de soluções e experimentação. Para culminar com o propósito do *software*, entregamos menos funcionalidades, porém completas e úteis, do que muitos recursos inacabados e que não satisfaçam o nosso público-alvo. No que concerne o “*É DA GENTE*” foi primordial o trabalho e empenho do pesquisador principal e da *Designer* Gráfica; contratada para desenvolver a prototipagem de uma aplicação moderna, funcional e atraente.

Durante a fase de testagem e experimentação, os “testers” do Grupo Focal interagiram entre pares (Professor(a)-Facilitador, Aluno(a)-Facilitador, Professor(a)-Aluno(a), Aluno(a)-Professor(a)) no que se refere a viabilidade de manusear o “*É DA GENTE*” e todos conseguiram compreender bem a estrutura e o funcionamento do *app*.

Do mesmo modo que, consideraram a aplicação autoexplicativa e intuitiva, sinalizaram a simplicidade e facilidade de utilização e objetividade das ações e atribuíram um índice satisfatório de Usabilidade. Esses não apontaram impedimentos de manuseio, qualificaram o *design* de Interface do aplicativo como funcional, prático e esteticamente equilibrado/harmonioso. Outrossim, julgaram o conteúdo e as informações confinados nas telas/páginas pertinentes e de qualidade e que potencializam a interação e outras pretensões.

Em concordância com os intuítos estabelecidos, esta investigação, por meio de um Grupo Focal, conectou os utilizadores ao *software* “*É DA GENTE*”. Em suma, ao considerarmos os efeitos satisfatórios e significativos no que concerne a experiência de testagem com o “*É DA GENTE*”, é possível afirmar que este *app* contribui com a busca facilitada por informações e melhora / amplia o acesso junto aos 69 artefatos científico-culturais de Sergipe.

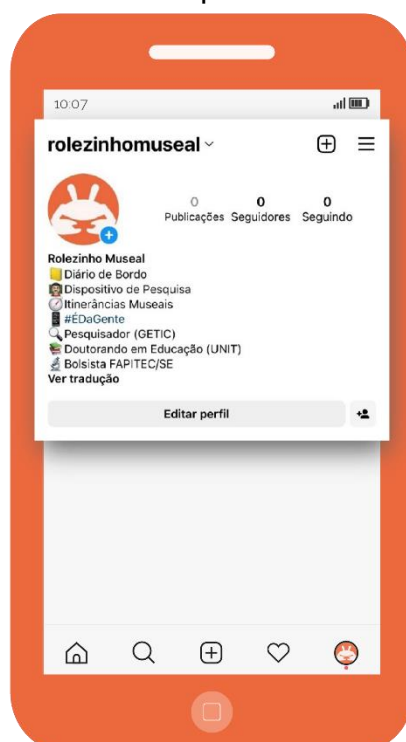
Sempre de maneira mais otimizada, rápida e dinâmica na cena Cibercultural; além de oportunizar descobertas e vivências de autorias e cocriação de conteúdos e despertar o interesse do usuário pela aplicação em sua versão final. Ademais, os *feedbacks* disparadores de narrativas de possibilidades e expectativas sobre a versão “crua” do Aplicativo-Guia, corroboram os efeitos satisfatórios e significativos da prototipagem e cooperaram para ajustar possíveis embaraços preliminarmente.

Embora o “*É DA GENTE*” ainda não esteja totalmente funcional ou pronto, este fenômeno Ciber favorece o despertar da curiosidade e do interesse pelas unidades museológicas de Sergipe e a formação cultural e científica do público-alvo. E, para finalizar, aproxima o ensino Formal e Não-formal e dinamiza seus atos de currículos e amplifica a Divulgação Científica; com vantagem para as pedagogias do agora e popularização da Ciência e progresso do turismo sergipano.

É importante sublinhar que, a princípio, tínhamos uma proposta de investigação mais ampla e profunda entre os Museus de Sergipe e os Professores(as) e Alunos(as) a serem pesquisados. Contudo, durante a feitura do trabalho, nos deparamos com uma crise sanitária e humanitária decorrentes do Coronavírus e seus desdobramentos, que trouxe impactos nos acessos às Instituições musealizadas; inclusive dificultando o processo de recolha de dados.

Este embaraço nos forçou a recalcular a rota metodológica, repensar o Cronograma de Visitação e a dar um novo delineamento à pesquisa. E, também, fomos tolhidos de “alimentar” o Dispositivo de Pesquisa. Uma vez que, nos apropriaríamos do Instagram, ao passo que, esta rede social digital serviria de vitrine das nossas itinerâncias museais. Isto é, para narrar nossas rotas, vivências, saberes práticos e teóricos, desafios, dilemas, ações intencionais, criações e cocriações; em cenários plurais de aprendizagem, formação e pesquisa – dentro-fora da rede.

**Figura 31:** *Print* do Dispositivo de Pesquisa criado no Instagram.



**Fonte:** Captura de Tela por André Alves (2022).

Basicamente, outro mero dissabor, é que fomos impedidos de avançar da Prototipação à Implementação com o “É DA GENTE”, pois, recorremos ao Tiradentes Innovation Center para demandar o nosso desejo de fazer com que o intergente efetivamente utilizasse a nossa proposta de inovação em seus dispositivos móveis multitelas.

Tal tentativa gerou descontentamento e frustração, uma vez que, para a Coordenação de Empreendedorismo e Inovação do Centro de Inovação da Unit, o “É DA GENTE”, pode render visibilidade, mas não gerar negócios de fato para o Grupo Tiradentes. Sumariamente, o aplicativo e marca do “É DA GENTE” seguem protegidos juridicamente e por leis específicas e o seu ‘Registro de Direito Autoral’ foi obtido pelo 10º Ofício da Comarca de Aracaju.

**Figura 32:** Depoimento dos intergentes do Grupo Focal.



**Fonte:** Desenvolvido pelo autor (2022).

No entanto, em conexão com esse jeito mais fácil de achar as informações e expandir o acesso junto aos Museus de Sergipe, como sugestão para novos desdobramentos e novas explorações que contemplem a materialização desta solução *Mobile* se pode executar a fase de Implementação do “*É DA GENTE*” – oficializando a sua robustez e potencialidade.

Finalmente, acreditamos que esta Tese não se finda aqui, visto que, apenas deixamos rastros na rede para que surjam novos *links* e cliques em benefício da educação, da Divulgação Científica, da formação cultural e científica do público-alvo, da gente sergipana e além-fronteiras.

## DESENVOLVEDORES

ALVES, André Luiz; PORTO, Cristiane. **WhatsAula: Aprendizagem Colaborativa em Movimento**. Paraíba: Editora UFPB, 2019.

ALVES, Flora. **Gamification - Como criar experiências de aprendizagem engajadoras. Um guia completo: Do conceito à prática**. 2ª ed. São Paulo: DVS, 2015.

BAUER, Jonei Eger. **A Construção de um Discurso Expográfico: Museu Irmão Luiz Godofredo Gartner**. Florianópolis: Editora UFSC, 2014.

BAUER, Martin W. The Evolution of Public Understanding of Science – Discourse and Comparative Evidence. In: **Science, Technology and Society**. England, v. 14, p. 221-240, 2009.

BOAVENTURA, Edivaldo. **Como ordenar as ideias**. 9. ed. São Paulo: Ática, 2007. (Série Princípios).

BRASIL. Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 2009. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm)>. Acesso em: 18 maio 2021.

BRASIL. Lei Nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009. Cria o Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM. Portal da Legislação, 2009. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm)>. Acesso em: 13 jul. 2021.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Tradução: Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo científico: conceitos e funções**. Ciência e Cultura, n. 37, v. 9, p. 1420-1428, set. 1985.

CASTRO, Fernanda Santana Rabello de. **A Construção do Campo da Educação Museal: Políticas Públicas e Prática Profissional**. Revista Docência e Cibercultura, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 90-114, set. 2019. ISSN 2594-9004. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/re-doc/article/view/40706/30489>>. Acesso em: 2 dez. 2022.

COSTA et. all. Educação Museal. In: **Caderno da PNEM**. Brasília: Ibram, p. 73-74, 2018.

COSTA, J. W. D; OLIVEIRA. M. A. M. (Org.) **Novas linguagens e novas tecnologias: educação e sociabilidade**. Petrópolis: Vozes, 2004.



COUTO, Edvaldo; PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa. (Org.). **App-Learning: experiências de pesquisa e formação**. Salvador: EDUFBA, 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GILBERT, J.K., STOCKLMAYER, S.M., & GARNETT, R. Mental modelling in science and technology centres: What are visitors really doing? In: STOCKLMAYER, S., & HARDY, T. (Eds). **Proceedings of 'Learning Science in Informal Contexts'**. Austrália: Questacon, Canberra, 1999.

GIOVINAZZO, R. A.. **Focus Group em Pesquisa Qualitativa – Fundamentos e Reflexões**. Administração On-Line - Prática - Pesquisa - Ensino, v. 2, n. 4, 2001.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não formal e o educador social: Atuação no desenvolvimento de projetos sociais**. São Paulo: Cortez, 2010.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas**. Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação, Rio de Janeiro: Fundação CESGRANRIO, v. 14, n. 50, p. 27-38, jan./mar. 2006.

IBRAM. **Caderno da Política Nacional de Educação Museal**. Brasília: Ibram, 2018.

IBRAM. **Documento Final da PNEM**. Brasília: Ibram, 2017.

IBRAM. **Subsídios para elaboração de planos museológicos**. Brasília: Ibram, 2016.

ICOM (Conselho Internacional de Museus). DESVALLÉES, A.; MAIRESSE, F. (Editores). **Conceitos-chave de Museologia**. Tradução: SOARES, B.B.; CURY, M.X. Pinacoteca do Estado de São Paulo: Secretaria de Estado da Cultura, 2013.

ICOM (Conselho Internacional de Museus). **Nova Definição de Museu**. São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://www.icom.org.br/?p=2756>>. Acesso em: 9 dez. 2022.

Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM. **O que é museu?** Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/os-museus/o-que-e-museu/>>. Acesso em: 25 out. 2021.

LEMOS, André. **A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital**. Porto Alegre: Sulina, 2021.

LEMOS, André. **As estruturas antropológicas do ciberespaço**. In: **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, André; PERL, Lara. **Comunicação e Tecnologia: Uma experiência de "Sala de Aula Invertida"**. Comunicação e Educação – ECA/USP, São Paulo, V. 20, n. 1, 2015.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LIPOVETSKY, G. **Da leveza para uma civilização do ligeiro**. Tradução: Pedro Elói Duarte. Lisboa: Extra-colecção, 2016.

MACEDO, Roberto Sidnei. **Currículo: campo, conceito e pesquisa**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

MASSARANI, Luisa; NEVES, Rosicler; AMORIM, Luís. (Org.). **Divulgação científica e museus de ciências: O olhar do visitante - Memórias do evento**. Rio de Janeiro: Museu da Vida/Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz; RedPop, 2016.

MATTAR, João; RAMOS, Daniela Karine. (Org.). **Metodologia da Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas, Quantitativas e Mistas**. São Paulo: Edições 70, 2021.

MINAYO, Maria Cecilia de S.; SANCHES, Odécio. **Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou Complementaridade?** Cad. Saúde Públ., Rio de Janeiro, 9 (3): 239-262, jul/set, 1993.

PORTO, Cristiane. Um olhar sobre a definição de cultura e de cultura científica. In: PORTO, Cristiane; BROTAS, Antonio; BORTOLIERO, Simone. (Org.). **Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas**. Salvador: EDUFBA, 2011.

PORTO, Cristiane. **Internet e Comunicação Científica no Brasil: Quais impactos? Quais mudanças?** Salvador: EDUFBA, 2012. (E-Livro). ISBN: 978-85-232-1003-8. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6845>>. Acesso em: 5 ago. 2020.

PORTO, Cristiane; OLIVEIRA, Kaio Eduardo; ROSA, Flávia. (Org.). **Produção e Difusão de Ciência na Cibercultura**. Ilhéus: Editus, 2018.

PORTO, Cristiane; ROSA, Flávia; TONNETTI, Flávio. (Org.). **Fronteiras e interfaces da comunicação científica**. Salvador: EDUFBA, 2016.

PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa; OSWALD, Maria Luíza; COUTO, Edvaldo. (Org.). **Pesquisa e mobilidade na cibercultura: itinerâncias docentes**. Salvador: EDUFBA, 2015.

REIS, José. **“A divulgação da ciência e o ensino”**. Ciência & Cultura, São Paulo: SBPC, v. 16, n. 4, 1964.

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet.** São Paulo: Paulus, 2021.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, Rosemary; SANTOS, Edméa. **Cibercultura: redes educativas e práticas cotidianas.** Revista Eletrônica Pesquiseduca, Santos, n. 4, n. 7, p. 159-183, 2012.

SOUZA, Daniel Maurício Viana de. **Divulgação Científica em Museus e Centros de Ciência Interativos: a construção social de uma ciência-espetáculo.** Porto Alegre: UFRGS, 2016. 435 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de PósGraduação em Sociologia, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

TRILLA, Jaume; GHANEM, Elie; ARANTES, Valéria Amorim. (Org.). **Educação formal e não formal: pontos e contrapontos.** São Paulo: Summus, 2008.

VERSOLATO, Marina Savordelli; GRACIANO, Mariângela; IZIDORO, Emerson. **Divulgação científica e a formação inicial de professores(as): uma experiência no cárcere.** ACTIO, Curitiba, v. 6, n. 2, p. 1-26, mai./ago. 2021. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/actio/article/view/14089>>. Acesso em: 25 nov. 2022.

VIANA, Sayonara; NUNES, Verônica; CARVALHO, Ana Cristina Barreto de. (Org.). **Lugares de Memória: Guia de museus e memoriais de Sergipe.** Aracaju: Secretaria de Estado da Cultura, 2014.

VIANNA, Mauricio; VIANNA, Ysmar; ADLER, Isabel K.; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz. (Org.). **Design Thinking: Inovação em Negócios.** Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

VOGT, Carlos. (Org.). **Cultura Científica: Desafios.** São Paulo: Edusp, 2006.

**ANEXOS**

**SEGURANÇA DOS DADOS**  
**ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO**

**1. Quem é você?**

Professor da Educação Básica  
Professor do Ensino Superior  
Aluno do Ensino Fundamental  
Aluno do Ensino Médio  
Estudante Universitário

**2. Qual o seu gênero?**

Masculino  
Feminino  
Não se aplica  
Outro (Por favor, especifique)  
Prefiro não dizer

**3. Qual a sua idade?**

20 ou menos  
21 a 30  
31 a 40  
41 a 50  
51 ou mais

**4. Qual o sistema operacional móvel do seu principal *Smartphone* ou *Tablet*?**

*Android (Google)*  
*iOS (Apple)*  
*Windows Phone (Microsoft)*

**5. Quando foi sua última visita aos Museus de Sergipe?**

Há menos de 6 meses  
Entre 6 meses e 1 ano  
Entre 1 e 2 anos  
Entre 2 e 5 anos  
Há mais de 5 anos

**6. Imagine que o “*É DA GENTE*” apresenta facilidade de navegação, utilização e operação dos ícones nos menus e telas; junto à zona do polegar.**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

**7. A estrutura da gaveta do menu do “*É DA GENTE*” lhe parece disposta de forma lógica por incorporação de vários tipos de abas?**

Muito satisfeito  
Satisfeito

Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

- 8. A sequência dos menus, dos comandos de ação e das informações na tela do “É DA GENTE”; corresponde à maneira como você os executaria?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

- 9. A organização dos menus, dos comandos de ação e das informações na tela do “É DA GENTE”; é lógica e perceptível?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

- 10. No “É DA GENTE”, os títulos das opções de menu lhe parecem condizentes com o contexto destes?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

- 11. O “É DA GENTE” proporciona clareza na apresentação das informações e faz uso de linguagem apropriada e de fácil entendimento?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

- 12. As informações compartilhadas no “É DA GENTE” evitam a poluição visual?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

- 13. O “É DA GENTE” é fácil de manusear e de encontrar as informações desejadas de um jeito rápido e intuitivo?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

- 14. O tipo e tamanho da fonte do “É DA GENTE” proporcionam legibilidade e harmonia visual?**  
Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito
- 15. No “É DA GENTE”, o esquema de cores utilizado é satisfatório e evita a poluição visual?**  
Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito
- 16. Os símbolos e ícones do “É DA GENTE” são coerentes às suas funcionalidades e lhe parecem claros e intuitivos?**  
Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito
- 17. No “É DA GENTE”, as ilustrações (fotos etc.) são exibidas de forma adequada ao conteúdo?**  
Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito
- 18. O “É DA GENTE” fornece todas as informações necessárias acerca dos Museus de Sergipe?**  
Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito
- 19. O “É DA GENTE” cumpre com a sua função social?**  
Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito
- 20. O “É DA GENTE” cumpre com a sua função educativa?**  
Muito satisfeito

Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

**21. O “É DA GENTE” oferece suporte on-line?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

**22. A interface do “É DA GENTE” é amigável e lhe parece visualmente agradável?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

**23. O layout e todas as funções (como botões de acesso, hierarquia da informação, área de contato, campo de busca interno, botão de favoritar; entre outros) que formam a interface do “É DA GENTE” asseguram clareza e estão bem estruturadas e integradas?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

**24. O “É DA GENTE” atende às suas necessidades?**

Muito satisfeito  
Satisfeito  
Neutro  
Insatisfeito  
Muito insatisfeito

**25. Você usaria o “É DA GENTE” com frequência?**

Sim  
Não

**26. Você recomendaria o “É DA GENTE” para outras pessoas?**

Sim  
Não

**27. Você gostaria de receber futuras informações acerca do andamento e implementação do “É DA GENTE”?**

Sim  
Não



**SEGURANÇA DOS DADOS**  
**ANEXO 2 – ROTEIRO | GRUPO FOCAL**

1. O “*É DA GENTE*” traz alguma contribuição para o processo de ensino e de aprendizagem nos / com Museus de Sergipe?
2. Você, Professor(a), pretende fazer uso do “*É DA GENTE*” para desenvolver atos de currículo com seus(as) Alunos(as) a partir da visitação aos Museus de Sergipe?
3. Você, Aluno(a), gostaria que o(a) seu(a) Professor(a) se apropriasse do “*É DA GENTE*” para realizar alguma atividade a partir da visitação aos Museus de Sergipe?
4. Você acha que outras funções são necessárias no “*É DA GENTE*”? Quais?
5. Alguma sugestão para melhoria da usabilidade do “*É DA GENTE*”?
6. Diante do teste realizado, o “*É DA GENTE*” atingiu o objetivo para o qual foi desenvolvido?

**SEGURANÇA DOS DADOS****ANEXO 3 – REGISTRO 10º OFÍCIO DA COMARCA DE ARACAJU****DECLARAÇÃO**

Declaro, para todos os fins autorais que, eu, **ANDRÉ LUIZ ALVES**, Brasileiro, Solteiro, Pedagogo, Doutorando em Educação e Bolsista FAPITEC/SE (Edital 07/2018), no Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Educação da Universidade Tiradentes – UNIT, portador do RG 1298073030 / SSP-BA e do CPF 016.112.455-08, residente na Rua Lênio de Moura Moraes – 130 – Apt.104-B | Residencial Ponta D'Álva, no Bairro Farolândia, sob o CEP 49031-040, em Aracaju-SE, sou o único desenvolvedor/criador e autor/proprietário da Marca e Aplicativo “*É DA GENTE*”, pelos quais, detenho todos os direitos sobre a referida criação. Estou ciente da responsabilidade única e exclusiva a minha pessoa, para todos os fins de direito perante as leis vigentes, incluindo a veracidade do declarado.

Aracaju-SE, 5 de Julho de 2022

André Luiz Alves

Empreendedor do Projeto “*É DA GENTE*”

CPF 016.112.455-08



Selo Digital de Fiscalização  
Tribunal de Justiça de  
Sergipe

10º Ofício da Comarca de  
Aracaju

06/07/2022 09:54

<https://www.tjse.jus.br/x/AG89JU>



202229505003677

<b>CARTÓRIO DO 10º OFÍCIO</b>	Registro de Títulos e Documentos e Pessoas Jurídicas Rua Capataz, 55 - Aracaju/SE Fone: (79) 3214-4818	Registro de Títulos e Documentos no livro <u>570</u> às fis. <u>682</u> e <u>69</u> sob o nº <u>114824</u> e Protocolado no livro a <u>27</u> sob o nº <u>114824</u> dou fé. Aracaju <u>06/07/2022</u>
		<u>Debora</u> Oficial do Registro



Debora Carvalho da Paixão Santos  
Escrivante

Aracaju - SE, 6 de Julho de 2022

André Luiz Alves

Empresário do Projeto "E DA GVTE"

CNPJ 016.112.485-08

P

# É DA GENTE

IMAGÉTICA 1: Ícone/Marca e Telas do Aplicativo "É DA GENTE".



FONTE: Desenvolvido por André Luiz Alves (2022).

Aracaju-SE, 5 de Julho de 2022

*André Luiz Alves*

André Luiz Alves  
Empreendedor do Projeto "É DA GENTE"  
CPF 016.112.455-08

