

DIAGNÓSTICO PARA PROPOSTA DE REDESIGN DO SITE DO MUSEU DAS COISAS BANAIS

DANILO AMPARO RANGEL¹; GREICE AVILA MARQUES ²; JOANA SCHNEIDER³; NARA REGINA FARIAS AVILA ⁴; CAROLINE SILVA DA COSTA ⁵; JULIANE CONCEIÇÃO PRIMON SERRES⁶

¹Universidade Federal de Pelotas - drangeldanilo@gmail.com

²Universidade Católica de Pelotas – greiceamarques@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – joana.sch@hotmail.

⁴ Universidade Federal de Pelotas – naraamarques@gmail.

⁵ Universidade Federal de Pelotas – carolinesilvadacosta1998@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – julianeserres@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente resumo trata-se de relato descritivo das atividades desenvolvidas recentemente no Museu das Coisas Banais, Projeto de Extensão pertencente ao departamento de Museologia e Conservação e Restauro, do Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas, que visa, através da criação e desenvolvimento de um Museu Virtual (CARVALHO, 2008), musealizar objetos cotidianos, denominados banais (ROCHE, 2004), evidenciando os vínculos subjetivos que as pessoas estabelecem com os objetos da vida diária e entendendo o ato de guardar os mesmos e contar as suas narrativas como um importante instrumento para salvaguardar a memória do indivíduo e sua identidade.

O Museu das Coisas Banais (MCB) foi criado em 2014 e, desde então, mantém um acervo virtual alicerçado em fotos dos objetos associadas aos relatos de seus portadores. O potencial de musealização de objetos cotidianos surge a partir da atribuição de valor afetivo a esses objetos por seus donos, tendo-os como objetos biográficos (BOSI, 1994), assim sendo, a narrativa atrelada ao objeto é que traz a ressignificação do mesmo e lhe confere valor museológico. O Museu das Coisas Banais se propõe a proteger o registro das memórias atreladas a objetos de seu público, criando assim a oportunidade de construção da memória social de determinado segmento ou sociedade (HALBWACHS apud SILVA, 2013).

O projeto eventualmente realiza exposições e ações externas ao mundo virtual, porém é prioritariamente em seu site que o museu recebe, guarda e expõe o seu acervo. Neste sentido, o Museu só existe de fato se o site tiver uma eficácia real tanto na coleta quanto na exposição do acervo, além de divulgar e noticiar as atividades externas - no mundo físico - que periodicamente são realizadas. Assim sendo, depois de três anos de andamento do projeto, surgiu a necessidade de realizar um balanço das atividades do museu em suas várias frentes de atuação, com especial enfoque nas atividades do site e das redes sociais associadas a ele.

Desta forma, a partir das experiências dos trabalhos em ações externas e da análise do site, desenvolve-se um diagnóstico geral da instituição, verificando o alcance do projeto ao seu público e se está efetivamente gerando os resultados esperados. De imediato percebeu-se que o Museu das Coisas Banais, em crescente vem passando por problemas de acesso por parte de seus públicos, e conseqüentemente depara-se com o não recebimento de acervos através da plataforma. Essa primeira impressão demonstrou a carência de estratégias de

extroversão do site para que o mesmo se torne mais dinâmico e acessível ao público. Desse modo, o presente trabalho tem como objetivo expor o processo de diagnóstico para proposta de redesign do site do Museu das Coisas Banais que foram postos em prática após as análises efetuadas. O trabalho encontra-se em andamento, trataremos aqui dos problemas verificados nas atividades do site e de algumas medidas que foram direcionadas ao mesmo a partir dos estudos, discussões e pesquisa acerca da Museologia e da Arquitetura da Informação Web, fazendo uso das ferramentas tecnológicas para melhorar o desempenho do site do Museu das Coisas Banais.

2. METODOLOGIA

Para a criação do trabalho de diagnóstico para proposta de redesign do site do Museu das Coisas Banais, utilizamos como método de pesquisa a revisão bibliográfica, a partir de autores que desenvolvem pesquisas na área de museologia e da arquitetura da informação web em museus. Desta forma, apropriando-se dos conceitos de formação e usos ideais de espaços web de museus resultam uma análise crítica do ambiente do MCB e uma proposta de requalifica-lo.

Conceitos como comunicação intermuseal (ROQUE, 2010), encontrabilidade da informação, tipos de interatividade, usabilidade, confiabilidade (FERREIRA E VIDOTTI, 2016), tipos de cognição (PREECE, 2005 apud LISBOA, 2014), intuitividade, clareza, menos cliques, destaques, compartilhamento, interesses, acessibilidade, funcionalidade e usabilidade (SILVA, FRANÇA, SOUSA E DIAS, 2011) permeiam este trabalho.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

É imprescindível mencionar que os estudos dos dois campos, os quais são museologia e arquitetura da web digital misturam-se neste processo. Resultando em um projeto mais acessível, tanto pelos fatores de leituras e acesso dos conteúdos, quanto na acessibilidade semântica, direcionada ao zelo em criar um conteúdo inteligível aos públicos do museu (MENESES, 2009).

De início, o conceito de instituição intercomunicante, que provoca o museu em ser “mais dinâmico e extrospectivo, sugerindo um processo em constante remodelação” ROQUE (2010), faz com que reflitamos sobre como nossas ações devem ser pautadas pelo retorno de nossos públicos, o qual já nos apresenta um diagnóstico e uma possibilidade de adoção no processo de requalificação.

Na sequência, a Arquitetura da Informação Digital (AI) possibilita um conhecimento das dinâmicas de funcionamento ideais para um site, sobretudo o de um museu virtual. Desta forma, após a equipe analisar criticamente a plataforma criada em WordPress, hospedada em www.museudascoisasbanais.com.br quanto aos conceitos tratados pelos autores mencionados na metodologia do trabalho se pôde estabelecer relações com os problemas enfrentados pela instituição.

Com isso, verificou-se que a plataforma do museu apresenta dificuldades de inteligibilidade em diversos momentos, elencando assim ao pensamento de encontrabilidade da informação, que possui subsídio na AI, e fornece-nos contribuições quanto a experiência do usuário, que deve ter facilidade em acessar os conteúdos propostos, que muitas vezes são de seu interesse, mas se não rapidamente encontrados, perdem seu efeito. Sendo assim propõe-se que o

usuário estabeleça relações de interatividade com o sistema, e que possa através do conceito de retroalimentação, colocado por (ROQUE, 2010), inserir em sua experiência o retorno ao museu, para que este paute suas ações a partir de seus públicos. Contudo, para o sucesso desta proposta o site precisa apresentar-se como usual àqueles que o acessam, oferecendo na visita a informação procurada, além da importância de uso e de funcionalidade, que se pautados na AI geram uma fidelização daqueles que têm interesse nos conteúdos, ou trazendo para a linguagem da área, gerando confiabilidade.

Outro ponto que deve ser levado em conta são os tipos de cognição, através do qual se reafirma que o site deve estar pautado no contato com o visitante, que inicia sua visita com a cognição experiencial, “com a qual se percebe e se age” e após com a reflexiva que envolve “pensar, comparar e tomar decisões”. PREECE (2005) apud LISBOA (2014). Por isso no início da visita a intuitividade necessita se fazer presente, pois caso o usuário não encontre facilidade no acesso a informação sequer entrará no segundo processo.

Junto a esses problemas apresentados surgem outros de ordem semelhante, como a quantidade de cliques e do estabelecimento de um traçado do caminho percorrido para se chegar a determinado ponto da viagem ao site do museu, tendo no estabelecimento de ambos o resultado de uma visita de maior qualidade e proveito.

Ainda, nos campos relativos a encontrabilidade, clareza e ou destaques nota-se direcionadamente que a arquitetura do site não valoriza aquilo que é prioridade, como o envio de acervos e o acesso a galeria dos mesmos, pois antes disso existe de forma não intuitiva um extenso menu, com demasiado informações de diversas ordens, o que provoca no visitante uma fadiga, antes mesmo de se chegar, se assim podemos dizer, ao coração do museu, que é representado por seus acervos. E além disso, a dificuldade em discernir na página inicial o que se refere a notícias, a publicação de textos, vídeos ou mesmo dos acervos.

Desta forma, propõe-se ao MCB que seu site seja reordenado, e que se leve em conta sumariamente a construção de um ambiente intuitivo, no qual tanto os visitantes que não conhecem o museu tanto os que já acessaram possam encontrar rapidamente as informações que precisa acessar, resultando em um sistema que traduz-se como usual e funcional.

Para tal, recomenda-se a reordenação de vários conteúdos do site, como a página inicial que deve receber filtros de conteúdos; o seu menu principal que necessita apresentar-se de forma intuitiva e dar destaque ao que se prioriza, por meio da redução do número de categorias das informações que ali são apresentadas e a criação de um sub menu lateral com os filtros das mesmas; a exploração dos links de compartilhamento que devem direcionar-se sobretudo para as redes em que o museu desenvolve ações, através da pesquisa de quais são as redes mais utilizadas, e também dar destaque as que mais recebem compartilhamento dos conteúdos do MCB, tornando-as um folheto do museu; junto a estas a possibilidade de acesso mais ampla, através de ferramentas como contraste, aumentar a fonte e ter audiodescrição dos conteúdos. Ainda, outro ponto de igual importância surge na análise do formulário de envio de objetos para ser integrado ao acervo de coleção do museu, que se atualmente apresenta-se não intuitivo, no qual se solicitam muitas informações dispersas, necessitando ser também revisado, com a possibilidade de se segmentar as informações, trabalhar o avançar após o preenchimento da primeira parte e proporcionar flexibilidade no preenchimento dos campos.

Sabendo-se da extrema importância dos usuários, a fim de concluir o diagnóstico e proposta de redesign do site, a próxima ação será a criação de um questionário formulado com perguntas relevantes para que se tenha conhecimento sobre os interesses dos visitantes, para que através através da cooperação de seu público o museu possa dar corpo a suas propostas buscando maior interatividade e constante aperfeiçoamento.

4. CONCLUSÕES

O trabalho procurou apresentar o início do diagnóstico para redesign do site do Museu das Coisas Banais. E o grande desafio será tirar a ideia do papel e transmitir para tela do computador. Após concluir o diagnóstico, teremos seu conteúdo revisado, e o site do MCB será reconstruído, fácil atualização, responsivo e integrado às redes sociais. Pois um site desatualizado não convida o visitante a regressar, portanto caberá a seus mantenedores criar ferramentas a fim de elevar o interesse e curiosidade de seu público, para que ele utilize o museu virtual.

Afirma-se que esta pesquisa é um marco, pois apesar do museu ser disponibilizado online, anteriormente não havia esta inquietude. Portanto, o maior aprendizado e contribuição para o grupo de extensão e pesquisa do MBC é que o museu não basta simplesmente estar na internet e sim é preciso acompanhar a renovação e evoluir junto com seus visitantes.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOSI, E. **Memória e sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: Edusp, 1994.
- CARVALHO, R. M. R. Comunicação e informação de museus na Internet e o visitante virtual. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS Unirio | MAST**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 83 - 93, 2008.
- FERREIRA, A. M. J. F. C.; VIDOTTI, S. A. B. G. A encontrabilidade de informação em web sites de Museus. **Inf. Prof**, Londrina, v. 5, n. 2, p. 79 – 101, jul./dez. 2016.
- LISBOA, F. O design da experiência do usuário em museus: o caso do website “ERA VIRTUAL”. In: **SEMINÁRIO NACIONAL DE PESQUISA EM ARTE E CULTURA VISUAL**, 5., Goiânia, 2014. **Anais do...** Goiania: UFG, FAV, 2014. P. 719 - 731.
- ROCHE, D. **História das Coisas Banais. Nascimento do consumo séc. XVII-XIX**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- ROQUE, M. I. Comunicação no Museu. In: MAGALHÃES, A. M.; BEZERRA, F. Z.; BENCHETRIT, S. F. **Museus e comunicação: Exposições como objeto de estudo**. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010. P. 47 - 68.
- SILVA, M. A. T.; FRANÇA, A. L. D.; SOUSA, D. E.L. ; DIAS, G. A. O que é Arquitetura da informação? **Biblionline**, João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 11-21, 2011.
- SILVA, G. F. HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. **Aedos**, Porto Alegre, v. 8, n. 18, p. 247 - 253, 2016.
- ULPIANO, T. B.M. A comunicação/informação no museu: uma revisão de premissas. In: Bevilacqua, G. M. F.; Maringelli, I. C. A. S. **I Seminário Serviços de Informação em Museus**. São Paulo: Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2010. P. 11 -21.