

INTERAÇÃO ENTRE DESIGN DIGITAL, HISTÓRIA E MEMÓRIA NO WEBSITE DO MUSEU DO DOCE

ALEXIA DE MORAES DE SOUZA¹; ROBERTO HEIDEN²

¹Universidade Federal de Pelotas – alexia.msouza@outlook.com

²Universidade Federal de Pelotas – heidenroberto@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Museu do Doce, mantido pelo Instituto de Ciências Humanas (ICH) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), está localizado no centro histórico da cidade de Pelotas – RS. A sede do museu foi construída em 1878 para ser residência da família do então Conselheiro de Dom Pedro II, Francisco Antunes Maciel. Em anos recentes o prédio foi ocupado pela instituição que é um órgão suplementar do ICH e funciona como espaço para atividades de ensino, pesquisa e extensão, voltadas principalmente ao tema do doce de Pelotas e na área do patrimônio cultural.

O projeto de extensão “Multiações Patrimoniais no Museu do Doce - edição 2020”, coordenado pelo professor Dr. Roberto Heiden, trabalhou para a modificação do *layout* do website do museu a partir do Wordpress institucional, processo relatado pelo presente texto, que buscou também apresentar os resultados de uma avaliação sobre o que foi desenvolvido.

Para essa atividade foi adotado como referência o termo usabilidade, descrito na ISO 9241 que define usabilidade:

[...] e explica como identificar a informação necessária a ser considerada na especificação ou avaliação de usabilidade de um dispositivo de interação visual em termos de medidas de desempenho e satisfação do usuário. Orientação é dada sobre como descrever o contexto de uso do produto (hardware, software ou serviços) e as medidas relevantes de usabilidade de uma maneira explícita. A orientação é dada na forma de princípios e técnicas gerais, em vez da forma de requisitos para usar métodos específicos (ABNT CATÁLOGO, s/d).

Nesse sentido, consideram-se três os eixos centrais da ISO 9241 de acordo com seu próprio texto, ou seja: a eficácia (busca-se mensurar o esforço feito pelo utilizador); a eficiência (a avaliação da relação entre os recursos utilizados para se atingir o objetivo e os seus resultados); e a satisfação (é testado se o utilizador percebe positiva e satisfatoriamente os objetivos do produto).

A partir disso, foram aplicadas as heurísticas de compatibilidade de sistema e o mundo real e estética e design minimalista descritas por Jacob Nielsen (1999) e os conceitos de maior facilidade de uso e agilidade descritos por Steve Krug (2000) com o objetivo de tornar o website do museu mais eficiente, eficaz e satisfatório para o seu público. Essa atividade aqui relatada insere-se em um objetivo maior que é a expansão da imagem institucional do museu em meios digitais, em ações como a mudança de *layout* do website e uso da identidade visual com o objetivo de consolidar o museu em meio virtual.

Nesse sentido, quanto a atualização do website, abordamos a noção de usabilidade e como ela é necessária para facilitar o entendimento do patrimônio museológico em uma interface digital, no que pese algumas restrições ou limitações de uso do Wordpress institucional, plataforma adotada como padrão pela UFPel. Na década atual, com a integração das tecnologias na vida cotidiana e no lazer, notou-se a necessidade de que os museus pudessem ampliar seu alcance para além de seu espaço físico, no espaço virtual, com o intuito de tornarem-se mais abrangentes e visíveis ao grande público. Nesse novo modelo o visitante não precisa sair de casa ou se preocupar com horários para apreciar a história e conhecer o acervo de um site que retrata a história do doce, por exemplo.

De acordo com Muchacho (2005, p. 1541) “os novos media e em particular a internet são um instrumento precioso no processo de comunicação entre o museu e seu público” de modo que é fundamental que as trocas entre público e instituições sejam cada vez mais motivadoras. Cada vez mais a usabilidade tem uma importância crucial para uma interface (NIELSEN, 1999). Percebe-se assim a importância da usabilidade e outros recursos digitais para aumentar a fixação e a participação dos usuários no que se refere às inovações virtuais do museu. Essa ação relacionada ao website do Museu do Doce também teve como intuito a abertura de possibilidades para exposições museológicas no mundo virtual, adaptando assim o museu as demandas do presente sem que o mesmo perca de vista sua missão institucional.

2. METODOLOGIA

Como procedimento para a avaliação do website do Museu do Doce adotou-se como método a realização de um conferência baseada nas heurísticas de Nielsen (1999) e conceitos de Krug (2000) sobre a usabilidade, no que pese algumas limitações do Wordpress institucional, tais como a falta de recursos como uma ferramenta de análise de tráfego da própria página, o que limita a plena aplicação dos conceitos destes autores. Dessa forma, empregou-se do texto de Nielsen (1999) os parâmetros que se adequavam às características do Wordpress institucional, considerando-se como critério para avaliar o site aspectos como a correspondência entre sistema e mundo real, além de uma estética e design minimalistas. De Krug (2000) adotou-se os princípios de maior facilidade possível de uso (“Não me faça pensar”) e de agilidade (“Ninguém quer perder tempo”).

O presente texto foi realizado de modo a relatar esse processo de trabalho e com o intuito de relacionar os aspectos ideais de um website com os resultados obtidos após as mudanças realizadas no website do Museu do Doce. Portanto, partindo dos conceitos obtidos na revisão bibliográfica, as ações junto ao site foram não somente executadas, como também qualitativamente avaliadas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise do website do Museu do Doce revelou uma correspondência entre o sistema e o mundo real com resultados satisfatórios, uma vez que o website apresenta uma linguagem usual, tipografia legível e figuras que remetem ao patrimônio histórico. No que se refere a estética e design minimalista o *layout* é simples, adequado e dispõe de um menu que acompanha o *scroll* da tela estando sempre visível para o usuário (Ver figura 1).

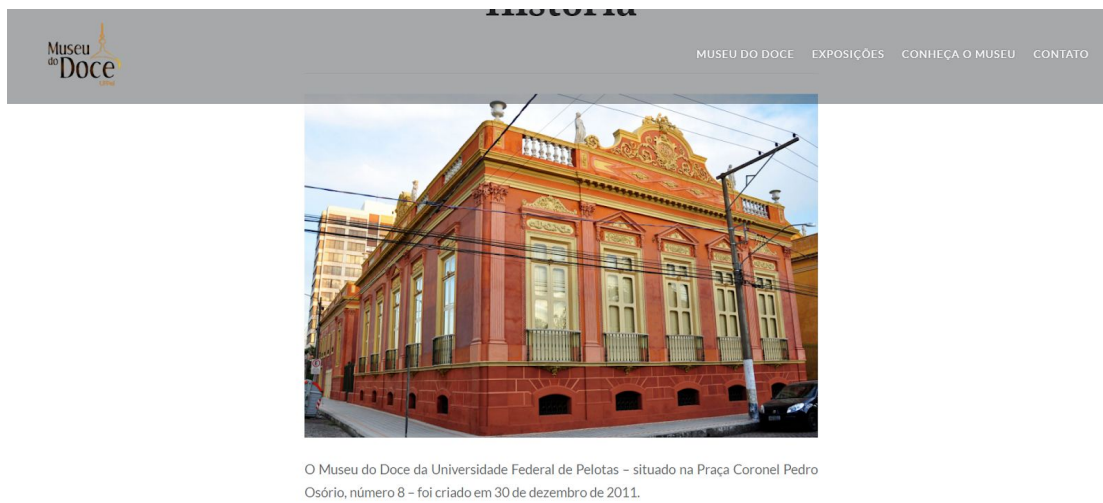


Figura nº 1: Home do website do Museu do Doce.

No que diz respeito os conceitos de usabilidade empregados por Krug (2000), o website é direto. Sem grandes mapas e com poucos cliques no menu é possível navegar para qualquer parte do site. Desse modo, considerando-se a colocação nas pesquisas do google realizou-se buscas com palavras-chave das quais foram obtidos os resultados apresentados na Tabela nº 1 e na Figura nº 2.

Palavra-chave	Colocação na lista de sites google
museus-de-pelotas	Segunda colocação
museu-de-doce	Primeira colocação
doce-de-pelotas	Terceira colocação

Tabela nº1: Colocação na lista de sites do google.

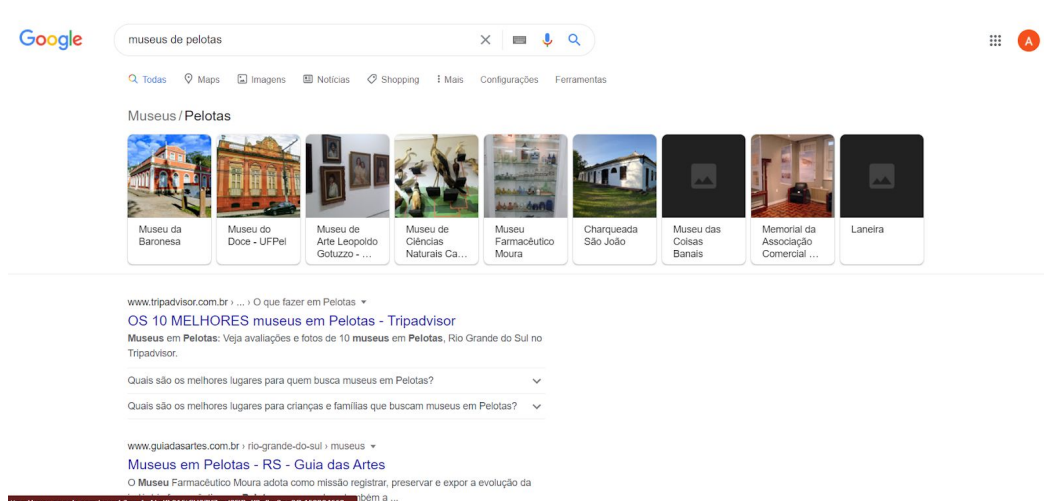


Figura nº 2: Colocação do Museu do Doce nas pesquisas do Google a partir do uso de palavras chave.

Destaca-se assim que o site cumpre o papel proposto de complementar o Museu do Doce. Apesar disso, entendemos que ainda é necessário ampliar os limites deste website para que o mesmo não seja apenas complemento, como também passe a melhor comunicar a história do doce. Para Castel (2008, p. 229-233) a internet devido a sua eficácia e dinamismo tornou-se o principal meio de informação. Isso a qualifica como meio que pode influenciar nas tomadas de decisões em diferentes áreas de atividade humana. A ampliação dos recursos do website do museu pode aproximá-lo da situação de um museu virtual, o que de acordo com Andrews (1998, p. 19) será reconhecido quando da existência de um acervo com objetos digitais e diversos que a partir das suas diferentes articulações tornam potencialmente possível a comunicação e a interação entre o público e o museu.

4. CONCLUSÕES

Após a análise das adequações do website verificou-se resultados satisfatórios de usabilidade, o que implicará no aumento da satisfação dos usuários do website. Desse modo, vê-se a importância da aplicação de técnicas de design como estratégia para qualificação das experiências de usuários na internet. Futuramente espera-se que seja possível implementar mais e melhores estratégias para o aumento do conteúdo e possibilidades virtuais do museu, tais como a realização de novas exposições virtuais e a apresentação de um acervo digital. Com avanços dessa natureza o website institucional ampliaria seu potencial de interação com o público, e o museu passaria a ter também uma verdadeira dimensão virtual, sem limites no espaço-tempo quanto a sua capacidade de divulgar a história e a memória das tradições doceras de Pelotas e região.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABNT CATÁLOGO. **Norma Técnica**. Acessado em 16 set.2020. Online Disponível em: <https://www.abntcatalogo.com.br/norma.aspx?ID=86090>

ANDREWS, J., SCHWEIBENZ, W.: **The Kress study collection virtual museum project, a new medium for old masters**. Art Documentation, v. 17, n. 1, Spring Issue 1998, p. 19.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1) p. 229-232

KRUG, Steve, **“Don’t Make Me Think”**, A common sense approach to web usability, Indianapolis, New Riders Publishing, 2000.

MUCHACHO, Rute. **Museus virtuais**: A importância da usabilidade na mediação entre o público e o objecto museológico. In: Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. 2005. p. 1540 -1547.

NIELSEN, Jacob, **Usability engineering**, Boston, Academic Press, 1999.