

A promoção da experiência dos utilizadores como estímulo à aprendizagem em museus: um estudo exploratório

André Pacheco¹

¹ Doutorando em Ciência da Informação na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Portugal.

andrez.pacheco@gmail.com

0000-0002-1810-4866

1 Resumo

O desenvolvimento e expansão das redes comunicacionais desde os meados do século XX estimularam a consolidação de uma Ciência de Informação, cujo objeto é a informação social. As instituições culturais, como os museus, são vistos enquanto serviços de informação que devem gerir os seus objetos informacionais de modo a comunicar eficiente e apelativamente o significado dos seus artefactos aos visitantes, proporcionando-lhes uma experiência de aprendizagem enriquecedora e memorável.

A experiência dos utilizadores é normalmente vista sob uma perspetiva da conceção de tecnologias. Este estudo procura alargar o conceito de experiência ao contacto do visitante com o espaço e contexto do museu. Para tal, procede-se a uma revisão de literatura qualitativa de artigos-chave que alimentam um estudo exploratório.

Conclui-se que os museus devem procurar afirmar-se como locais promotores de experiências pessoais de forma a promover o enriquecimento cultural dos visitantes. O sistema tecnológico de informação é apontado como o elemento mediador entre a informação dos objetos e o conhecimento dos visitantes. Além disso, a valorização da experiência pessoal dos indivíduos, durante a visita, deve ser um critério determinante para fundamentar a atividade cultural dos museus e para potenciar a aprendizagem. A experiência tem de ser encarada de forma sistémica, não se resumindo unicamente à conceção e *design* de aplicações informáticas, mas compreendendo todo o processo de contacto que um visitante tem com a informação veiculada pelo objeto que, além de incluir naturalmente uma componente de mediação pelo sistema tecnológico de informação, pode também passar por uma experiência estética do espaço e da representação da obra. Justifica-se, portanto, entender os conceitos de “user experience” e de mediação num sentido mais expansivo enquanto o processo infocomunicacional entre um artefacto, enquanto um objeto informacional, e um visitante que atua como recetor dessa informação, que pode transformar em conhecimento.

Palavras-chave: user experience; mediação; museus; ciência da informação