

**PROJETO PLATAFORMA ACERVO:  
INVENTÁRIO, GESTÃO E DIFUSÃO DO  
PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO**

**Relatório referente ao produto H do  
2º Termo Aditivo do TED UFG e  
Ibram**

**Avaliação da implementação do Tainacan nos  
museus do Ibram**

**Setembro 2019**

# Sumário

1.	Introdução .....	4
2.	Análise dos Dados de Acesso.....	4
3.	Museu Histórico Nacional (Tainacan).....	5
3.1.1	Localização e Horários .....	6
3.1.2	Visão Mensal .....	8
3.2	Comportamento .....	9
3.2.1	Páginas de Entrada e Saída.....	10
3.2.2	Pesquisa do Site.....	12
3.2.3	Tráfego.....	13
3.2.4	Canais de Acesso .....	13
4.	Museu Victor Meirelles (Tainacan).....	14
4.1	Visitas .....	15
4.1.1	Localização e Horários .....	16
4.2	Comportamento .....	17
4.2.1	Páginas de Entrada e Saída.....	18
4.2.2	Pesquisa do Site.....	18
4.2.3	Tráfego.....	19
4.2.4	- Canais de Acesso .....	19
5.	Museu do Diamante (Tainacan).....	19
5.1	Visitas .....	19
5.1.1	Localização e Horários .....	21
5.2	Comportamento .....	22
5.2.1	Páginas de Entrada e Saída.....	22
5.2.2	Pesquisa do Site.....	23
5.2.3	Tráfego.....	24
5.2.4	Canais de Acesso .....	24
6.	Museu de Arqueologia de Itaipu (Tainacan).....	24
6.1	Visitas .....	24
6.1.1	Localização e Horários .....	26
6.2	Comportamento .....	27
6.2.1	Páginas de Entrada e Saída.....	27
6.2.2	Pesquisa do Site.....	28
6.2.3	Tráfego.....	28

6.2.4 Canais de Acesso.....	29
7. Museu do Ouro (Tainacan) .....	29
7.1 Visitas .....	30
7.1.1 Localização e Horários .....	31
7.2 Comportamento .....	32
7.2.1 Páginas de Entrada e Saída.....	32
7.2.2 Pesquisa do Site.....	33
7.2.3 Tráfego.....	33
7.2.4 Canais de Acesso .....	33
8. Museu Regional Casa dos Ottoni (Tainacan).....	34
8.1 Visitas .....	34
8.1.1 Localização e Horários .....	35
8.2 Comportamento .....	36
8.2.1 Páginas de Entrada e Saída.....	36
8.2.2 Pesquisa do Site.....	37
8.2.3 Tráfego.....	37
8.2.4 Canais de Acesso .....	37
9. Considerações da análise dos dados de acesso.....	38
10. Pacotes para migração de dados.....	39
10.1 Componentes adicionais:.....	39
10.1.1 Tema com padrão de identidade visual do governo .....	40
10.1.2 Plugin e tema Tainacan .....	40
10.1.3 Temas e plugins específicos.....	40
10.2 Estrutura do pacote de dados .....	41
10.3 Utilizando o pacote .....	41
10.4 Pacotes disponibilizados.....	42

## 1. Introdução

O presente relatório refere-se a entrega do item H - Avaliação da implementação do Tainacan nos museus do Ibram, produto firmado no 2º Termo Aditivo do projeto Plataforma Acervo: inventário, gestão e difusão do patrimônio museológico, parceria entre a Universidade Federal de Goiás e o Instituto Brasileiro de Museus.

Nesse sentido, o documento apresenta os resultados obtidos a partir da análise dos dados de acesso, usando como base indicadores webométricos e, também, descreve o processo de produção dos pacotes de migração de dados para a transferência dos acervos dessas instituições para os servidores do Ibram.

## 2. Análise dos Dados de Acesso

Conforme mencionado, nessa primeira etapa a ideia é apresentar os dados obtidos das instalações ligadas ao Instituto Brasileiro de Museus - Ibram que atualmente utilizam o *software* livre Tainacan como ferramenta para a disponibilização de seus acervos em formato *on-line*. Atualmente, existem dados a respeito de seis instituições (Museu Histórico Nacional; Museu Victor Meirelles; Museu do Diamante; Museu de Arqueologia de Itaipu; Museu do Ouro e Museu Regional Casa dos Ottoni), sendo possível considerar o Museu Histórico Nacional a instituição que contém os dados mais antigos, visto que têm sido coletados desde o dia 06/01/2019. Abaixo (Figura 1) estão apresentadas de forma geral cada instituição bem como seus respectivos repositórios e dados coletados.

**Figura 1** - Dados Gerais, entre 06/01/2019 até 25/08/2019

SITE	VISITAS	VISUALIZAÇÕES DE PÁGINAS
<a href="#">Museu Histórico Nacional (Tainacan)</a>	2 820	12 141
<a href="#">Museu Victor Meirelles (Tainacan)</a>	614	2 019
<a href="#">Museu do Diamante (Tainacan)</a>	391	1 074
<a href="#">Museu de Arqueologia de Itaipu (Tai...)</a>	332	819
<a href="#">Museu do Ouro (Tainacan)</a>	316	604
<a href="#">Museu Regional Casa dos Ottoni (Tai...)</a>	200	399

Em conjunto, as seis instalações representam um total de 4.686 visitas, 17.079 visualizações de páginas e 19.672 ações efetuadas pelos visitantes. Para melhor compreensão, os próximos itens apresentarão os dados obtidos de forma mais detalhada, apresentando individualmente cada uma das instalações.

Como desenvolvimento o relatório segue a mesma estrutura para todas as instalações, com exceção do item referente ao Museu Histórico Nacional, que traz demonstrando de forma geral seus dados, nesse sentido as explicações gerais se encontram na apresentação do Museu Histórico Nacional, enquanto no restante do relatório são apontadas algumas informações relevantes.

### 3. Museu Histórico Nacional (Tainacan)

#### 3.1. Visitas

As visitas são um fator importante para compreender como a instalação está sendo vista pelos usuários que a acessam, assim como métricas ligadas aos visitantes apresentam o desempenho da instalação, abaixo se encontram as métricas mais comuns aos visitantes, e seus números referentes ao Museu Histórico Nacional. O processo de análise das visitas incorpora um período entre 06 de janeiro e 25 de agosto do ano de 2019 .

Dados	Significado
<b>2.820</b> Visitas	Se um visitante aceder ao seu site pela primeira vez ou se visitar uma página mais de 30 minutos após a última visualização de página, isto será contabilizado como uma nova visita.
<b>5 min 9s</b> Duração média de uma visita	A duração média de uma visita.
<b>32%</b> visitas que ressaltaram (que saíram do site após uma página)	A percentagem de visitas que apenas fizeram uma única visualização de página. Isto quer dizer que o visitante deixou o site diretamente a partir na página de entrada.
<b>5,1</b> ações (visualizações de páginas, transferências, ligações de saída e pesquisas internas no site) por visita	O número médio de ações (visualização de páginas, transferências ou ligações de saída) que foram realizadas durante as visitas.
<b>2,41s</b> tempo de renderização médio	O tempo médio que demorou a renderizar a página. Esta métrica inclui o tempo que o servidor demorou a gerar a página web e o tempo que demorou ao visitante transferir a resposta do servidor. Um tempo de renderização médio mais baixo significa um site mais rápido para os seus visitantes!

<b>12.141</b> Visualizações de páginas	O número de vezes que a página foi visitada.
<b>8.046</b> Visualizações de páginas únicas	O número de visitas que incluíram esta página. Se a página foi visualizada múltiplas vezes durante uma visita, é apenas contabilizada uma vez.
<b>379</b> Total de pesquisas no site, <b>202</b> palavras-chave únicas	O número de visitas que pesquisaram por esta palavra-chave no motor de pesquisa do seu site.
<b>985</b> Transferências	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicada.
<b>528</b> Transferências únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
<b>787</b> Ligações de saída	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicado como última ligação antes de deixar o site.
<b>712</b> Ligações de saída únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
<b>161</b> máximo de ações numa visita	O número de ações efetuadas por um visitante, seja o acesso a diferentes páginas, download de imagens, login.
<b>1.185</b> Visitas recorrentes	Visitantes que retornaram

### 3.1.1 Localização e Horários

A localização das visitas apresenta um panorama de acessos e de que região do globo esses acessos são mais frequentes, nesse sentido, temos os acessos proveniente do Brasil que são responsáveis por 79.40% das visitas, Estados Unidos 9.70% e Portugal com 7.20% de todas as visitas, o restante dos países tem valores abaixo de 0.9%, o gráfico abaixo (Figura 2) apresenta os dez países com maior fluxo de visitas.

**Figura 2 - Dez países que mais visitaram o acervo do Museu Histórico Nacional**



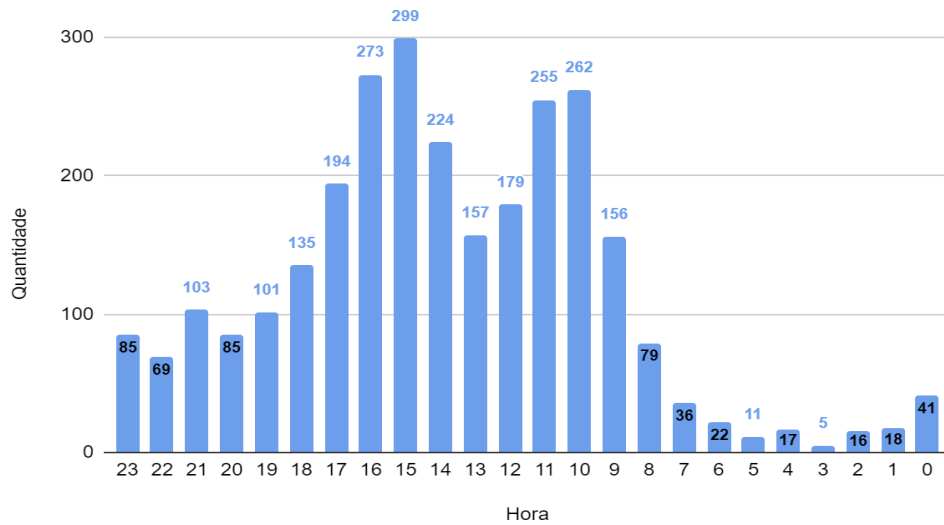
**Tabela 1 - Informações relevantes sobre os visitantes de cada país.**

PAÍS	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
Brasil	2 241	11 766	5,3	5 min 18s	28%
Estados Unidos	274	1 002	3,7	4 min 5s	56%
Portugal	202	1 225	6,1	6 min 43s	29%
Espanha	24	90	3,8	1 min 36s	29%
Rússia	18	18	1	0 s	100%
França	16	67	4,2	4 min 8s	31%
Desconhecido	11	23	2,1	1 min 37s	64%
Reino Unido	9	22	2,4	59 s	33%
Coreia do Sul	5	25	5	6 min 35s	20%
Alemanha	4	8	2	2 min 22s	50%

Na tabela 1, é apresentada uma informação relevante ao tempo que cada visitante leva na instalação, a taxa de ressaltos é menor em países da mesma língua como Portugal ou com língua similar como é o caso da Espanha. Por outro lado, ao mudarmos para uma visão micro dos dados, percebemos que na América Latina o Brasil é responsável por 99.9% das visitas.

Por fim é possível identificar os horários mais comuns de acesso, sendo que existe um fluxo maior entre as 09 e 11 da manhã e as 15 e 17 da tarde.

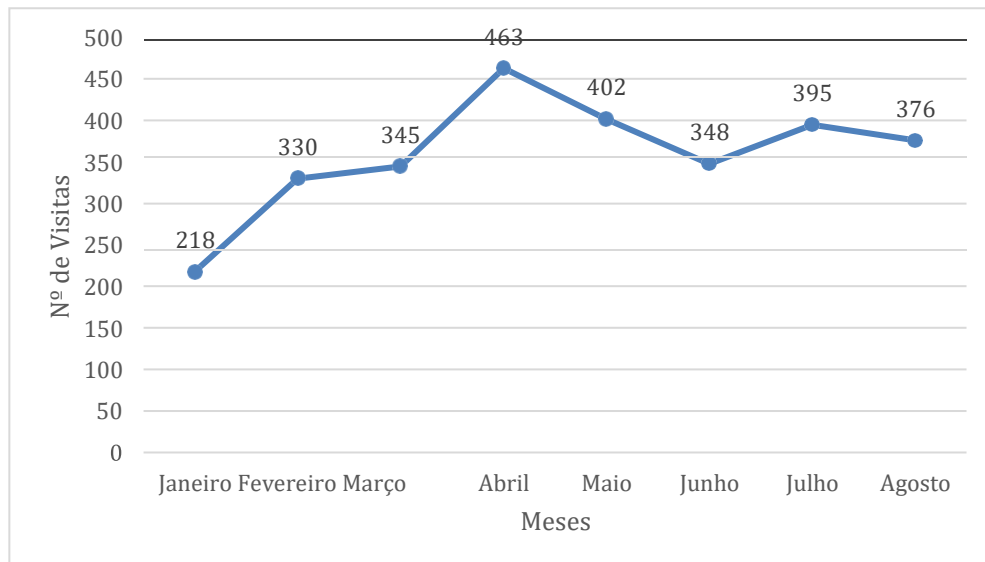
**Figura 3 - Fluxo de visitas por horário.**



### 3.1.2 Visão Mensal

Por ser a instalação com maior número de dados coletados é possível ter uma visão ampla sobre as visitas dos últimos 8 meses ao acervo do Museu Histórico Nacional.

**Figura 4 – Número de Visitantes por mês.**



O gráfico da figura 4, apresenta alguns picos de visitas, nomeadamente no mês de abril e posteriormente em julho, possivelmente estão relacionadas a medidas dos gestores do museu em relação a divulgação do acervo na rede.



### 3.2 Comportamento

O comportamento apresenta de forma mais específica o que ocorre com os visitantes durante o tempo que passam na instalação, sendo assim é possível verificar páginas que foram visitadas, quais foram as páginas de entrada e saída, e o tipo de pesquisa que foi feito dentro da instalação. A seguir na tabela 2, estão apresentadas algumas métricas referentes as páginas mais acessadas.

**Tabela 2** - Páginas mais acessadas e métricas relevantes.

ENDEREÇO DA PÁGINA	VISUALIZAÇÕES DE PÁGINAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE RESSALTO	TEMPO MÉDIO NA PÁGINA	TAXA DE SAÍDA	TEMPO MÉDIO DE RENDERIZAÇÃO
reserva-tecnica	5 612	4 258	45%	00:01:20	29%	2,53 s
/index	3 844	2 234	28%	00:00:57	45%	2,35 s
exibicoes	2 110	1 098	37%	00:01:00	30%	2,2 s
uso-de-imagem	241	185	53%	00:01:35	51%	2,44 s
autor	77	67	63%	00:01:06	31%	2,03 s
termos-de-indexacao	81	61	0%	00:00:55	20%	2,09 s
fonte	31	27	50%	00:02:01	30%	2,18 s
forma-de-aquisicao	30	22	0%	00:00:46	14%	2,5 s
classe	25	18	100%	00:02:46	28%	2,49 s
tecnica	24	18	50%	00:00:58	44%	1,91 s
material	15	13	0%	00:01:37	38%	1,77 s
estado-de-conservacao	13	11	0%	00:00:14	27%	2,03 s
tainacan-taxonomy	6	6	0%	00:01:41	33%	1,71 s
colecoes	4	3	0%	00:00:10	33%	2,23 s
fonte-revisada-2	3	3	0%	00:00:24	0%	3,16 s

itens	3	3	0%	00:00:00	100%	2,61 s
local-de-producao	3	3	0%	00:00:11	33%	2,65 s

Dentre as páginas que podem ser consideradas principais, existem subpáginas em que o acesso se divide, como é o caso das “exibições”, que tem três páginas que são bastante comuns, como apresentado na tabela 3. Esse mesmo comportamento se segue para as outras métricas dessa sessão.

**Tabela 3** - Detalhamento das páginas relacionadas a “exibições”

ENDEREÇO DA PÁGINA	VISUALIZAÇÕES DE PÁGINAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE RESSALTO	TEMPO MÉDIO NA PÁGINA	TAXA DE SAÍDA	TEMPO MÉDIO DE RENDERIZAÇÃO
exibicoes	2 110	1 098	37%	00:01:00	30%	2,2 s
retratos-do-imperio	953	483	48%	00:01:02	34%	2,34 s
demartin	643	365	30%	00:00:50	26%	2,09 s
paisagens-cariocas	513	249	29%	00:01:08	28%	2,07 s

### 3.2.1 Páginas de Entrada e Saída

**Tabela 4** - Páginas de entrada mais comumente utilizada pelos visitantes.

ENDEREÇO DA PÁGINA DE ENTRADA	ENTRADAS	RESSALTOS	TAXA DE RESSALTO
<a href="#">/index</a>	2 141	592	28%
reserva-tecnica	466	212	45%
exibicoes	143	53	37%
uso-de-imagem	15	8	53%
autor	9	5	56%
fonte	2	1	50%
tecnica	2	1	50%
minha-colecao	2	1	50%
forma-de-aquisicao	1	-	0%
classe	1	1	100%

material	1	-	0%
----------	---	---	----

Um fator relevante da tabela 4 é a taxa e número de ressaltos, que faz referências a usuários que acessaram uma página e logo em seguida se retiraram, em alguns casos a frequência se mostra maior do que em outros, revelando que alguns desses usuários podem ter sido assertivos em relação ao que buscavam e encontraram, e outros que apresentam um comportamento de visualização rápida.

**Tabela 5** - Páginas mais comuns de saída da instalação

ENDEREÇO DA PÁGINA DE SAÍDA	SAÍDAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE SAÍDA
reserva-tecnica	1 233	4 258	29%
<a href="#">/index</a>	1 010	2 234	45%
exibicoes	329	1 098	30%
uso-de-imagem	96	186	52%
autor	21	68	31%
termos-de-indexacao	12	61	20%
fonte	8	27	30%
tecnica	8	18	44%
classe	5	18	28%
material	5	13	38%

No caso da tabela 5, temos uma visão mais específica sobre as páginas de saída, de onde os visitantes normalmente deixam o site, nesse sentido, na tabela 6, temos os sites mais comuns o quais os usuários acessam após sair da instalação do Museu Histórico Nacional.

**Tabela 6** - Ligações que os usuários fazem ao sair do Museu Histórico Nacional.

ENDEREÇO CLICADO	CLIQUE ÚNICO	CLIQUE
<a href="http://mhn.museus.gov.br">mhn.museus.gov.br</a>	605	672
<a href="http://tainacan.org">tainacan.org</a>	45	47
<a href="http://www.museus.gov.br">www.museus.gov.br</a>	18	19
<a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a>	16	19
<a href="http://brasil.gov.br">brasil.gov.br</a>	6	6

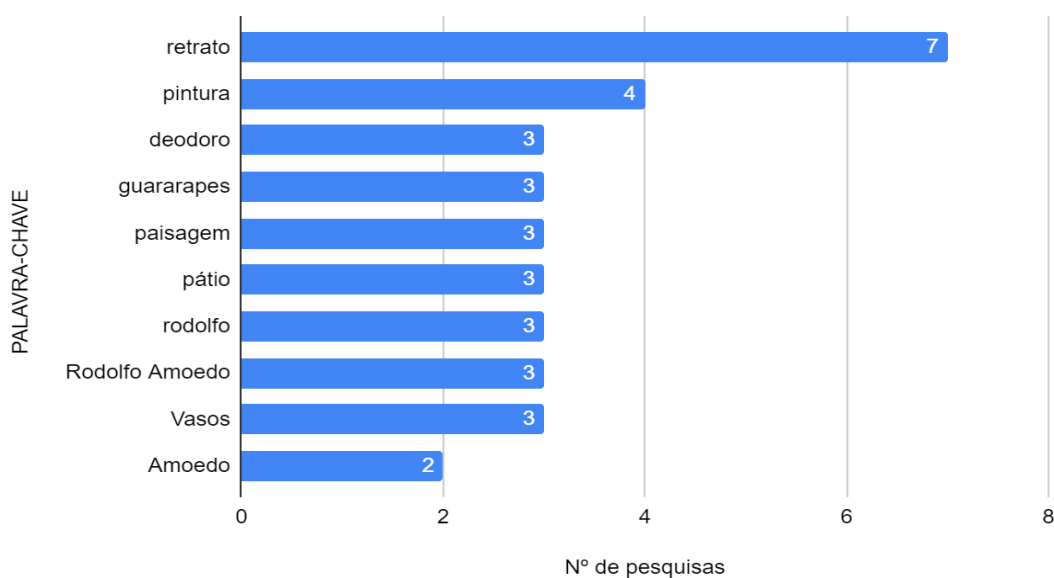
<a href="http://www.instagram.com">www.instagram.com</a>	6	6
<a href="https://plus.google.com">plus.google.com</a>	5	5
<a href="https://twitter.com">twitter.com</a>	4	4
<a href="http://www.brasil.gov.br">www.brasil.gov.br</a>	2	4
<a href="http://www.simplifique.gov.br">www.simplifique.gov.br</a>	2	2
<a href="http://www.acessoainformacao.gov.br">www.acessoainformacao.gov.br</a>	1	1
<a href="http://www.cultura.gov.br">www.cultura.gov.br</a>	1	1
<a href="http://www.servicos.gov.br">www.servicos.gov.br</a>	1	1

Vale mencionar, que nos casos onde são apresentadas redes sociais na tabela 6, normalmente são compartilhamentos, referentes a instalação.

### 3.2.2 Pesquisa do Site

Ao se fazer o mapeamento a respeito do comportamento dos visitantes foi possível extrair as palavras utilizadas na pesquisa do site, assim como a página encontrada ao se fazer a pesquisa, abaixo na figura 5 estão as dez palavras-chave mais utilizadas na busca.

**Figura 5** - 10 palavras-chave mais utilizadas na pesquisa do site.



**Tabela 7 - Páginas que resultam da pesquisa**

PÁGINA DE DESTINO	CLICADO NOS RESULTADOS DA PESQUISA	VISUALIZAÇÕES DE PÁGINAS
reserva-tecnica	220	5 612
<a href="#">/index</a>	74	3 844
uso-de-imagem	3	242

### 3.2.3 Tráfego

A seguir temos uma representação do tráfego geral de entrada e saída da instalação do Museu Histórico Nacional.

**Tabela 8 - Dados a respeito do tráfego de entrada e saída**

TRÁFEGO DE ENTRADA	TRÁFEGO DE SAÍDA
<b>1.195</b> de páginas internas <b>71</b> de pesquisas internas <b>22</b> de motores de pesquisa <b>4</b> a partir de redes sociais <b>862</b> de sites <b>0</b> de campanhas <b>1.253</b> entradas diretas	<b>2.283</b> para páginas internas <b>117</b> pesquisas internas <b>0</b> transferências <b>350</b> ligações de saída <b>1.010</b> saídas

### 3.2.4 Canais de Acesso

Por fim, temos uma visão dos canais de acesso, que levam o visitante até o repositório digital do Museu, dentre esses canais, estão os motores de busca, sites, e redes sociais, é possível perceber uma variabilidade entre os sites que levaram visitantes a instalação do Museu Histórico Nacional, sendo que dentre os diferentes sites, temos o Wikidata e a Wikipédia onde se encontram dados do acervo ou de itens do acervo.

**Tabela 9 - Motores de busca que levaram visitantes para a instalação do Museu Histórico Nacional.**

MOTOR DE PESQUISA	VISITAS	PORCENTAGEM
Google	20	51,30%
Yandex	18	46,20%

Bing	1	2,60%
------	---	-------

**Tabela 10** - Sites que levaram visitantes para a instalação do Museu Histórico Nacional.

SITE	VISITAS	PORCENTAGEM
<a href="http://mhn.museus.gov.br">mhn.museus.gov.br</a>	734	74,7%
<a href="http://www.museus.gov.br">www.museus.gov.br</a>	97	9,9%
<a href="http://tainacan.org">tainacan.org</a>	62	6,3%
<a href="http://www.wikidata.org">www.wikidata.org</a>	22	2,2%
<a href="http://pt.wikipedia.org">pt.wikipedia.org</a>	17	1,7%
<a href="http://en.wikipedia.org">en.wikipedia.org</a>	16	1,6%
<a href="http://m.wikidata.org">m.wikidata.org</a>	7	0,7%
<a href="http://cultura.gov.br">cultura.gov.br</a>	4	0,4%
<a href="http://museuhistoriconacional.museus.gov.br">museuhistoriconacional.museus.gov.br</a>	4	0,4%
<a href="http://en.m.wikipedia.org">en.m.wikipedia.org</a>	3	0,3%
<a href="http://foto.art.br">foto.art.br</a>	3	0,3%
<a href="http://pt.m.wikipedia.org">pt.m.wikipedia.org</a>	3	0,3%

**Tabela 11** - Redes Sociais que levaram visitantes para a instalação do Museu Histórico Nacional.

REDE SOCIAL	VISITAS	PORCENTAGEM
Facebook	16	84,20%
Twitter	2	10,50%
Telegram	1	5,30%

#### 4. Museu Victor Meirelles (Tainacan)

No caso da instalação do Museu Victor Meirelles, os dados remontam ao período entre maio de 2019 até agosto do mesmo ano (18/05/2019 - 25/08/2019).

## 4.1 Visitas

Tabela 11 - Visão geral das visitas do Museu Victor Meirelles.

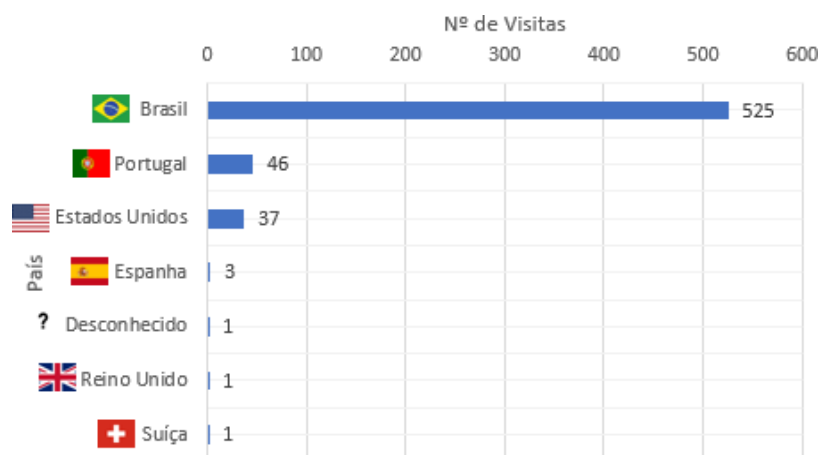
DADOS	SIGNIFICADO
614 Visitas	Se um visitante aceder ao seu site pela primeira vez ou se visitar uma página mais de 30 minutos após a última visualização de página, isto será contabilizado como uma nova visita.
3 min 51s Duração média de uma visita	A duração média de uma visita.
40% visitas que ressaltaram (que saíram do site após uma página)	A percentagem de visitas que apenas fizeram uma única visualização de página. Isto quer dizer que o visitante deixou o site diretamente a partir na página de entrada.
3,7 ações (visualizações de páginas, transferências, ligações de saída e pesquisas internas no site) por visita	O número médio de ações (visualização de páginas, transferências ou ligações de saída) que foram realizadas durante as visitas.
2,58s tempo de renderização médio	O tempo médio que demorou a renderizar a página. Esta métrica inclui o tempo que o servidor demorou a gerar a página web e o tempo que demorou ao visitante transferir a resposta do servidor. Um tempo de renderização médio mais baixo significa um site mais rápido para os seus visitantes!
2.019 Visualizações de páginas	O número de vezes que a página foi visitada.
1.632 Visualizações de páginas únicas	O número de visitas que incluíram esta página. Se a página foi visualizada múltiplas vezes durante uma visita, é apenas contabilizada uma vez.
20 Total de pesquisas no site, 10 palavras-chave únicas	O número de visitas que pesquisaram por esta palavra-chave no motor de pesquisa do seu site.
177 Transferências	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicada.
154 Transferências únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
55 Ligações de saída	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicado como última ligação antes de deixar o site.

<b>50</b> Ligações de saída únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
<b>82</b> máximo de ações numa visita	O número de ações efetuadas por um visitante, seja o acesso a diferentes páginas, download de imagens, login.
<b>223</b> Visitas recorrentes	Visitantes que retornaram

#### 4.1.1 Localização e Horários

No Museu Victor Meirelles, o Brasil representa 85.5% das visitas, seguido de Portugal que representa 7.5%.

**Figura 6** - Países que mais visitaram o acervo do Museu Victor Meirelles.

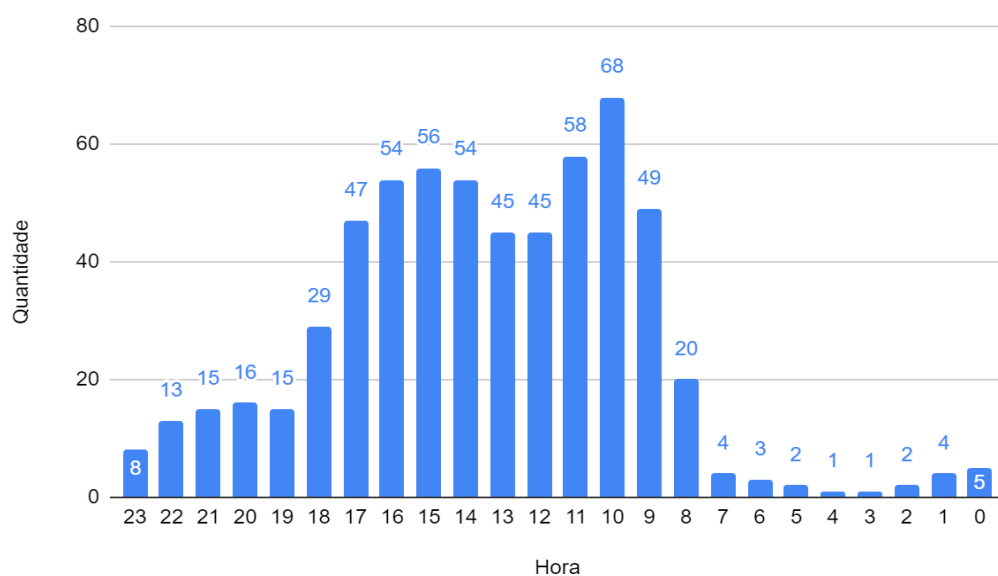


**Tabela 12** - Informações relevantes sobre os visitantes de cada país.

PAÍS	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
Brasil	525	1 928	3,7	3 min 43s	41%
Portugal	46	135	2,9	4 min 32s	35%
Estados Unidos	37	196	5,3	5 min 17s	32%
Espanha	3	9	3	2 min 41s	33%
Desconhecido	1	1	1	0 s	100%
Reino Unido	1	1	1	0 s	100%
Suíça	1	1	1	0 s	100%



**Figura 7 - Fluxo de visitas por horário**



## 4.2 Comportamento

**Tabela 13 - Páginas mais acessadas do Museu Victor Meirelles e métricas relevantes.**

ENDEREÇO DA PÁGINA	VISUALIZAÇÕES DE PÁGINAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE RESSALTO	TEMPO MÉDIO NA PÁGINA	TAXA DE SAÍDA	TEMPO MÉDIO DE RENDERIZAÇÃO
mvm-acervo	951	781	49%	00:01:20	31%	2,6 s
<a href="#">/index</a>	646	492	38%	00:01:04	53%	2,73 s
autores	210	168	32%	00:00:57	32%	2,57 s
exposicoes	112	105	50%	00:00:52	30%	2,2 s
colecoes	31	26	0%	00:00:58	15%	2,16 s
autor	15	14	0%	00:00:26	29%	1,81 s
local-do-predio-exposicoes	8	8	0%	00:00:15	50%	1,96 s
classe	6	6	0%	00:00:09	83%	2,26 s
fonte-de-aquisicao	10	6	0%	00:01:16	0%	1,85 s
outros-nomes	6	6	0%	00:00:44	0%	1,63 s
local-exposicoes	4	3	0%	00:00:16	0%	1,93 s

## 4.2.1 Páginas de Entrada e Saída

**Tabela 14** - Páginas de entrada mais comumente utilizada pelos visitantes do Museu Victor Meirelles.

ENDEREÇO DA PÁGINA DE ENTRADA	ENTRADAS	RESSALTOS	TAXA DE RESSALTO
/index	466	178	38%
mvm-acervo	119	58	49%
autores	19	6	32%
exposicoes	4	2	50%

**Tabela 15** - Páginas mais comuns de saída da instalação do Museu Victor Meirelles.

ENDEREÇO DA PÁGINA DE SAÍDA	SAÍDAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE SAÍDA
<a href="#">/index</a>	260	493	53%
mvm-acervo	240	782	31%
autores	53	169	31%
exposicoes	32	105	30%
classe	5	6	83%
colecões	4	26	15%
autor	4	14	29%
local-do-predio-exposicoes	4	8	50%

**Tabela 16** - Ligações que os usuários fazem ao sair do Museu Victor Meirelles.

ENDEREÇO CLICADO	CLIQUE ÚNICO	CLIQUE
<a href="http://museuvictormeirelles.museus.gov.br">museuvictormeirelles.museus.gov.br</a>	42	45
<a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a>	4	6
<a href="http://museuvictormeirelles.acervos.museus.gov.br">museuvictormeirelles.acervos.museus.gov.br</a>	3	3
<a href="http://twitter.com">twitter.com</a>	1	1

## 4.2.2 Pesquisa do Site

No caso do Museu Victor Meirelles, não foram coletados dados o suficiente a respeito das palavras-chave utilizadas na pesquisa, isso pode ocorrer pelo curto período de tempo a que os dados estão sendo coletados.

### 4.2.3 Tráfego

Tabela 16 - Dados a respeito do tráfego de entrada e saída do Museu Victor Meirelles.

TRÁFEGO DE ENTRADA	TRÁFEGO DE SAÍDA
91 de páginas internas 3 de pesquisas internas 0 de motores de pesquisa 2 a partir de redes sociais 119 de sites 0 de campanhas 343 entradas diretas	298 para páginas internas 3 pesquisas internas 0 transferências 37 ligações de saída 257 saídas

### 4.2.4 - Canais de Acesso

Tabela 17 - Sites que levaram visitantes para a instalação do Museu Victor Meirelles.

SITE	VISITAS	PORCENTAGEM
<a href="http://itapemaafm.clicrbs.com.br">itapemaafm.clicrbs.com.br</a>	76	53,10%
<a href="http://www.museus.gov.br">www.museus.gov.br</a>	42	29,40%
<a href="http://museuvictormeirelles.museus.gov.br">museuvictormeirelles.museus.gov.br</a>	18	12,60%
<a href="http://www2.carosouvintes.org.br">www2.carosouvintes.org.br</a>	3	2,10%
<a href="http://biblioteca.guaramirim.sc.gov.br">biblioteca.guaramirim.sc.gov.br</a>	1	0,70%
<a href="http://www.conhecendomuseus.com.br">www.conhecendomuseus.com.br</a>	1	0,70%
<a href="http://www.imagemdailha.com.br">www.imagemdailha.com.br</a>	1	0,70%
<a href="http://www.wikidata.org">www.wikidata.org</a>	1	0,70%

Foram recebidas 3 visitas proveniente do Facebook e, como mencionado anteriormente, não foi possível coletar quais os motores de busca mais utilizados para se acessar o acervo.

## 5. Museu do Diamante (Tainacan)

O Museu do Diamante, apresenta dados apenas do mês de agosto de 2019.

### 5.1 Visitas

Tabela 18 - Visão geral das visitas do Museu do Diamante.

DADOS	SIGNIFICADO
395 Visitas	Se um visitante aceder ao seu site pela primeira vez ou se visitar uma página mais

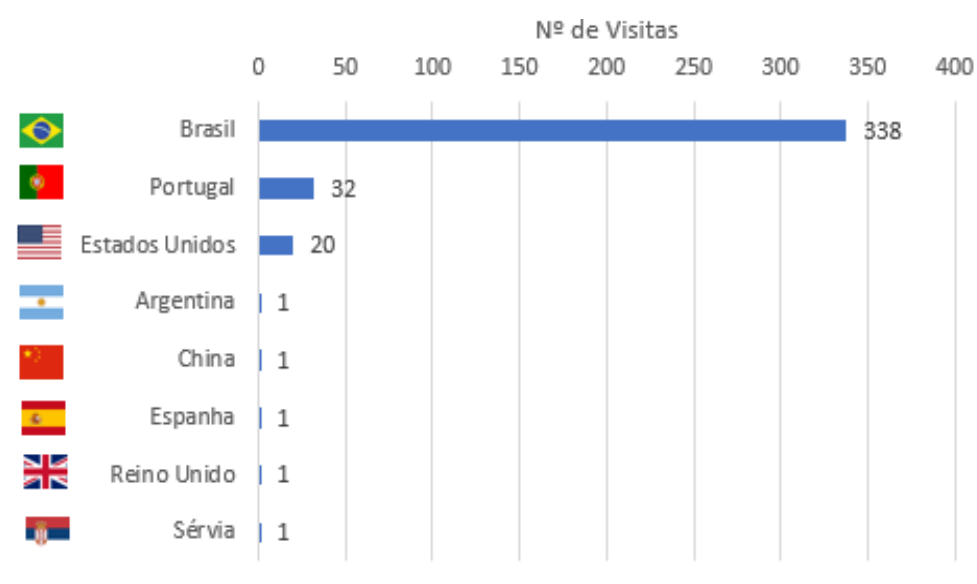
	de 30 minutos após a última visualização de página, isto será contabilizado como uma nova visita.
<b>4 min 28s</b> Duração média de uma visita	A duração média de uma visita.
<b>43%</b> visitas que ressaltaram (que saíram do site após uma página)	A percentagem de visitas que apenas fizeram uma única visualização de página. Isto quer dizer que o visitante deixou o site diretamente a partir na página de entrada.
<b>3,1</b> ações (visualizações de páginas, transferências, ligações de saída e pesquisas internas no site) por visita	O número médio de ações (visualização de páginas, transferências ou ligações de saída) que foram realizadas durante as visitas.
<b>2,35s</b> tempo de renderização médio	O tempo médio que demorou a renderizar a página. Esta métrica inclui o tempo que o servidor demorou a gerar a página web e o tempo que demorou ao visitante transferir a resposta do servidor. Um tempo de renderização médio mais baixo significa um site mais rápido para os seus visitantes!
<b>1.146</b> Visualizações de páginas	O número de vezes que a página foi visitada.
<b>836</b> Visualizações de páginas únicas	O número de visitas que incluíram esta página. Se a página foi visualizada múltiplas vezes durante uma visita, é apenas contabilizada uma vez.
<b>4</b> Total de pesquisas no site, <b>4</b> palavras-chave únicas	O número de visitas que pesquisaram por esta palavra-chave no motor de pesquisa do seu site.
<b>67</b> Transferências	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicada.
<b>54</b> Transferências únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
<b>4</b> Ligações de saída	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicado como última ligação antes de deixar o site.
<b>3</b> Ligações de saída únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
<b>32</b> máximo de ações numa visita	O número de ações efetuadas por um

	visitante, seja o acesso a diferentes páginas, download de imagens, login.
166 Visitas recorrentes	Visitantes que retornaram

### 5.1.1 Localização e Horários

No Museu do Diamante, o Brasil representa 85.6% das visitas, seguido de Portugal que representa 8.1%.

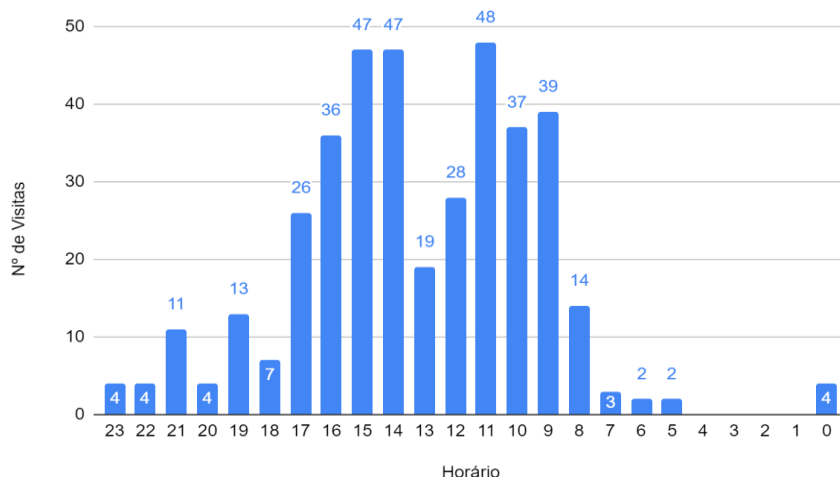
**Figura 8** - Países que mais visitaram o acervo do Museu do Diamante.



**Tabela 19** - Informações relevantes sobre os visitantes de cada país.

PAÍS	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
Brasil	338	1 074	3,2	4 min 53s	41%
Portugal	32	95	3	2 min 59s	47%
Estados Unidos	20	34	1,7	12 s	65%
Argentina	1	3	3	1 min 15s	0%
China	1	4	4	4 min 59s	0%
Espanha	1	9	9	5 min 47s	0%
Reino Unido	1	1	1	0 s	100%
Sérvia	1	1	1	0 s	100%

**Figura 9 - Fluxo de visitas por horário**



## 5.2 Comportamento

### 5.2.1 Páginas de Entrada e Saída

**Tabela 20 - Páginas de entrada mais comumente utilizada pelos visitantes do Museu do Diamante.**

ENDEREÇO DA PÁGINA DE ENTRADA	ENTRADAS	RESSALTOS	TAXA DE RESSALTO
<a href="#">/index</a>	307	118	38%
acervo-museologico	79	45	57%
<a href="https://www.museudodiamante.org.br/?fbclid=IwAR3JGVmG7TEOqita-hH1KKfoRyZVjvyFN349Fxt81ztYFVVDrnhYdxB73vk">/?fbclid=IwAR3JGVmG7TEOqita-hH1KKfoRyZVjvyFN349Fxt81ztYFVVDrnhYdxB73vk</a>	3	2	67%
tainacan-metadatum	2	1	50%
colecoes	1	1	100%
<a href="https://www.museudodiamante.org.br/?fbclid=IwAR1D3jiET5WsCQTfdXrXdHijS51A8e9KXrSkvxmopliaczadf-5GAudSjlg">/?fbclid=IwAR1D3jiET5WsCQTfdXrXdHijS51A8e9KXrSkvxmopliaczadf-5GAudSjlg</a>	1	-	0%
<a href="https://www.museudodiamante.org.br/?fbclid=IwAR0IAYQc8MNI34_kJZ4wKkvTrT7SFjKYJVYxiZ718PSEnSs7M6emwonxe0w">/?fbclid=IwAR0IAYQc8MNI34_kJZ4wKkvTrT7SFjKYJVYxiZ718PSEnSs7M6emwonxe0w</a>	1	1	100%
<a href="https://www.museudodiamante.org.br/?fbclid=IwAR2c2csYXHT9hh2E4xSAalbKnfOk9x6KxjP3aULJWZRjzclEdR799zL2Yos">/?fbclid=IwAR2c2csYXHT9hh2E4xSAalbKnfOk9x6KxjP3aULJWZRjzclEdR799zL2Yos</a>	1	1	100%

Torna-se perceptível pelas páginas de entrada que o Museu do Diamante fez uso de redes sociais para divulgar o acervo, de tal forma que parte dos visitantes chegaram a instalação a partir de um endereço que foi compartilhado.

**Tabela 21** - Páginas mais comuns de saída da instalação do Museu do Diamante.

ENDEREÇO DA PÁGINA DE SAÍDA	SAÍDAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE SAÍDA
acervo-museologico	205	464	44%
/index	173	320	54%
colecoes	3	10	30%
<a href="https://www.facebook.com/museudodiamante/?fbclid=IwAR3JGVmG7TEOgita-hH1KKfoRyZVjvyFN349FXT81ztYFVVDrnhYdxB73vk">/?fbclid=IwAR3JGVmG7TEOgita-hH1KKfoRyZVjvyFN349FXT81ztYFVVDrnhYdxB73vk</a>	3	3	100%
tainacan-metadatum	2	4	50%
material-tecnica	1	5	20%
imagens-novas	1	4	25%
autor	1	2	50%
local-de-producao	1	2	50%
termos-de-indexacao	1	2	50%

**Tabela 22** - Ligações que os usuários fazem ao sair do Museu do Diamante.

ENDEREÇO CLICADO	CLIQUE ÚNICO	CLIQUE
<a href="http://www.museus.gov.br">www.museus.gov.br</a>	2	2
<a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a>	1	2

### 5.2.2 Pesquisa do Site

No caso do Museu Victor Meirelles, não foram coletados dados o suficiente a respeito das palavras-chave utilizadas na pesquisa, isso pode ocorrer pelo curto período de tempo a que os dados estão sendo coletados.

### 5.2.3 Tráfego

Tabela 23 - Dados a respeito do tráfego de entrada e saída do Museu do Diamante.

TRÁFEGO DE ENTRADA	TRÁFEGO DE SAÍDA
77 de páginas internas 2 de pesquisas internas 1 de motores de pesquisa 7 a partir de redes sociais 53 de sites 0 de campanhas 244 entradas diretas	212 para páginas internas 0 pesquisas internas 2 transferências 2 ligações de saída 172 saídas

### 5.2.4 Canais de Acesso

Tabela 24 - Sites que levaram visitantes para a instalação do Museu do Diamante.

SITE	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
<a href="http://museudodiamante.museus.gov.br">museudodiamante.museus.gov.br</a>	46	177	3,8	4 min 19s	22%
<a href="http://www.museus.gov.br">www.museus.gov.br</a>	23	65	2,8	2 min 37s	57%
<a href="http://wp-portal.hom.museus.gov.br">wp-portal.hom.museus.gov.br</a>	2	2	1	0 s	100%

Foram recebidas 27 visitas proveniente do Facebook, sendo a única rede social que gerou visitas a instalação do Museu do Diamante.

## 6. Museu de Arqueologia de Itaipu (Tainacan)

O Museu de Arqueologia de Itaipu, apresenta dados apenas do mês de agosto de 2019.

### 6.1 Visitas

Tabela 25 - Visão geral das visitas do Museu de Arqueologia de Itaipu.

DADOS	SIGNIFICADO
338 Visitas	Se um visitante aceder ao seu site pela



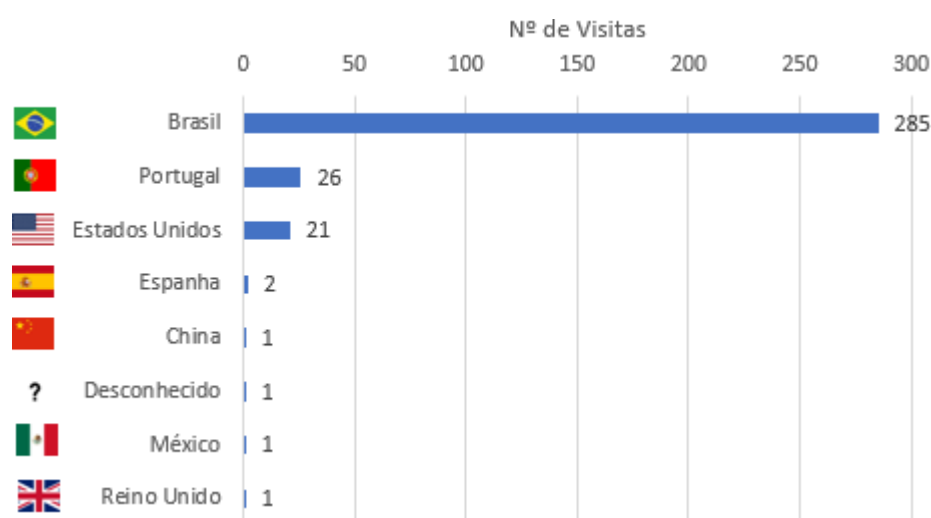
	primeira vez ou se visitar uma página mais de 30 minutos após a última visualização de página, isto será contabilizado como uma nova visita.
<b>3 min 27s</b> Duração média de uma visita	A duração média de uma visita.
<b>48%</b> visitas que ressaltaram (que saíram do site após uma página)	A percentagem de visitas que apenas fizeram uma única visualização de página. Isto quer dizer que o visitante deixou o site diretamente a partir na página de entrada.
<b>2,5</b> ações (visualizações de páginas, transferências, ligações de saída e pesquisas internas no site) por visita	O número médio de ações (visualização de páginas, transferências ou ligações de saída) que foram realizadas durante as visitas.
<b>2,91s</b> tempo de renderização médio	O tempo médio que demorou a renderizar a página. Esta métrica inclui o tempo que o servidor demorou a gerar a página web e o tempo que demorou ao visitante transferir a resposta do servidor. Um tempo de renderização médio mais baixo significa um site mais rápido para os seus visitantes!
<b>831</b> Visualizações de páginas	O número de vezes que a página foi visitada.
<b>651</b> Visualizações de páginas únicas	O número de visitas que incluíram esta página. Se a página foi visualizada múltiplas vezes durante uma visita, é apenas contabilizada uma vez.
<b>3</b> Total de pesquisas no site, <b>3</b> palavras-chave únicas	O número de visitas que pesquisaram por esta palavra-chave no motor de pesquisado seu site.
<b>17</b> Transferências	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicada.
<b>16</b> Transferências únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
<b>0</b> Ligações de saída	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicado como última ligação antes de deixar o site.
<b>0</b> Ligações de saída únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
<b>18</b> máximo de ações numa visita	O número de ações efetuadas por um

	visitante, seja o acesso a diferentes páginas, download de imagens, login.
110 Visitas recorrentes	Visitantes que retornaram

### 6.1.1 Localização e Horários

No Museu de Arqueologia de Itaipu, o Brasil representa 84.3% das visitas, seguido de Portugal que representa 7.7%.

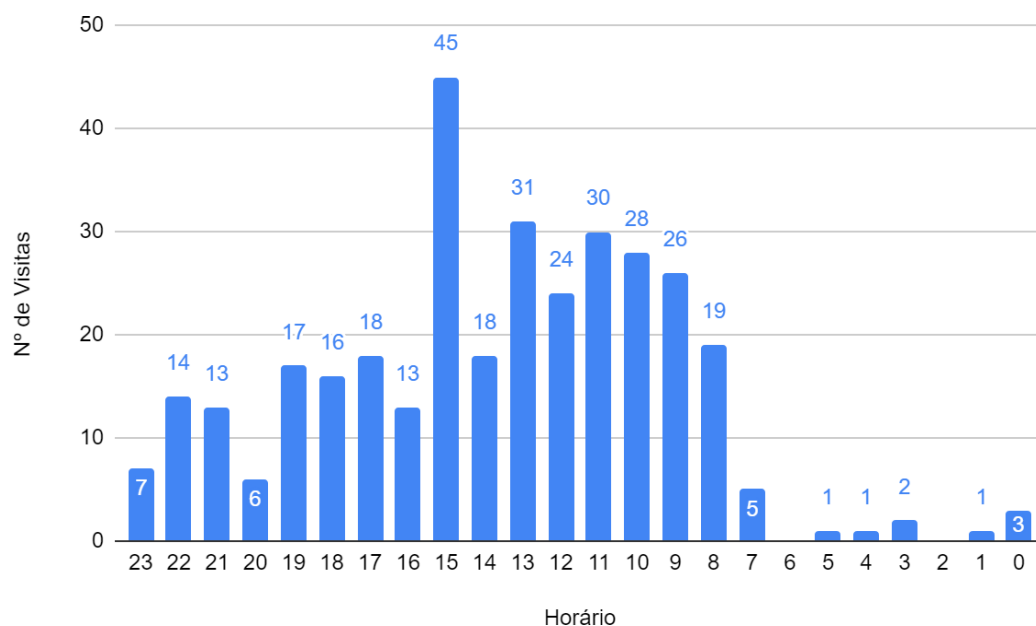
**Figura 10** - Países que mais visitaram o acervo do Museu do Diamante.



**Tabela 26** - Informações relevantes sobre os visitantes de cada país.

PAÍS	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
Brasil	285	727	2,6	3 min 33s	46%
Portugal	26	73	2,8	5 min 18s	38%
Estados Unidos	21	29	1,4	32 s	81%
Espanha	2	16	8	2 min 59s	50%
China	1	3	3	33 s	0%
Desconhecido	1	1	1	0 s	100%
México	1	1	1	0 s	100%
Reino Unido	1	1	1	0 s	100%

**Figura 11** - Fluxo de visitas por horário



## 6.2 Comportamento

### 6.2.1 Páginas de Entrada e Saída

**Tabela 27** - Páginas de entrada mais comumente utilizada pelos visitantes do Museu de Arqueologia de Itaipu.

ENDEREÇO DA PÁGINA DE ENTRADA	ENTRADAS	RESSALTOS	TAXA DE RESSALTO
/index	203	78	38%
museu-itaipu	55	25	45%
procedencia	20	14	70%
destaque-post	9	7	78%
pagina-inventario-participativo	8	4	50%
organograma	6	6	100%
doador	5	3	60%
programa-de-educacao-socioambiental-pesa	4	3	75%
pagina-principal	3	3	100%
equipe-mvl	3	3	100%

**Tabela 28** - Páginas mais comuns de saída da instalação do Museu de Arqueologia de Itaipu.

ENDEREÇO DA PÁGINA DE SAÍDA	SAÍDAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE SAÍDA
/index	128	223	57%
museu-itaipu	94	187	50%
procedencia	31	62	50%
destaque-post	11	18	61%
pagina-principal	9	27	33%
pagina-inventario-participativo	9	16	56%
organograma	7	9	78%
classe-tesauro	4	8	50%
historico-do-acervo	4	8	50%
doador	4	7	57%

O Museu de Arqueologia de Itaipu apresenta um comportamento de visitantes diferente dos restantes analisados, uma vez que não existem ligações de saída após a visita, sendo assim, quem visita a instalação provavelmente fecha a aba do navegador ao terminar sua visita.

### 6.2.2 Pesquisa do Site

No caso do Museu de Arqueologia de Itaipu, não foram coletados dados o suficiente a respeito das palavras-chave utilizadas na pesquisa, isso pode ocorrer pelo curto período de tempo a que os dados estão sendo coletados.

### 6.2.3 Tráfego

**Tabela 29** - Dados a respeito do tráfego de entrada e saída do Museu de Arqueologia de Itaipu.

TRÁFEGO DE ENTRADA	TRÁFEGO DE SAÍDA
--------------------	------------------

<b>73</b> de páginas internas <b>0</b> de pesquisas internas <b>13</b> de motores de pesquisa <b>10</b> a partir de redes sociais <b>2</b> de sites <b>0</b> de campanhas <b>178</b> entradas diretas	<b>147</b> para páginas internas <b>1</b> pesquisas internas <b>0</b> transferências <b>0</b> ligações de saída <b>128</b> saídas
---	---

## 6.2.4 Canais de Acesso

**Tabela 30** - Sites que levaram visitantes para a instalação do Museu de Arqueologia de Itaipu.

SITE	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
<a href="http://www.museus.gov.br">www.museus.gov.br</a>	2	8	4	6 min 21s	0%

**Tabela 31** - Redes sociais que levaram visitantes para a instalação do Museu de Arqueologia de Itaipu.

REDE SOCIAL	VISITAS
Facebook	13
<a href="#">Twitter</a>	4
Telegram	2

**Tabela 32** - Motores de Busca que levaram visitantes para a instalação do Museu de Arqueologia de Itaipu.

MOTOR DE PESQUISA	VISITAS
Google	50
Yahoo!	3
Bing	1
Ecosia	1

## 7. Museu do Ouro (Tainacan)

O Museu do Ouro, apresenta dados apenas do mês de agosto de 2019.

## 7.1 Visitas

**Tabela 33** - Visão geral das visitas do Museu do Ouro.

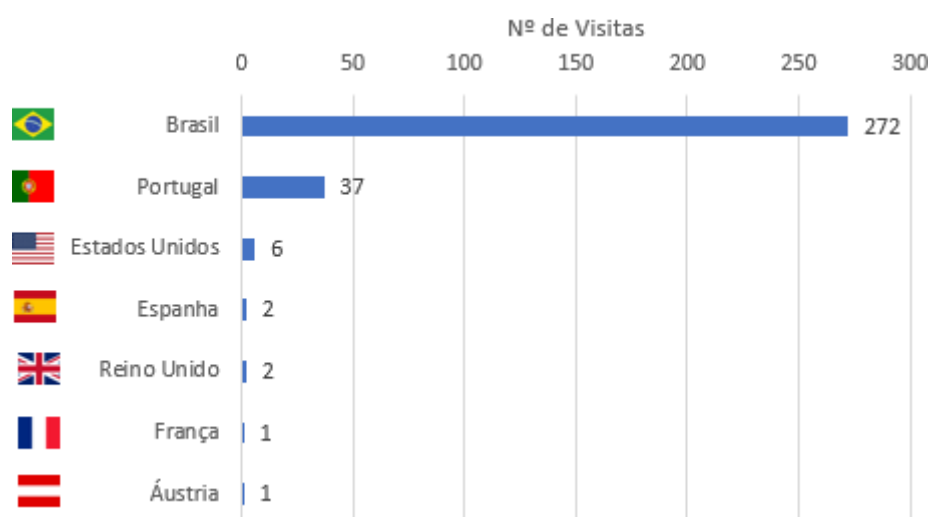
DADOS	SIGNIFICADO
<b>321</b> Visitas	Se um visitante aceder ao seu site pela primeira vez ou se visitar uma página mais de 30 minutos após a última visualização de página, isto será contabilizado como uma nova visita.
<b>3 min 40s</b> Duração média de uma visita	A duração média de uma visita.
<b>60%</b> visitas que ressaltaram (que saíram do site após uma página)	A percentagem de visitas que apenas fizeram uma única visualização de página. Isto quer dizer que o visitante deixou o site diretamente a partir na página de entrada.
<b>2,2</b> ações (visualizações de páginas, transferências, ligações de saída e pesquisas internas no site) por visita	O número médio de ações (visualização de páginas, transferências ou ligações de saída) que foram realizadas durante as visitas.
<b>2,48s</b> tempo de renderização médio	O tempo médio que demorou a renderizar a página. Esta métrica inclui o tempo que o servidor demorou a gerar a página web e o tempo que demorou ao visitante transferir a resposta do servidor. Um tempo de renderização médio mais baixo significa um site mais rápido para os seus visitantes!
<b>668</b> Visualizações de páginas	O número de vezes que a página foi visitada.
<b>460</b> Visualizações de páginas únicas	O número de visitas que incluíram esta página. Se a página foi visualizada múltiplas vezes durante uma visita, é apenas contabilizada uma vez.
<b>1</b> Total de pesquisas no site, <b>1</b> palavras-chave únicas	O número de visitas que pesquisaram por esta palavra-chave no motor de pesquisado seu site.
<b>23</b> Transferências	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicada.
<b>21</b> Transferências únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
<b>26</b> Ligações de saída	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicado como última ligação antes de deixar o site.

24 Ligações de saída únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
41 máximo de ações numa visita	O número de ações efetuadas por um visitante, seja o acesso a diferentes páginas, download de imagens, login.
141 Visitas recorrentes	Visitantes que retornaram

### 7.1.1 Localização e Horários

No Museu de Arqueologia de Itaipu, o Brasil representa 84.7% das visitas, seguido de Portugal que representa 11.5%.

**Figura 12** - Países que mais visitaram o acervo do Museu do Diamante.

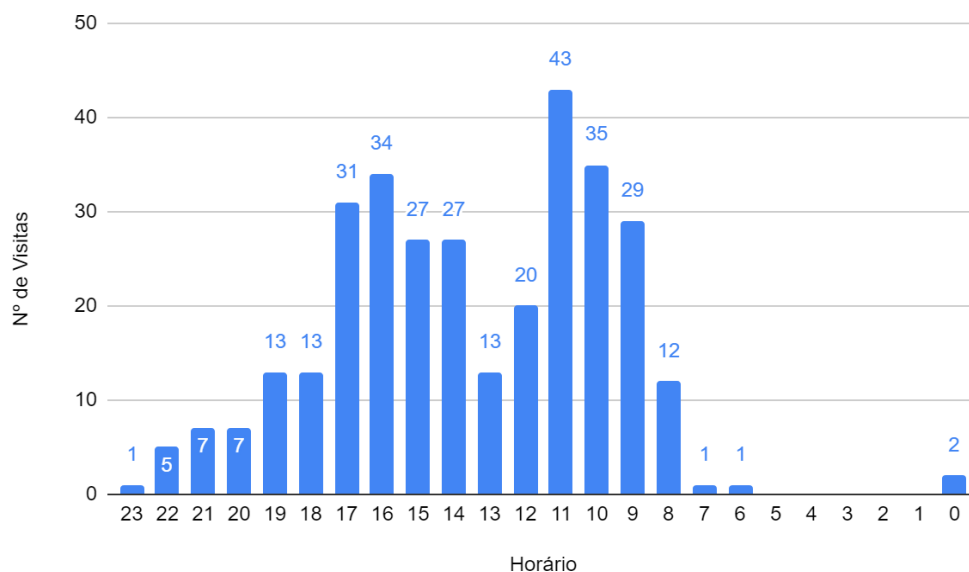


**Tabela 34** - Informações relevantes sobre os visitantes de cada país.

PAÍS	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
Brasil	272	608	2,2	3 min 46s	60%
Portugal	37	84	2,3	3 min 16s	62%
Estados Unidos	6	10	1,7	2 min 37s	67%
Espanha	2	3	1,5	13 s	50%
Reino Unido	2	8	4	3 min 20s	0%
França	1	1	1	0 s	100%

Áustria	1	4	4	7 min 0s	100%
---------	---	---	---	----------	------

**Figura 13 - Fluxo de visitas por horário**



## 7.2 Comportamento

### 7.2.1 Páginas de Entrada e Saída

**Tabela 34 - Páginas de entrada mais comumente utilizada pelos visitantes do Museu do Ouro.**

ENDEREÇO DA PÁGINA DE ENTRADA	ENTRADAS	RESSALTOS	TAXA DE RESSALTO
acervo	315	188	60%
<a href="#">/index</a>	4	2	50%
acervo-museologico	1	-	0%

**Tabela 35 - Páginas mais comuns de saída da instalação do Museu do Ouro.**

ENDEREÇO DA PÁGINA DE SAÍDA	SAÍDAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE SAÍDA
acervo	314	444	71%
<a href="#">/index</a>	3	4	75%
material-tecnica	2	3	67%

**Tabela 36 - Ligações de saída da instalação do Museu do Ouro.**



ENDEREÇO CLICADO	CLIQUE ÚNICO	CLIQUE
<a href="http://museudoouro.museus.gov.br">museudoouro.museus.gov.br</a>	19	19
<a href="http://pt-br.facebook.com">pt-br.facebook.com</a>	2	2
<a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a>	1	2
<a href="http://www.linkedin.com">www.linkedin.com</a>	1	1

### 7.2.2 Pesquisa do Site

No caso do Museu do Ouro, não foram coletados dados o suficiente a respeito das palavras-chave utilizadas na pesquisa, isso pode ocorrer pelo curto período de tempo a que os dados estão sendo coletados.

### 7.2.3 Tráfego

**Tabela 37-** Dados a respeito do tráfego de entrada e saída do Museu do Ouro.

TRÁFEGO DE ENTRADA	TRÁFEGO DE SAÍDA
<b>58</b> de páginas internas <b>0</b> de pesquisas internas <b>1</b> de motores de pesquisa <b>0</b> a partir de redes sociais <b>72</b> de sites <b>0</b> de campanhas <b>229</b> entradas diretas	<b>93</b> para páginas internas <b>0</b> pesquisas internas <b>0</b> transferências <b>21</b> ligações de saída <b>267</b> saídas

### 7.2.4 Canais de Acesso

**Tabela 38 -** Sites que levaram visitantes para a instalação do Museu do Ouro.

SITE	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
<a href="http://museudoouro.museus.gov.br">museudoouro.museus.gov.br</a>	49	123	2,5	5 min 1s	43%
<a href="http://www.museus.gov.br">www.museus.gov.br</a>	22	39	1,8	2 min 17s	77%
<a href="http://wp-portal.hom.museus.gov.br">wp-portal.hom.museus.gov.br</a>	1	3	3	5 min 38s	0%

## 8. Museu Regional Casa dos Ottoni (Tainacan)

O Museu Regional Casa dos Ottoni, apresenta dados apenas do mês de agosto de 2019.

### 8.1 Visitas

**Tabela 39** - Visão geral das visitas do Museu Regional Casa dos Ottoni.

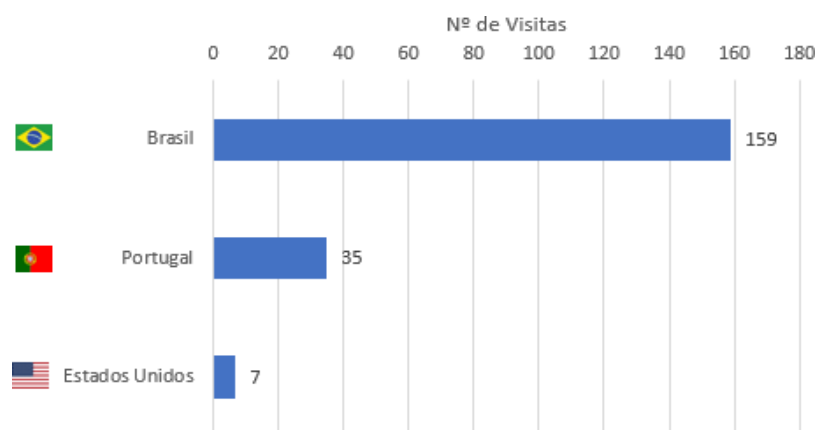
DADOS	SIGNIFICADO
201 Visitas	Se um visitante aceder ao seu site pela primeira vez ou se visitar uma página mais de 30 minutos após a última visualização de página, isto será contabilizado como uma nova visita.
3 min 3s Duração média de uma visita	A duração média de uma visita.
58% visitas que ressaltaram (que saíram do site após uma página)	A percentagem de visitas que apenas fizeram uma única visualização de página. Isto quer dizer que o visitante deixou o site diretamente a partir na página de entrada.
2,3 ações (visualizações de páginas, transferências, ligações de saída e pesquisas internas no site) por visita	O número médio de ações (visualização de páginas, transferências ou ligações de saída) que foram realizadas durante as visitas.
2,5s tempo de renderização médio	O tempo médio que demorou a renderizar a página. Esta métrica inclui o tempo que o servidor demorou a gerar a página web e o tempo que demorou ao visitante transferir a resposta do servidor. Um tempo de renderização médio mais baixo significa um site mais rápido para os seus visitantes!
402 Visualizações de páginas	O número de vezes que a página foi visitada.
282 Visualizações de páginas únicas	O número de visitas que incluíram esta página. Se a página foi visualizada múltiplas vezes durante uma visita, é apenas contabilizada uma vez.
3 Total de pesquisas no site, 3 palavras-chave únicas	O número de visitas que pesquisaram por esta palavra-chave no motor de pesquisa do seu site.
34 Transferências	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicada.
27 Transferências únicas	O número de visitas que envolveu um clique

	nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
14 Ligações de saída	O número de vezes que esta ligação(endereço) foi clicado como última ligação antes de deixar o site.
12 Ligações de saída únicas	O número de visitas que envolveu um clique nesta ligação. Se uma ligação foi clicada várias vezes durante uma visita, só é contabilizada uma vez.
27 máximo de ações numa visita	O número de ações efetuadas por um visitante, seja o acesso a diferentes páginas, download de imagens, login.
70 Visitas recorrentes	Visitantes que retornaram

### 8.1.1 Localização e Horários

No Museu Regional Casa dos Ottoni, o Brasil representa 79.1% das visitas, seguido de Portugal que representa 17.4%.

**Figura 14** - Países que mais visitaram o acervo do Museu Regional Casa dos Ottoni.

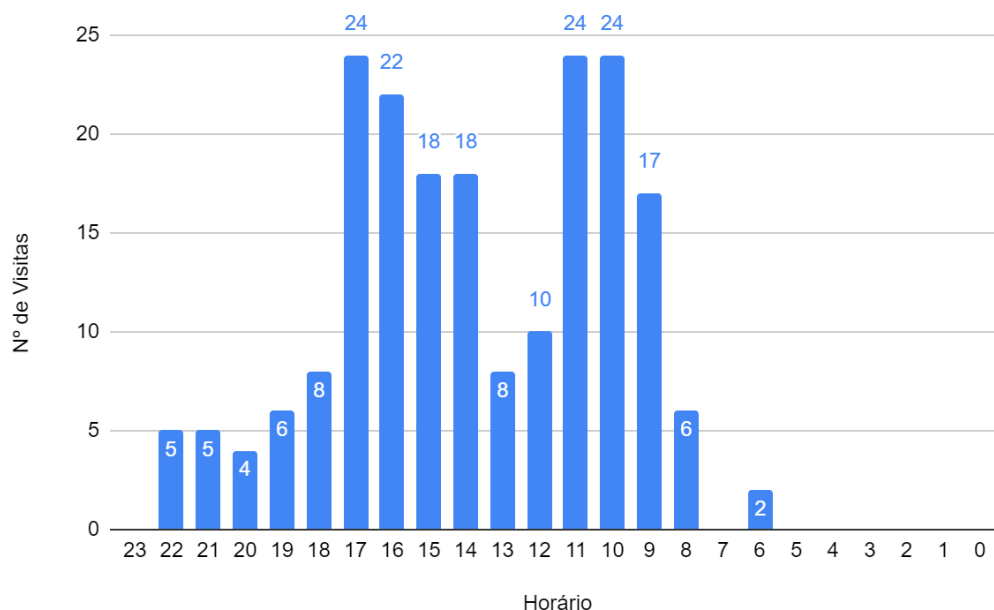


**Tabela 40** - Informações relevantes sobre os visitantes de cada país.

PAÍS	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
Brasil	159	352	2,2	2 min 33s	61%
Portugal	35	90	2,6	5 min 50s	40%

Estados Unidos	7	11	1,6	30 s	71%
----------------	---	----	-----	------	-----

**Figura 15 - Fluxo de visitas por horário**



## 8.2 Comportamento

### 8.2.1 Páginas de Entrada e Saída

**Tabela 41 - Páginas de entrada mais comumente utilizada pelos visitantes do Museu Regional Casa dos Ottoni.**

ENDEREÇO DA PÁGINA DE ENTRADA	ENTRADAS	RESSALTOS	TAXA DE RESSALTO
acervo-museologico	198	115	58%
reproducao-de-imagens	1	-	0%

**Tabela 42 - Páginas mais comuns de saída da instalação do Museu Regional Casa dos Ottoni.**

ENDEREÇO DA PÁGINA DE SAÍDA	SAÍDAS	VISUALIZAÇÕES ÚNICAS DE PÁGINAS	TAXA DE SAÍDA
acervo-museologico	196	269	73%
classe-tesouro	2	4	50%

reproducao-de-imagens	1	3	33%
procedencia	1	2	50%

**Tabela 43** - Ligações de saída da instalação do Museu Regional Casa dos Ottoni.

ENDEREÇO CLICADO	CLIQUE ÚNICOS	CLIQUE
<a href="http://museuregionalcasadosottoni.museus.gov.br">museuregionalcasadosottoni.museus.gov.br</a>	9	11
<a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a>	2	2
<a href="http://servicos.gov.br">servicos.gov.br</a>	1	1

### 8.2.2 Pesquisa do Site

No caso do Museu Regional Casa dos Ottoni, não foram coletados dados o suficiente a respeito das palavras-chave utilizadas na pesquisa, isso pode ocorrer pelo curto período de tempo a que os dados estão sendo coletados.

### 8.2.3 Tráfego

**Tabela 44**- Dados a respeito do tráfego de entrada e saída do Museu Regional Casa dos Ottoni.

TRÁFEGO DE ENTRADA	TRÁFEGO DE SAÍDA
<p>37 de páginas internas  2 de pesquisas internas  1 de motores de pesquisa  0 a partir de redes sociais  79 de sites  0 de campanhas  113 entradas diretas</p>	<p>58 para páginas internas  3 pesquisas internas  0 transferências  9 ligações de saída  171 saídas</p>

### 8.2.4 Canais de Acesso

**Tabela 45** - Sites que levaram visitantes para a instalação do Museu Regional Casa dos Ottoni.

SITE	VISITAS	AÇÕES	AÇÕES POR VISITA	TEMPO MÉDIO NO SITE	TAXA DE RESSALTO
<a href="http://museuregionalcasadosottoni.museus.gov.br">museuregionalcasadosottoni.museus.gov.br</a>	62	164	2,6	3 min 6s	53%
<a href="http://www.museus.gov.br">www.museus.gov.br</a>	18	28	1,6	21 s	78%

## 9. Considerações da análise dos dados de acesso

Embora o Museu Histórico Nacional seja a instalação com a maior quantidade de dados de acesso coletado, é possível perceber que o restante das instalações seguem um padrão similar, seja pelo tempo estimado gasto durante uma visita que se mantém entre 3 e 5 minutos, ou a porcentagem de visitas que saíram do site após visualizar uma página (ressaltaram), além de normalmente o acesso ocorrer diretamente na página inicial do acervo a ser visualizado, ou em sites que publicaram informações sobre o uso do Tainacan pelo museu, para disponibilização do acervo on-line.

Dentre os dados analisados, estão também o horário de acesso dos visitantes e também as instalações e a localização de onde tais visitas são provenientes. É relevante perceber, que os acessos se dão em praticamente todas as instalações em horários que coincidem, existindo uma crescente nos acessos entre as 09 e 11 horas da manhã e entre às 15 e 17 horas da tarde, demonstrando um perfil de acessos bem definido.

Por outro lado, existe uma variabilidade em relação a localização dos acessos. Enquanto em alguns casos a coleta de dados não consegue identificar a localização, em outro panorama percebe-se que existe uma maior taxa de visualização de visitantes que têm a língua portuguesa como primeira língua, como no caso de Portugal. O diferencial neste sentido, é que quase todas as instalações apresentam visitas de países distintos, embora em uma escala muito menor, isso demonstra a disseminação dos acervos.

O Museu de Arqueologia de Itaipu, Museu Regional Casa de Ottoni e Museu do Ouro apresentam um comportamento distinto, seja pelo tempo que os dados são coletados, seja pelo alto número de ações que os usuários produzem durante uma visita. Além disso, o número de retorno de visitantes se mostra bastante expressivo, levando em consideração o período de coleta dos dados, há cerca de um mês.

Ao retornarmos à instalação do Museu Histórico Nacional, estão duas métricas de relevância, ambas relacionadas a busca e indexação. Primeiramente, tem-se a possibilidade de identificar quais foram as palavras mais utilizadas na busca dentro da instalação, bem como o caminho percorrido pelo visitante, e como ele chegou através da busca. Percebe-se que as buscas são bastante assertivas, visto que são utilizadas palavras que descrevem bem o acervo, além disso, obteve-se os motores de busca que levaram os visitantes até a instalação. Por fim, tem-se os compartilhamentos em redes sociais, que possibilitam verificar se uma visita é proveniente de publicações nessas redes.

Caso as análises sejam revisitadas em uma visão mais específica, observando visitas por dia, tem-se uma variação entre 6 e até 27 visitas por dia dentre as diferentes instalações.

Na medida em que a coleta de dados das instalações se tornar mais constante e encorpada, será possível gerar novas análises que poderão demonstrar melhor o crescimento dos acervos e sua importância. De modo geral, é possível perceber números expressivos para todas as instalações, levando em consideração tanto o tempo em que estão on-line quanto o tempo referente a coleta de dados.

## **10. Pacotes para migração de dados**

Após o período de tratamento dos dados e homologação do Tainacan em um dos servidores da Universidade Federal de Goiás, geramos um pacote para migração de dados, para que o acervo seja transferido para os servidores do Instituto Brasileiro de Museus - Ibram e publicados em seus endereços definitivos para o público.

É importante mencionar, que o pacote e as instruções disponibilizadas pressupõem que exista uma instalação padrão de WordPress funcional, já preparada pela equipe técnica do Ibram

### **10.1 Componentes adicionais:**

Parte dos componentes necessários para instalação dos ambientes Tainacan nos servidores do Ibram são softwares que podem ser baixados e,

posteriormente atualizados, de seus repositórios oficiais, como é o caso do próprio Tainacan. Esses componentes não fazem parte do pacote, ao contrário, enviamos as instruções de como obtê-los.

Cada museu terá uma composição diferente, a ser definido pelo Ibram, e utilizará diferentes componentes. Alguns museus utilizarão o tema com padrão de identidade visual do governo, enquanto outros utilizarão o tema padrão do Tainacan, e há ainda casos em que um tema ou um plugin específico foi desenvolvido para o museu.

### 10.1.1 Tema com padrão de identidade visual do governo

Este tema está em desenvolvimento, mas já se encontra funcional. Ele pode ser baixado no endereço abaixo:

<https://github.com/medialab-ufg/IDG-WP/archive/producaoIBRAM.zip>

Nota: uma boa alternativa é, ao invés de baixar o zip do tema, fazer o clone do repositório git. Dessa forma fica mais fácil de atualizar. Para isso basta instalar o git e rodar os seguintes comandos:

```
$ git clone https://github.com/medialab-ufg/IDG-WP.git  
$ git checkout producaoIBRAM
```

Uma vez feito isso, para atualizar o tema bastará ser feito:

```
$ git pull
```

### 10.1.2 Plugin e tema Tainacan

O plugin e o tema padrão do tainacan podem ser instalados diretamente do repositório oficial do WordPress, através dos endereços disponibilizados abaixo:

Plugin Tainacan: <https://wordpress.org/plugins/tainacan/>

Tema padrão Tainacan: <https://wordpress.org/themes/tainacan-interface/>

### 10.1.3 Temas e plugins específicos

O Museu de Itaipu possui um tema específico, que precisa ser baixado individualmente para sua instalação. Esse tema é uma extensão do tema padrão do Tainacan (o tainacan-interface), que também deve estar instalado.

**Tema do Museu Arqueológico de Itaipu:**

Link: <https://github.com/medialab-ufg/tainacan-itaipu>



Instruções de instalação:

- Fazer download o zip
- Extrair o conteúdo do zip
- Copiar o conteúdo da pasta “src” para a pasta do tema em “wp-content/themes/tainacan-itaipu”

### **Plugin para o Museu Victor Meirelles**

Este plugin adiciona uma sessão de “itens relacionados” nas páginas dos autores.

Link: <https://github.com/medialab-ufg/tainacan-museuvictormeirelles>

Instruções de instalação:

- Fazer download o zip
- Extrair o conteúdo do zip
- Copiar seu conteúdo para “wp-content/plugins/tainacan-museuvictormeirelles”

### **Tema do Museu Histórico Nacional**

O site do Museu Histórico Nacional, publicado em 2018, também conta com um tema próprio.

Link: <https://github.com/medialab-ufg/tainacan-mhn>

Instruções de instalação:

- Fazer download o zip
- Extrair o conteúdo do zip
- Copiar o conteúdo da pasta “src” para a pasta do tema em “wp-content/themes/tainacan-mhn”

## **10.2 Estrutura do pacote de dados**

Cada pacote é composto de um arquivo zip contendo:

1. Um dump do banco de dados, já configurado para responder na URL final do site
2. A pasta de uploads, contendo todas as mídias

## **10.3 Utilizando o pacote**

Para utilizar o pacote, siga os seguintes passos:

- Descompactar seu conteúdo
- Copiar o conteúdo da pasta uploads para a pasta de uploads do site

- Certifique-se de que a propriedade e permissão dos arquivos coincidam com a propriedade e permissões da pasta uploads
- Recuperar o dump do banco de dados para o banco de dados configurado para o site
- Acessar o painel administrativo e ativar o tema correto
  - Caso ainda não tenha um usuário administrativo, crie um usando a ferramenta wp -cl:
  - \$wp user create username [email@email.com](mailto:email@email.com) --role=administrator

#### 10.4 Pacotes disponibilizados

- Novos pacotes:
  - Museu das missões: [museumissoes.tainacan.org/wp-content/pacote-13se19y.zip](https://museumissoes.tainacan.org/wp-content/pacote-13se19y.zip)
- Pacotes já utilizados:
  - Museu do Ouro: <https://museudoouro.tainacan.org/wp-content/pacote-j38dj2.zip>
  - Museu Regional Casa dos Ottoni <https://mrco.tainacan.org/wp-content/pacote-j3as39.zip>
  - Museu das Missões: <https://museumissoes.tainacan.org/wp-content/pacote-j3hy62.zip>
  - Museu do Diamante: <https://museudiamante.tainacan.org/wp-content/pacote-oij39s.zip>
  - Museu Victor Meirelles: <https://museuvictormeirelles.tainacan.org/wp-content/pacote-jfui49s.zip>
  - Museu Arqueológico de Itaipu (depende do tema específico): <https://museuitaipu.tainacan.org/wp-content/pacote-wefgt5.zip>