

Revista TEXTOS de la CiberSociedad
 ISSN 1577-3760 · Número 8 · Temática Variada
Museus e internet. Recursos online nos sitios web dos museus nacionais portugueses

Por: Joana Maria Balsa Carvalho de Pinho

Para citar este artículo: Balsa Carvalho de Pinho, Joana Maria, 2007, *Museus e internet. Recursos online nos sitios web dos museus nacionais portugueses*, Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 8. Temática Variada. Disponible en <http://www.cibersociedad.net>

INTRODUCCIÓN / RESUMEN

As tecnologias da informação e comunicação são cada vez mais utilizadas pelas instituições culturais, nomeadamente pelos museus. Estas têm repercussões quer para a gestão interna do próprio museu quer para a sua projecção externa; neste último caso desempenham um papel fundamental os sitios web. Partindo da observação e análise das páginas web dos museus nacionais portugueses é possível constatar que a sua presença na www é heterogenea, disponibilizando informações, conteúdo e recursos muito diversificados, variando em quantidade, grau de aprofundamento e diversidade, aproveitando em maior ou menor grau as potencialidades da internet e reflectindo uma concepção teórica de relação museu – internet.

I. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Com esta comunicação pretendemos introduzir elementos de reflexão e debate sobre a relação entre os museus e a internet; mais especificamente sobre o modo como os museus nacionais portugueses utilizam as suas páginas web para disponibilizarem informações e recursos, assim como, caracterizar e divulgar os seus principais recursos em linha.

Os museus, enquanto instituições de relevância cultural, social e educativa, têm como funções estudar, preservar e divulgar diferentes tipologias de património cultural tangível e intangível. Integram o património cultural, todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou cultura manifestam interesse cultural relevante, designadamente interesse histórico, paleontológico, arqueológico, arquitectónico, linguístico, documental, artístico, etnográfico, científico, social, industrial ou técnico, devendo reflectir valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, singularidade ou exemplaridade. O património, enquanto, testemunho que manifesta valores culturais relevantes, assume-se como um elemento de identidade, de memória colectiva e tem um papel preponderante no desenvolvimento da comunidade local onde se insere; pode ser um elo de fortalecimento da identidade dessa comunidade e um factor de desenvolvimento local, económico, social, turístico e cultural.

Assim, o património cultural deve ser objecto de protecção e valorização; o seu regime de protecção assenta na protecção legal, nomeadamente na classificação e inventariação e o regime de valorização compreende acções no âmbito da conservação preventiva, pesquisa e investigação, acesso e fruição, formação, divulgação, sensibilização e animação.

É neste contexto que se integram os campos de acção das instituições museológicas e a tendência de os museus se assumirem, cada vez mais, como espaços de investigação, conservação, educação e difusão.

A instituições que gerem, conservam, recuperam e divulgam o património cultural em geral e o museológico em particular, estão a apostar na internet como meio seguro, fácil, económico e de grande impacto, para a difusão das suas colecções e das suas iniciativas. Num processo complexo, como é o da difusão do património cultural, que abracar as funções de documentar, valorizar, interpretar e divulgar o bem cultural e os seus diversos significados, as tecnologias da informação e comunicação (TIC) podem desempenhar um importante papel.

As generalização de sitios web de museus possibilitou que estes passassem a ser um dos mais importante meio para difundir e promover as instituições museológicas, a sua história, acção e iniciativas, através da disponibilização de um conjunto de informações e recursos. Assim, e partindo da realidade portuguesa porpomos analisar o modo como os museus nacionais utilizam as suas páginas web para disponibilizar diferentes informações e recursos.

A análise é feita do ponto de vista do utilizador virtual, que tem necessidade de recorrer frequentemente aos sitios web dos museus portugueses, procurando informações e recursos para a realização de trabalhos académicos ou profissionais.

O objecto da análise são museus nacionais pois, devido à sua natureza e às suas colecções, são mais solicitados e dispõem de maior número de recursos técnicos, financeiros e humanos para a concepção e desenvolvimento das suas webs.

II. INTERNET E MUSEUS

O desenvolvimento, consolidação e difusão das novas tecnologias da informação e da comunicação conduziram a uma transformação muito rápida do mundo actual, trazendo implicações e inovações para todas as áreas da sociedade e do conhecimento; áreas como a gestão do património cultural, museologia e educação não são excepções.

As TIC aplicada aos museus facilitam as tarefas do trabalho individual de inventariação, catalogação e gestão das colecções, assim como a difusão desse trabalho e revolucionam a forma como as instituições e as pessoas comunicam entre si; revelando-se uma ferramenta ágil e dinâmica para o desenvolvimento de diferentes projectos e acções no âmbito do património cultural e para a concepção e difusão de conteúdos culturais e pedagógicos.

Busca en Google

TEXTOS

La Revista TEXTOS de la CiberSociedad es la publicación de **contenidos exclusivos del OCS**. Esta revista está pensada como espacio para la publicación de artículos de investigación que aborden la temática de lo ciberocial.

Perfil de usuario

Accede a tu cuenta de usuario para modificar y mantener actualizados tus datos, cambiar la dirección de correo electrónico vinculada al OCS, cambiar tu clave de acceso, etc.

Actualizar perfil

Síguenos

A internet evidencia um incontornável potencial informativo e comunicativo tanto em questões de rapidez de circulação, número de pessoas que atinge e áreas geográficas que abarca; e devido às suas características de imaterialidade, instantaneidade e multimídia, democratiza o acesso à informação e a determinados tipos de bens, facilita a comunicação entre pessoas e instituições e universaliza as oportunidades, eliminando as barreiras espaciais, geográficas e temporais;

Rapidamente as instituições museológicas se aperceberam das vantagens e potencialidades da internet, massiva, rápida, imediata, económica, monopolizadora do quotidiano do trabalho e do ócio, sendo que cada vez mais gente tem possibilidades de aceder às novas tecnologias ou tem à disposição recursos facilitadores para tal.

A internet permite uma facilidade de actualização continua da informação e uma aproximação estratégica entre o utilizador e a instituição/bens culturais baseada na transposição das barreiras físicas, geográficas e temporais; estas acarretam uma democratização do acesso à informação e ao conhecimento e facilitam o acesso individual e descentralizado do público, de modo não presencial.

A nível geral, mas com importantes repercussões para os museus, a internet apresenta inúmeras vantagens nomeadamente a possibilidade de estruturação da informação, recorrendo ao hipertexto, em diferentes níveis articulados em função do utilizador a que se dirige, dos seus interesses e necessidades e de organização dos conteúdos de acordo com as estratégias divulgativas ou educativas da instituição. A internet permite também utilizar e conjugar diversos tipos de suportes, nomeadamente texto, áudio, vídeo e imagem, muito úteis às necessidades desencadeadas pelos conteúdos que se pretendem disponibilizar em sites de museus.

Uma das características da internet que favorece a sua utilização, nomeadamente para fins didácticos e educativos, em meios formais e não formais, incluindo os museus, é o seu potencial interactivo. A interactividade permite ou facilita uma relação activa entre o utilizador e a instituição/bens culturais; o utilizador deixa de ser um espectador passivo e converte-se num sujeito activo, poder tomar decisões e ser o protagonista do processo de aprendizagem, podendo interagir com a informação disponibilizada. Despertam-se os sentidos e desencadeiam-se diferentes mecanismos físicos, mentais e emocionais que permitem compreender, de uma forma plena, as mensagens e conceitos que se pretendem transmitir.

Assim, as páginas web são meios utilizados em grande escala e por todo o tipo de instituições culturais, incluindo as museológicas com objectivos de informar, comunicar e dar a conhecer o museu e a colecção, de consolidar a projecção externa da instituição, face a outras instituições e face ao público individual, e de atrair novos visitantes quer virtuais quer presenciais.

E, dada a especificidade institucional dos museus, são variados os tipos de visitantes e potenciais utilizadores dos seus sitios web, desde o investigador ao professor, passando pelos estudantes, técnicos, artistas, turistas e o público em geral.

Atendendo a esta questão, a às vantagens e potencialidades da internet, as páginas web das instituições museológicas começam a disponibilizar um conjunto de conteúdos de âmbito cultural, que procuram responder às necessidades dos diferentes públicos e às exigências da sociedade contemporânea.

III. OS MUSEUS NACIONAIS PORTUGUESES

À data da realização deste trabalho, Novembro de 2006, existem em Portugal 20 museus nacionais, com diferentes tutelas, colecções, tipologias de bens patrimoniais e percursos históricos.

Deste 20 museus, 10 estão tutelados pelo Instituto Português de Museu (IPM) (www.ipmuseus.pt). O IPM foi criado pelo decreto-lei nº 278/91 de 9 de Agosto de 1991, com o objectivo de criar um organismo, com competências administrativas próprias, ao qual fosse confiada a gestão dos museus e que estivesse exclusivamente vocacionado para os múltiplos e específicos problemas do sector. O IPM é uma pessoa colectiva de direito publico tutelado pelo Ministério da Cultura, ao qual compete promover e assegurar a execução da política museológica nacional e promover o estudo, salvaguarda, valorização e divulgação do património cultural móvel nacional, enquanto fundamento da memória colectiva e individual, factor de identidade nacional e fonte de investigação científica e de fruição estética e simbólica.

Entre os serviços dependentes do Instituto Português de Museus constam os seguintes museus nacionais:

- Museu Nacional de Arqueologia (<http://www.mnarqueologia-ipmuseus.pt/>)
- Museu Nacional de Arte Antiga (<http://www.mnarteantiga-ipmuseus.pt/>)
- Museu Nacional de Etnologia (<http://www.mnetnologia-ipmuseus.pt/>)
- Museu Nacional de Machado de Castro
- Museu Nacional de Soares dos Reis (<http://www.mnsr-ipmuseus.pt/>)
- Museu Nacional do Azulejo (<http://www.mnazulejo-ipmuseus.pt/>)
- Museu Nacional do Teatro (<http://www.museudoteatro-ipmuseus.pt/>)
- Museu Nacional do Traje e da Moda (<http://www.museudotraje-ipmuseus.pt/>)
- Museu Nacional dos Coches (<http://www.museudoscoces-ipmuseus.pt/>)
- Museu do Chiado – Museu Nacional da Arte Contemporânea (<http://www.museudochiado-ipmuseus.pt/>)

Os restantes museus nacionais estão dependentes de outras instituições públicas e privadas:

- Universidade de Lisboa – Museu Nacional de História Natural (<http://www.mnhn.ul.pt/>)
- Instituto Ferroviário / Fundação do Museu Nacional Ferroviário – Museu Nacional Ferroviário (<http://museu.cp.pt/entroncamento.htm>)
- Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior – Museu Nacional da Ciência e da Técnica Doutor Mário Silva (<http://www.mnct.mces.pt/>)
- Grande Loja Macónica de Portugal – Museu Nacional Maçónico de Portugal (<http://museu.glnp.pt/index.htm>)
- Associação Museu da Imprensa – Museu Nacional da Imprensa, Jornais e Artes Gráficas (<http://www.imultimedia.pt/museuvirtpress/>)
- Instituto Superior de Polícia Judiciária e Ciências Criminais – [Projecto de] Museu Nacional de Polícia Judiciária (<http://www.ispjcc.pt/museu.htm>)
- Instituto do Desporto de Portugal – Museu Nacional do Desporto (<http://www.sedesporto.pt/museu.htm>)
- Instituto da Vinha e do Vinho – Museu Nacional do Vinho (<http://www.ivi.min-agricultura.pt/cultura/index.html>)
- Privado – Museu Nacional do Pão (238 310 760) (<http://www.museudopao.pt/>)
- Escola Superior Agrária de Coimbra – Museu Nacional de Agricultura (<http://www.esac.pt/museu/default.htm>)

IV. MUSEUS NACIONAIS E RECURSOS ONLINE

A identificação dos recursos em linha, disponibilizados pelos sites dos museus nacionais portugueses, será feita colocando o enfoque nas principais áreas funcionais dos museus e a sua caracterização será em função da sua diversidade temática, variedade de públicos a que se destina e profundidade da abordagem.

As diferentes acções museológicas – estudo/pesquisa, preservação, difusão/comunicação – apesar de

facilmente individualizáveis, permanecem intrinsecamente relacionadas, uma vez que são complementares e interdependentes. Estes grandes campo de acção integram diferentes e específicas acções como o inventário e catalogação, aquisições, conservação preventiva, restauro, museografia, serviços educativos, comunicação institucional, marketing, entre outras, que estruturam as estratégias, a gestão e as actividades das instituições museológicas e por isso são uma excelente forma de contextualizar os recursos em linha disponibilizados pelos museus na web.

À data da realização deste estudo, Novembro de 2006, dos 20 museus nacionais portugueses, 18 têm sitio na web e apenas 2 (museu nacional de Machado de Castro, museu nacional da Imprensa, Jornais e Artes Gráficas) não tem presença na internet; deste 18, 14, têm sito web próprio e 4 integram a página web da instituição que tutela o museu (museu nacional de Agricultura, museu nacional do Vinho, museu nacional do Desporto, museu nacional de Polícia Judiciária). Apenas 2 dos sites se apresentam em construção (museu nacional de Etnologia e museu nacional da Ciência e da Técnica Doutor Mário Silva), apresentando informações reduzidas e escassos recursos.

A situação do museu nacional da Imprensa, Jornais e Artes Gráficas é uma situação curiosa, pois apesar de não ter web site próprio, o museu tem uma presença na internet relacionada com um Museu Virtual da Imprensa (<http://www.imultimedia.pt/museuvirtpress/>).

Foram identificados por L. Theather e K. Willhem, diferentes tipos de sites de museus, que podem também corresponder às diferentes fases de evolução de um determinado site ao longo do tempo. O site tipo "folheto electrónico" (o objectivo é a apresentação do museu; contém informações como a história do museu, horários, localização, contactos que facilitam a visita presencial e a descrição geral do conteúdo, serviços e actividades), site tipo "museu no mundo virtual" ou "espaço informativo" (reproduz uma cópia virtual idêntica ao museu real; apresenta informações mais detalhadas sobre as colecções, muitas vezes recorrendo a bases de dados, os conteúdos da exposição e por vezes possibilitam uma visita virtual); o site tipo "museu interactivo" ou "espaço interactivo" (disponibiliza recursos hipertextuais/interactivos que são complementares e prolongamentos dos conteúdos presenciais que se oferecem no museu; pretende-se facilitar a visita presencial ao museu mostrando parte dos seus conteúdos e ampliar a documentação que não se pode encontrar na instituição).

As duas primeiras tipologias são as mais representadas na realidade portuguesa, pois a maioria dos sitios web dos museus nacionais são de carácter informativo, não disponibilizando outros recursos para além de informação. No entanto, e sendo a informação relevante, enquanto conjunto de conhecimentos sobre alguém ou alguma coisa, ela pode ser considerada, em si mesma, um recurso, ou seja um meio ou um bem que se utiliza para determinada finalidade.

Todavia existe uma diferença entre: mostrar as publicações que estão à venda no museu e poder comprá-las na loja on-line; ou entre resumir a história do museu e indicar bibliografia sobre ela e possibilitar o seu download; ou entre apresentar a programação do serviço educativo e disponibilizar as fichas educativas em download para apoio às visitas. São dois tipos diferentes de recursos fornecidos pelos museus através das suas páginas web, com diferentes graus de aprofundamento e diversificação e reflectindo entendimentos diversos das potencialidades da internet; consubstanciam duas concepções diferentes de páginas web e de museu e reflectem a distancia que vai da informação ao conhecimento.

A maioria das páginas web dos museus nacionais portugueses têm um desenho e uma imagem cuidados, garantindo igualmente critérios de acessibilidade, navegabilidade e usabilidade, nomeadamente navegação fácil e intuitiva, organização lógica e linguagem correcta e simples.

Os sites encontram-se em língua portuguesa, no entanto, a maioria apresenta também a totalidade dos conteúdos em língua inglesa; e o museu nacional de Arqueologia tem ainda a opção da língua francesa.

Generalizados a todos os sitios web dos museus nacionais portugueses, estão um conjunto de recursos de tipo informativo, nomeadamente a história e apresentação do museu, a caracterização da colecção, os serviços disponibilizados e a programação oferecida.

Relativamente à apresentação e história dos museus os elementos gerais podem ser mais ou menos aprofundados e complementados por outras informações. É o caso do site do museu de Arqueologia que disponibiliza uma cronologia detalhada, estudos sobre o museu, relatórios de actividades e imagens dos diferentes espaços, tudo com possibilidade de download; ou do museu do Azulejo que apresenta os vários departamentos do museu, suas competências e responsáveis.

Em alguns sites, e devido ao valor histórico-artístico dos edifícios onde estão instalados os museus (museu do Azulejo, Soares dos Reis, Arte Contemporânea, Coches, Traje e da Moda e Teatro), existem disponíveis dados sobre a história do edifício e sobre o processo de adaptação a museu, por vezes acompanhados com imagens.

As informações sobre as colecções, integradas nos sites dos museus nacionais, estão geralmente organizada por colecções ou por manifestação artística; apresentam texto introdutório e quase sempre, alguns exemplos de peças com fotografias e descrição (título, autor, data/cronologia, técnica/material, dimensões, proveniência, nº inventário, descrição, tipologia).

Um dos recursos mais comuns, e também generalizado a quase todas as páginas web das instituições museológicas em análise, são os link's para outras páginas web. Estas listagens não são muito abundantes, com excepção da página web do IPM onde surgem organizados por temas (associações, institutos e organismos europeus; documentação e gestão de colecções; conservação e restauro; presença na internet – colecções online; serviços de educação; estudos de públicos; acessibilidade em museus; circulação de bens culturais; tráfico ilícito de bens culturais; formação de profissionais e voluntariado; ministério da cultura; museus IPM; Rede Portuguesa de Museus; quadro comunitário de apoio; museologia; museus estrangeiros), no entanto, evidenciam uma grande flexibilidade, ou seja, apresentam uma adequação à especificidade temática de cada museu; o museu nacional de Agricultura apresenta links direccionados para temas relacionados com a agricultura, os do museu dos Coches incidem sobre os transportes, e os dos museus do Teatro e do Traje para as temáticas afins das suas colecções.

Quase todos os sitios web incluem também um conjunto de elementos denominados informações ou informações gerais ou úteis, integrando elementos como contactos, horários, morada, localização do museu (no caso dos museus dos Coches e do Azulejo recorrendo a um mapa), transportes, acessibilidades, valor dos ingressos e descontos.

Alguns sitios web apresentam também organização interna do espaço com a planta e legenda é o caso dos museus de Arte Antiga, Soares dos Reis e museu Ferroviário. O museu do Traje e da Moda, por estar integrado no parque Monteiro-mor juntamente com o museu do Teatro, incluiu na sua web um mapa do parque com a identificação dos vários espaços e equipamentos.

IV. a. Recursos para a área da pesquisa/investigação/estudo

O domínio da pesquisa/investigação/estudo integra o desenvolvimento de conhecimentos históricos, artísticos, culturais, sociais entre outros, que possibilitem o conhecimento e a compreensão dos bens culturais que integram a colecção e uma melhor interpretação e contextualização da mesma.

Neste âmbito destaca-se o site matriznet (<http://www.matriznet.ipmuseu.pt>), desenvolvido pelo Instituto Português de Museus, enquanto iniciativa de digitalização das colecções e sistematização dos conhecimentos produzidos no âmbito da inventariação e catalogação e respectivo estudo das colecções. O site apresenta peças de diferentes colecções dos museus nacionais dependentes deste instituto apresentando informação textual (museu, supercategoria, categoria, subcategoria, denominação, título, autor, datação, dimensões, nº

inventário, descrição, proveniência) e imagens, com possibilidade de pesquisa por colecção ou por exposição temporária.

IV.b. Recursos para a área da preservação – conservação e restauro

O trabalho de conservação e restauro é um campo de acção fundamental no âmbito dos museus, pois assegura a preservação dos bens culturais e sua consequente transmissão às gerações futuras, controlando os factores responsáveis pela sua degradação material. A orgânica de muitos museus comprova esta realidade, registando a existência de departamento autónomo dedicado à conservação e ao restauro.

A conservação, nomeadamente a preventiva, é uma intervenção não directa sobre o bem cultural e que passa pelo controlo das condições ambientais (luz, poluição, termohigrometria), pragas, vandalismo, manuseamento, formas e condições de exposição e acondicionamento em reservas. A intervenção de restauro, é uma intervenção directa sobre o bem cultural e representa, muitas vezes, o único meio de o salvar e valorizar; alguns museus integram já oficinas de restauro próprias.

Os sitios web dos museus nacionais portugueses registam-se poucas informações e recursos na área da conservação e restauro, estes limitam-se à apresentação dos departamentos e respectivas tarefas.

No entanto, o site do museu do Traje e da Moda integra a descrição sumária do trabalho de conservação desenvolvido no museu, assim como o da oficina de restauro. E a web do museu de Arqueologia apresenta e enquadra a actuação do seu laboratório de conservação e restauro, disponibiliza a ficha de intervenção de conservação e restauro utilizada no museu com possibilidade de download, fotografia panorâmica do laboratório e ainda as directrizes para a escolha de materiais de armazenamento e acondicionamento que foram tidos em consideração na reorganização das reservas do museu.

IV. c. Recursos para a área da difusão/comunicação – exposições/ museografia

As exposições são consideradas os meios mais relevantes e eficazes de comunicar nos museus, ao possibilitarem o encontro entre o visitante e o objecto real que se expõe.

Neste domínio existem nos sitios web dos museus nacionais portugueses, abundantes informações sobre as exposições permanentes e as exposições temporais, quer patentes quer passadas. O grau de desenvolvimentos e aprofundamento destas informações é variável, oscilando entre um texto descritivo da exposição, a enunciação dos critérios de organização, referências às obras expostas com elemento textual e imagens e fotos das peças ou do espaço expositivo.

O site do museu de Arte Contemporânea evidencia texto de enquadramento de cada uma das suas exposições, fotos de algumas das obras expostas, e dependendo do tipo de exposição, apresenta listagem das obras expostas, identificação dos núcleos e das obras expostas, biografias de artistas e relação de exposições individuais, assim como, as actividades programadas relacionadas com a exposição.

Algumas webs, como a do museu do Pão apresentam uma breve apresentação das salas expositivas indicando o conteúdo de cada sala e respectivas imagens. De forma semelhante o sitio web do museu do Vinho, apresenta links para os vários espaços que integram o museu, contendo fotografias, a descrição do espaço e indicação das peças que expõem.

Em alguns sites, como os dos museus do Azulejo e da Agricultura, é possível fazer uma visita virtual às exposições permanentes, que sendo, mais ou menos complexa, é baseada na planta do edifício e na escolha de uma das salas; disponibiliza-se a identificação do tema que é tratado em cada uma das salas e a caracterização do que se expõe, recorrendo também a fotografias; complementamente, e no caso do museu do Azulejo, existem links para glossário, biografias e fichas de inventário de peças.

O museu do Teatro propõe outro tipo de visita virtual, tendo por base fotografias panorâmicas 360°; compreende diferentes espaços: exterior, exposição, cafeteria, biblioteca, jardim, loja e galeria.

Também o museu de Arqueologia disponibiliza, para além dos dados habituais, um outro conjunto de elementos, tanto para as exposições permanentes como para as temporais que incluem: ficha técnica, visita virtual, apresentação multimédia integrando panorâmica 360° ou exposição virtual, edições publicadas no âmbito das exposições, outros estudos sobre as colecções com possibilidade de download, fotografias do espaço expositivo; integra também uma visita virtual ao museu, tendo por base a planta do edifício e fotografias panorâmicas dos diferentes espaços, incluindo as salas expositivas, as reservas, o laboratório e a biblioteca.

IV. d. Recursos para a área da difusão/comunicação – educação/serviço educativo

Os museus têm uma importante função didáctica que se vem consolidando através da aposta em projectos e acções de educação patrimonial e museal, que validam o museu como espaço educativo, espaços de descoberta, onde as crianças e jovens possam aprender, descobrir e exprimir.

Nos projectos educativos em contexto patrimonial ou museal o ponto de partida para o conhecimento ou para as práticas educativas é o próprio bem cultural, e o objectivo último é a compreensão do seu sentido profundo e da sua importância histórica, passada e futura, e a possibilidade de desenvolver atitudes de valorização e protecção, enquadradas em processos de construção de identidades e na interiorização de valores de cidadania.

Neste processo de implementação e consolidação das experiências de educar para e pelo património, a utilização da internet poderá ser um complemento importante, uma entre várias estratégias para alcançar os fins propostos, sem se substituir a outros meios mas em complementaridade com eles.

Neste sentido as páginas web dos museus nacionais portugueses, e mais concretamente dos museus dependentes do IPM, são utilizadas para apresentar e divulgar a programação dos serviços educativos, caracterizar os diferentes tipos de actividades, apresentar outros serviços ou projectos em curso e disponibilizar formulários em linha para marcação das actividades.

O site do museu Soares dos Reis, complementa estas informações, apresentando para download, um documento sobre o modo como "explorar o museu de forma pessoal e imaginativa" e a actividade lúdica, o jogo "o labirinto". Na web do museu de Arte Contemporânea é possível fazer o download do jornal pedagógico e o museu dos Coches passará a disponibilizar, brevemente, material de apoio (fichas) e passatempos. Também a página web do museu de Arqueologia integra fichas educativas referentes a uma das exposições permanentes, que funcionam como fichas de observação para acompanhamento das visitas de modo adequar os conteúdos da exposição às necessidades pedagógicas dos diferentes públicos.

Para além das actividades dirigidas ao público escolar infantil e juvenil, o museu de Arte Antiga apresenta no seu site dados sobre as actividades direccionadas para outros públicos, nomeadamente a sua programação científica.

IV.e. Recursos para a área da difusão/comunicação – biblioteca

Algumas páginas web de museus nacionais começam a disponibilizar o acesso às suas bibliotecas, e integram informações que vão desde a enunciação dos temas que contemplam à consulta online dos catálogos. Os sitios web dos museus de Arte Antiga e Arqueologia evidenciam texto de apresentação da biblioteca, dando informações sobre condições de acesso e horário e permitem a consulta em linha dos catálogos.

No site do IPM estão disponíveis algumas publicações online, com possibilidade de download; referem-se a publicações do próprio instituto relacionadas com a temática museológica e com normas gerais e específicas para o inventário dos bens móveis.

IV.f. Recursos para a área da difusão/comunicação – comunicação institucional/marketing

Outra das áreas de actuação dentro da difusão/comunicação é a comunicação institucional, a relação com a imprensa e o marketing, áreas em que cada vez mais os museus vão apostando de modo a projectar e melhorar a sua imagem como instituição, a facilitar a relação com as outras instituições, a divulgar das suas actividades e a difundir a sua função, acção e colecções. Esta área abrange, tanto outras instituições, como o público em geral, como os técnicos e profissionais de várias áreas.

Neste campo distinguem-se as acções de explicação e uso do logotipo e normas de utilização, disponível nos sites do museu da Ciência e da Técnica e no do IPM; a disponibilização de agenda com eventos relacionados com o museu ou com áreas afins de interesse, tal como patenteiam as webs dos museus da Ciência e da Técnica, Arte Contemporânea, Traje e da Moda, Arqueologia e site do IPM. E complementarmente, a criação de mailing lists, newsletter ou alertas relacionados com os eventos a realizar pelos museus (museus da Ciência e da Técnica, Arte Antiga, Arqueologia, Arte Contemporânea, Traje e da Moda e Teatro).

Outras das iniciativas relevantes neste âmbito é a criação de lojas virtuais com a disponibilização de catálogos de publicações, réplicas e merchandising e respectiva venda online (museus de Arqueologia, Teatro (apenas para as publicações), Imprensa, Ciência e da Técnica e site do IPM, para o qual alguns museus tem links directo na secção «loja»).

Também os contactos com a imprensa privilegiando a internet começam a consolidar-se; a página do museu de Arte Contemporânea possibilita o fornecimento de imagens, dados técnicos e legenda de algumas obras para uso da comunicação social; e a web do museu de Arqueologia apresenta uma extensa oferta de materiais para download, dos quais destacamos comunicados à imprensa, programas, cartaz, folhetos, telões, convite, imagens do museu e da exposição, nota de imprensa, textos da exposição, logotipo de exposição, dados didácticos, apresentação e capa do catálogo, legendas das imagens, jornal da exposição, entre outros.

V. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As páginas web dos museus nacionais portugueses apresentam uma forte componente informativa; esta vai sendo, progressivamente, complementada pela disponibilização de variados recursos que abrangem os diferentes campos das acções museológicas e que se destinam a satisfazer as necessidades de diferentes tipos de públicos e aproveitando as vantagens da internet.

A utilização generalizada de sitios web pelos museus reforça a sua componente educativa e aprofunda a divulgação dos acervos museológicos, assim como, dos museus enquanto instituição.

Todavia a diversidade no modo como são concebidas as webs dos museus, e as informações, conteúdos e recursos que fornecem, refletem uma forma de encarar o museu e por vezes o desconhecimento das verdadeiras potencialidades da internet.

Dado o forte peso que as TIC têm na sociedade contemporânea, é necessário que as instituições culturais procurarem tirar partido das suas vantagens e minorar as desvantagens, pois estas são uma realidade que não se pode substituir. Paralelamente, devem valorizar o insubstituível de uma visita presencial ao museu ou espaço cultural, pois a experiência estética do contacto directo com o bem cultural não se pode reproduzir, nem num ambiente digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Adriana Mortara, (2006) [Comunicação, mesa 2: Avaliação educativa em Museus], 1º Encontro de Ações Educativas em Museus da cidade de S. Paulo, http://forumpermanente.incubadora.fapesp.br/portal/event_pres/encontros/dim-educ/doc/mesa2/a-mortara-apres
- BÁSCONES, P.; BERNI, P.; CARRERAS, C., (2006) "Evolución de los portales de museo: Hacia la aplicación de gestores de contenidos (CMS)". Jornadas sobre Indústria de Cultura Digital, Reinos, http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2006_portales.pdf
- CARRERAS, C., (2005) "Museos enredados. Nuevos dilemas, nuevos horizontes en Internet". En Carreras, C. (ed.) *Patrimonio cultural y tecnologías de la información y la comunicación. A la búsqueda de nuevas fronteras. Tendencias 2*, Cartagena, pp.161-182, http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2005_cartagena_ccarreras.pdf
- CARRERAS, C., (2005) "El estudio sobre el impacto de las nuevas tecnologías en el público de los museos". Revista Mus-A http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2005_mus-a_publico.pdf
- LÓPEZ DE PRADO, Rosario, (1998) "Museos en Internet: análisis de recursos documentales" en *VI Jornadas Españolas de Documentación - Los Sistemas de Información al Servicio de la Sociedad*. Valencia.
- LORAN, M., (2005) "Evaluación del uso de museos on-line". En Carreras, C. (ed.), *Patrimonio cultural y tecnologías de la información y la comunicación. A la búsqueda de nuevas fronteras. Tendencias 2*, Cartagena, pp. 227-250, http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2005_cartagena_mloran.pdf
- MUNILLA, G.; CARRERAS, C., (2003) "Tecnologías de la Información y la Comunicación, museos y patrimonio. Grupo ÒLIBA *Revista de Museología*, 24 e 25, pp. 44-60, http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2003_rdm.pdf
- SPERONI, M., BOLCHINI, D., PAOLINI, P., (2006) "Interfaces: Do Users Understand Them?", in J. Trant and D. Bearman (eds.). *Museums and the Web 2006: Proceedings*, Toronto: Archives & Museum Informatics <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/speroni/speroni.html>
- TEATHER, L., WILLHEM, K., (1999), "Web musing: evaluating museums on the web from learning theory to methodology", *Museums and the Web*, New Orleans, <http://www.archimuse.com/mw99/papers/teather/teather.html>

Todos los contenidos del Observatorio para la CiberSociedad están gobernados bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 3.0 Unported](#)
© Observatorio para la CiberSociedad 2013 / [Política de privacidad de datos](#) / [hola@arrobacibersociedad\[punto\]net](mailto:hola@arrobacibersociedad[punto]net)