

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**A PRESENÇA DIGITAL DOS MUSEUS DA REDE
PORTUGUESA DE MUSEUS**

Thais Lenzi Bressiani

Dissertação
Mestrado em Museologia e Museografia

Dissertação orientada pela Profa. Doutora Elsa Garrett Pinho

2024

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Eu Thais Lenzi Bressiani, declaro que a presente dissertação de mestrado intitulada “A presença digital dos museus da Rede Portuguesa de Museus”, é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas na bibliografia ou outras listagens de fontes documentais, tal como todas as citações diretas ou indiretas têm devida indicação ao longo do trabalho segundo as normas académicas.

O Candidato

Lisboa, 27 de outubro de 2024

RESUMO

Os desafios sociais, políticos, econômicos e tecnológicos que os museus têm enfrentado nas últimas décadas, colocam a sua presença digital como um dos fatores essenciais para manterem a sua relevância e alcançarem um melhor desempenho entre as suas audiências. Muitas instituições, no contexto internacional, já atingiram este objetivo e são capazes de operar com eficiência nas esferas física e virtual, cumprindo as suas funções enquanto alargam as suas audiências e expandem a sua capacidade financeira.

Diante deste contexto, o presente estudo visa contribuir para a compreensão da realidade da presença digital dos museus portugueses, por meio da análise de sua evolução histórica desde o final da última década do século XX, da avaliação de seus websites e da investigação das alternativas de presença online que adotam, como as redes sociais e o Google Arts & Culture.

Para tal, foram selecionados como objeto de estudo os 165 museus pertencentes à Rede Portuguesa de Museus (RPM) em 2023, para os quais foram enviados dois questionários com perguntas específicas sobre a sua presença digital, sendo também elaborada uma grelha de análise para avaliar os conteúdos de 92 websites identificados, a qual se estrutura em seis dimensões: Conteúdos Gerais do Website, Serviços de Divulgação e Comunicação, Serviço Educativo, Recursos Online, Acessibilidade e Design. Somado a essas ferramentas, foi realizada uma pesquisa sobre a história digital dessas instituições, fundamentada na bibliografia disponível.

A partir dos resultados obtidos, foi possível identificar a situação da presença online dos museus da RPM em 2023, refletir sobre o seu percurso digital e ponderar sobre a forma como estão a utilizar as ferramentas digitais para cumprir as suas funções museológicas.

Palavras-Chave:

Museus na Internet; presença digital; Rede Portuguesa de Museus; transição digital; websites de museus portugueses.

ABSTRACT

The social, political, economic, and technological challenges that museums have faced over recent decades have positioned their digital presence as a crucial factor in maintaining relevance and achieving better performance among their audiences. Many institutions, in the international context, have already reached this objective, demonstrating their ability to operate efficiently in both physical and virtual realms, fulfilling their roles while broadening their audiences and enhancing their financial capacity.

In light of this context, the present study aims to contribute to the understanding of the digital presence of Portuguese museums by analysing their historical evolution since the late 20th century, evaluating their websites, and investigating the online presence alternatives they adopt, such as social media and Google Arts & Culture.

To this end, the study selected 165 museums belonging to the Rede Portuguesa de Museus (RPM) in 2023 as its focus. Two questionnaires containing specific questions regarding their digital presence were distributed, and an analytical framework was developed to assess the content of 92 identified websites, structured around six dimensions: General Website Content, Communication and Outreach Services, Educational Services, Online Resources, Accessibility, and Design. In addition to these tools, a study of the digital history of these institutions was conducted, grounded in the available literature.

From the results obtained, it was possible to identify the state of the online presence of RPM museums in 2023, reflect on their digital journey, and consider how they are utilising digital tools to fulfil their museological functions.

Keywords:

Digital presence; digital transition; museums on Internet; Rede Portuguesa de Museus; websites of Portuguese museums.

Abreviaturas, siglas e acrónimos

APOM – Associação Portuguesa de Museologia

AVICOM – Comitê Internacional do ICOM para Audiovisual, Novas Tecnologias de Imagem, Som e Social Media

Cf. – Conforme

CMAG – Casa-Museu Anastácio Gonçalves

Cont. – Continua

DGPC – Direção-Geral do Património Cultural

DMCC – Departamento de Museus, Conservação e Credenciação

DRC – Direção Regional de Cultura

DRC Açores – Direção Regional de Cultura dos Açores

DRC Alentejo – Direção Regional de Cultura do Alentejo

DRC Algarve – Direção Regional de Cultura do Algarve

DRC Centro – Direção Regional de Cultura do Centro

DRC Madeira – Direção Regional de Cultura da Madeira

DRC Norte – Direção Regional de Cultura do Norte

EPE – Entidade pública empresarial

Ed. – Edição

ICOM – International Council of Museums

IMC – Instituto dos Museus e da Conservação

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPM – Instituto Português de Museus

LVT – Lisboa e Vale do Tejo

MMP – Museus e Monumentos de Portugal E.P.E

MNA – Museu Nacional de Arqueologia

MNAA – Museu Nacional de Arte Antiga

MNAC – Museu Nacional de Arte Contemporânea do Chiado

MNAz – Museu Nacional do Azulejo

MNE – Museu Nacional de Etnologia

MNFMC – Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo

MNM – Museu Nacional da Música

MNMC – Museu Nacional Machado de Castro
MNSR – Museu Nacional Soares dos Reis
MNT – Museu Nacional do Traje
MNTD – Museu Nacional do Teatro e da Dança
MO – Museu do Oriente
N.º – Número
OAC – Observatório das Atividades Culturais
PAQM – Programa de Apoio à Qualificação de Museus
POSC – Programa Operacional Sociedade do Conhecimento
POSI – Programa Operacional Sociedade da Informação
ProMuseus – Programa de Apoio a Museus da Rede Portuguesa de Museus
QCA – Quadro Comunitário de Apoio
Reg. Aut. – Regiões Autónomas
RPM – Rede Portuguesa de Museus
S.d. – Sem data
UE – União Europeia
UM – Universidade do Minho
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UTAD – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
V. – Ver
Vol. – Volume
WCAG – Web Content Accessibility Guidelines

Agradecimentos

Gostaria de expressar o meu agradecimento a todos aqueles que contribuíram para a concretização deste trabalho.

À Professora Elsa Garrett Pinho pela disponibilidade, ensinamentos e orientação;

Aos colaboradores dos museus que dispuseram do seu tempo para responder aos questionários;

Ao Arquivo.pt por armazenar tantas informações necessárias para a elaboração deste trabalho;

Ao Tiago pelo apoio e por assumir todas as tarefas das quais tive de me ausentar durante o período de conclusão deste trabalho;

À Mila e ao Pablo pela paciência e compreensão;

Ao meu pai e às minhas irmãs pelo apoio nesta transição de carreira.

Índice

Índice de Figuras	xii
Índice de Gráficos.....	xvi
Índice de Tabelas	xix
Introdução	1
Apresentação da Problemática.....	7
Objetivos do Estudo.....	8
Relevância do presente Estudo	8
Metodologia	10
Limitações do estudo	12
Estrutura da Dissertação	12
Capítulo 1 - A Rede Portuguesa de Museus (RPM)	13
1.1 Os antecedentes	13
1.2 RPM, da criação à atualidade.....	15
1.3 Os museus da RPM.....	18
1.4 As Linhas Programáticas	20
1.5 O website da RPM	21
1.6 Resumo do capítulo.....	24
Capítulo 2 - Museus portugueses no ecossistema digital.....	26
2.1 Os Programas de Apoio	26
2.1.1 POSI (<i>Programa Operacional Sociedade da Informação</i>).....	26
2.1.2 POSC (<i>Programa Operacional Sociedade do Conhecimento</i>).....	26
2.1.3 PAQM (<i>Programa de Apoio à Qualificação de Museus</i>)	27
2.1.4 ProMuseus (<i>Programa de Apoio a Museus da Rede Portuguesa de Museus</i>)27	27
2.2 Breve história dos websites dos museus da RPM.....	28
2.2.1 A década de 1990-1999	28

2.2.1.1 O Projeto Geira.....	29
2.2.1.2 O primeiro portal Instituto Português de Museus (IPM).....	33
2.2.1.3 Outros Museus online.....	36
2.2.1.4 As três tipologias de Websites.....	37
2.2.2 A década de 2000-2009.....	38
2.2.2.1 O IPM e os museus da RPM (2000-2007).....	39
2.2.2.2 O IMC - Instituto dos Museus e da Conservação, I.P. e os museus da RPM	50
2.2.2.3 Os Museus da RPM e o PAQM.....	60
2.2.2.4 Os Museus da RPM e o ProMuseus.....	63
2.2.2.5 Museus da RPM e outros programas e projetos.....	63
2.2.2.6 Fundação Calouste Gulbenkian: um caso particular.....	65
2.2.2.7 Resumo da década.....	66
2.2.3 A década de 2010-2019.....	70
2.2.3.1 Os Museus da RPM em contexto da criação da DGPC.....	73
2.2.3.2 O ProMuseus na segunda década do séc. XXI.....	77
2.2.3.3 Resumo da década.....	79
2.2.4 Primeiros anos da década atual: 2020-2024.....	82
2.2.4.1 ProMuseus a partir da terceira década do séc. XXI.....	85
2.2.4.2 A Museus e Monumentos de Portugal, E.P.E.	89
2.2.4.3 Os websites dos museus da RPM em 2023.....	93
2.3 Museus da RPM noutras plataformas digitais.....	94
2.3.1 Blogs.....	94
2.3.2 As Redes Sociais.....	101
2.3.2.1 Breve evolução das Redes Sociais dos Museus da RPM.....	106
2.3.2.2 Redes Sociais dos Museus e a Pandemia de Covid-19.....	110

2.4 Sistemas de Gestão do património museológico	115
2.4.1 <i>Os Sistemas de Informação do Ministério da Cultura e da empresa Sistemas do Futuro</i>	116
2.4.1.1 <i>A marca MATRIZ, do Ministério da Cultura</i>	116
2.4.1.2 <i>As aplicações da Sistemas do Futuro</i>	124
2.5 Resumo do capítulo.....	128
Capítulo 3 – A presença digital dos Museus da RPM em 2023. Levantamento e atualização dos dados	129
3.1 Objetivos da investigação	129
3.2 Técnicas e instrumentos de recolha de dados, seleção da população e amostra e recolha de dados.....	129
3.3 Tratamento de dados	133
3.4 Análise dos Resultados	133
3.4.1 <i>Análise das respostas ao questionário principal</i>	133
3.4.2 <i>Análise das respostas ao questionário complementar</i>	153
3.4.3 <i>Grelha de Análise</i>	159
3.5 Resumo do capítulo.....	178
Considerações Finais	181
Referências Bibliográficas	194
Fontes consultadas	194
Legislação consultada	211
APÊNDICES	214
APÊNDICE A - Museus da Rede Portuguesa de Museus em 2024 e atualização de tutelas dos museus do Ministério da Cultura	214
APÊNDICE B – Questionário Principal	221
APÊNDICE C - Email enviado aos Museus solicitando o preenchimento do Questionário Principal	230

APÊNDICE D – Grelha de Análise	231
APÊNDICE E – Questionário Secundário.....	235
ANEXOS.....	237
ANEXO A - Museus da Rede Portuguesa de Museus em 2023	237
ANEXO B – Projeto apoiados pelo PAQM 2001.....	244
ANEXO C – Projetos apoiados pelo PAQM 2002	248
ANEXO D – Projetos apoiados pelo PAQM 2003	253
ANEXO E – Projetos apoiados pelo PAQM 2004	259
ANEXO F – Projetos apoiados pelo PAQM 2005.....	264
ANEXO G - Projetos apoiados pelo ProMuseus 2007	268
ANEXO H - Projetos apoiados pelo ProMuseus 2019	271
ANEXO I – Projetos apoiados pelo ProMuseus 2021	274
ANEXO J – Projetos apoiados pelo ProMuseus 2023.....	277

Índice de Figuras

Figura 1 - primeiro registo do site da RPM no arquivo.pt datado de abril de 2005.	21
Figura 2 - Registo da página da RPM incorporada no site do IMC (junho 2009).....	22
Figura 3 - Registo da página da RPM incorporada no site do DGPC (fevereiro, 2016). 23	
Figura 4 - subpágina rpm no site da Museus e Monumentos de Portugal E.P.E. em junho de 2024.	24
Figura 5 - Website do Museu Abade de Baçal registo do arquivo.pt em setembro de 1999.	33
Figura 6 - Página Inicial do primeiro site do IPM em janeiro de 1998.	35
Figura 7 - Página Inicial do primeiro site do IPM em janeiro de 1998	35
Figura 8 - Primeiro site do Museu dos Transportes e das Comunicações, registo de julho de 1997.	37
Figura 9 - Novo website do IPM fonte Arquivo.pt, na subpágina dedica ao Museus dos Coches.	40
Figura 10 – Website IPM 2 de novembro de 2000 – Dificuldade de legibilidade texto azul sobre fundo negro. Fonte: Arquivo.pt.....	41
Figura 11 - 1º registo do website do Museu Nacional Soares dos Reis encontrado no Arquivo.pt datado de junho de 2002. Fonte: Arquivo.pt.....	42
Figura 12 - Primeiro registo do website da Casa-Museu Anastácio Gonçalves encontrado no arquivo.pt datado de agosto de 2002. Fonte: Arquivo.pt.....	42
Figura 13 - Registo do 1º website do Museu Nacional do Traje em outubro de 2002... 43	
Figura 14 - Registo do 1º website do Museu Nacional do Teatro e da Dança em junho de 2002.	43
Figura 15 - Registo do website do Museu Nacional de Arte Antiga em agosto de 2002.	44
Figura 16 - Registo do website do Museu Nacional de Etnologia em maio de 2002.....	44
Figura 17 - Página inicial do site do MNA em junho de 2002 a oferecer conteúdo em português, francês e inglês. Fonte: Arquivo.pt.....	47
Figura 18 - Website do MNA em junho de 2002.	47
Figura 19 - Página do Museu Monográfico de Conímbriga em agosto de 2003.....	48
Figura 20 - Site do IMC em outubro de 2008 a utilizar a estrutura do extinto.....	51
Figura 21 - Novo portal do IMC em junho de 2009	51

Figura 22 - Página inicial do MNSR em outubro de 2008.	53
Figura 23 - Nova página do MNSR em junho de 2009.	54
Figura 24 - Página do MNT em outubro de 2008 com a seguinte informação: “Página em Reestruturação: A Resolução do Conselho de Ministros nº155/2007, de 2 de outubro, determinou a obrigatoriedade de os sítios da Internet dos serviços e organismos público”.	54
Figura 25 - Página Inicial do MNC em outubro de 2007.	55
Figura 26 - Página Inicial do MNC em março de 2008.	55
Figura 27 - Website do Palácio Nacional da Ajuda em junho de 2010.	57
Figura 28 - Website do Palácio Nacional de Queluz em dezembro de 2009.	57
Figura 29 - Página inicial do website do Museu de Alberto Sampaio em dezembro de 2009.	59
Figura 30 - Página inicial do website do Palácio Nacional da Ajuda em junho de 2010.	60
Figura 31 - Website do EcoMuseu do Seixal em outubro de 2003.	61
Figura 32 - Página inicial do website do Museu da Luz em abril de 2007 antes da reformulação e em setembro de 2009, após a reformulação. Fonte: Arquivo.pt.	64
Figura 33 - Página inicial do website da Fundação Gulbenkian em novembro de 2013 com ligações para as suas redes sociais. Fonte: Arquivo.pt.	65
Figura 34 - website do Museu Angra do Heroísmo em dezembro de 2009.	67
Figura 35 - Exemplo da página do Museu da Graciosa dentro do website da DRC Açores.	67
Figura 36 - Registo de 2009 no Arquivo.pt da Página da Casa-Museu Frederico de Freitas hospedada dentro do website Museu MAC. Fonte: Arquivo.pt.	68
Figura 37 - Página do Museu de Arte Contemporânea de Serralves dentro do site da Fundação em dezembro de 2009. Fonte: Arquivo.pt.	69
Figura 38- Website do museu de Lamego em novembro de 2013.	75
Figura 39 - Novo website do Museu Nacional de Arqueologia em 2018.	76
Figura 40 - Website do Museu de Penafiel que inclui linguagem gestual, leitura de conteúdo em voz alta e aumento de texto. Fonte: Website do Museu ((https://www.museudepenafiel.com/))	86

Figura 41 - Situação dos websites dos MNT, MNTD, MNMC, Palácio Nacional da Ajuda e Palácio Nacional de Mafra, em abril de 2023. Fonte: Endereços eletrónicos dos museus acessados pelo navegador Google em abril de 2023.	90
Figura 42 - Website do MNAz em abril de 2023 e agosto de 2024.	91
Figura 43 – A cinco de agosto de 2024, a ligação da caixa de informações do Google através do botão "website" direcionava para a página do Facebook do MNT. Fonte: Navegador Google.....	91
Figura 44 - A cinco de agosto de 2024, a ligação da caixa de informações do Google através do botão "website" do MNMC direcionava para a página da CM Coimbra. Fonte: Navegador Google.....	92
Figura 45 - A cinco de agosto de 2024, a ligação da caixa de informações do Google através do botão "website" do Palácio Nacional de Mafra direcionava para a página inserida no portal do Património Cultural. Fonte: Navegador Google.....	92
Figura 46 - Imagem do blog do Serviço Educativo do Museu Nacional de Arqueologia.	97
Figura 47 - Blog do Museu Joaquim Manso, que foi utilizado até a criação do website do museu em 2018. Fonte: http://mdjm-nazare.blogspot.com/	98
Figura 48 - Blog da Parques de Sintra, alojado dentro do seu website em 26/08/2024.	100
Figura 49 - Blog da Casa de Camilo em agosto de 2024, última entrada realizada em setembro de 2023. Fonte: https://casadecamilo.wordpress.com/	100
Figura 50 - Última postagem do blog do Museu do Carro Elétrico que referia o Estado de Emergência ocasionado pela epidemia de SARS-Covid. Fonte: (https://museucarroelectrico.wordpress.com/).....	101
Figura 51- Newsletter da Fundação Serralves recebida a 23 julho de 2024 que celebrava os 165 mil seguidores no Instagram. Fonte: Newsletter da Fundação Serralves (julho de 2024).....	106
Figura 52 - O site do MNAz em julho de 2011 já apresentava ligação para a rede social Facebook.....	107
Figura 53 - O site do MNAA em janeiro de 2012 já apresentava no seu menu ligação para as suas redes sociais. Fonte: Arquivo.pt	108

Figura 54 - O site da Fundação Gulbenkian em janeiro de 2011 já apresentava no seu menu ligação para as suas redes sociais. Fonte: Arquivo.pt.....	108
Figura 55 - A página inicial do Matriznet em abril de 2024.	121
Figura 56 - A página inicial do Raiz em setembro de 2024.	124

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Presença digital dos museus da RPM através de ligação apresentada na sua página em 2009. Fonte: Elaborado pela autora.	70
Gráfico 2 – Resultados do ProMuseus 2019, consultado em agosto de 2023.....	79
Gráfico 3- Presença digital dos museus da RPM conforme informações coletadas na sua página em dezembro de 2019 (via Arquivo.pt).	80
Gráfico 4 – Presença digital x tutela conforme página da RPM em dezembro de 2019 (via Arquivo.pt). Fonte: Elaborado pela autora.	81
Gráfico 5 - Comparação dos resultados de 2009 e 2019.	81
Gráfico 6 - Resultados ProMuseus 2021.	87
Gráfico 7- Resultados ProMuseus 2023.	88
Gráfico 8 - Museus da RPM com website próprio em 2023.	93
Gráfico 9 - Comparação de resultados entre estudos.	94
Gráfico 10 - Adesão às redes sociais entre os museus da RPM em 2023.	113
Gráfico 11- Museus da RPM com perfil no Facebook em 2023.	113
Gráfico 12- Museus da RPM com perfil no Instagram em 2023.....	113
Gráfico 13 - Museus da RPM com perfil no YouTube em 2023.	114
Gráfico 14 - Museus da RPM com perfil no Twitter/X em 2023.....	114
Gráfico 15 - Museus da RPM com perfil no TikTok em 2023.....	115
Gráfico 16- Digitalização dos Inventários dos Museus e Palácios do IMC -I.P.	120
Gráfico 17 - Museus respondentes x tutelas.	134
Gráfico 18 - O museu está a investir em ferramentas digitais?	135
Gráfico 19 - O Museu aumentou a sua oferta digital a partir da pandemia de COVID-19?	137
Gráfico 20 - Ferramentas digitais utilizadas pelos museus da RPM durante a pandemia de COVID-19.	137
Gráfico 21 – OS serviços online iniciados durante a pandemia de COVID-19 mantêm-se até hoje?.....	138
Gráfico 22 - Recursos humanos x marketing e comunicação digital. Fonte: Elaborado pela autora.....	139
Gráfico 23 - O museu possui website próprio?	140
Gráfico 24 - Número de plataformas digitais utilizadas pelos museus.	143

Gráfico 25 - Redes sociais e plataformas digitais mais populares entre os museus da RPM.....	144
Gráfico 26 - Museu sem website próprio, com presença digital em outras plataformas digitais.	144
Gráfico 27 – Plataformas desejadas pelos museus para ampliar sua presença digital além das já utilizadas.....	146
Gráfico 28 - Ano de criação de página no Facebook (dados de 69 museus respondentes).	147
Gráfico 29 - Plano de comunicação para postagens no Facebook.	147
Gráfico 30 - Número de seguidores no Facebook entre janeiro e março de 2023.	148
Gráfico 31 - Ano de criação de página no Instagram (dados de 53 museus respondentes).	149
Gráfico 32 - Plano de comunicação para postagens no Instagram.	150
Gráfico 33 -Número de seguidores no Facebook entre janeiro e março de 2023.	151
Gráfico 34 - Avaliação da eficácia da atividade digital no alargamento do público do museu.....	152
Gráfico 35 - Compreensão do público online.....	152
Gráfico 36 - Museus respondentes x tutelas.	154
Gráfico 37 - Ano de criação do website entre 70 museus da RPM.	155
Gráfico 38 - Museus com websites ativos/inativos entre janeiro e março de 2023 (78 respondentes).	156
Gráfico 39 - Períodos sem website (após criação de website próprio).....	156
Gráfico 40 - Quantidade de vezes que o website foi redesenhado/reformulado e/ou trocou de domínio/endereço eletrônico.	157
Gráfico 41 - Distribuição de tutelas entre os 92 museus detentores de website próprio.	160
Gráfico 42 - Distribuição das regiões entre os 92 museus detentores de website próprio.	160
Gráfico 43 - Informações disponibilizadas na Caixa de informações da ferramenta de pesquisa Google.....	161
Gráfico 44- Informações disponibilizadas sobre os museus.	164
Gráfico 45 - Conteúdos disponibilizados sobre as Coleções.....	165

Gráfico 46 - Museus com coleção online.	166
Gráfico 47 - Oferta de visitas online às coleções.	166
Gráfico 48 - Informações sobre exposições.	168
Gráfico 49 - Venda de bilhetes online.	168
Gráfico 50- Loja online e informações sobre loja física.	169
Gráfico 51 – Publicações para download e para a venda.	169
Gráfico 52 - Serviços de divulgação e comunicação oferecidos.	171
Gráfico 53 - Conteúdo online do Serviço Educativo.	172
Gráfico 54 - Ligações presentes nos websites para redes sociais.	173
Gráfico 55 - Partilha de recursos através de plataformas digitais.	173
Gráfico 56 – Recursos partilhados nos websites.	174
Gráfico 57 - Informações no website sobre Acessibilidade no espaço físico dos museus.	175
Gráfico 58 - Versões de idioma oferecidos nos websites.	176
Gráfico 59 - Critérios avaliados no contexto do design dos websites.	177
Gráfico 60 - Museus que ofereciam no seu website ligação para exposições no Google Arts & Culture.	178

Índice de Tabelas

Tabela 1- Projetos Candidatos aos PAQM de 2001 a 2004.	61
Tabela 2 - Fontes de Financiamento para ferramentas digitais utilizadas pelos museus da RPM.	136

Introdução

Análises mais prospectivas sugerem que a evolução das tecnologias está entre os fatores que afetarão a performance dos museus no futuro, a par com as alterações demográficas, o incremento da mobilidade, a retração das políticas públicas, assim como o paradigma da sustentabilidade e da participação. (Filipe & Camacho, 2018, p.48)

Nas primeiras décadas deste século, testemunhámos uma transformação profunda na infraestrutura cultural. Instituições tradicionais, onde se incluem os museus, antes consideradas símbolos de continuidade e segurança e que resistiam a mudanças disruptivas, estão sendo reconfiguradas. Sob a condição de “adaptarem-se ou desaparecerem” (Black, 2012, pg.1), os museus já não operam como instituições estáticas e fixas, pelo contrário, encontram-se em constante transformação, demonstrando uma notável capacidade de adaptação à mudança e a momentos de crise (Camacho et al., 2021; Black, 2012; Farber, 2022). Tais transformações são resultado dos desafios sociais, políticos, econômicos e tecnológicos que os museus enfrentaram nas últimas décadas, levando-os a reavaliar seu papel na sociedade. Nesse contexto, buscam novos caminhos para a ela se integrarem, ao mesmo tempo em que se esforçam para oferecer benefícios sólidos, custo-efetivos e respaldados social e politicamente. (Black, 2012; Castells, 2009; Knell, 2009).

Manuel Castells (Rede Portuguesa de Museus, 2001b) também busca delinear o papel das instituições culturais no início do atual século: devem estabelecer conexões entre o local e o global, entre tradição e futuro, e entre diversas culturas e identidades. Embora enraizados em comunidades locais, os museus estão interligados a fluxos globais de informação, contextualizando a herança cultural nas sociedades contemporâneas. Nesse sentido, eles funcionam como ícones de lugares e conectores de tempos, essenciais para restaurar a comunicação e promover significados em um mundo fragmentado, unindo experiências físicas e digitais para enriquecer a interação com o público.

Os museus enfrentam desafios económicos significativos ao equilibrar suas funções educativas e culturais com a necessidade de sustentabilidade financeira, essa

tensão entre atrair públicos-alvo, competir por atenção e recursos, e continuar cumprindo seus papéis sociais e históricos representa um dos maiores desafios económicos para os museus de hoje (Bautista, Black, 2012, Faber et al., 2022).

Como coloca Dickinson (2018) “os museus são, por um lado, percebidos como espaços educativos e de experiência, e, por outro, como componentes institucionais da infraestrutura do turismo cultural” [tradução livre] (p. 36). No contexto educativo, as exposições e programas acarretam uma série de custos que nem sempre podem gerar receitas diretas, enquanto no que se refere ao seu papel como infraestrutura do turismo cultural, atraem visitantes e contribuem para a economia local. No entanto, competem diretamente com outras formas de entretenimento e atrações culturais, o que os obriga a inovar constantemente para manter a atenção do público e justificar a sua relevância. A pandemia de COVID-19, por exemplo, mostrou como uma dependência excessiva do turismo pode ser uma fragilidade económica, levando muitos museus a encerrar temporariamente ou a buscar novos modelos de financiamento. Entre outros desafios, os museus também competem no setor cultural mais amplo, disputando o tempo e o interesse dos públicos com cinemas, festivais, shows e outras atividades de lazer. Sem perder de vista suas missões culturais e educacionais, o investimento em experiências digitais e marketing para preservação e captação de audiências consiste numa importante estratégia para se manterem financeiramente viáveis (Bautista, 2014, Pedro, 2009, Remelgado 2014).

Nesta lógica, conforme Giannini e Bowen (2019), à medida que as instituições museológicas ampliam seu foco nos usuários e visitantes, elas assumem novos papéis e responsabilidades relacionados ao engajamento do público, à comunicação de significados através de suas coleções, à criação de experiências educativas e, sobretudo, à conexão com a vida e a cultura digital contemporâneas. Esses aspetos são fundamentais para o fortalecimento e a sustentabilidade do ecossistema museológico. Nesse contexto, o foco dos museus não se restringe apenas aos visitantes presenciais; ao contrário, se expande para incluir visitantes online, criando novas maneiras de comunicação que se apoiam nas ferramentas digitais disponíveis. Dentro deste novo cenário, a tecnologia disponível e a presença digital emergem como ferramentas essenciais para as novas formas de comunicação e conexão na sociedade do século XXI; simultaneamente, à medida que a sociedade se torna mais dependente das tecnologias, os museus precisam

se adaptar e expandir suas atividades online (Bautista, 2014; Camacho et al., 2021; Carvalho & Matos, 2019). A comunicação digital não apenas aumenta a visibilidade e o engajamento do público, mas também abre novas oportunidades financeiras, permitindo que os museus se tornem mais resilientes e sustentáveis em um ambiente cultural em constante mudança.

Ao analisarmos a nova definição de museus publicada pelo International Council of Museums (ICOM)¹ em 2022, que além de incluir as funções tradicionais, os caracteriza como instituições dinâmicas e inclusivas, que promovem a diversidade e a sustentabilidade e a participação das comunidades e a atuação ética e profissional, veremos que a transição digital oferece ferramentas e plataformas que possibilitam atender às novas funções e expandir suas capacidades de interação e engajamento. As tecnologias digitais, nesse caso, permitem que os museus alcancem e envolvam uma audiência mais ampla, promovam a participação do público em sua programação e potencializem a missão de serem espaços de aprendizado e intercâmbio cultural.

No âmbito da comunicação é importante ir além da Internet e trazer a atenção também aos dispositivos móveis, “a vulgarização do acesso a smartphones com ligação à Internet, permitiu a combinação frutuosa da Web com as tecnologias móveis. Estas servem não apenas para comunicação telefônicas simples, mas também para aceder e até produzir informação” (Lagarto, 2018, p. 93). Dentro deste contexto, vários autores destacam a relevância dos telemóveis, Kelly (2011) afirma que para os museus alcançarem sucesso e popularidade, devem operar em três esferas física, da Internet e móvel (dispositivos móveis). No caso de Faber et al. (2022), os autores afirmam que no futuro, o desenvolvimento do público e a gestão das relações com os visitantes ocorrerão simultaneamente em quatro níveis distintos: no local – o visitante está no museu físico; fora do local, o visitante está fora do museu físico, por exemplo, em um espaço urbano público ou a caminho do museu; no site, o visitante em potencial navega no site do museu; online, o visitante em potencial navega na internet ou utiliza redes sociais. Diante disso, podemos confirmar o papel de destaque dado à comunicação digital através do website próprio e das redes sociais.

¹ ICOM Portugal. URL: <https://icom-portugal.org/2022/09/30/nova-definicao-de-museu-2/>

Desde os anos 90 do século anterior, os websites consolidaram-se como a primeira presença digital oficial dos museus, estabelecendo-se como uma nova porta de entrada para o público, constantemente disponíveis e acessíveis de qualquer localidade dotada de internet. Conforme Pinho (2007), “a generalização de sítios web de museus possibilitou que estes passassem a ser um dos mais importantes meios para difundir e promover instituições museológicas, a sua história, ação e iniciativas, através da disponibilização de um conjunto de informações e recursos” (p.1). Bautista (2014), por sua vez, enfatiza o papel de ferramenta essencial para os museus apoiarem o desenvolvimento de interesses específicos, enquanto fortalecem os laços sociais com os seus públicos. Giannini & Bowen (2019), também discorrem sobre a evolução dos websites, que vêm sendo redesenhados e atualizados de maneira a refletir as novas estratégias digitais, centradas na conexão entre a experiência física e a online do museu, com foco em exposições e coleções.

Além dos websites, as redes sociais, também essenciais para os museus, estão a ter um profundo efeito na nossa sociedade, transformando a maneira de nos comunicarmos, promovendo a participação e alterando a nossa perceção de “lugar”. Segundo Macedo (2014) elas complementam os websites, e promovem práticas participativas, cooperativas e sociais em que as experiências são construídas e partilhadas em ambientes virtuais, além de serem maioritariamente acedidas a partir de dispositivos móveis.

Atualmente, os termos “presença digital”, “transição digital” e “maturidade digital” são bastante difundidos e consistem em conceitos inter-relacionados que desempenham papéis cruciais na transformação dos museus no cenário contemporâneo. A presença digital, que se define como o alvo desta dissertação, refere-se à forma como uma organização se apresenta e interage no ambiente virtual, englobando o website oficial, redes sociais e estratégias de marketing digital; supostamente, estes elementos devem trabalhar de forma coordenada para garantir uma presença digital integrada e acessível em diferentes canais online. Essa presença é vital para estabelecer conexões com o público, promover eventos e exibições e facilitar o acesso a coleções. É também importante ter atenção na sua aplicação, conforme Carvalho & Matos (2019) “o potencial das ferramentas digitais não consiste num fim em si mesmo, mas como um dos meios

(potencialmente) disponíveis para ajudar os museus a alcançarem a sua missão e objetivos estratégicos” (p.2).

Por outro lado, a transição digital diz respeito ao processo mais amplo de adoção e integração de tecnologias digitais nas operações e na experiência do visitante. Giannini & Bowen (2019), por sua vez, afirmam que a Web impulsionou a transformação digital, direcionando-a para interfaces visuais e dispositivos móveis, como smartphones e outros aparelhos digitais pessoais, desencadeando rápido crescimento da cultura digital. O termo ganhou mais popularidade na década de 2010, com o advento de estratégias digitais em larga escala, e recebeu atenção global com a pandemia de COVID-19, que obrigou muitas instituições a acelerarem a adoção de soluções digitais para manter sua relevância e operação. Esse processo envolve, por exemplo, a digitalização de acervos, a inovação nas experiências oferecidas ao público e a automação de processos administrativos.

A maturidade digital corresponde ao estágio em que uma instituição alcança um elevado nível de integração e utilização eficaz das tecnologias digitais, culminando numa infraestrutura digital sólida. Nesse contexto, o website transcende a mera função informativa, ao incorporar visitas virtuais, navegação em coleções online e interação através de redes sociais e aplicações móveis. O envolvimento do público e a acessibilidade são potenciados pela utilização de dados e análises que orientam a tomada de decisões estratégicas. Paralelamente, com ênfase na sustentabilidade e na inovação, adotam novas tecnologias, como a realidade aumentada, a realidade virtual e a inteligência artificial.

São muitos os museus estrangeiros que têm uma presença digital consolidada e seus websites e comunicação nas redes sociais consistem em referências de boas práticas de marketing digital e de relacionamento com as audiências. Nesse caso, os websites não funcionam apenas como vitrines de suas coleções, mas também como portais de conhecimento e interação, através deles é possível realizar visitas virtuais, explorar a coleção através de imagens 2D e 3D em alta resolução, acessar informação detalhada sobre as exposições e catálogos, participar de fóruns, comprar bilhetes, subscrever newsletters e comprar produtos da loja do museu, entre outras opções.

Contudo, a resposta dos museus à transformação digital varia significativamente, apresentando desigualdades em termos de recursos humanos, financeiros e tecnológicos disponíveis para essa adaptação (Camacho et al., 2021; Carvalho & Matos, 2019). No

caso dos museus portugueses, o *Relatório Final do Grupo de Projeto Museus no Futuro*² afirma que a presença digital é vista como essencial para aumentar a visibilidade dos Museus, Palácios e Monumentos (MPM) em Portugal e para engajar públicos de diferentes idades e contextos culturais, promovendo um acesso mais diversificado e interligado entre as dimensões digital e física. “A visibilidade dos MPM está crescentemente ligada à sua presença no ambiente digital e aos encontros com públicos, de diferentes níveis etários, culturais e cognitivos, que procuram online informação relevante e frequentemente produzem novos conteúdos com base no património cultural”. (Camacho et al., 2021, p. 76). No que concerne às redes sociais, o Relatório também afirma que os públicos “continuarão a dar importância às redes sociais para a partilha de informação e experiências.” (Camacho et al., 2021, p. 89).

Apesar de uma notável evolução, são vários os estudos que apontam deficiências na presença online dos museus portugueses ao longo dos anos. Carvalho & Matos (2019), por exemplo, sublinharam a ausência de autonomia na gestão direta dos websites que ocasiona limitações na visibilidade de conteúdos e de atualizações criando constrangimentos para o desenvolvimento de uma estratégia digital. Estudos anteriores com os de Pedro (2009), Monteiro & Silva (2009), Moura (2012), Macedo (2014), Remelgado (2014), Santos et al. (2017) também apontam para desafios enfrentados na colocação online dos museus portugueses. Vera Lúcia Faria Teixeira Moura concluía, em 2012, que “os sítios Web dos museus portugueses disponibilizam na sua maioria informação geral; (...) as ferramentas Web 2.0 ainda se encontram pouco utilizadas, (...) e a utilização das potencialidades da Internet faz-se de forma limitada” (p.120). Enquanto Santos et al., (2017) analisaram a presença digital dos websites e identificaram apenas 36% de instituições com website próprio, 41% com informações na página da tutela e 23% que não dispunham desta presença. Quanto às redes sociais, o mesmo estudo referia que cerca de dois terços dos museus respondeu estar presente em pelo menos uma das plataformas.

Embora o número de instituições museológicas no país seja considerável – novamente segundo Santos et al., (2017) até dezembro de 2015 existiam 710 entidades

² O Grupo de Projeto Museus no Futuro, criado pela Resolução do Conselho de Ministros nº 35/2019, visa modernizar e revitalizar museus em Portugal. Composto por especialistas, o grupo aborda gestão, acessibilidade e digitalização, desenvolvendo estratégias e recomendações para garantir a sustentabilidade e inovação das entidades museológicas.

autodenominadas museu -, optou-se por delimitar a presente análise aos 165 museus que integravam a Rede Portuguesa de Museus (RPM) em 2023³, por serem os museus reconhecidamente credenciados, em conformidade com a Lei-Quadro dos Museus Portugueses (2004), que assegura o reconhecimento oficial da sua qualidade técnica e profissional. A RPM, “o mais auspicioso e consistente elemento de uma política museológica nacional” (Raposo, 2008, p.1), caracteriza-se por uma notável diversidade no que se refere às tutelas, à tipologia, ao território, aos espaços físicos, às atividades desenvolvidas, à relação com as comunidades e aos modelos de gestão, o que permite avaliar uma realidade complexa e diversificada em vários níveis. Além disso, destaca-se o perfil e a escala heterogénea dos seus integrantes, entre os quais podemos encontrar os Museus Nacionais, museus da Administração Local e museus de outras tutelas.

Apresentação da Problemática

Diante da importância da transição digital para os museus do século XXI, possuir uma presença online sólida e eficiente é um grande passo para alcançar a maturidade digital nesse novo cenário. Muitas instituições, no contexto internacional, já atingiram este objetivo e são capazes de operar com eficiência nas esferas física e virtual, cumprindo as suas funções enquanto alargam as suas audiências e expandem a sua capacidade financeira. A Tate Modern (Londres), o Museu Guggenheim Bilbao e o Rijksmuseum (Amsterdão) são apenas alguns exemplos que podemos nomear de presenças digitais de sucesso. Ao mesmo tempo sabemos que esse processo não acontece de maneira transversal a todos os museus e são muitos os entraves encontrados no caminho para a digitalização.

Portanto, dentro deste contexto, procurámos encontrar respostas para as seguintes interrogações: O que acontece em Portugal? Qual a história da presença digital dos museus que atualmente integram a RPM? Como era a sua presença digital em 2023? Como estão a comunicar as funções museológicas na *Web*? Como partilham o conhecimento na modalidade *online*? Como são os seus websites? Como os museus

³ Em 2024 a RPM já soma 169 museus, que só pontualmente serão referidos neste estudo, em virtude da recolha de dados ter ocorrido maioritariamente em 2023.

oferecem virtualmente opções de interação com o público e de acessibilidade? E ainda, quanto a pandemia de 2020 acelerou a digitalização dessas instituições?

Assim, este estudo tem como objetivo traçar a trajetória da presença digital dos museus portugueses desde o surgimento dos primeiros websites, a partir dos anos 90 do século anterior, até uma análise aprofundada da sua situação em 2023.

Objetivos do Estudo

Consoante o supramencionado, o presente estudo apresenta como objetivos:

- Traçar a história da presença digital dos 165 museus que em finais de 2023 faziam parte da Rede Portuguesa de Museus (RPM);
- Investigar e apresentar o ponto de situação da presença digital dos museus da RPM em 2023;
- Analisar os conteúdos disponibilizados pelos referidos museus nos seus websites;
- Refletir sobre o percurso da presença digital dos museus da RPM;
- Refletir sobre como os museus estão a utilizar as ferramentas digitais para cumprirem as funções museológicas.

Relevância do presente Estudo

A pesquisa que realizámos para definir o Estado da Arte da temática em estudo teve por balizas cronológicas os anos de 1995 e 2023. A partir da metade da primeira década dos anos 2000, foram desenvolvidas algumas dissertações de mestrado e teses de doutoramento com a temática orientada para a presença digital dos museus. Este assunto, no entanto, não estava circunscrito aos cursos pós-graduados de Museologia e/ou de Património Cultural, mas também figurava em estudos realizados no âmbito da Comunicação, Marketing, Sistemas de Informação, Economia e Educação. Apesar da diversidade de cursos e enfoques, essas investigações conseguiram alguns critérios em comum, que foram importantes para a elaboração deste estudo. Esses trabalhos académicos, independentemente da área científica em que haviam sido desenvolvidos, apresentavam informações referentes aos websites, às redes sociais e às plataformas digitais utilizadas pelas instituições museológicas, muitas vezes incluindo os museus da

RPM, o que nos permitiu comparar dados e identificar alterações em relação ao ano de 2023, e ainda traçar uma linha evolutiva baseada nesses dados prévios. Existem também outros trabalhos identificados que se relacionam com a temática de museus portugueses e do digital, mas que, no entanto, se focam numa amostragem mais restrita, limitando-se a alguns museus nacionais e museus fora do universo da RPM. Há ainda trabalhos na área de comunicação que se centram apenas no *social media* de instituições museológicas específicas e os analisam do ponto de vista do *marketing* e da comunicação, mas que também ofereceram algumas informações de relevância para este trabalho.

Dada a atual velocidade dos avanços da tecnologia e das ferramentas digitais, a pandemia de COVID-19, as novas demandas impostas aos museus e a nova definição de museu do ICOM, pareceu-nos pertinente apresentar no início da segunda década do atual século, a situação da presença digital dos museus da RPM. Apesar de ela já ter sido alvo, na década anterior, de outras dissertações de mestrado, nomeadamente Pedro (2009), Moura (2012), Macedo (2014), e de uma tese de doutoramento, Remelgado (2014), fazia-se necessário um novo ponto de situação neste universo que progride de maneira tão veloz, e funciona, de certa forma, a dar continuidade a esses estudos, embora através de critérios diferentes, uma vez que vêm de uma área do Saber exterior à Museologia e Museografia. Além disso, a história da presença digital dos museus da RPM ainda não havia sido realizada de uma maneira extensa e detalhada e tampouco vista para além do período pós-pandemia.

É importante também mencionar os dois questionários e a grelha de análise por nós criados, que podem ser usados como referência para outros trabalhos deste género. Trata-se de documentos úteis, criados a partir da análise de relatórios nacionais e internacionais, de websites de museus de destaque internacional e de estudos anteriores.

Desta maneira, o presente estudo busca compreender como os museus da Rede Portuguesa de Museus (RPM) estavam gerindo a sua presença digital em 2023. Espera-se que os resultados que seguidamente apresentamos sirvam não apenas como um recurso para se compreender e diagnosticar a presença online de parte desta realidade nacional, mas que permitam refletir sobre seus êxitos tanto quanto sobre os seus desafios enfrentados na esfera da comunicação digital. Finalmente, dado o carácter dinâmico e acelerado da transformação digital, torna-se crucial visitar periodicamente a presença

online dos museus portugueses, criando assim oportunidades para estudos contínuos que acompanhem e apoiem sua evolução nesse contexto em constante mudança.

Metodologia

Os objetivos de pesquisa e as questões levantadas por este estudo são de natureza descritiva e exploratória, pois por um lado pretende-se analisar como os museus estão a trabalhar a sua presença digital e por outro conhecer, também, o passado e as origens desta presença digital.

A metodologia passará por análises quantitativas e qualitativas com o uso de dois questionários e de uma grelha de análise. Além dessas três ferramentas, para a realização da grelha de análise, foi necessário identificar entre os 165 museus aqueles que possuíam website próprio e com o intuito de obter um panorama mais abrangente, também buscamos detetar a existência de perfis no Facebook, Instagram e YouTube⁴. Relativamente aos questionários, por nós enviados aos museus, possuíam perguntas de repostas aberta, escolha única e escolha múltipla, e apresentavam questões relacionadas à comunicação digital, website e redes sociais. A grelha de análise, por sua vez, foi elaborada exclusivamente para examinar todos os websites próprios identificados entre os museus da RPM. Assim, as questões fechadas e a grelha de análise permitiram-nos quantificar a presença digital desses museus, enquanto através das questões abertas, foi possível utilizar uma metodologia qualitativa voltada a uma abordagem mais aprofundada sobre os desafios da digitalização.

Apesar de 85% do trabalho de recolha de dados estar circunscrita ao ano de 2023, é interessante apontar que no curso desta dissertação, que se estendeu até outubro de 2024, ocorreram algumas alterações nos objetos do nosso estudo. Primeiramente, não podemos deixar de mencionar a dissolução da Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), em finais de 2023, e a criação da Museus e Monumentos de Portugal, E.P.E (MMP EPE), criada por Decreto-Lei n.º 79/2023, de 4 de setembro, mas que iniciaria funções oficialmente em janeiro de 2024, centralizando os museus nacionais e os museus pertencentes às ex-Direções Regionais da Cultura (DRCs) do Continente, entre outros

⁴ Nomeadas por diversos rankings mundiais como as três redes sociais mais populares de 2023 (e também de 2024).

equipamentos. Em consequência da criação da MMP EPE, é criada, em junho de 2024, em substituição a família Matriz da DGPC, a nova plataforma destinada ao inventário, gestão e divulgação de base de dados do património móvel português intitulada Raiz. Relativamente à RPM que, durante os o período de coleta de dados (questionários e grelha de análise), possuía 165 museus, passa a ter, a partir de março de 2024, 169 instituições. Dessa maneira, os recém-integrados Museu Medeiros e Almeida - Artes Decorativas (Lisboa), Museu do Oriente (Lisboa), Museu das Artes de Sintra e Museu Municipal Santos Rocha (Figueira da Foz) não puderam ser submetidos aos questionários nem à grelha de análise⁵. No entanto, algumas informações referentes à MMP EPE e aos novos integrantes da RPM foram atualizadas nos dois primeiro Capítulos desta dissertação. Por fim, em relação à mudança de nome da rede social Twitter para X, ocorrida em 24 de julho de 2023, optámos por utilizar a designação Twitter/X ao longo deste trabalho.

Importa também pontuar que a literatura referente à história dos websites dos museus portugueses é muito escassa e as informações mais detalhadas concentram-se nos âmbitos do Instituto Português de Museus (IPM) e do Instituto dos Museus e da Conservação (IMC), no entanto foi possível recolher uma série de informações pertinentes através dos Boletins da Rede Portuguesa de Museus, que foram disponibilizados entre 2001 e 2011. A partir do último boletim, a bibliografia disponível torna-se mais restrita e entre os anos 2012 e 2023 buscamos enriquecer a lacuna referente a este conhecimento específico por meio de trabalhos académicos, de intensa pesquisa complementar no site do Arquivo.pt⁶, dos resultados do programa de apoio ProMuseus e dos questionários enviados aos museus. No entanto, considerando a bibliografia disponível e a relevância dos museus e palácios nacionais enquanto instituições culturais representativas do país, e que, por conseguinte, possuem potencial de projeção internacional, será dedicada a estas entidades uma atenção acrescida ao longo deste trabalho.

⁵ Em relação à existência de websites próprios, verificámos, em maio de 2024, que tanto o Museu do Oriente quanto o Museu Medeiros e Almeida - Artes Decorativas possuíam seus próprios sites, enquanto as outras duas instituições possuíam informações apenas na página da tutela. Os websites encontram-se, respetivamente em <https://www.foriente.pt/> e <https://www.museumedeirosealmeida.pt/>.

⁶ O [Arquivo.pt](https://arquivo.pt/) é uma plataforma que preserva e disponibiliza conteúdos da web portuguesa, permitindo a pesquisa em sites históricos e páginas arquivadas.

Limitações do estudo

Como todos os estudos desta natureza, este trabalho de investigação também apresenta limitações. Além dos quatro novos museus integrados à RPM em 2024 não terem sido alvo dos questionários e da grelha de análise, no que diz respeito ao preenchimento dos questionários, não obtivemos a totalidade de respostas dos 165 museus da rede. Tendo como referência o questionário principal, que contou com um número maior de participantes, obtivemos 142 respostas, das quais 139 foram validadas. Isso resultou, apesar das diligências desenvolvidas, na ausência de dados de 26 museus, o que impossibilitou a análise da totalidade das instituições.

Estrutura da Dissertação

Esta dissertação estrutura-se em três capítulos, precedidos de Introdução. O primeiro capítulo, intitulado “A Rede Portuguesa de Museus”, é dedicado à esta rede museológica, no qual iremos abordar os seus antecedentes, a sua história (da sua criação até a nova fase na MMP EPE), o perfil dos seus museus e a sua presença digital. O segundo capítulo, “Museus portugueses no ecossistema digital”, busca traçar uma breve história dos websites dos museus da RPM, contada a partir da década de 1990 a até os primeiros anos da década atual. O capítulo também inclui uma análise de outras formas de presença nas plataformas digitais, além de discorrer sobre os dois aspetos importantes à presença digital desses museus, nomeadamente os programas de apoio e Sistemas de informação do Ministério da Cultura e da empresa Sistemas do Futuro. O terceiro capítulo, por sua vez, intitulado “A presença digital dos Museus da RPM em 2023. Levantamento e atualização dos dados”, no qual se procede aos objetivos, à descrição do estudo da técnica e dos instrumentos de recolha de dados, nomeadamente os dois questionários e a grelha de análise. Na segunda parte do capítulo, são explicitados os resultados obtidos, através da análise dos resultados. Por fim, nas Considerações Finais apresentamos as conclusões deste estudo e ainda apontamos sugestões para futuros trabalhos.

Capítulo 1 - A Rede Portuguesa de Museus (RPM)

1.1 Os antecedentes

A primeira menção a uma criação de rede entre museus aparecerá em Portugal no final da década de 70 do sec. XX. Em 1975 a Secretaria de Estado da Cultura diante do pouco conhecido panorama museológico português pós-Revolução de Abril⁷, solicita oficialmente o patrocínio da UNESCO para a realização de um estudo sobre os museus locais e regionais portugueses (Camacho et al., 2001; Duarte, 2012). Após a Missão UNESCO⁸ identificar as principais ordens de problemas nos museus portugueses, em 1979, entre o conjunto de soluções estruturais prescrito, a primeira delas consistia na criação de uma rede de museus. Esta rede, sustentada num modelo fortemente baseado na orgânica museológica sueca, deveria privilegiar a articulação entre os níveis nacional, regional e local (Camacho et al., 2001).

Embora as soluções apresentadas não tenham sido concretizadas e a implantação da rede não ter ocorrido, segundo Camacho (et al., 2001), esta temática retornaria em 1981, em contexto do recém-criado Instituto Português do Património Cultural (IPPC), que incluía no seu Plano Museológico Nacional o estabelecimento de uma rede nacional de museus⁹. Tal rede pretendia a articulação baseada em museus considerados centrais que coordenariam outros museus de uma determinada região ou especialidade. No que se refere às funções de coordenação e consultoria, havia quatro categorizações dos museus do IPPC: a) museus especializados, responsáveis sem delimitações geográficas por consultoria técnica, b) museus especializados, responsáveis por consultoria técnica em zonas delimitadas, c) museus coordenadores regionais e d) museus sem funções de coordenação. Apesar de algumas ações realizadas para a implementação do Plano Museológico Nacional, entre elas a realização de reuniões descentralizadas com museus não dependentes do IPPC e a atribuição de museus coordenadores a alguns dos seus museus tutelados, conforme Camacho (et al., 2001), o Plano acabou por não ser

⁷ A Revolução de 25 de Abril foi um movimento político e social em Portugal que, em 25 de abril de 1974, derrubou o regime ditatorial do Estado Novo, vigente desde 1933. Este evento iniciou a transição para um regime democrático.

⁸ 1976-1979, coordenada pelo Museólogo sueco Per-Uno Agren.

⁹ Cf. “Planeamento Museológico aprovado por Sua Excelência o Secretario do Estado da Cultura em 3 de dezembro de 1981”.

implementado devido à ausência de meios e de recursos necessários para a sua concretização. Nas décadas de 80 e 90 do séc. XX, a temática da Rede Portuguesa de Museus permanece à parte da política museológica nacional, mas é, no entanto, abordada nos setores profissionais, académicos e associativos da Museologia portuguesa. (Camacho et al., 2001).

Será na revisão da orgânica¹⁰ do Instituto Português de Museus (IPM), em 1997, que se dará a primeira referência à Rede Portuguesa de Museus (RPM). “A Rede Portuguesa de Museus será constituída por museus dependentes do IPM ou pertencentes ao Estado, a autarquias ou a outras pessoas coletivas públicas ou privadas que integrem nos seus acervos espécies de reconhecido valor e interesse” (Decreto-Lei n.º 161/97, 1997). A orgânica ainda menciona a certificação das instituições que pretendam integrar a nova Rede e promover ou apoiar a sua requalificação.

Em 1999, na 3ª revisão orgânica¹¹ do IPM “procura-se estabelecer uma política museológica coerente, em que o IPM se posiciona como uma agência de referência e credenciação dos museus portugueses, sendo responsável por acelerar os processos de requalificação dessas instituições” (Duarte, 2012, p.22). No mesmo ano, o IPM irá publicar o Inquérito aos Museus em Portugal¹² em parceria com o Observatório das Atividades Culturais (OAC)¹³. Tal documento foi fundamental para a compressão da realidade museológica portuguesa, uma vez que apesar do conhecimento do aumento continuado do número de museus desde a década de 1970, demonstrou ser notável o desconhecimento sobre as instituições que a integravam, e permitiu a observação com rigor do panorama museológico nacional e as suas principais carências. Será dentro deste contexto que a RPM será criada com Estrutura de Projeto, por um prazo de três anos, sendo depois transformada em Estrutura de Missão até ser integrada no Instituto de Museus e Conservação (IMC), em 2007.

¹⁰ Decreto-Lei N.º 161/97, de 26 de junho 1997

¹¹ Decreto-Lei n.º 398/99 de 13 de outubro de 1999

¹² Inquérito realizado em 1998 e publicado em 1999 pelo IPM e OAC a 530 unidades do país autodenominadas museu.

¹³ O Observatório das Actividades Culturais (OAC), criado em 1996 e extinto em 2013, dedicava-se à realização de projetos de investigação na área da cultura nacional.

1.2 RPM, da criação à atualidade

A Rede Portuguesa de Museus (RPM) foi criada¹⁴ em maio do ano 2000 como Estrutura de Projeto na dependência orgânica do Instituto Português de Museus (IPM). “A 29 de março de 2001, em conferência de imprensa realizada no Palácio Nacional da Ajuda (...), foi efetuado o lançamento do site www.rpmuseus-pt.org e do 1º Caderno RPM intitulado Rede Portuguesa de Museus-Linhas Programáticas.” (Rede Portuguesa de Museus, 2001, p.3).

Segundo o documento Linhas Programáticas, a RPM é definida como “um sistema de mediação e de articulação entre entidades de índole museal, tendo por objetivo a promoção da comunicação e da cooperação com vista à qualificação da realidade museológica portuguesa” (Camacho et al., 2001). Nos seus princípios estão enumerados a articulação, a comunicação, a cooperação e a partilha entre as entidades museológicas, profissional e institucionalmente. Devido à heterogeneidade entre as instituições museais em Portugal, são inerentes os princípios de flexibilidade e de transversalidade, “(...) opondo-se a uma uniformização dos discursos museológicos sobre o património, valorizam aqueles que promovem as identidades locais e regionais e que contribuem para espelhar e realçar a diversidade cultural do País”. (Camacho et al., 2001).

As modalidades de adesão à RPM, entre os anos de 2000 e 2010, eram quatro: i) Inerência (que abrange os museus tutelados pelo então Instituto Português de Museus (IPM) e, posteriormente, os Palácios tutelados pelo Instituto dos Museus e da Conservação (IMC), ii) Protocolo (que contempla os museus tutelados pelas Direções de Cultura dos Governos Regionais), iii) Candidatura de Adesão (que decorreu entre 2001 e 2003 e foi suspensa a 29 de maio de 2003 por despacho do Ministro da Cultura, por estar em curso a preparação da Lei-Quadro dos Museus Portugueses¹⁵) e iv) Candidatura de Credenciação (a partir de 2006 e já seguindo o novo enquadramento legal conferido pela Lei-Quadro dos Museus Portugueses).

Será em 2004, que a RPM dará um importante passo com vista à sua institucionalização e desenvolvimento com a entrada em vigor da Lei-Quadro dos Museus

¹⁴ Despacho Conjunto n.º 616/2000, de 17 de maio.

¹⁵ As adesões de 2003 e de 2004 resultam de processos anteriores àquelas datas.

Portugueses¹⁶, na qual se redefinem a sua noção e os seus objetivos. De acordo com Camacho (2010), as alterações produzidas na RPM pela nova lei foram: a definição da noção de museu, o estabelecimento das funções museológicas, a institucionalização da RPM e a criação do sistema de credenciação. O sistema de credenciação¹⁷ iria proporcionar a qualificação dos museus, através da exigência do cumprimento de todas as funções museológicas estabelecidas pela Lei-Quadro dos Museus Portugueses¹⁸, assim como a exigência de existência de meios humanos, financeiros e físicos para que os museus pudessem cumprir as suas funções. Sendo assim, o processo de transição definido na Lei-Quadro¹⁹ considerava um período de 2 anos para os museus da RPM se adaptarem às novas demandas de credenciação. Assim, entre 2005 e 2007 o processo implicou esforços de qualificação por parte dos museus e das suas tutelas para cumprir a totalidade das funções museológicas estabelecidas na Lei e de assegurar a produção dos seguintes documentos obrigatórios: Regulamento interno (e documento fundador); Política de incorporações; Normas e procedimentos de conservação preventiva e Plano de segurança. De ressaltar que a obrigação desta documentação proporcionou a mitigação de possíveis diferenças entre os museus integrados por inerência e aqueles que integraram a RPM por candidatura.

Durante as vigências do IPM e IMC, a RPM ganhou robustez e capacidade de comunicação, possuía cinco técnicos no seu quadro, promovia ações de formação e publicava trimestralmente o “Boletim da RPM”, que tinha como objetivo promover de forma sistemática a circulação de informação acerca da atividade da RPM e dos museus que a compunham, assim como estimular novos canais de comunicação entre os integrantes da rede. No entanto, de acordo com Neves et al. (2013) “A dois de janeiro de 2012 cinco técnicos²⁰ da RPM receberam um comunicado de cessação de contrato com pré-aviso de 60 dias, mantendo-se em funções até 29 de fevereiro de 2012, não tendo sido renovada a prestação de serviços a outro técnico. Este facto determinou a suspensão das

¹⁶ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/47-2004-480516>

¹⁷ Previsto no Despacho Normativo n.º 3/2006

¹⁸ Estudo e Investigação, Incorporação, Inventário e Documentação, Conservação, Segurança, Interpretação e Exposição, e Educação, além da existência de recursos humanos, financeiros e instalações; a aprovação do regulamento do museu; e a garantia do acesso público às coleções.

¹⁹ Artigo 140.º da Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto.

²⁰ A composição da RPM passou por várias fases, mas manteve sempre um núcleo central de 6 elementos em dedicação exclusiva: 5 técnicos superiores especializados em Museologia e outras áreas disciplinares e um elemento de apoio ao secretariado (Neves et al., 2013).

atividades da Rede até aí acometidas à equipa, mas não, naturalmente, o fim da própria Rede.” Quanto ao Boletim trimestral, que teve a sua primeira edição em junho de 2001, foi publicado pela última vez em dezembro de 2011²¹, “nos anos seguintes, a escassez de encontros e a suspensão do boletim levaram a que a capacidade de comunicação da RPM, interna e externa, fosse cada vez menos perceptível” (Moreira et al., 2023). Entre fevereiro de 2012 e fevereiro de 2013 a RPM esteve sem meios humanos, técnicos e financeiros e em abril de 2013 a equipa técnica seria restaurada e a credenciação e formações retomadas. Na orgânica da recém-criada Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), Decreto-Lei n.º 115/2012, de 25 de maio, 2012, a RPM passa a integrar o novo organismo do Ministério da Cultura, estando entre as suas atribuições:

Propor e executar a política museológica nacional, promover a qualificação e credenciação dos museus portugueses, superintender, reforçar e consolidar a Rede Portuguesa de Museus, assegurar a gestão das instituições museológicas dependentes e coordenar a execução da política de conservação, salvaguarda e restauro de bens culturais móveis e móveis integrados. (Decreto-Lei n.º 115/2012, 2012, Artigo 2.º)

Em setembro de 2023, o Decreto-Lei 79/2023 cria a Museus e Monumentos de Portugal, E. P. E. (MPM) que sucede a DGPC, tendo entre as suas missões executar a política museológica nacional e desenvolver a Rede Portuguesa de Museus. A MMP EPE inicia com a promessa de trazer novas linhas de atuação para RPM, neste âmbito, segundo o então Ministro da Cultura Pedro Adão e Silva “Pode-se esperar uma maior horizontalidade, por contraste com o que era um funcionamento, a nosso ver, excessivamente vertical” (Lusa, 2023). Conforme o Decreto, o serviço público prestado pela MMP EPE, compreende:

O desenvolvimento da Rede Portuguesa de Museus (RPM), tendo em vista a operacionalização das orientações estratégicas para o trabalho em rede entre os museus que a integram, a qualificação do tecido museológico nacional, a implementação dos núcleos de apoio a museus, a promoção e a credenciação de

²¹ Boletim n.º 39.

museus, a articulação com outras redes nacionais e internacionais, a descentralização da oferta cultural e o envolvimento dos públicos. (Decreto-Lei n.º 79/2023, 2023, Artigo 3.º)

1.3 Os museus da RPM

A RPM inicia 2001 com 64 museus, dos quais 28 museus do IPM integrados por Inerência, e os primeiros 36 Museus pela modalidade Candidatura de Adesão. Os museus tutelados pelas Direções de Cultura da Madeira e dos Açores integrarão a rede pela categoria Protocolo em 2002, enquanto os Palácios Nacionais tutelados pelo Instituto dos Museus e da Conservação, I.P (IMC) serão incorporados na rede por Inerência em 2007, acompanhando a reorganização dos organismos de gestão patrimonial do Ministério da Cultura, em que estes últimos transitam da esfera dos monumentos (ex-IPAR) para a dos museus. Percebe-se também que grande parte das adesões acontecem até 2004 (120 museus), chegando a RPM ao ano de 2010 com 131 integrantes e quatro museus com cancelamento da credenciação.

Nos primeiros quatro anos a RPM cresceu com velocidade, tendo 120 museus credenciados até 2004, sendo 64 em 2001, 33 em 2002, 17 em 2003 e seis em 2004. Nos anos seguintes, o movimento de entradas é mais reduzido e pontual. Em 2007 integram-se seis museus, seguido de 10 museus em 2010, seis em 2011, três em 2014 e quatro em 2015. Entre os cancelamentos de credenciação, a primeira saída ocorre em 2007²² devido ao encerramento ao público de um museu do IPM, Em 2010, quatro²³ museus tem a sua credenciação cancelada por motivos de encerramento ou de incumprimento dos requisitos estabelecidos pela Lei-Quadro dos Museus, seguido de mais dois, um em 2014²⁴ e outro em 2017²⁵.

Entre 2018 e 2022 vincularam-se 16 museus, dos quais quatro em 2022, com processos apreciados no Departamento de Museus, Conservação e Credenciação

²² Museu de Etnologia do Porto.

²³ Museu Municipal de Moura, Museu Pedro Nunes, em Alcácer do Sal, Museu Municipal de Vale de Cambra, Museu José Luciano de Castro, da Santa Casa da Misericórdia de Anadia. (Despacho n.º 8820/2010, de 24 de maio).

²⁴ Museu Agrícola de Entre o Douro e Minho estava encerrado desde junho de 2007 (Despacho n.º 6947/2014)

²⁵ O Museu do Brinquedo de Sintra, encerrado desde 2014, tem a sua credenciação cancelada pelo Despacho n.º 5978/2017, de 6 de julho.

(DMCC) criado em 2012, no âmbito da reestruturação da DGPC. Com a integração de quatro museus em novembro de 2022, a rede passa a ter 165 membros (Anexo A), número que se manteve até 17 de março de 2024, quando são integrados mais quatro museus. No seguimento da recém-criada MMP EPE, a 18 de março do presente ano, o Despacho n.º 2854/2024²⁶ no Diário da República anuncia a credenciação dos novos museus da rede: a Casa-Museu Medeiros e Almeida, o Museu do Oriente (ambos em Lisboa), o MU.SA - Museu das Artes de Sintra e o Museu Municipal Santos Rocha (Figueira da Foz), totalizando 169 museus (Apêndice A).

Relativamente à distribuição territorial dos museus da RPM, a maior concentração de museus encontra-se em Lisboa/Vale do Tejo, totalizando 63 museus (37%), seguido pelo Norte, 53 museus (32%). A seguir está o Centro com 19 museus (11%), Alentejo com 12 (7%) e Algarve com seis (3.5%). Nas regiões autónomas, os Açores têm nove museus (5.5%) enquanto a Madeira sete (4%). Apesar desta maior concentração a volta da capital portuguesa, há uma distribuição significativa de instituições entre os municípios do interior e nas duas Regiões Autónomas, caracterizando uma descentralização da rede. Segundo Neves et al. (2023)²⁷ são 90 os municípios com museus da RPM, sendo que 76% possuem apenas um e 24% possuem dois ou mais museus. O município com maior número de museus da Rede é Lisboa, com vinte e cinco.

Quanto à distribuição por tutela, os museus da RPM são maioritariamente de tutela pública. No setor público, avultam em maior número os dependentes da administração local (45%), seguido da administração central (37%) que se compõem por empresas públicas (21%), outros ministérios (4%) universidades (4%) e os Governos Regionais dos Açores e da Madeira (8%). No setor privado, salientam-se os museus dependentes das fundações (8%) e associações (5%), portanto, pertencentes ao terceiro setor, seguidos dos da Igreja Católica e Misericórdias (4%).

No que diz respeito ao tipo de museu, é possível observar a diversidade representada entre os 169 museus RPM. Os museus de Arte e Mistos e Pluridisciplinares são as tipologias em quantidade predominante, contabilizando 53 e 41 membros respetivamente. Com fatias expressivamente inferiores encontram-se as restantes tipologias, totalizando 14 museus de História, 13 museus de Arqueologia, 12

²⁶ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/2854-2024-855803267>

²⁷ O estudo de Neves et al. (2023) não inclui os quatro museus incorporados à RPM em 2024.

Especializados, 12 de Etnologia e Antropologia, 10 de Ciência e Tecnologia, oito de Território, seis de Ciências Naturais/História Natural.

Finalmente, em relação ao ano de abertura, de acordo com Neves et al. (2023), quatro em cada dez museus integrados na RPM abriu ao público a partir da década de 90 do século XX. A percentagem mais elevada é entre os anos de 1990-1999, com 21%, seguindo-se a dos museus que abriram no período 1930-1969 (19%) e daqueles inaugurados na primeira década do século XXI (18%). Finalmente, com uma expressão muito inferior, estão os museus abertos a partir da segunda década do século XXI (3,6%).

1.4 As Linhas Programáticas

A RPM possui três linhas de ação inicialmente previstas nas Linhas Programáticas – Informação, Formação e Qualificação conforme Camacho et al. (2001), sendo que após a Lei-Quadro dos Museus, foram acrescentadas outras duas linhas: Credenciação e Articulação/Cooperação. Não é objetivo deste trabalho desenvolver todas as linhas programáticas, mas sim destacar a sua contribuição na presença digital dos museus da RPM. “O eixo de Formação tem por principais objetivos recomendar e divulgar ‘boas práticas’ museológicas, estimular a qualificação do pessoal ao serviço dos museus e valorizar a especialização nas diversas vertentes da atividade museológica” (Camacho et al., 2001, p.45). Tal eixo ofereceu, entre 2001 e 2010, quatro ações de formação sobre Conceção de Sítios de Internet em Museus distribuídos entre o continente e ilhas. A primeira delas ocorreu em 2005 (Funchal), seguida de outras duas em 2006 (Lisboa e Açores) e a quarta em 2007 (Porto). De acordo com Neves et al. (2013) as formações totalizaram 24h repartidas por quatro dias e resultaram num total de 65 formandos.

O eixo de Qualificação também se destacava no impulsionamento da presença digital de museus pertencentes à RPM. Tinha por objetivo fundamental estimular e promover a qualificação dos serviços técnicos e dos espaços funcionais dos museus e a valorização da interdisciplinaridade e do profissionalismo, e dividia-se em dois programas complementares: um na área de aconselhamento técnico (prestação de consultorias) e outro na área de apoio financeiro (mediante análise e avaliação de candidaturas). Ambos atuavam dentro de quatro áreas temáticas: a) programação museológica, b) conservação preventiva, c) documentação e inventário e d) comunicação

e divulgação. Será este último que irá permitir que vários museus lancem ou modernizem os seus sítios *web* a partir de 2004.

1.5 O website da RPM

O website da RPM (Figura 1) foi lançado em 29 de março de 2001 no endereço www.rpmuseus-pt.org²⁸, e operou como página independente até dezembro de 2008. De acordo com Neves et al. (2013), durante este período o site apresentava informações sobre a rede, Adesão²⁹, Linhas de ação, Edições, Links, além de disponibilizar informação para download de: Regulamentos, Formulários de candidatura, formulários de inscrição nas ações de formação, Programa de Formação, Boletins RPM, etc.

A página da RPM passou por constantes atualizações até 2008, entre elas a criação do Menu para divulgação dos Museus RPM (2002) e também das suas atividades, pesquisa no respetivo catálogo online e o acesso a bibliografias temáticas.



Figura 1 - primeiro registo do site da RPM no arquivo.pt datado de abril de 2005.

Fonte: Arquivo.pt

Em 2007, conforme a Orgânica do Instituto de Museus e da Conservação (IMC)³⁰, a RPM é inserida no novo Instituto e as competências afetas a sua Estrutura de Missão,

²⁸ Além da página de abertura, não identificamos registos relevantes do site no Arquivo.pt

²⁹ Em 2007, e na sequência da abertura das candidaturas à credenciação de museus, substitui-se o menu Adesão pelo menu Credenciação conforme o novo enquadramento legal conferido pela Lei-Quadro dos Museus Portugueses.

³⁰ De acordo com o Decreto-Lei n.º 97/2007 a Estrutura de Missão Rede Portuguesa de Museus (RPM), criada no âmbito do IPM, teve o objetivo instrumental de assegurar, transitoriamente, a capacidade de resposta que a orgânica base daquele Instituto não podia assegurar. Criada a RPM, consolidadas as suas

se encontram agora transversalmente distribuídas pela sua estrutura orgânica. Dessa maneira, a partir de 18 de dezembro de 2008, o site da RPM deixa de ser autónomo e passa a estar alojado como secção no Portal do IMC (Figura 2).



Figura 2 - Registo da página da RPM incorporada no site do IMC (junho 2009).

Fonte: Arquivo.pt

Após a extinção do IMC, em 2012, na gestão da recém-criada DGPC, a RPM passa a integrar o Departamento de Museus, Conservação e Credenciação (DMCC)³¹ e mantém a situação de subpágina incorporada dentro do site (Figura 3). Apresentava, então, informações sobre Credenciação de Museus (sem formulário online), informações sobre Ações de formação da RPM, todas as edições dos boletins da RPM e a Lei-Quadro dos Museus Portugueses para download, além de uma listagem dos museus integrantes com informações de contacto, horário, bilheteira, recursos e links. Posteriormente, são acrescentados novos recursos nomeadamente Relatórios/Diagnósticos RPM e um espaço

atividades no campo formativo, comunicacional e de apoio técnico e financeiro à qualificação dos museus portugueses, é este o momento oportuno para assegurar a plena inserção no novo IMC, das competências afetas àquela Estrutura de Missão, as quais se encontram agora transversalmente distribuídas pela estrutura orgânica do IMC, I. P., de forma a assegurar a eficiente consolidação e desenvolvimento da RPM, importante instrumento da política museológica nacional.

³¹ De acordo com a Portaria n.º 223/2012, de 24 de julho, era função da DMCC a) Coordenar e executar os procedimentos necessários à credenciação de museus e à sua integração na Rede Portuguesa de Museus (RPM), nos termos da lei; b) Assegurar a articulação entre os museus da RPM, bem como promover e coordenar programas de apoio técnico e de apoio financeiro a museus, designadamente os que integrem a RPM, acompanhar os projetos apoiados e assegurar o controlo da sua execução técnica.

para a divulgação do programa ProMuseus³². Em 2013 a RPM lança a sua página no Facebook.



Figura 3 - Registo da página da RPM incorporada no site do DGPC (fevereiro, 2016).

Fonte: Arquivo.pt

No contexto da criação da MMP, em consulta realizada a 28 de fevereiro de 2024, o website do novo organismo, aparentemente ainda em desenvolvimento, apresentava uma subpágina dedicada à RPM, no qual constavam breves descrição, história e objetivos da rede, não havendo ainda informações sobre os museus membros ou sobre o processo

³² O ProMuseus é um programa de apoio financeiro destinado aos museus pertencentes à RPM não dependentes da Administração Central.

de Credenciação. Em novo acesso realizado a junho de 2024 (Figura 4), o website incluía a seguinte documentação em PDF para download: Lei-Quadro dos Museus Portugueses, Regulamento do Programa ProMuseus, Ata do Encontro de Museus da RPM realizado a 21 de novembro de 2022 e Relatório da RPM de 2023.



Figura 4 - subpágina rpm no site da Museus e Monumentos de Portugal E.P.E. em junho de 2024.

Fonte: <https://www.museusemonumentos.pt/pt>

1.6 Resumo do capítulo

Decorridos 23 anos desde a sua criação, a Rede Portuguesa de Museus (RPM) tem sido crucial para o desenvolvimento do setor museológico em Portugal, promovendo a valorização e a qualificação da realidade museológica nacional. No entanto, o percurso da RPM não permaneceu contínuo, tendo enfrentado períodos de instabilidade institucional e incertezas quanto ao seu futuro. A estrutura da Rede passou por várias fases, incluindo a integração de suas competências em departamentos do IMC e, de 2012 a 2023, incorporada a uma estrutura flexível da DGPC, onde a sua atividade experimentou

um abrandamento. A nova fase da RPM, iniciada no âmbito da MMP EPE, traz expectativas de descentralização de trabalho e recursos, aumento da participação democrática de seus membros e uma valorização e qualificação aprimoradas da realidade museológica do país.

Em relação à sua presença digital, a RPM perdeu seu website autônomo precocemente, sendo incorporada primeiramente no portal do IMC e, posteriormente, no da DGPC. Ao longo dessa jornada, a sua página permaneceu com design estático e funcionalidades limitadas, condição que não se alterou com a recém-criada da MMP EPE e o seu novo portal. Além disso, após a descontinuação do boletim trimestral, a Rede passou por um período de interrupção em suas atividades de comunicação e divulgação, contudo, esse hiato foi parcialmente mitigado pela criação da página no Facebook na década anterior, que se mantém em atividade e funciona como a principal ferramenta de comunicação³³. No entanto, parece ser imperativo que nesta nova fase, a RPM avance na transição digital e adote uma estratégia de comunicação alinhada às demandas contemporâneas. Isso envolve o restabelecimento de seu website autônomo, que deve se afirmar como uma plataforma informativa, interativa e envolvente, conforme também é assinalado pelo Relatório do Grupo de Trabalho sobre a Rede Portuguesa de Museus “(...) é recomendável, a constituição de um website autónomo não só pela questão prática de detenção do *backoffice* do mesmo, mas também e sobretudo por uma questão de peso institucional” (Moreira et al., 2023, p.27). Finalmente, este momento atual da RPM representa uma oportunidade significativa para sua revitalização e fortalecimento, ampliando sua contribuição ao setor museológico e promovendo um novo ciclo de avanços e desenvolvimento no cenário cultural.

³³ A página da RPM dentro do website da MMP EPE oferece um link para o seu Facebook antecedido de “Para saber mais”. (<https://www.museusemonumentos.pt/pt/pagina/rede-portuguesa-de-museus>).

Capítulo 2 - Museus portugueses no ecossistema digital

2.1 Os Programas de Apoio

2.1.1 POSI (*Programa Operacional Sociedade da Informação*)

O Programa Operacional Sociedade da Informação (POSI), no contexto do III Quadro Comunitário de Apoio (QCA)³⁴, é criado em 2000, num momento em que Portugal lança estratégias para a difusão da Sociedade da Informação no país. Tratava-se de um conjunto de apoios financeiros a projetos no âmbito da Sociedade de Informação e do Conhecimento que vigorou até 2004. Segundo Macedo (2005), possuía três eixos prioritários³⁵ e os seus objetivos gerais eram: Democratização dos acessos, Colocação de conteúdos portugueses na Internet, Desenvolvimento de competências, Modernização da Administração Pública e Promoção de atividades de Investigação e Desenvolvimento.

2.1.2 POSC (*Programa Operacional Sociedade do Conhecimento*)

Em 2004, o POSI, por força das recomendações da Avaliação Intercalar do QCA III é revisto e passa a designar-se Programa Operacional Sociedade do Conhecimento (POSC), aprovado pela Decisão da Comissão n.º 5735, de 27 de dezembro de 2004³⁶. O programa propunha adaptações e melhorias em relação ao funcionamento do programa anterior, integrava nove eixos³⁷ e beneficiaria, entre outros, Instituições públicas ou privadas que promovessem ou desenvolvessem atividades educativas, sociais, culturais, científicas e tecnológicas.

³⁴ <https://www.adcoesao.pt/fundos/1986-1988-qca-i-ii-iii-e-qren/>

³⁵ Eixo Prioritário I – Desenvolver Competências, Eixo Prioritário II – Portugal Digital e Eixo Prioritário III, Estado Aberto – Modernizar a Administração Pública.

³⁶ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/4721-1754169>

³⁷ Eixo Prioritário I – Desenvolver Competências Eixo Prioritário II – Portugal Digital Eixo Prioritário III – Estado Aberto: Modernizar a Administração Pública Eixo Prioritário IV – Massificar o Acesso à Sociedade do Conhecimento Eixo Prioritário V – Governo Eletrónico – Melhor serviço aos Cidadãos e Empresas Eixo Prioritário VI – Desenvolver Competências e Cultura Digital Eixo Prioritário VII – Inovação Integrada em TIC Eixo Prioritário VIII – A Sociedade do Conhecimento como Instrumento de apoio à Descentralização do Território Eixo Prioritário IX – Assistência Técnica

2.1.3 PAQM (Programa de Apoio à Qualificação de Museus)

O Programa de Apoio à Qualificação de Museus (PAQM) lançado em 2001, segundo Neves et al. (2013), destinava-se a disponibilizar apoios técnicos e financeiros a museus pertencentes ou em processo de adesão à RPM não dependentes da Administração Central³⁸. A sua configuração considerou domínios da atividade museológica mais carenciados e não diretamente abrangidos pelos programas (então) existentes no âmbito do QCA III³⁹(designadamente POC, POR e POSI/POSC), pelo que o seu principal objetivo incide na qualificação dos serviços técnicos e dos espaços funcionais dos museus, bem como das respetivas atividades. Os seus quatro programas de apoio eram P.1) Apoio à programação museológica, P.2) Apoio à investigação e ao estudo de coleções, P.3) Apoio à conservação preventiva e P.4) Apoio a ações de comunicação - será este último que irá proporcionar a entrada de vários museus no universo digital.

É de salientar que nos anos iniciais do Programa, num momento em que os museus portugueses apresentavam carências mais essenciais, as candidaturas concentraram-se prioritariamente nos programas P.2 e P.3. As candidaturas relativas ao P.4 nos primeiros anos, ainda se focavam maioritariamente em sinalética e publicações físicas, passando progressivamente para um maior interesse em projetos virtuais e digitais nos últimos dois anos. O programa vigorou entre 2001 e 2005, apoiou 409 projetos e beneficiou 69 museus, com predominância daqueles tutelados pela Administração Local.

2.1.4 ProMuseus (Programa de Apoio a Museus da Rede Portuguesa de Museus)

No primeiro semestre de 2007 é publicado o Despacho Normativo no Diário da República⁴⁰ que aprova o Regulamento do Programa de Apoio a Museus da Rede Portuguesa de Museus, o ProMuseus, criado pelo IPM em substituição do PAQM – já com o enquadramento legal conferido pela Lei-Quadro dos Museus Portugueses. Segundo a Rede Portuguesa de Museus (2007), este novo programa tem como objetivos

³⁸ Despacho Normativo n.º 28/2001, de 23 de maio (<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho-normativo/28-2001-322723>)

³⁹ <https://www.adcoesao.pt/fundos/1986-1988-qca-i-ii-iii-e-qren/>

⁴⁰ Despacho Normativo n.º 3/2006, de 13 de julho (<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho-normativo/3-2006-1567651>)

incentivar a qualificação dos museus portugueses, contribuir para a preservação do património cultural e melhorar a prestação de serviços ao público. Diferencia-se do PAQM por promover a articulação entre museus da RPM; tornar mais abrangentes e flexíveis as áreas temáticas dos projetos a apoiar e aumentar o rigor na distribuição, na aplicação e no controlo da execução dos fundos outorgados.

Criado para os museus da RPM, ainda ativo, o ProMuseus conta com sete áreas de apoio: 1-Estudo e Investigação, 2-Informatização do Inventário, 3-Conservação e Segurança, 4-Reservas, 5-Divulgação, 6-Projetos Educativos e 7-Parcerias. O Programa não abrange Museus dependentes de tutelas integradas na Administração Central do Estado, contudo a Área das Parcerias (Área 7) previa o envolvimento e a colaboração destes museus através da apresentação conjunta de candidaturas por parte de dois, ou mais Museus da RPM. Tais projetos poderão contemplar as áreas do estudo e da investigação, das edições, da educação e das exposições.

2.2 Breve história dos websites dos museus da RPM

2.2.1 A década de 1990-1999

Dada a largada na World Wide Web, o primeiro website é publicado oficialmente em 1991 e os primeiros sites de museus norte-americanos datam de 1993, o Smithsonian National Museu (Washington, EUA) e University of California Museum of Paleontology (Berkeley, EUA) e na Europa de 1994 – Natural History Museum e London Science Museum (Londres, Reino Unido) (Remelgado, 2015; Gaia et al., 2020).

Em Portugal, num período que precede a criação da RPM, acompanhando a tendência internacional, os museus portugueses também iniciam a sua incursão no universo digital. Nesta década, destacaremos o Projeto Geira na sua contribuição na criação de websites para os museus do Norte, o lançamento do Portal do IPM e os outros primeiros websites de Museus Portugueses.

Segundo Garcia, et al. (2016) A partir de 1990 em Portugal, ocorre um aumento dos fundos investidos em cultura pela administração local e pelo Estado; expansão e melhoria da rede de equipamentos mais tradicionais (bibliotecas, museus, arquivos, cineteatros), um aumento geral na frequência às instalações culturais e uma rápida transição para a cultura digital.

2.2.1.1 O Projeto Geira

Antes da criação da RPM e numa altura em que a maioria dos museus portugueses não possuía página na internet, o Projeto Geira⁴¹ foi uma iniciativa pioneira e um importante contributo para a divulgação do património museológico da região norte. Iniciado em janeiro de 1997, o Geira teve a sua criação motivada por duas linhas orientadoras: a sociedade da informação e a realidade social, económica e cultural da Euro-região Norte de Portugal-Galiza. Desenvolvido no âmbito da Associação das Universidades da Região Norte de Portugal, Universidade do Minho (UM) e da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), o Projeto foi financiado pelo programa INTERREG II⁴². Em traços gerais, esta iniciativa pretendia apoiar a informatização de museus, bibliotecas, arquivos e parques naturais do norte do país e viabilizar sistemas integrados de pesquisa múltipla da informação disponibilizada no Geira através de texto livre, por cronologia ou ainda por coordenadas geográficas. Apoiado em equipas pluridisciplinares de investigadores das duas universidades mencionadas, permitiu a instalação de uma fatia significativa de uma infraestrutura distribuída de serviços naquela zona de intervenção portuguesa. Nesse âmbito, foram criadas áreas de intervenção temáticas para que fossem garantidos os adequados níveis de qualidade na execução do projeto, as quais seriam responsáveis por caracterizar e concretizar um sistema de informação adequado a cada vertente de atuação para posterior integração com sistemas da Galiza. Eram elas Ciência e Tecnologia (Geira-C&T)⁴³,

⁴¹ O nome do projeto advém da uma grande via romana localizada no noroeste da Península Ibérica.

⁴² <https://www.interregeurope.eu/>

⁴³ Construção e colocação em funcionamento de um sistema de informação sobre as realidades da Ciência e Tecnologia nas instituições de ensino superior, e em particular no Norte de Portugal (Universidades da AURN);

Arqueologia (Geira-Arqueologia)⁴⁴, Arquivos (Geira-Arquivos)⁴⁵, Bibliotecas (Geira-Bibliotecas)⁴⁶, Museus (Geira-Museus)⁴⁷ e Natureza (Geira-Natura)⁴⁸.

Estratégia de Intervenção

Focar-nos-emos no Geira-Museus e nos seus progressos. Em 1997 a sua estratégia de intervenção estava dividida em duas atividades. A Universidade do Minho (UM), dedicava-se maioritariamente a inventariação do espólio museológico existente no norte de Portugal em formato eletrónico e seguindo as normas internacionais vigentes, fazendo parte desta equipa, membros do Museu D. Diogo de Sousa e do Museu Nogueira da Silva, ambos em Braga. e acordo com o Relatório do Projeto Geira 1997 (UTAD, 1997), durante este ano a UM incrementou as seguintes atividades:

- Sensibilização e convite à participação dos diversos museus com instalações no Norte de Portugal, com avaliação da sua situação face às tecnologias de informação;
- Avaliação das aplicações informáticas de gestão de património cultural móvel, desenvolvidas pelo IPM ou por entidades privadas – e que confirmaram a necessidade de desenvolver um novo produto mais exigente em termos de normas e de apoio à gestão de coleções;
- Análise, especificação, construção e teste de uma aplicação de gestão de património cultural móvel, usando como material de teste o espólio museológico

⁴⁴ Estruturação georreferenciada de informação arqueológica (arqueossítios) e sua integração num sistema nacional na Internet, com aplicação imediata aos resultados da investigação universitária no Norte de Portugal obtidos nas últimas décadas;

⁴⁵ Definição de uma estrutura de informação genérica para arquivos, e sua aplicação à rede de arquivos distritais e municipais no Norte de Portugal, com implementação e divulgação de informação histórico-arquivística, pela Internet e CD-ROMs;

⁴⁶ Construção de uma rede que interliga as bibliotecas da região, capaz de comunicar com outras redes nacionais/internacionais de bibliotecas, com documentos pesquisáveis por biblioteca ou por região e com suporte ao empréstimo inter-bibliotecas, incluindo uma contribuição para a informatização normalizada (Unimarc), via WWW, dos processos de catalogação (com depósito central de registos), pesquisa e gestão do funcionamento duma biblioteca;

⁴⁷ Definição de uma estrutura de informação normalizada para apoio à gestão integrada do património cultural móvel existente nas diversas instituições (e em particular no Norte de Portugal), e promoção da sua divulgação com recurso às tecnologias de informação;

⁴⁸ Recolha e organização da informação sobre sistemas naturais (geologia e biologia, e em particular no Norte de Portugal), por forma a ser disponibilizada em CD-ROM e na Internet, estabelecendo uma relação de complementaridade com os sistemas de informação geográfica existentes, designadamente no Instituto de Conservação da Natureza e Parque Natural de Baixa Limia-Xurés.

de quatro museus de Braga⁴⁹ e prevendo-se a sua instalação nos restantes museus associados ao Geira durante 1998;

- organização e recolha de informação para a construção de inventários museológicos.

A UTAD, por sua vez, trabalhava na sensibilização à presença digital de determinadas instituições e focando os seus esforços numa matriz de referência que pudesse ser adaptado aos diferentes museus. Segundo o mesmo Relatório, os resultados obtidos foram:

- desenvolvimento de uma matriz para apoio à construção de sites institucionais na Internet, simplificando grandemente a adesão de Museus ao projeto e a sua visibilidade na Internet (tarefa da responsabilidade da UTAD); esta matriz será posteriormente adaptada a outras ações do Geira;
- organização e recolha de informação para a construção de sites na Internet (7 museus em 1997) o site da Casa de Mateus incluiu ainda a divulgação de um conjunto de atividades culturais aí desenvolvidas, como os "XIX Cursos Internacionais de Música" e o Festival "Música na Região Norte".

Primeiros Resultados e Outros Projetos

Em 1998 ocorre a consolidação do Projeto, alguns resultados de investigação científica foram aplicados no desenvolvimento das potencialidades da Sociedade da Informação da comunidade envolvente, nomeadamente a gestão de coleções no caso dos Museus. Ao mesmo tempo, ganha projeção e visibilidade no meio cultural e natural da região, com pedido de adesão de cerca de 50 instituições entre Museus e Parques Naturais, desenvolvendo ligações com os meios de comunicação social. No final deste ano, o Geira recebe as seguintes distinções "Prémio Expresso - Projecto mais Inovador da Sociedade da Informação", atribuído pelo júri dos Prémios ESIS 1998 e o destaque do "Directório Mais Ambiente" atribuído às páginas do Parque Natural do Alvão e do Parque Nacional da Peneda – Gerês. De acordo com o Relatório de 1998 (UTAD, 1998) no ano de 1998 o projeto Geira continuou os esforços nos campos da investigação nas ciências de

⁴⁹ O documento indicava apenas dois dos Museu D. Diogo de Sousa, Museu Nogueira da Silva. Os restantes seriam Tesouro da Sé e Museu dos Biscainhos?

computação, do desenvolvimento de aplicações vocacionadas para a sistematização da informação das entidades associadas, para a divulgação de conteúdos na Internet, e na recolha e tratamento de informação das entidades associadas para a disponibilização de páginas na Internet. No conjunto das ações desenvolvidas no ano, destaca-se o desenvolvimento de webpages para 39 museus da região norte, tendo já 75% finalizadas e publicadas, contactos com museus cuja existência foi conhecida durante o ano com o objetivo da criação de mais páginas na internet para esses museus, em especial os da região de Trás-os-Montes e a continuidade dos inventários digitais. No que se refere à Gestão de Património móvel, é realizada uma parceria com a empresa Sistemas do Futuro, resultando na aplicação para catalogação e gestão de coleções museológicas, o InArte, que será melhor examinado mais adiante neste trabalho.

Na conclusão do relatório de 1998, o Projeto tinha como objetivos para 1999 finalizar as atividades em curso, nomeadamente na sistematização da informação a recolher e na criação do sistema de informação que possibilite a disponibilização generalizada dos conteúdos fornecidos pelas entidades associadas⁵⁰ e realizar um reforço da cooperação com a Galiza.

O Geira também estava ciente da necessidade de propor soluções que permitissem a manutenção dos serviços criados, a extensão da inovação e de serviços a outras áreas (língua, música, etc.) e/ou entidades, e o aprofundamento das atividades de investigação.

Segundo uma matéria localizada no jornal *Público* através do site Arquivo.pt (Rocha, 1999), em 1999 o projeto Geira também viria a colaborar com o Catálogo Nacional de Obras de Arte Furtadas de Coleções Públicas Portuguesas, cuja versão impressa foi distribuída às forças de segurança, organismos responsáveis pelo património, municípios, seguradoras, museus particulares com poder de compra, antiquários e outros interessados. A versão digital foi hospedada em www.geira.pt/inpcc⁵¹ e incluía “conselhos práticos” dirigidos a três públicos-alvo: proprietários de obras de arte/público em geral, potenciais compradores, gestores de coleções.

As informações referentes ao Projeto Geira são escassas e o conteúdo apresentado nesta dissertação é baseado maioritariamente em dois relatórios e alguns textos e matérias disponibilizados no seu antigo site (preservado no Arquivo.pt) e em pesquisas realizadas

⁵⁰ Concluímos que seja o projeto inacabado entre o Geira e a Sistemas do Futuro citado por Matos (2012).

⁵¹ <https://arquivo.pt/wayback/20000816032126/http://www.geira.pt:80/inpcc/>

dentro do mesmo portal. Entre os museus do norte beneficiados pelo projeto, no entanto, através de documentação recolhida no Arquivo.pt, identificamos alguns dos websites dos museus beneficiários do Projeto, nomeadamente o Museu-Tesouro da Sé de Braga, o primeiro museu da Igreja Católica Portuguesa com website⁵², o Museu de Lamego⁵³ e o Museu do Abade Baçal (Bragança)⁵⁴ (Figura 8). De acordo com matéria do jornal *Expresso* de agosto de 1999, o Projeto Geira havia sido responsável pela colocação em rede de 42 museus portugueses da Região Norte. Não nos foi possível recolher informações sobre quanto tempo as páginas desses museus se mantiveram on-line.



Figura 5 - Website do Museu Abade de Baçal registo do arquivo.pt em setembro de 1999.

Fonte: Arquivo.pt

2.2.1.2 O primeiro portal Instituto Português de Museus (IPM)

Além do Projeto Geira, o IPM também seria responsável, porém só a partir da primeira década do séc. XXI, pela colocação online de sites de vários museus da RPM. No entanto, nesta sessão abordaremos o seu primeiro portal, criado na década de 90 do século anterior e desenhado pela Radical Media, que divulgaria informações sobre os museus sob a sua tutela, incluindo os museus nacionais, sem presença digital na altura.

O Instituto Português de Museus é criado no seguimento da dissolução do Instituto Português do Património Cultural (IPPC) e da subsequente especialização temática e disciplinar dos organismos responsáveis pela administração do património cultural,

⁵² <https://arquivo.pt/wayback/20000816031951/http://www.geira.pt:80/MSeBraga/>

⁵³ Na pesquisa realizada com o Museu de Lamego, este alega ter website próprio apenas em 2013. Os registos localizados no arquivo.pt entre 2002 e 2003 não tem informações relevantes.

⁵⁴ <https://arquivo.pt/wayback/19990911140152/http://www.utad.geira.pt:80/museus/atricio/index.asp?id=1>

através do Decreto-Lei n.º 278/91, de 9 de agosto de 1991⁵⁵. O IPM era responsável pela tutela direta de 28 museus⁵⁶, integrando ainda o Instituto José de Figueiredo, Escola Superior de Conservação e Restauro e o Museu Nacional da Ciência e da Técnica, cuja desanexação⁵⁷ ocorrerá em 1999, por ocasião da terceira revisão orgânica.

A sua presença digital inicia-se sete anos depois, com a publicação do portal institucional (www.ipmuseus.pt) em dezembro de 1998 (Figura 8 e Figura 7). Esta versão inicial já oferecia uma área para a divulgação de informações, historial, caracterização dos acervos e agenda de atividades dos seus museus dependentes. O site divulgava as informações de duas maneiras distintas, sendo uma delas de caráter mais permanente, direcionada ao IPM e aos seus Museus, e outra de perfil mais dinâmico, que necessitava atualização periódica focada no engajamento dos visitantes. Esses novos conteúdos eram atualizados trimestralmente, porém acabaram por enfrentar certas dificuldades na sua execução. Entre elas estava a capacidade da hospedagem do site não adequada à constante atualização de conteúdos, o que obrigava a diminuir a quantidade e qualidade das imagens a serem publicadas. Somado a isso, a atualização das informações referente às programações dos Museus, como textos e imagens, era dificultada pela ausência de correio eletrónico por parte destas instituições. Tal fator já demonstrava uma certa precariedade no que diz respeito ao ingresso no universo digital por parte dos museus portugueses.

⁵⁵ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/278-679835>

⁵⁶ Casa-Museu de Anastácio Gonçalves, Museu do Abade de Baçal, Museu de Alberto Sampaio, Museu de Aveiro, Museu dos Biscainhos, Museu de Cerâmica, Museu de Etnologia do Porto, Museu Etnográfico e Arqueológico do Dr. Joaquim Manso, Museu de Évora, Museu de Francisco Tavares Proença Júnior, Museu de Grão-Vasco, Museu da Guarda, Museu de José Malhoa, Museu de Lamego, Museu Monográfico de Conímbriga, Museu Nacional de Arqueologia, Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Arte Contemporânea, Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional dos Coches, Museu Nacional de Etnologia, Museu Nacional de Machado de Castro, Museu Nacional de Soares dos Reis, Museu Nacional do Teatro, Museu Nacional do Traje, Museu Regional de D. Diogo de Sousa e Museu da Terra de Miranda.

⁵⁷ Decreto-Lei n.º 398/99 de 13 de outubro (<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/398-1999-662122>)

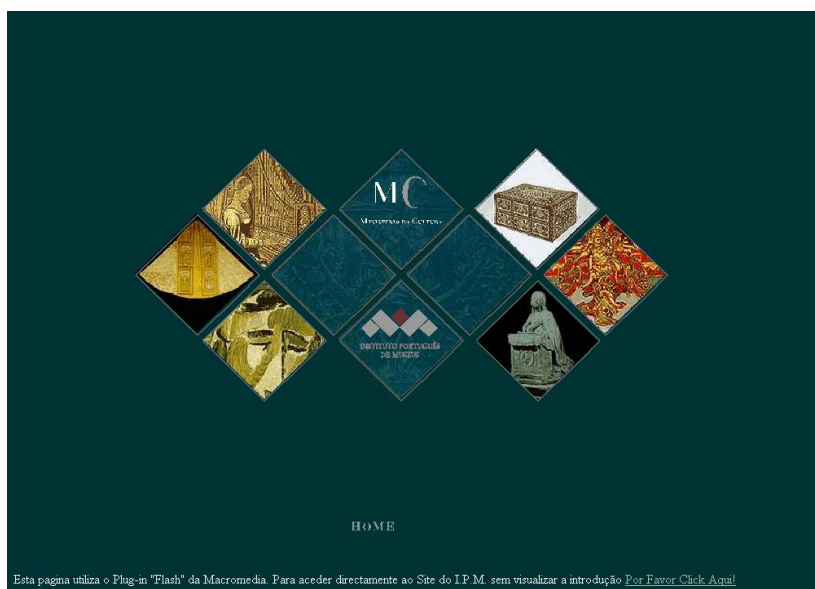


Figura 6 - Página Inicial do primeiro site do IPM em janeiro de 1998.

Fonte: Relatório do IPM (texto policopiado)

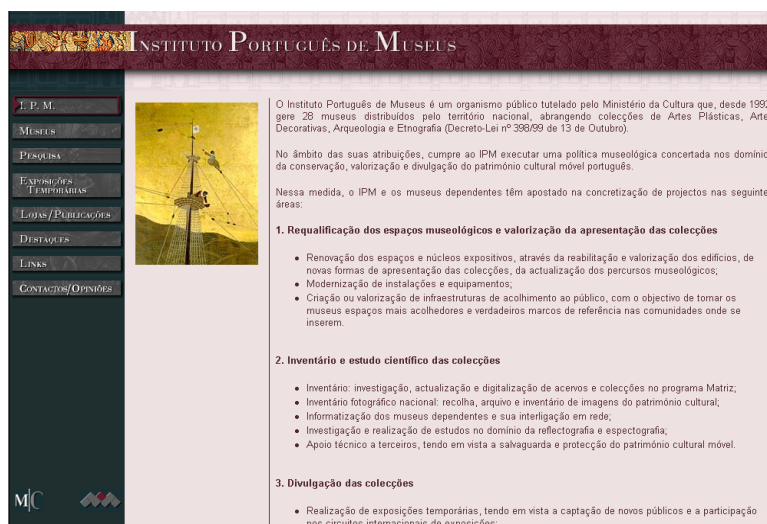


Figura 7 - Página Inicial do primeiro site do IPM em janeiro de 1998

Fonte: Relatório do IPM (texto policopiado)

Apesar de hospedar informações sobre os seus museus dependentes no portal, o IPM já planeava criar páginas autónomas visando fomentar o contacto e comunicação diretos do público com cada instituição, conforme trecho abaixo:

Era já então intenção do IPM vir a criar sítios autónomos para cada um dos museus dependentes, reduzindo progressivamente no seu portal institucional a área que

lhes estava reservada. Este projeto de dotação dos museus dependentes de sítios autónomos inseria-se numa estratégia de reforçar instrumentos de comunicação e informação que sedimentassem a integração dos museus nos circuitos culturais e promovessem quer a criação, quer a fidelização de públicos. Deste modo, os museus alargam consideravelmente a sua oferta nas suas múltiplas vertentes, disponibilizando 24 horas por dia a riqueza patrimonial e os conhecimentos específicos de que são guardiões e produtores” (Instituto Português de Museus, 2004, p.61).

2.2.1.3 Outros Museus online

Há pouca informação disponível sobre os primeiros sites de museus nesta década, mesmo muitos dos museus da RPM no presente ano não sabem informar a data de criação do seu primeiro site e não possuem qualquer registo ou histórico. Também no Arquivo.pt, tal informação é muito escassa.

No entanto, ainda antes da formação da RPM, para além dos websites dos museus do norte viabilizados pelo Projeto Geira, pudemos identificar através de contacto direto com alguns museus a presença online ainda nesta década. De acordo com consulta realizada junto do Museu de Serralves, a sua primeira página online é datada de 1997 e continha informações básicas sobre a Fundação e o Museu, porém o domínio www.serralves.pt só seria oficialmente registado em 1999 com a criação de novo site e da nova imagem do Museu. Não foram encontrados registos no Arquivo.pt.

O Museu dos Transportes e Comunicações tem registos do seu website datados de 1997 no Arquivo.pt, de acordo com a Figura 8, incluía programação, loja, ligações para outros sites e informações sobre o edifício.



Figura 8 - Primeiro site do Museu dos Transportes e das Comunicações, registo de julho de 1997.

Fonte: Arquivo.pt

2.2.1.4 As três tipologias de Websites

L. Theather e K. Willhem (1999) identificaram três tipologias de websites de museus, que refletem a evolução dessas instituições em seu processo de transição digital. Essa classificação tem sido amplamente adotada por diversos autores para avaliar o nível de desenvolvimento do conteúdo digital oferecido pelos websites. A primeira tipologia, mais rudimentar, é o 'folheto eletrônico', que disponibiliza informações básicas sobre a instituição, com o objetivo principal de facilitar a visita física. A segunda tipologia é o 'museu no mundo virtual' ou 'espaço informativo', que recria uma versão digital quase idêntica ao museu físico, fornecendo informações detalhadas sobre as coleções, frequentemente por meio de bases de dados, e, em alguns casos, oferece a possibilidade de visita virtual. Por fim, a terceira tipologia, o 'museu interativo' ou 'espaço interativo', disponibiliza recursos hipertextuais e interativos, que complementam e expandem os conteúdos presenciais, facilitando a visita física ao apresentar parte de suas coleções e ampliando a documentação disponível, incluindo materiais que não podem ser acessados fisicamente na instituição. Embora existam outros autores e outras definições esta classificação se mantém pertinente para o propósito deste trabalho.

2.2.2 A década de 2000-2009

No contexto mundial, nesta década os avanços da internet trouxeram a Web 2.0 e ocorreu a popularização crescente dos blogs⁵⁸ e das redes sociais⁵⁹, impulsionados pela autonomia que estas novas ferramentas de comunicação concedem ao utilizador. O ICOM lança uma nova definição de museus em 2007, e Pedro (2009) observa que as atividades elencadas podem ser permeadas e exploradas pelas novas tecnologias digitais e de comunicação.

O museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite. (ICOM, 2022)

Em alinhamento com Alexandra Pedro, Carvalho & Matos (2019), uma década depois, irão afirmar que as tecnologias oferecem uma ampla gama de aplicações em todas as áreas de atuação dos museus, incluindo gestão, comunicação, educação, exposições, administração de coleções e envolvimento do público. Desde os processos internos até a interação com os visitantes, os desafios impostos são, portanto, multidimensionais.

O panorama museológico em Portugal, por sua vez, permanece numa fase de expansão (Soares et al., 2006), que se refletirá também na estruturação e na legislação para os museus. Veremos a criação da RPM em maio de 2000 e da Lei-Quadro dos Museus Portugueses em agosto de 2004, acontecimentos que contribuirão para impulsionar o crescimento da presença digital dos museus portugueses. São lançados os programas de apoio, POSI, POSC, PAQM, ProMuseus entre outros, de importância fundamental para o financiamento e a colocação online de vários museus da RPM.

O IPM também teria um papel significativo na criação de websites dos seus museus dependentes neste período. Enquanto na Europa, a partir da segunda metade da década de 90 do séc. XX iniciam-se os lançamentos de websites de museus nacionais como Galleria degli Uffizi em Florença em 1994, o Museu do Louvre em Paris em 1995,

⁵⁸ Um blog é um site com postagens organizadas cronologicamente, oferecendo interface simples para criação, edição e publicação de conteúdo.

⁵⁹ Redes sociais são plataformas digitais onde usuários criam perfis, conectam-se com outros, compartilham conteúdos, trocam mensagens e participam de discussões e comunidades online.

o Victoria and Albert Museum em Londres e o Rijksmuseum em Amsterdão ambos em 1996 e o Reina Sofia em Madrid em 1997, o IPM, durante os 17 anos de sua vigência, apesar de não ter conseguido a abrangência e velocidade de colocação de páginas online pretendidas, promoverá grande contributo à presença online de museus pertencentes à RPM, com destaque especial para os Museus Nacionais. A valorização de um website completo e de qualidade também é reconhecido pela Associação Portuguesa de Museologia (APOM)⁶⁰, que incluirá o Prémio de Melhor Website a partir de 2007.

Ainda assim, o final da década traz novas dificuldades às Instituições Culturais, de acordo com Garcia, et al. (2016) a crise financeira internacional de 2008 e a subsequente crise da dívida soberana de 2011 acabaria por frear as tendências anteriores e ocasionar orçamentos decrescentes, desinvestimento ou cancelamento de vários projetos culturais, interferindo diretamente nos planos de avanço ao universo digital dos museus.

Além disso, diante da popularização e dos vários avanços da internet e da Web 2.0⁶¹, Pedro (2009) relata na sua dissertação de mestrado que a situação on-line dos museus portugueses ainda carecia de caminhos a serem percorridos:

(...) em Portugal, em 2008, o número de museus sem qualquer presença Própria online ainda era significativo; os que tinham algum tipo de presença disponibilizavam conteúdo informacional essencialmente direcionado para a visita do espaço físico; o recurso às plataformas da designada Web 2.0 estava ainda no seu início e as práticas eram sobretudo de exceção (Pedro, 2009, p. 123).

2.2.2.1 O IPM e os museus da RPM (2000-2007)

Segundo Santos (2000), em menos de dois anos depois do lançamento do primeiro portal, o logotipo e website (Figura 9) do IPM passam por uma reformulação e são lançados no Dia Internacional dos Museus. O autor declarava que o projeto gráfico do site era um importante exemplo de webdesign e possuía uma “linguagem gráfica

⁶⁰ A Associação Portuguesa de Museologia (APOM) desempenha um papel importante na definição de políticas culturais relacionadas aos museus, contribuindo para o fortalecimento do setor museológico em Portugal.

⁶¹ As ferramentas Web 2.0 referem-se a plataformas e aplicações online que promovem a colaboração, interação e compartilhamento de conteúdo pelos usuários. O termo foi criado em 1999.

visualmente apelativa e de uma clareza e rigor notórios” (Santos, 2000, p.48-49). Com design mais minimalista em relação ao primeiro site, a nova página utilizava o fundo negro constante na navegação. Tal escolha, contudo, suscitou críticas, pois a combinação do texto sobre o fundo escuro comprometeu a legibilidade, agravada pelo uso de uma fonte de tamanho reduzido. A Figura 10 mostra o menu Museus dentro do portal registado a 2 de novembro de 2000, na qual podemos visualizar as ligações na cor azul sobre fundo preto para as informações dos 29 museus pertencentes ao Instituto, que parece ser um exemplo da dificuldade de legibilidade relatada.



Figura 9 - Novo website do IPM fonte Arquivo.pt, na subpágina dedica ao Museus dos Coches.

Fonte: Arquivo.pt



Figura 10 – Website IPM 2 de novembro de 2000 – Dificuldade de legibilidade texto azul sobre fundo negro. Fonte: Arquivo.pt

Em 13 de dezembro de 2001 é inaugurado o primeiro sítio *web* autónomo de um museu do IPM, o Museu Nacional Soares dos Reis⁶² (Porto) (Figura 11). No ano seguinte, a 18 de maio, Dia Internacional dos Museus, o IPM inaugura a nova versão do seu portal⁶³ e divulga os *websites* de 10 dos museus dependentes, localizados em Lisboa: Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves⁶⁴ (Figura 12), Museu da Música⁶⁵, Museu Nacional dos Coches⁶⁶, Museu Nacional do Traje⁶⁷ (Figura 13), Museu Nacional do Teatro⁶⁸ (Figura 14), Museu Nacional de Arte Antiga⁶⁹(Figura 15), MNC-Museu do Chiado⁷⁰, Museu Nacional de Etnologia⁷¹ (Figura 16), Museu Nacional de Arqueologia⁷² e Museu Nacional do Azulejo⁷³.

⁶² <https://arquivo.pt/wayback/20020609174011/http://www.mnsr-ipmuseus.pt:80/>

⁶³ <https://arquivo.pt/wayback/20020619074550/http://www.ipmuseus.pt:80/cgi-bin/ipmuseus>

⁶⁴ <https://arquivo.pt/wayback/20020806051253/http://www.cmag-ipmuseus.pt:80/>

⁶⁵ <https://arquivo.pt/wayback/20020529041130/http://www.museudamusica-ipmuseus.pt:80/#>

⁶⁶ <https://arquivo.pt/wayback/20021120075801/http://www.museudoscoches-ipmuseus.pt:80/>

⁶⁷ <https://arquivo.pt/wayback/20020721150102/http://www.museudotraje-ipmuseus.pt:80/>

⁶⁸ <https://arquivo.pt/wayback/20050208003837/http://museudoteatro-ipmuseus.pt:80/splash01.asp>

⁶⁹ <https://arquivo.pt/wayback/20020803202032/http://www.mnarteantiga-ipmuseus.pt:80/#>

⁷⁰ <https://arquivo.pt/wayback/20020609134835/http://www.museudochiado-ipmuseus.pt:80/>

⁷¹ <https://arquivo.pt/wayback/20020526173725/http://www.mnetnologia-ipmuseus.pt:80/>

⁷² <https://arquivo.pt/wayback/20020725094832/http://www.mnarqueologia-ipmuseus.pt:80/>

⁷³ <https://arquivo.pt/wayback/20020609135133/http://www.mnazulejo-ipmuseus.pt:80/>

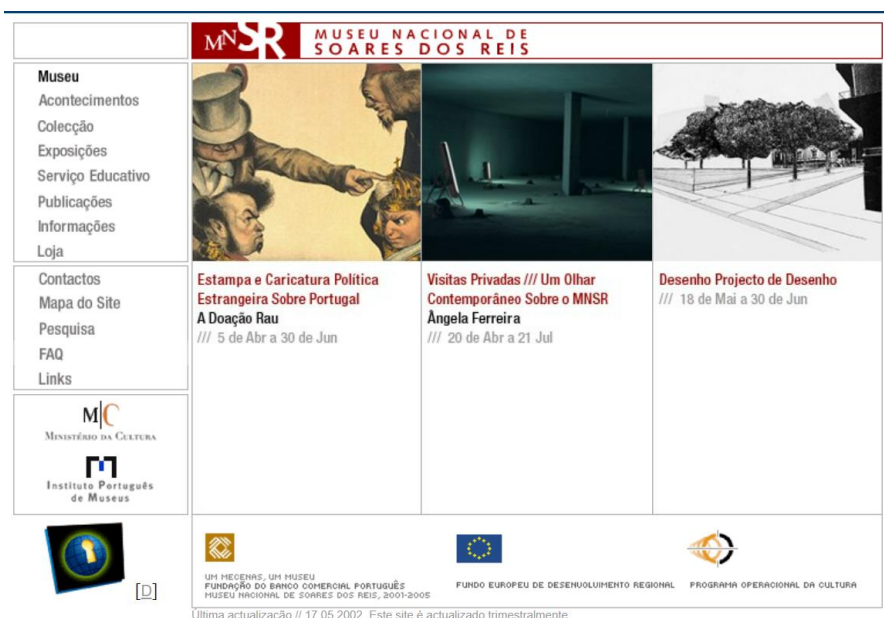


Figura 11 - 1º registo do website do Museu Nacional Soares dos Reis encontrado no Arquivo.pt datado de junho de 2002. Fonte: Arquivo.pt



Figura 12 - Primeiro registo do website da Casa-Museu Anastácio Gonçalves encontrado no arquivo.pt datado de agosto de 2002. Fonte: Arquivo.pt

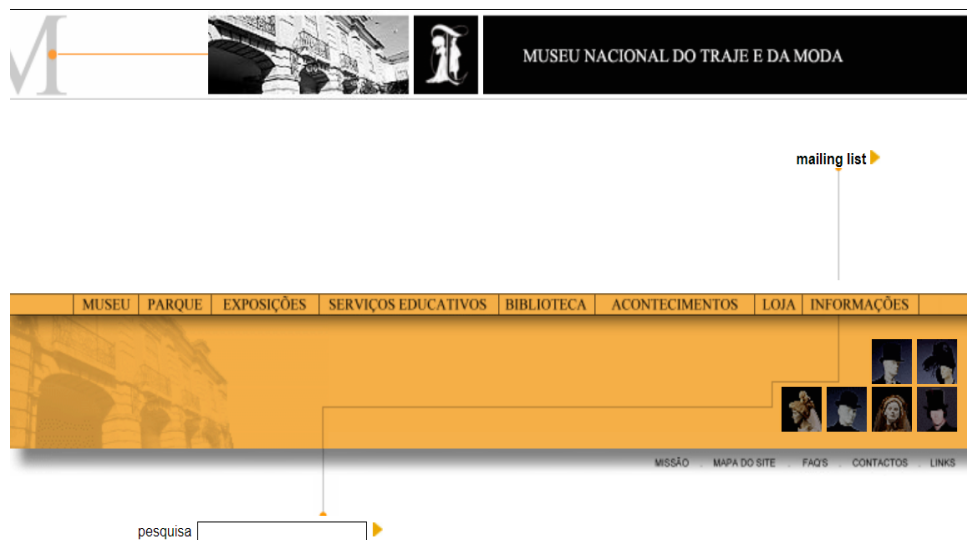


Figura 13 - Registo do 1º website do Museu Nacional do Traje em outubro de 2002.

Fonte: Arquivo.pt



Figura 14 - Registo do 1º website do Museu Nacional do Teatro e da Dança em junho de 2002.

Fonte: Arquivo.pt



[Versão Gráfica](#)
[Versão Texto](#)



Resolução mínima de 800x600, optimizado para IE4 ou superior e Flash 6
Última actualização em 19 de Julho de 2002

Rua das Janelas Verdes - 1249-017 Lisboa
Tel. (351) 21 391 28 00
Fax. (351) 21 397 37 03
E-mail: mnaarteantiga@museus.pt

Figura 15 - Registo do website do Museu Nacional de Arte Antiga em agosto de 2002.

Fonte: Arquivo.pt

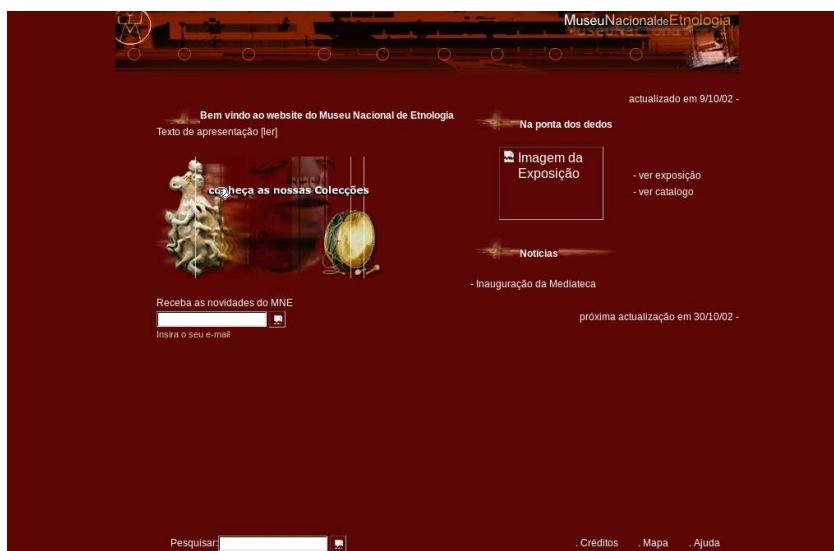


Figura 16 - Registo do website do Museu Nacional de Etnologia em maio de 2002.

Fonte: Arquivo.pt

Nesta primeira fase, cada museu geriu a produção dos seus respetivos sítios web, trabalhando dentro de um enquadramento global que seguia as orientações do Secretariado Executivo da Comissão Interministerial da Sociedade de Informação e respondia a uma disposição comum de conteúdos e de organização.

A arquitetura desses novos websites priorizava a qualidade da informação oferecida e a atualização de conteúdos consoante a programação dos museus. Foi criado um guia para a sua construção intitulado o “Guia de Boas Práticas na Construção de Sítios Web dos Museus do IPM”⁷⁴. Tal Guia tinha como linha estruturante o “Desenho Universal”, isto é, pretendia sites dotados de acessibilidade a cidadãos com necessidades especiais e propunha a substituição das barreiras tecnológicas pelas tecnologias acessíveis. De salientar que nesta altura, ao ser lançada uma consulta informal sobre experiência e conhecimento na criação de sites acessíveis a *web designers*, entre empresas e profissionais individuais, foram inicialmente constatados deficiência e desconhecimento neste âmbito. Seria importante acrescentar que segundo o website Acessibilidade.gov.pt, o Governo português já dedicava especial atenção ao tema da acessibilidade Web para cidadãos com necessidades especiais, tendo sido o primeiro Estado-Membro da União Europeia a adotar as *Web Content Accessibility Guidelines* (WCAG)⁷⁵, então ainda na sua versão 1.0, em agosto de 1999. E dez anos depois, em 2009, lançaria a tradução portuguesa da versão 2, sendo a primeira tradução a ser registada na base de dados do World Wide Web Consortium (W3C)⁷⁶. No entanto, veremos mais adiante que a exigência da sua aplicação só aconteceria em 2008.

Relativamente às empresas de webdesign, o panorama inicial era de desconhecimento das regras de “Desenho Universal” ou de falta de experiência em implementar sítios acessíveis e foi substituído pela curiosidade e disponibilidade para adquirir os conhecimentos teóricos, a que se seguiu um total empenhamento em aprofundar conhecimentos de acordo com as orientações e acompanhamento da Unidade Acesso. Aquilo que tinha sido inicialmente

⁷⁴ De acordo com Instituto Português de Museus, 2004, este "guia" pretende ser um contributo para a criação e desenvolvimento dos sítios web dos museus, fornecendo um conjunto de orientações básicas que passarão a ser comuns aos museus dependentes do IPM, sem trair a identidade específica de cada um. Adaptado do “Guia de Boas Práticas na Construção de Web Sites da Administração Directa e Indirecta do Estado”.

⁷⁵ WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) são diretrizes que recomendam práticas para tornar o conteúdo online acessível, especialmente para pessoas com necessidades especiais. Publicadas e atualizadas pelo World Wide Web Consortium (W3C), essas diretrizes são desenvolvidas colaborativamente por organizações parceiras, equipe interna e o público.

⁷⁶ O World Wide Web Consortium (W3C), fundado em 1994 por Tim Berners-Lee é a principal organização de padronização da World Wide Web. Sites desenvolvidos conforme as suas diretrizes podem ser acessados e visualizados por qualquer pessoa ou tecnologia, independente do hardware ou software utilizados, de maneira rápida e compatível com os novos padrões e tecnologias que possam surgir com a evolução da internet.

recebido como uma medida de contenção de criatividade converteu-se num processo de experimentação que associou criatividade e desenho acessível, hoje objectivamente considerada uma mais-valia que posiciona estas empresas num nível superior de competitividade. (Instituto Português de Museus, 2004, p.7)

Tal empenho e processo de aprendizagem, tanto da parte dos museus quanto da parte das empresas participantes, resulta em importantes prémios: em 2002, a F@imp⁷⁷, festival internacional organizado pelo International Committee for Audiovisual, New Technologies and Social Media do ICOM (AVICOM), premeia o *site* do Museu Nacional de Arqueologia com o “Web art d’or” e inclui o *website* do IPM na seleção oficial do júri. No ano seguinte, o site do Museu Nacional de Arte Antiga recebe o “Web art d’argent”. Este site já apresentava versões nas línguas portuguesa, inglesa e francesa (Figura 17). Segundo artigo publicado por Henriques (2004) o site (Figura 18) disponibilizava várias ferramentas que ainda são deficientes em alguns museus portugueses em 2024:

Além de todas as informações pertinentes a um site de museu, o MNA possui uma visita virtual ao seu acervo, onde é possível conhecer todas as secções expositivas do museu. Além disso, algumas peças do acervo foram selecionadas e podem ser visualizadas em três dimensões. É possível comprar *online* os produtos da loja do museu, ou seja, o site também presta serviço de *e-commerce* para o museu. O site do MNA não se restringe às atividades do Museu, mas é também um site de informações e referências sobre arqueologia em Portugal. (Henriques, 2004, par.14)

⁷⁷ F@IMP (Festival of Audiovisual and Innovative Museum Media Productions) is organized by AVICOM, ICOM International Committee for Audiovisual, New Technologies and Social Media since 1996. (AVICOM, 2023)



Figura 17 - Página inicial do site do MNA em junho de 2002 a oferecer conteúdo em português, francês e inglês. Fonte: Arquivo.pt.



Figura 18 - Website do MNA em junho de 2002.

Fonte: Arquivo.pt

Os sites dos museus do IPM partilhavam uma estrutura comum ao mesmo tempo que cada um possuía um projeto de design específico consoante a sua identidade. Todos possuíam um menu principal fixo na página principal, na qual se apresentavam a programação e exposições patentes. De acordo com Instituto Português de Museus (2003) a opção pelo alargamento e enriquecimento deste modelo e a estruturação de um website mais interativo dependeria essencialmente da capacidade em termos de recursos humanos das equipas de cada museu.

No ano de 2003, o Museu Monográfico de Conímbriga (Condeixa-a-Velha) lança, a 10 de julho, o seu website⁷⁸ (Figura 19) dotado de versão em inglês e glossário de termos arqueológicos que visava facilitar a compreensão do património móvel detido pelo museu, bem como promover um maior entendimento da cultura Romana. Paralelamente, também se inicia uma atualização e tradução para inglês dos websites do IPM e do Museu Nacional Soares do Reis. Conforme preconizado pelo Instituto Português de Museus (2003), é importante salientar a ligação dos websites já ativos ao catálogo coletivo para divulgação das suas coleções, o MatrizNet⁷⁹, criado no âmbito do IPM, em 2002.

A primeira fase de Implementação do projeto Sítios Web dos museus do IPM encerra-se com 12 dos museus dependentes com presença digital através dos websites próprios.



Figura 19 - Página do Museu Monográfico de Conímbriga em agosto de 2003.

Fonte arquivo.pt.

⁷⁸ <https://arquivo.pt/wayback/20030807121609/http://www.conimbriga.pt:80/index.html>

⁷⁹ O MatrizNet foi o catálogo coletivo on-line dos Museus da administração central do Estado Português até junho de 2024.

Em 2003, ocorre a segunda fase de criação de websites dos museus dependentes do IPM, esperava-se, através do programa POSI, uma contribuição de 33,33% do montante para a execução de dezasseis websites destes museus dependentes. Todavia, o valor do seu investimento acabaria por ser reduzido, levando o IPM a limitar o número de sítios web para nove. Os museus beneficiados seriam: Museu de Alberto Sampaio (Guimarães), Museu de Aveiro, Museu de Évora, Museu Francisco Tavares Proença Jr. (Castelo Branco), Museu da Guarda, Museu José Malhoa (Caldas da Rainha), Museu de Lamego, Museu Nacional Machado de Castro (Coimbra) e Museu Regional de Arqueologia D. Diogo de Sousa (Braga). Os museus do Abade Baçal, de Arte Popular (Lisboa), de Cerâmica (Caldas da Rainha), dos Biscainhos (Braga), Etnográfico e Arqueológico Dr. Joaquim Manso (Nazaré) e o da Terra de Miranda (Miranda do Douro) tiveram o projeto das suas páginas próprias adiadas para o ano de 2006. O Museu de Grão Vasco (Viseu), por sua vez, terá o seu sítio web desenvolvido e integrado no âmbito do projeto “Viseu Digital”⁸⁰. Segundo o Instituto Português de Museus (2004), o projeto desses nove sites deveria ser iniciado a 18 de outubro de 2004 e lançado ao público a 18 de junho de 2005. Nesta fase, o IPM também referia a importância da escolha correta das empresas de design de website para o bom andamento dos projetos:

Nesta 2ª fase de criação e implementação dos sítios dos museus do IPM, os museus dispõem de um tempo consideravelmente mais longo para desenvolver o seu trabalho, do que dispuseram os museus inseridos na 1ª fase – este é um dos aspectos que é agora melhorado. (...) Há alguns aspectos que podem fragilizar consideravelmente o desenvolvimento do projecto, designadamente a selecção das empresas responsáveis pelo desenho e programação do sítio. É, infelizmente, um terreno extremamente movediço este e apesar do cuidado posto na 1ª fase na pré-selecção das empresas tivemos algumas más surpresas (mas também boas experiências que ultrapassaram as nossas expectativas). (Instituto Português de Museus, 2004, p.62)

Apesar do empenho do IPM em inserir os seus museus dependentes no universo virtual, o lançamento dos nove websites acaba por não ser realizado. O Instituto viria a

⁸⁰ Projeto de digitalização e de divulgação de turismo e cultura da região de Viseu.

ser extinto em 2007, deixando esta tarefa para o seu sucessor, o futuro Instituto dos Museus e da Conservação, I.P (IMC). Apesar das dificuldades enfrentadas durante a sua vigência, o IPM consegue lançar online 12 museus nacionais⁸¹, aproximando Portugal à realidade digital europeia daquela década, além de alcançar premiações e reconhecimentos significativos neste âmbito. No entanto, os avanços não ocorrem na velocidade desejada e ainda permanecem 17⁸² dos seus museus sem presença digital.

2.2.2.2 O IMC - Instituto dos Museus e da Conservação, I.P. e os museus da RPM

O IMC viria a dar continuidade à colocação online dos Museus e Palácios da Administração Central. Criado em 2007 através do Decreto-Lei n.º 97/2007⁸³, o IMC, IP viria a agregar os extintos IPM e IPCR⁸⁴, além de integrar cinco palácios nacionais anteriormente sob a tutela do IPPAR⁸⁵: Palácio Nacional da Ajuda, Palácio Nacional de Mafra, Palácio Nacional de Queluz, Palácio Nacional da Pena (Sintra), Palácio Nacional de Sintra e Paço dos Duques (Guimarães), totalizando 29 museus e 6 palácios⁸⁶, estes integrados na RPM através da modalidade Inerência, como referido anteriormente.

Devido a constrangimentos diversos, o IMC iria passar o seu primeiro ano sem um portal próprio, fazendo com que fossem utilizadas como veículo de informação as estruturas existentes dos sites do IPM (Figura 20), IPCR e RPM. Em dezembro do ano seguinte, o portal⁸⁷ (Figura 21) é disponibilizado, concentrando a divulgação das áreas da

⁸¹ Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves, Museu da Música, Museu do Chiado/ Museu Nacional de Arte Contemporânea, Museu Monográfico de Conímbriga, Museu Nacional de Arqueologia, Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Etnologia, Museu Nacional de Soares dos Reis, Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional do Teatro, Museu Nacional do Traje, Museu Nacional dos Coches.

⁸² Museu da Guarda, Museu da Terra de Miranda, Museu de Alberto Sampaio, Museu de Arte Popular, Museu de Aveiro, Museu da Cerâmica, Museu de Etnologia do Porto, Museu de Évora, Museu de Francisco Tavares Proença Júnior, Museu de José Malhoa, Museu de Lamego, Museu do Abade de Baçal, Museu dos Biscainhos, Museu Dr. Joaquim Manso, Museu Grão Vasco, Museu Nacional Machado de Castro e Museu Regional de Arqueologia D. Diogo de Sousa.

⁸³ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/97-2007-520450>

⁸⁴ Instituto Português de Conservação e Restauro (2000 - 2007)

(<https://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/conservacao-e-restauro-laboratorio-jose-de-figueiredo/apontamentos-para-historia-da-conservacao-e-restauro-em-portugal/>)

⁸⁵ O Instituto Português do Património Arquitetónico (IPPAR) foi o anterior instituto público que durante 15 anos (1992-2007) assegurou as competências de gestão e do património imóvel português classificado.

⁸⁶ Segundo Monteiro e Silva (2009) eram 28 museus e 5 palácios, no entanto de acordo com o Decreto-Lei n.º 97/2007 de 29 de março (<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/97-2007-520450>), constavam no total 35 instituições sob a tutela do IMC, não estando citadas no referido artigo as seguintes: Museu Nacional de Machado de Castro, Museu de Arte Popular, Museu de Etnologia do Porto e Paço dos Duques.

⁸⁷ <https://arquivo.pt/wayback/20090623151654/http://www.imc-ip.pt/>

sua competência: museologia, conservação e restauro, património cultural móvel, património imaterial e a RPM, além de incluir informações para o público geral, localização com georreferenciação, exposições, patentes, horários, bilheteiras e lojas, e também para um público mais específico, documentação fotográfica, inventário, conservação, biblioteca, regulamentos, bases de dados, etc.



Figura 20 - Site do IMC em outubro de 2008 a utilizar a estrutura do extinto.

Fonte: Elaborado pela autora.

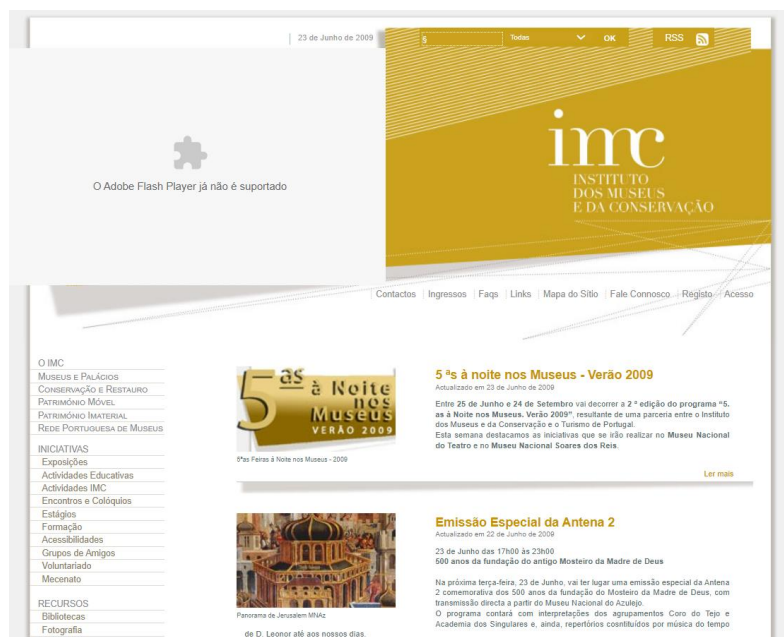


Figura 21 - Novo portal do IMC em junho de 2009

Fonte: Arquivo.pt.

Uma das orientações nucleares no desenho deste portal foi a de que os utilizadores – actuais e potenciais – estivessem no centro das preocupações. Assim, a organização e a forma como disponibiliza a informação não visam espelhar a organização interna do IMC e ser uma mera “montra” das actividades do Instituto, mas antes responder às necessidades informativas de uma vasta comunidade com interesses, expectativas e necessidades muito diversos. Por outro lado, o projecto foi construído para oferecer uma navegação fácil e intuitiva pensada para um utilizador que não é obrigado a conhecer a estrutura orgânica e o modo de funcionamento interno do Instituto. (Rede Portuguesa de Museus, 2009, p.32)

Em comparação com o website do extinto IPM, o portal do IMC apresentava uma organização mais clara e objetiva através da função de menu fixo, no qual se podia acessar a uma variedade de conteúdos oferecidos, subdivididos dentre seguintes tópicos: O IMC, Iniciativas, Recursos e Base de Dados. A nova versão do portal do IMC recebeu o prémio APOM 2008 de melhor site, juntamente com o Museu do Mar Rei D. Carlos em Cascais.

Conforme Monteiro e Silva (2009), na ocasião da criação do Instituto, entre as 35 instituições dependentes, 14 museus e seis palácios não possuíam *website* autónomo. Os museus citados pelos autores eram: Museu do Abade Baçal, Museu de Alberto Sampaio, Museu de Aveiro, Museu dos Biscainhos, Museu da Cerâmica, Museu D. Diogo de Sousa, Museu Dr. Joaquim Manso, Museu de Évora, Museu Francisco Tavares Proença Júnior, Museu Grão Vasco, Museu da Guarda, Museu da Terra de Miranda, Museu de José Malhoa e Museu de Lamego. Os autores não mencionam a situação dos Museus de Arte Popular e Nacional Machado de Castro quanto à existência ou não de páginas na internet.

De acordo com Instituto dos Museus e da Conservação (2008), em 2007, com o apoio do POSC foi dado prosseguimento ao programa de trabalhos de criação de páginas para os museus. O projeto inicial com plano de criação de nove websites não é concluído na sua totalidade, tendo sido apresentados em dezembro cinco novos sítios web para os seguintes museus: Museu D. Diogo de Sousa⁸⁸, Museu de Évora⁸⁹, Museu da Guarda⁹⁰,

⁸⁸ <https://arquivo.pt/wayback/20080101203251/http://mdds.imc-ip.pt:80/>

⁸⁹ <https://arquivo.pt/wayback/20080108061228/http://museudevora.imc-ip.pt:80/pt-PT/Default.aspx>

⁹⁰ <https://arquivo.pt/wayback/20080101203306/http://museudaguarda.imc-ip.pt:80/>

Museu de José Malhoa⁹¹ e Museu Nacional Machado de Castro⁹². De maneira que em dezembro de 2007, dos seis palácios e 28 museus dependentes, o IMC encerraria o ano com 14 museus com website ativo, dois com website, porém em remodelação (MNAC e MNSR) e um museu com apenas a homepage e em remodelação (MNE).

Tal movimento de renovação, de acordo com Monteiro e Silva (2009), foi interrompido em 2008 devido à emergência de um novo quadro legal em matéria de acessibilidades⁹³, que submetia os organismos da administração pública portuguesa a respeitar escrupulosamente as regras definidas pelo consórcio W3C, “tendo sido verificada a desconformidade de vários dos sítios dos Museus dependentes do IMC no tocante às acessibilidades, o Instituto viu-se compelido a colocar offline diversas páginas e a concentrar os seus esforços na ultrapassagem dessa situação” (Monteiro & Silva, 2009, p. 157). Dentro desta situação, entre as providências tomadas estão a criação de páginas provisórias no âmbito do IMC para o Museu Nacional dos Coches e para o Museu Nacional de Etnologia e a contratação de entidades externas no final do ano de 2008 para a criação de novos sites para Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Museu da Música, Museu Nacional Soares dos Reis (Figura 22 e Figura 23), Museu Nacional do Teatro (Figura 24) e Museu Nacional do Traje. Na Figura 25 e na Figura 26 pode-se observar a página inicial do Museu Nacional dos Coches antes e depois da reformulação.



Figura 22 - Página inicial do MNSR em outubro de 2008.

Fonte: Arquivo.pt

⁹¹ <https://arquivo.pt/wayback/20080223153302/http://mjm.imc-ip.pt/>

⁹² <https://arquivo.pt/wayback/20080218221837/http://mnmachadodecastro.imc-ip.pt/pt-PT/Default.aspx>

⁹³ Resolução do Conselho de Ministros n.º 155/2007, de 2 de outubro.

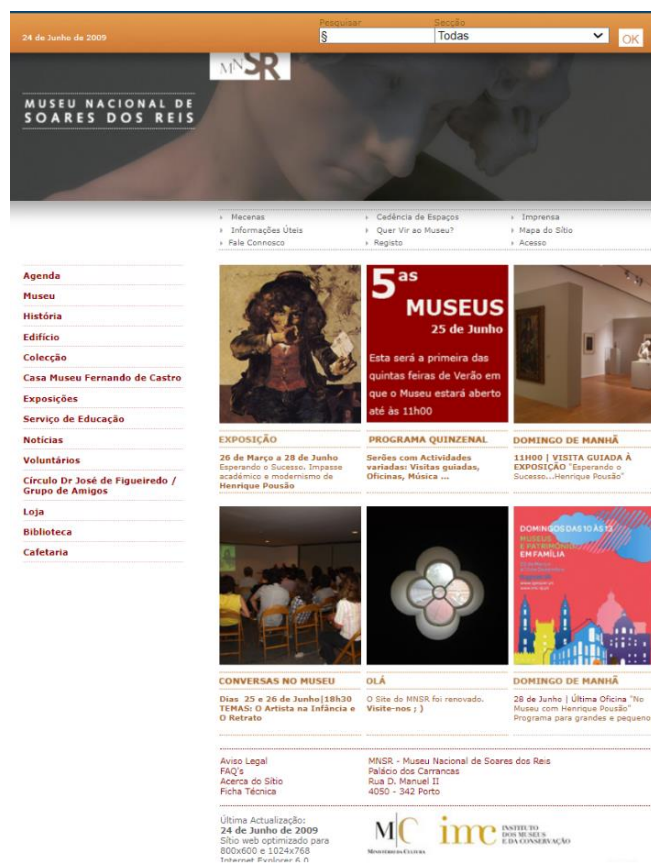


Figura 23 - Nova página do MNSR em junho de 2009.

Fonte: Arquivo.pt.

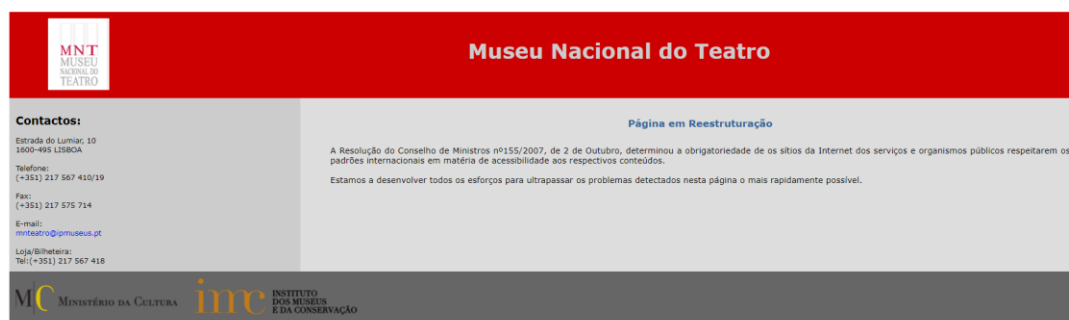


Figura 24 - Página do MNT em outubro de 2008 com a seguinte informação: “Página em Reestruturação: A Resolução do Conselho de Ministros nº155/2007, de 2 de outubro, determinou a obrigatoriedade de os sítios da Internet dos serviços e organismos público”.

Fonte: Arquivo.pt



Figura 25 - Página Inicial do MNC em outubro de 2007.

Fonte: Arquivo.pt.



Figura 26 - Página Inicial do MNC em março de 2008.

Fonte: Arquivo.pt.

Em 2009, é dada continuidade aos projetos de expansão da presença digital dos museus tutelados pelo IMC. De acordo com Monteiro e Silva (2009), deveria ser realizada a renovação dos websites em concordância com o WC3 do Museu da Música, Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional do Teatro, Museu Nacional do Traje e Casa-Museu Anastácio Gonçalves, e também disponibilizadas as páginas do Palácio Nacional de

Queluz e do Palácio Nacional de Sintra. Havia também para este ano a previsão do lançamento das páginas do Palácio Nacional da Ajuda, do Palácio Nacional de Mafra e do Museu de Alberto Sampaio. No Relatório do IMC de 2009, confirmam-se alguns desses projetos: o Museu da Música, que permaneceu cerca de um ano com a sua presença na internet reduzida a um blog, tem novo site⁹⁴ lançado em maio de 2009:

O novo site constituiu acima de tudo um investimento na criação de uma estrutura de futuro, suficientemente funcional e flexível para que o seu crescimento e manutenção não ficassem grandemente dependentes de terceiros. A sua facilidade de utilização e potencialidades fazem do site uma ferramenta importantíssima para a estratégia de comunicação do Museu, pelo que se prevê um investimento continuado na sua manutenção e desenvolvimento. (IMC, 2009, p.270).

Além do Museu da Música, o Museu Nacional do Teatro⁹⁵ e o Museu Nacional do Traje⁹⁶ também têm novos sites disponibilizados. O relatório também confirma o lançamento dos websites do Museu de Alberto Sampaio⁹⁷, Palácio Nacional da Ajuda⁹⁸ (Figura 27), Palácio Nacional de Queluz⁹⁹ (Figura 28) e do Palácio Nacional de Sintra¹⁰⁰, mas no documento não constam informações sobre o site do Museu Nacional do Azulejo¹⁰¹.

⁹⁴ <https://arquivo.pt/wayback/20090926052943/http://www.museudamusica.imc-ip.pt/>

⁹⁵ <https://arquivo.pt/wayback/20090927034933/http://museudoteatro.imc-ip.pt/>

⁹⁶ <https://arquivo.pt/wayback/20090927091059/http://musedotraje.imc-ip.pt/>

⁹⁷ <https://arquivo.pt/wayback/20091218204838/http://masampaio.imc-ip.pt/>

⁹⁸ Em consulta ao Arquivo.pt o website do Palácio Nacional da Ajuda tem seu primeiro registo no domínio: www.pnajuda.imc-ip.pt em junho de 2010:

<https://arquivo.pt/wayback/20100610065211/http://www.pnajuda.imc-ip.pt/>

⁹⁹ <https://arquivo.pt/wayback/20091219000709/http://www.pnqueluz.imc-ip.pt/>

¹⁰⁰ <https://arquivo.pt/wayback/20090927082214/http://pnsintra.imc-ip.pt/>

¹⁰¹ No arquivo.pt há um registo do site em junho de 2009:

<https://arquivo.pt/wayback/20090624032218/http://www.mnazulejo-ipmuseus.pt/>

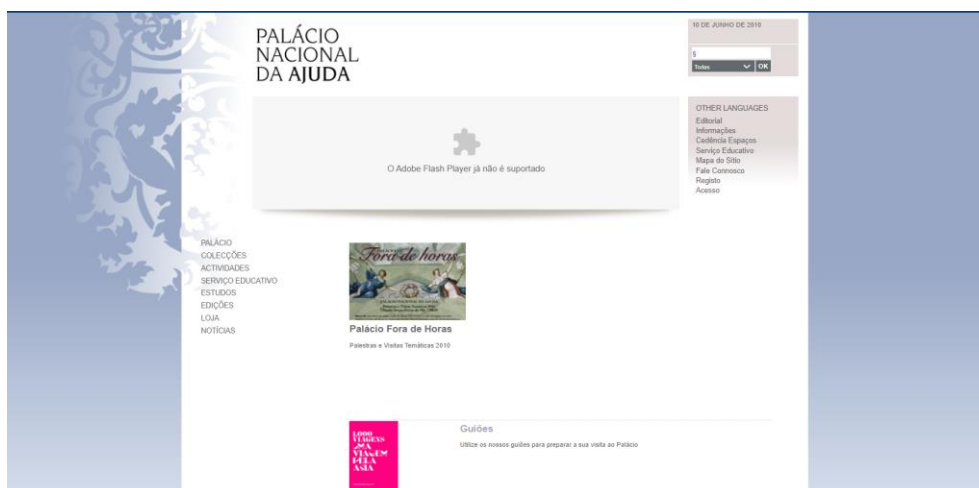


Figura 27 - Website do Palácio Nacional da Ajuda em junho de 2010.

Fonte: Arquivo.pt

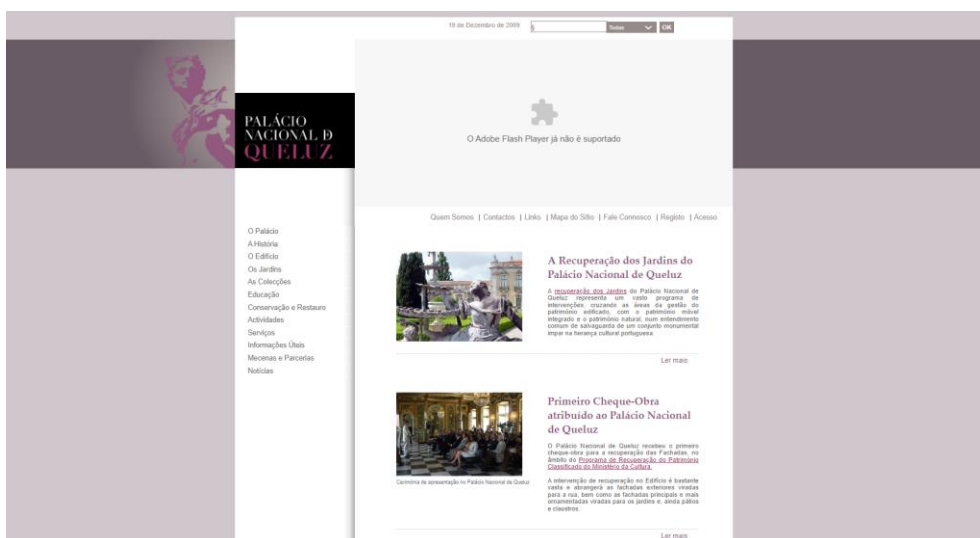


Figura 28 - Website do Palácio Nacional de Queluz em dezembro de 2009.

Fonte: Arquivo.pt

Apesar do ano de 2009 encerrar com 12 museus/palácios¹⁰² sem página própria, o relatório aponta para outras vias de divulgação na web por parte dos museus ainda sem website ou com websites com limitações que começam a se popularizar entre os Museus. Em sua maioria gratuitas e de fácil utilização, estas plataformas alternativas permitiam facilmente gerar, organizar e publicar informações, facilitando o contacto com o público

¹⁰² Museu de Cerâmica, Museu de Aveiro, Museu Joaquim Manso, Museu de Lamego, Museu do Abade Baçal, Museu dos Biscainhos, Museu Francisco Tavares Proença Júnior, Museu da Terra de Miranda e Museu Grão Vasco, Paço dos Duques) e Palácio Nacional de e Palácio Nacional da Pena.

sem que o museu dependesse de um website oficial e de técnicos especializados. Neste contexto temos os casos da CMAG que permanecia sem website, havendo criado uma página no Facebook e um blog¹⁰³, e o dos Museus Joaquim Manso e Nacional de Etnologia que também inauguram os seus blogs entre 2008 e 2009. O Museu Grão Vasco, o Museu de Lamego e o Paço dos Duques (Guimarães) fazem a divulgação das suas atividades através de newsletters mensais. Finalmente, o Palácio Nacional de Mafra oferecia uma Visita Virtual no Portal Cultura.

Passando ao Relatório de 2010 do IMC, no final desse ano identificam-se avanços na presença digital entre os museus e palácios que se encontravam sem website no ano anterior, designadamente: o Museu do Abade Baçal tinha o seu site em etapa de finalização, o Museu de Aveiro já possuía os conteúdos e havia adjudicado o desenvolvimento do web-design, O Museu dos Biscainhos trabalhava no desenvolvimento da sua página numa parceria sem custos com o Projeto Braga Digital¹⁰⁴. O Paço dos Duques, por sua vez, teve o seu website¹⁰⁵ disponibilizado em novembro daquele ano. Não constam informações sobre a criação de sítios web para os demais museus ainda sem website¹⁰⁶. No entanto, sabe-se que mais uma vez, o IMC passava por constrangimentos financeiros e a meta para que todos os museus e palácios tutelados tivessem website próprio ficaria estabelecida para o ano de 2011.

No mesmo Relatório, o IMC também apresentava o ponto de situação de alguns dos websites dos seus museus e palácios dependentes. No caso do Museu da Música, apesar dos aspetos positivos mencionados no relatório do ano anterior, a experiência de utilização do website trouxe alguns problemas técnicos que acabaram por gerar a necessidade de algum tipo de contrato de manutenção. Sobre o site do Museu Nacional de Arte Antiga, o documento assinalava a sua falta de repostas às necessidades comunicativas do museu e exigências funcionais por parte dos visitantes, necessitando de uma reformulação do grafismo, além de considerar como urgente a tradução do website para inglês. O Museu Nacional dos Coches teve o seu sítio renovado e redirecionado para

¹⁰³ <https://arquivo.pt/wayback/20090716120059/http://blogdacmag.blogspot.com/>

¹⁰⁴ Projeto aprovado em 2002 – tem no Município a entidade promotora e enquadra-se na iniciativa «Cidades e Regiões Digitais», integrada no Programa Operacional Sociedade de Conhecimento (POSC), sendo participado financeiramente pelo FEDER e pelo Orçamento de Estado. Tinha por missão a criação de um ambiente favorável ao desenvolvimento da sociedade da informação e do conhecimento.

¹⁰⁵ <https://arquivo.pt/wayback/20110123045651/http://pduques.imc-ip.pt/>

¹⁰⁶ o Museu de Cerâmica, Museu Grão Vasco, Museu de Lamego, Museu Dr. Joaquim Manso, Museu Francisco Tavares Proença Júnior, Museu da Terra de Miranda, Palácios Nacionais de Mafra e da Pena.

um novo endereço (www.museudoscoches.pt). O relatório anual também refere a situação do Museu Nacional de Etnologia, que devido a dificuldades no *frontoffice* do seu website, acaba por criar uma página provisória e simplificada para a divulgação de parte dos seus conteúdos. Neste âmbito, apesar das dificuldades enfrentadas pelo Instituto, o relatório também apontava para um crescimento significativo em visitantes únicos e visitantes frequentes em vários dos seus websites demonstrando já uma positiva evolução da presença digital dos seus Museus.

Em relação a premiações, o trabalho do IMC é reconhecido através do website do Museu de Alberto Sampaio¹⁰⁷ (Figura 29) que vence juntamente com o Oceanário de Lisboa o prémio da APOM de “Melhor Site de 2009”, enquanto o website do Palácio Nacional da Ajuda (Figura 30) recebe a menção honrosa.

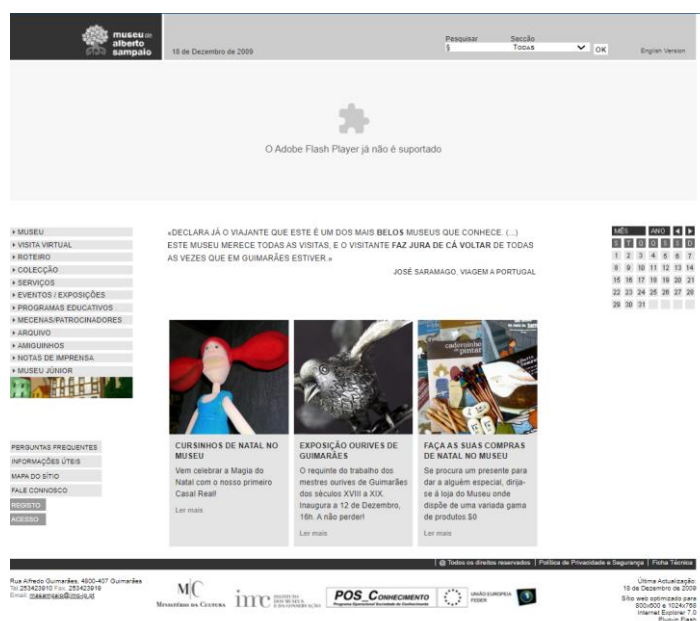


Figura 29 - Página inicial do website do Museu de Alberto Sampaio em dezembro de 2009.

Fonte Arquivo.pt

¹⁰⁷ <https://arquivo.pt/wayback/20091218204838/http://masampaio.imc-ip.pt/>

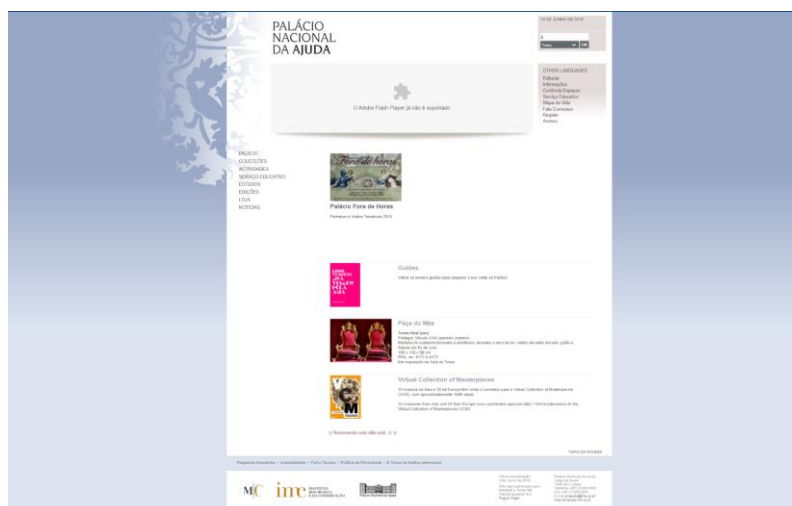


Figura 30 - Página inicial do website do Palácio Nacional da Ajuda em junho de 2010.

Fonte: Arquivo.pt

2.2.2.3 Os Museus da RPM e o PAQM

Durante esta década de difusão generalizada da Internet, fora do âmbito dos museus da Administração Central, ocorreram outros avanços na presença digital dos museus da RPM. O programa PAQM, dedicado a disponibilizar apoios técnicos e financeiros a museus pertencentes rede não dependentes da administração central, será responsável pela colocação online de alguns destes museus, como já referido.

Em 2001, primeiro ano do programa, os projetos inscritos e apoiados (Anexo B) dedicavam-se maioritariamente a publicações e sinalética de onze museu, a exceção do Museu do Papel-Moeda (Porto) que dentre os seus projetos apoiados tem integrada a reformulação do site. No ano seguinte, entre os 14 museus com projetos aprovados na área P.4 (Programa de Apoio a Ações de Comunicação) (Anexo C), apenas dois museus tinham projeto de criação de website: Casa-Museu Teixeira Lopes (Vila Nova de Gaia) e o Ecomuseu do Seixal (Figura 31), além do projeto de renovação da página web do museu do Carro Elétrico do Porto. No ano de 2003 (Anexo D) apesar da maior procura ao P.4, havia apenas uma candidatura dirigida à presença digital, nomeadamente a reformulação da webpage do Museu dos Transportes e Comunicações.



Figura 31 - Website do EcoMuseum do Seixal em outubro de 2003.

Fonte: Arquivo.pt.

Já em 2004, no quarto ano da edição do programa (Anexo E), notamos um maior interesse na adesão à presença digital. Entre os museus com projetos beneficiados pela área P.4, evidenciam-se cinco projetos de criação de website para museus tutelados pela administração local: Casa-Museu de Camilo (São Miguel de Seide), Museu Bernardino Machado (Vila Nova de Famalicão), Museu da Imagem em Movimento (Leiria), Museu de Mértola, Museu da Pólvora Negra (Oeiras), além do projeto de reestruturação da página web do Museu Municipal de Vila Franca de Xira, a ser lançado no ano seguinte.

Na Tabela 1, pode-se verificar a quantidade de projetos inscritos em cada área entre 2001 e 2004, podendo-se perceber a maior concentração de projeto na área P.4 em 2004.

Projectos candidatados ao PAQM em 2001, 2002, 2003 e 2004:				
PAQM	2001	2002	2003	2004
P1. Programação Museológica	6	7	8	4
P2. Investigação e Estudo das Coleções	19	27	26	28
P3. Conservação Preventiva	37	26	23	29
P.4 Acções de Comunicação	26	21	32	48
Total de projectos candidatados	88	81	89	109

Tabela 1- Projetos Candidatos aos PAQM de 2001 a 2004.

Fonte: Boletim da RPM, nº 13, setembro 2004

Segundo elucida Camacho (2005), no último ano de permanência do programa, a crise financeira que marcaria o ano de 2005 em Portugal, acabaria por afetar também o PAQM:

Num cenário nacional de dificuldades e de contenção financeira, o Programa de Apoio à Qualificação de Museus da RPM foi também atingido pelos problemas que actualmente afectam o País. A atribuição dos apoios financeiros aos museus que tinham candidatado os seus projectos ao abrigo daquele Programa foi infelizmente protelada para o primeiro semestre de 2006, esperando-se uma regularização desses mesmos apoios sem concomitância com o lançamento de um novo regulamento e de um novo programa de apoio financeiro que se almeja entre em vigor a partir do início de 2007. (Camacho, 2005, p.2)

Dentre estas candidaturas aprovadas pelo PAQM em 2005 (Anexo F), e adiadas para o ano de 2006, 45% delas incidiram na área da comunicação, estando os seguintes museus com projetos destinados à criação de website próprio, com destaque para um museu da Madeira e outro do Algarve: respetivamente o Museu de Arte Sacra do Funchal e o Museu Municipal de Faro, além do Museu da Fundação Cupertino de Miranda (Vila Nova de Famalicão) e do Museu Municipal de Santarém. Outras candidaturas para criação de projetos de digitalização, CD-ROM e/ou jogos multimédia incluíam os seguintes museus: Museu Municipal de Faro, Ecomuseu Municipal do Seixal, Casa-Museu Leal da Câmara (Sintra), Museu Municipal de Loures, Museu da Villa Romana do Rabaçal e Museu dos Transportes e Comunicações (Porto).

Durante a sua continuidade, o PAQM, através da área P.4, concedeu apoio à criação de 11 websites e à reformulação de outros quatro, totalizando 10 museus pertencentes à administração local, dois à Fundação Cupertino Miranda e três entre Associações e Igrejas. Em termos de distribuição por região perfazem 46% (sete) museus do Norte, 33% (cinco) da região de Lisboa e Vale do Tejo, 7% (um) do Centro, 7% (um) do Alentejo e por fim 7% (um) do Algarve.

2.2.2.4 Os Museus da RPM e o ProMuseus

Em substituição ao PAQM, o concurso ProMuseus é lançado em 2007. Na sua primeira edição não são contempladas todas as áreas de apoio (Anexo G), “com base no conhecimento das carências mais prementes dos museus da RPM e na intenção de estimular a sua articulação” (Rede Portuguesa de Museus, 2007), limitando-se às de número 2 (Informatização do Inventário), 3 (Conservação e Segurança), 4 (Reservas) e 7 (Parcerias), excluindo as áreas 1 (Estudo e Investigação), 5 (Divulgação) e 6 (Projetos Educativos). Apesar da existência de vários museus da RPM sem website próprio ou mesmo presença digital, nesta edição não ocorrem apoios para criação de sítios na Internet (que pertenciam à área 5), demonstrando que ainda era necessário priorizar outras áreas mais estruturais. A área com mais projetos aprovados foi a número 3, com 36% dos projetos, seguida das áreas 4 com 24%, 2 com 22% e finalmente a 7 com 18%.

Na área 2, por exemplo, foram aprovados oito projetos de digitalização de inventários, como o das Obras de Arte em Reserva no Museu Arqueológico do Carmo e da Coleções de Numismática e de Arqueologia do Museu Municipal de Penafiel, entre outras instituições.

Na primeira década do século XXI, o concurso que deveria ser anual, acaba por não ser alvo de abertura de novas candidaturas em 2008 e de 2009 devido a uma série de constrangimentos financeiros. De acordo com Instituto dos Museus e da Conservação (2009), a situação da execução dos projetos apoiados pelo ProMuseus no final de 2007 e executados em 2008 e 2009 foi de 24 projetos concluídos, correspondendo a 19 museus beneficiados.

2.2.2.5 Museus da RPM e outros programas e projetos

Através da leitura dos Boletins da RPM, publicados entre junho de 2001 e dezembro de 2011, foi possível identificar outros projetos e programas que contribuíram para a colocação online ou reformulação de websites de museus integrantes da rede. No

ano de 2008, o Museu Quinta das Cruzes (Funchal) ¹⁰⁸ lança o seu website com o apoio do programa europeu POPRAM III/FEDER ¹⁰⁹,

No âmbito do projeto MERCATOR ¹¹⁰, em 2008 o Museu de Mértola ¹¹¹ publica o seu o sítio web com projeto da iniciativa da Câmara Municipal e com o apoio da RPM, sendo executado pelo Campo Arqueológico de Mértola e em 2009 é desenvolvida a renovação total do website do Museu da Luz (Mourão) ¹¹²(Figura 32), contando com versão em inglês.



Figura 32 - Página inicial do website do Museu da Luz em abril de 2007 antes da reformulação e em setembro de 2009, após a reformulação. Fonte: Arquivo.pt.

Relativamente aos museus da RPM localizados nas regiões autónomas, nota-se um esforço da RPM ao tentar integrar mais estas instituições no processo para a transição digital. Em junho de 2005 a RPM promove no Funchal uma ação de formação intitulada “Conceção de Sítios de Internet em Museus”. O curso de 18h de formação, teve 20 inscrições e 17 formandos.

¹⁰⁸ www.museuquintadascruzes.com - não localizamos registos no Arquivo.pt. Atualmente o endereço eletrónico do museu é: <https://mqc.madeira.gov.pt>

¹⁰⁹

<https://www.idr.madeira.gov.pt/portal/Modulo.aspx?IDMenu=4&IDSubMenu=60&Tipo=16&Path=42&jmenu=10>

¹¹⁰ Projeto desenvolvido em dois anos, entre abril de 2007 e julho de 2008, inserido no programa Interreg IIIB MEDOCC da União Europeia, liderado por Heritage Malta e que integrou diversos parceiros de múltiplas nacionalidades, estando a participação portuguesa representada pela Universidade de Évora e pela Câmara Municipal de Mértola. (<http://www.mercatorproject.eu/>)

¹¹¹ <https://www.museudemertola.pt/> não localizamos registos no Arquivo.pt. O endereço eletrónico mantém-se atual.

¹¹² www.museudaluz.org.pt

(<https://arquivo.pt/wayback/20091218113209/http://www.museudaluz.org.pt/>). Endereço eletrónico atual.

No ano seguinte, o curso de formação “Conceção de Sítios de Internet em Museus”. também acontece nos Açores em Angra do Heroísmo na Direção-Regional da Cultura dos Açores (Palacete Silveira e Paulo).

2.2.2.6 Fundação Calouste Gulbenkian: um caso particular

Seria importante assinalar a visibilidade que a Fundação Gulbenkian já recebia em relação à sua presença digital na metade desta década. Remelgado (2014) destaca o desempenho da presença digital do Museu Calouste Gulbenkian, que desenvolve e implementa uma política de comunicação robusta e abrangente para promover sua coleção, acompanhar as atividades culturais que organiza e informar seus diversos públicos. Essa política é caracterizada pelo uso de múltiplos canais, incluindo recursos digitais como a página do Museu, lançada em 2001, e a página do Serviço Educativo, disponível desde 2005, a presença em várias redes e a newsletter, que contava com 22.475 assinantes em 2011, que constituía um importante meio de divulgação para informar seus diferentes públicos. A Figura 33 mostra a página inicial da Fundação em novembro de 2013 com ligações para os perfis no Facebook, Instagram, Twitter e Flickr.

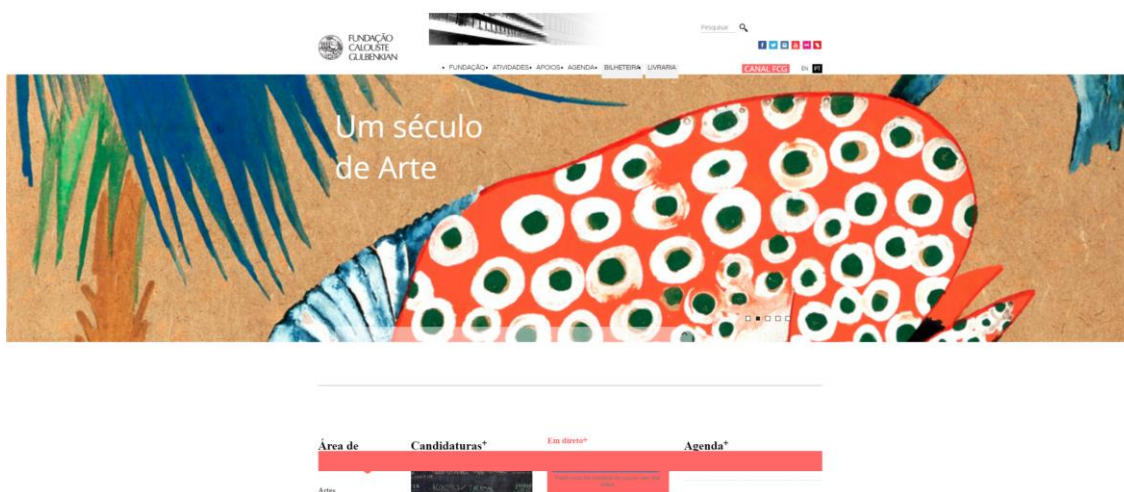


Figura 33 - Página inicial do website da Fundação Gulbenkian em novembro de 2013 com ligações para as suas redes sociais. Fonte: Arquivo.pt

2.2.2.7 *Resumo da década*

Segundo a investigação de Pedro (2008), a sua análise de presença digital dos 125 museus da RPM¹¹³ identificou entre agosto e setembro de 2008, 72 museus com websites. A autora, que baseou a sua pesquisa a partir da consulta da página da RPM (<http://www.imc-ip.pt/pt-PT/rpm/ContentDetail.aspx>¹¹⁴) aponta que “vários museus do IMC apresentavam as suas páginas em reestruturação ao abrigo da Resolução do Conselho de Ministros n.º 155/2007, de 2 de outubro” (Pedro, 2009, p. 85), o que a fez considerar além dos museus com sítio web próprios, também os websites das instituições que tutelam os museus referidos na página, dentro da condição de o espaço dedicado compreender um menu com pelo menos quatro hiperligações para além da página de entrada. Pedro também refere que os sítios desenvolvidos no âmbito do Projeto Geira apenas foram considerados quando incluídos na página da RPM, mesmo que estivessem on-line.

Em consulta à mesma página através do Arquivo.pt, buscando os registos do ano 2009, pudemos fazer algumas constatações adicionais sobre a situação dos museus da RPM neste final de década. No caso dos 32 museus do IMC, 16 apresentavam ligação para website próprio, em sua maioria os Nacionais, 14 não ofereciam ligação para website e a Casa-Museu Anastácio Gonçalves, com site em reformulação, e o Museu Joaquim Manso, sem website próprio, apresentavam ligação para blogs.

Relativamente aos museus nas Regiões Autónomas, nos Açores (DRC Açores¹¹⁵) registava-se uma presença digital forte com destaque para o Museu Carlos Machado e o Museu de Angra do Heroísmo¹¹⁶ (Figura 34) com websites próprios, e cinco museus (Figura 35) com páginas padronizadas dentro do site da tutela, que apresentavam informações bastante completas sobre contactos, missão, agenda, notícias, acervos, exposições temporárias e permanentes. Apenas o Museu de Santa Maria que possuía um

¹¹³ A RPM era composta por 125 museus em setembro de 2008.

¹¹⁴ Pode ser consultada em: https://arquivo.pt/wayback/20090623182134/http://www.imc-ip.pt/pt-PT/rpm/museus_rpm/HighlightList.aspx

¹¹⁵ https://arquivo.pt/wayback/20090623211511/http://www.imc-ip.pt/pt-PT/rpm/museus_rpm/direc_regional_acores/ContentList.aspx

¹¹⁶ <https://arquivo.pt/wayback/20091217202657/http://museu-angra.azores.gov.pt/>

erro no registo da sua página feito pelo Arquivo.pt, não sendo possível identificar a sua situação.



Figura 34 - website do Museu Angra do Heroísmo em dezembro de 2009.

Fonte: Arquivo.pt

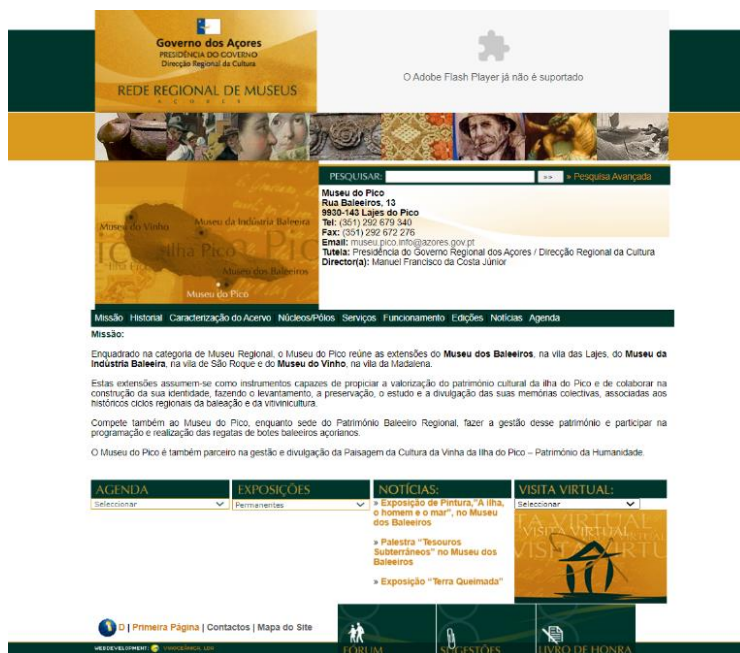


Figura 35 - Exemplo da página do Museu da Graciosa dentro do website da DRC Açores.

Fonte: Arquivo.pt

Encontramos uma situação diferente na Madeira, dos seis museus da DRAC Madeira¹¹⁷ pertencentes à RPM, apenas a Casa Colombo¹¹⁸ e o Museu Quinta das Cruzes¹¹⁹ apresentavam ligação para site próprio. Os outros quatro museus apresentavam uma página estática com informações básicas (Figura 36) dentro do site do projeto Museu MAC - Rede de Museus Madeira-Açores-Canárias¹²⁰.



Figura 36 - Registo de 2009 no Arquivo.pt da Página da Casa-Museu Frederico de Freitas hospedada dentro do website Museu MAC. Fonte: Arquivo.pt

Passando para os 50 museus da Administração Local, percebe-se uma significativa deficiência de presença on-line neste segmento – a qual perpetuar-se-á até a presente década, mantendo os museus de administração local entre aqueles com menor visibilidade digital. Através da página da RPM, identificam-se apenas sete museus com website próprio: Casa de Camilo (Município de Vila Nova de Famalicão), Museu da Imagem e

¹¹⁷https://arquivo.pt/wayback/20090623194813/http://www.imc-ip.pt/pt-PT/rpm/museus_rpm/direc_regional_madeira/ContentList.aspx

¹¹⁸ <https://arquivo.pt/wayback/20100529070726/http://www.museucolombo-portosanto.com/> - não é possível visualizar o site devido ao Adobe Flash Player.

¹¹⁹ <https://arquivo.pt/wayback/20110121191414/http://www.museuquintadascruzes.com/>

¹²⁰ Inserido no Programa de Iniciativa Comunitária INTERREG III B Açores-Madeira-Canária 2000-2006, foi aprovado na 4ª convocatória o Projeto Rede de Museus Madeira, Açores, Canárias – MUSEUMAC – inserido no eixo 4 da Valorização e Gestão Sustentada dos Recursos Naturais e Culturais cuja medida de atuação incide na Conservação, Valorização e Gestão Sustentável do Património Cultural, com duração de 18 meses. Visava a criação de uma rede de museus da Macaronésia, aproximando realidades culturais com especificidades próprias.

Movimento (Câmara Municipal de Leiria), Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real (Câmara Municipal de Vila Real), Museu de Mértola, Museu Escolar de Marrazes (Junta de Freguesia de Marrazes), Museu Municipal de Aljustrel (Câmara Municipal de Aljustrel) e Museu Municipal de Coruche (Câmara Municipal de Coruche), além dos museus Municipal de Vila Franca de Xira (Câmara Municipal de Vila Franca de Xira) e da Olaria (Câmara Municipal de Barcelos) que apresentam ligação para website próprio, porém sem visualização no Arquivo.pt. Outros 24 museus oferecem uma ligação para o site das respetivas tutelas e 17 não apresentam qualquer ligação.

Entre os 20 museus tutelados pela Administração Central, Empresas Públicas, Associações, Universidades, Igrejas Católicas e Misericórdias, 17 possuíam website próprio, um possuía página com informações detalhadas e ligações dentro do site da tutela, três ofereciam ligação para página da tutela e dois não apresentavam qualquer ligação. Finalmente entre as nove instituições tuteladas por Fundações, os Museus Gulbenkian, do Brinquedo de Sintra (da Fundação privada Arbués-Moreira, entretanto extinto) e do Caramulo estavam entre aqueles com website próprio, enquanto outros cinco possuíam página hospedada dentro do site da respetiva Fundação, dotadas de informações completas e ligações: Museu-Biblioteca da Casa de Bragança (Vila Viçosa), Museu da Fundação Cupertino Miranda e Museu do Papel Moeda, Museu das Comunicações e Museu de Arte Contemporânea de Serralves (Figura 37). O Museu da Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro não dispunha nenhuma ligação.

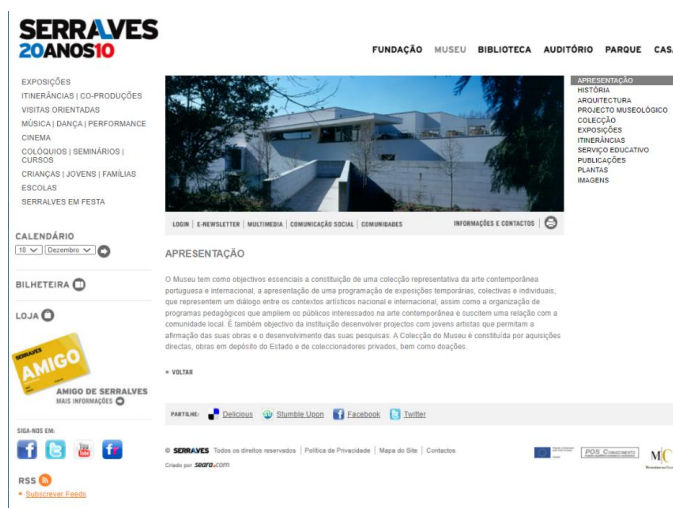


Figura 37 - Página do Museu de Arte Contemporânea de Serralves dentro do site da Fundação em dezembro de 2009. Fonte: Arquivo.pt

Devido a as limitações desta análise, na qual as ligações de 2009 foram consultadas 15 anos depois via Arquivo.pt e não no seu endereço eletrónico original, chegamos a resultados diferentes de Pedro (2009). Foram considerados como museus com websites próprios aqueles dotados de domínio e sítio web e aqueles hospedados dentro da página da tutela que apresentassem os mesmos critérios apontados por Pedro. Um dos entraves encontrados foram as ligações para os sites das câmaras municipais, que apontavam para a página principal e não para a sessão dedicada aos museus. O resultado da análise das ligações da página da RPM em 2009, classifica 58 (46.6%) museus com ligação para website próprio, 45 (36%) com ligação para página da tutela, 2 (1.6%) para blog e 20 (16%) sem ligação, conforme Gráfico 1- Presença digital dos museus da RPM através de ligação apresentada na sua página em 2009.

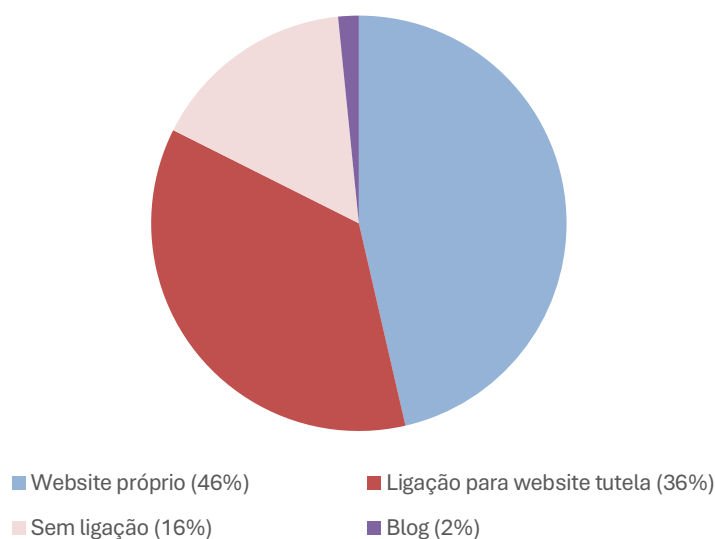


Gráfico 1 - Presença digital dos museus da RPM através de ligação apresentada na sua página em 2009.

Fonte: Elaborado pela autora.

2.2.3 A década de 2010-2019

No contexto internacional, neste período assistiremos aos Museus a concretizarem a tendência já iniciada na década passada, direcionando a sua atenção para o seu público e para a comunidade. A conectividade, interação e possibilidade de alcançar um maior

número de públicos através dos websites e redes sociais, tornam-se objetivos e ferramentas essenciais para as instituições culturais (Bautista, 2014; Black, 2012).

Os websites dos museus portugueses, que segundo Pedro (2009) na década anterior ainda eram em grande número estáticos e com poucas funcionalidades interativas, avançam para uma maior modernização, apesar das dificuldades de financiamento e de recursos humanos enfrentadas. Em comparação com os resultados obtidos por Alexandra Pedro em 2008, Remelgado (2014), que também analisou a presença digital dos 142 museus da RPM, encontrou 80 museus com página online “(...) alguns com domínio próprio, outros associados à página da sua tutela. Paralelamente, constatamos a existência de nove blogues cuja utilização substituiu o site” (Remelgado, 2014, p. 208). Em suas conclusões, a investigadora observou que a relação entre os museus portugueses e a internet ainda era um processo em evolução, limitado pela escassez de recursos humanos e tecnológicos, e reconhecia ser relevante a sensibilização das tutelas para a importância da utilização das ferramentas digitais, bem como o reconhecimento da necessidade de uma estratégia de comunicação integrada que privilegiasse a utilização de múltiplos recursos e plataformas.

Durante este período, a presença digital dos museus portugueses avançou significativamente, e refletiu maior valorização da comunicação e do acesso ao património cultural, através da digitalização de acervos, criação de websites e uso das ferramentas web. 2.0. Enquanto no início da década, o uso de redes sociais era limitado, nos anos finais, vários museus portugueses aprimoraram a sua presença digital com visitas virtuais, exposições online e maior interação nas redes sociais, apesar de muitos ainda enfrentarem desafios como a falta de financiamento e capacitação de recursos humanos. A criação da plataforma do Google Arts & Culture¹²¹ em 2011 e a sua adoção por parte dos museus da RPM tornou os seus acervos mais acessíveis globalmente e promoveu maior engajamento com o público.

O foco na diversidade dos públicos também trará um interesse crescente na acessibilidade digital e física. Dentro deste contexto em Portugal, ocorrerá em 2017, o lançamento do Guia de Boas Práticas de Acessibilidade Comunicação Inclusiva em

¹²¹ Google Arts & Culture é uma plataforma digital que oferece visitas virtuais a museus, acesso a exposições e coleções artísticas, e informações culturais e históricas.

Monumentos, Palácios e Museus¹²², que leva em conta as diferentes características dos públicos como a sua nacionalidade, idade, condição de saúde, o seu contexto social, económico, cultural ou étnico e o seu perfil educativo. Na sessão “Produtos a desenvolver para uma comunicação inclusiva”, é referido “site acessível” e “visita virtual”. Relativamente aos websites, de acordo com o Guia, existem três níveis de acessibilidade para os sites identificados com as siglas: A, AA (duplo A) e AAA (triplo A). Estas siglas traduzem o grau de conformidade com as recomendações das WCAG 2.0. Embora não seja uma obrigação com força de lei, é desejável que os sites de todas as instituições públicas tenham pelo menos o nível AA de acessibilidade, caso criado de raiz, o site deve cumprir o nível AAA. Além disso, os sites devem ser também plataformas capazes de alojar ficheiros áudio, vídeo e outros a criar num projeto de comunicação acessível. Entre as recomendações incluem-se: a navegação fácil através de teclado, rato ou outro produto técnico, conteúdos apresentados com uma estrutura lógica e clara, informação relevante em linguagem simples e informação em multiformato, como imagens descritas e material vídeo legendado.

Importa ainda mencionar o Mu.SA: Museum Sector Alliance¹²³, criado em 2016, um projeto europeu financiado pelo Programa Erasmus+¹²⁴, concebido para abordar as competências digitais necessárias à capacitação dos profissionais de museus. O seu objetivo era apoiar os profissionais de museus na aquisição das competências necessárias para se adaptarem à era digital e desenvolver uma estrutura para essas competências que pudesse ser aplicada em toda a Europa e viria a trazer importantes constatações sobre a Transformação Digital nos museus portugueses no final desta década. Conforme Carvalho & Matos (2019) pelas entrevistas concedidas pelo *focus group* de museus portugueses no âmbito do Projeto, foi reconhecida a relevância dos websites, no entanto, alguns dos participantes apontaram a ausência de autonomia na gestão direta da informação, particularmente no caso dos museus sob a tutela da administração local. A investigação de Macedo (2014) alcança os mesmos resultados: “A diversidade de tutelas foi a razão apontada para a desigualdade de realidades na presença online dos museus, sendo a Administração Local a mais referida e associada a limitações que impedem uma

¹²² Turismo de Portugal, I. P. Direção-Geral do Património Cultural

¹²³ <http://www.project-musa.eu/pt/>

¹²⁴ <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/pt-pt>

presença mais abrangente e efetiva dos museus em ambiente online” (p.55). Tal posicionamento, que restringe ou impede a criação de sites independentes e a gestão dos seus conteúdos, torna-se um fator limitador no desenvolvimento de uma estratégia digital eficaz e impede que essas instituições evoluam alinhadas com os avanços e transformações desta década.

Ao mesmo tempo que o interesse na acessibilidade universal e na transformação digital avançam, o desinvestimento desencadeado pela crise de 2008, perpetua-se nesta década e vemos uma redução de financiamentos e também de recursos humanos, fator que também impactará na capacidade dos museus de atuarem na comunicação digital:

No campo dos museus, essas assimetrias situam-se quer ao nível da retração dos recursos financeiros, atendendo a que a grande maioria dos museus é dependente de financiamento público, mas também ao nível dos recursos humanos. Neste contexto assistimos, paulatinamente, à redução de recursos humanos, cuja situação tem sido agravada pela aposentação de quadros técnico se a restrição à entrada de novos colaboradores dada a ausência de novos concursos de admissão. (ICOM Portugal 2017).

Concretamente, poderemos ver no que diz respeito à redução de financiamentos a pequena atuação do ProMuseus nesta década e a redução dos recursos humanos apontadas por Macedo (2014) e Carvalho & Matos (2019), fatores que conspiram para o atraso da colocação online de tantos museus portugueses e da RPM.

2.2.3.1 Os Museus da RPM em contexto da criação da DGPC

A DGPC é criada em 2012 pelo Decreto-Lei n.º 115/2012, de 25 de maio¹²⁵ e resulta da fusão do IMC, I.P, do IGESPAR¹²⁶ e da Direção-Regional de Cultura de Lisboa e Vale do Tejo. Dentro deste contexto, conforme Camacho et al. (2021), ocorre uma diminuição do universo dos museus, palácios e monumentos (MPM) dependentes do organismo do Ministério da Cultura, através de três vias: transferência de três palácios

¹²⁵ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/115-2012-177827>

¹²⁶ Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico, I. P.

nacionais (Palácio Nacional de Queluz, Palácio Nacional de Sintra e Palácio Nacional da Pena) para a gestão da ‘Parques de Sintra-Monte da Lua, S.A.’¹²⁷, em 2012; desconcentração de museus e monumentos para as Direções Regionais de Cultura, desde 2012; descentralização de museus para os municípios¹²⁸, em 2015.

Para termos o ponto de situação da presença on-line herdada do IMC, através de consulta dos registos do portal no Arquivo.pt, constavam gravações efetuadas em julho de 2011 e janeiro de 2012¹²⁹, tendo sido possível identificar que 23 museus e palácios¹³⁰ tinham ligação para website ativo dentro do respetivo perfil na página da tutela e, por outro lado, onze instituições¹³¹ não apresentavam website entre as informações ofertadas no portal. O Museu Dr. Joaquim Manso apresentava uma ligação para o seu blog (<http://mdjm-nazare.blogspot.com>), que de acordo com informações nele consultadas, funcionou como recurso informativo do museu de 2009 a maio de 2018, até a criação do website próprio, via Direção Regional de Cultura do Centro, em 2018. O blog continua disponível para acesso e apresenta comunicação do museu durante o período em que esteve ativo até a data criação do novo website. Além dele, o Museu de Cerâmica, também sem website próprio apresentava uma ligação para o seu blog (<http://museudaceramica.blogspot.com/>). Esta situação de presença online modifica-se rapidamente com as transferências de tutelas já mencionadas no contexto da criação da DGCP, que ficaria responsável por parte dos Museus do IMC, nomeadamente os 15 Museus Nacionais¹³² e os Palácios Nacionais da Ajuda e de Mafra. Os Palácios de Queluz e de Sintra perdem os websites que já possuíam e passam a estar integrados no site da Parques de Sintra-Monte da Lua, S.A. Por outro lado, o caso dos Museus de Lamego

¹²⁷ <https://www.parquesdesintra.pt/pt/sobre-nos/quem-somos/>

¹²⁸ Municipalização da gestão de três museus (Aveiro, Guarda e Castelo Branco)

¹²⁹ <https://arquivo.pt/wayback/20120121034757/http://imc-ip.pt/>

¹³⁰ Casa Museu Anastácio Gonçalves, Museu da Guarda, Museu da Música, Museu de Alberto Sampaio, Museu de Arte Popular, Museu D. Diogo de Sousa Museu de Évora, MNAC, Museu José Malhoa, Museu Monográfico de Conímbriga, Museu Nacional de Arqueologia, Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Etnologia, Museu Nacional Machado de Castro, Museu Nacional Soares dos Reis, Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional do Teatro, Museu Nacional do Traje, Museu Nacional dos Coches, Paço dos Duques, Palácio Nacional da Ajuda, Palácio Nacional de Queluz e Palácio Nacional de Sintra.

¹³¹ Museu do Abade Baçal, Museu de Aveiro, Museu dos Biscainhos, Museu da Cerâmica, Museu Dr. Joaquim Manso, Museu Francisco Tavares Proença Júnior, Museu Grão Vasco, Museu de Lamego, Museu da Terra de Miranda, Palácio Nacional de Mafra e Palácio Nacional da Pena.

¹³² Dois dos MN são unidades orgânicas compósitas (Museu Nacional de Arte Contemporânea-Museu do Chiado e Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves; Museu Nacional de Etnologia e Museu de Arte Popular). Os referidos 15 MN significam, consoante a perspetiva, 41% do conjunto dos MPM e 60% do subuniverso da DGPC e do tipo de equipamento museu (Camacho et al., 2021).

(Figura 38) e do Abade Baçal, que tiveram websites lançados ainda na década de 90 do séc. XX no âmbito do Projeto Geira, mas atravessaram as gestões do IPM e do IMC sem website próprio, agora sob a tutela da DRC Norte, tem as suas páginas próprias publicadas em 2013 e 2017 respetivamente.

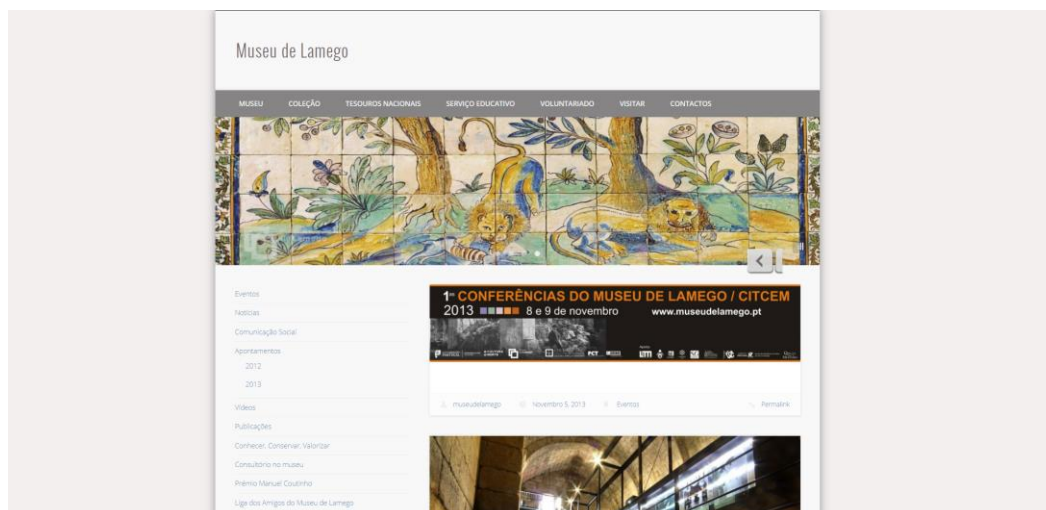


Figura 38- Website do museu de Lamego em novembro de 2013.

Fonte Arquivo.pt

Em relação à Rede Portuguesa de Museus, a partir de 2014 a DGPC deu continuidade à organização dos Programas Anuais de Formação RPM, dirigidos a profissionais de museus e tendo como prioridade os técnicos dos museus que integram a Rede. Entre as temáticas eleitas, que tinham em consideração as necessidades refletidas pelos Museus, constavam – Comunicação e Marketing, disponibilização de conteúdos online e desafio digital, demonstrando a necessidade e interesse dos museus em avançar e adquirir autonomia nesses campos.

Em dezembro de 2019, a subpágina da RPM inserida no portal da DGPC (www.patrimoniocultural.gov.pt), oferecia uma descrição da rede, ligações para Credenciação de Museus, Formação RPM, Boletins RPM (publicados até dezembro de 2011), Lei-Quadro dos Museus Portugueses e para inscrição no ProMuseus 2019. Relativamente às informações sobre os 156 Museus então credenciados, em cada perfil constavam informações de contacto, informações sobre o museu, sobre acessibilidade nas instalações do museu, sobre transportes e algumas fotografias do edifício e exposições/coleção/obras.

Entre o trabalho desenvolvido pela DGPC em relação à presença digital dos seus equipamentos culturais, podemos destacar o novo website do Museu Nacional de Arqueologia (Figura 39), já conectado com as ferramentas Web 2.0, lançado em 2018.

No ano em que comemora 125 anos de existência, o Museu Nacional de Arqueologia apresenta a partir de hoje, dia 23 de Abril, a sua nova página eletrónica – www.museunacionalarqueologia.gov.pt Esta nova ferramenta, que atualiza e recupera os conteúdos do website anterior, integrando novas valências e uma apresentação moderna, com uma navegação mais intuitiva, pretende ser mais um passo do Museu Nacional de Arqueologia na comunicação com o mundo. Tendo por objetivo consolidar a sua presença online, o novo site está totalmente integrado com as redes sociais, Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Google plus e LinkedIn permitindo informar os seus seguidores sobre notícias dos seus eventos bem como todos os serviços disponíveis.” (Património Cultural, 2018)

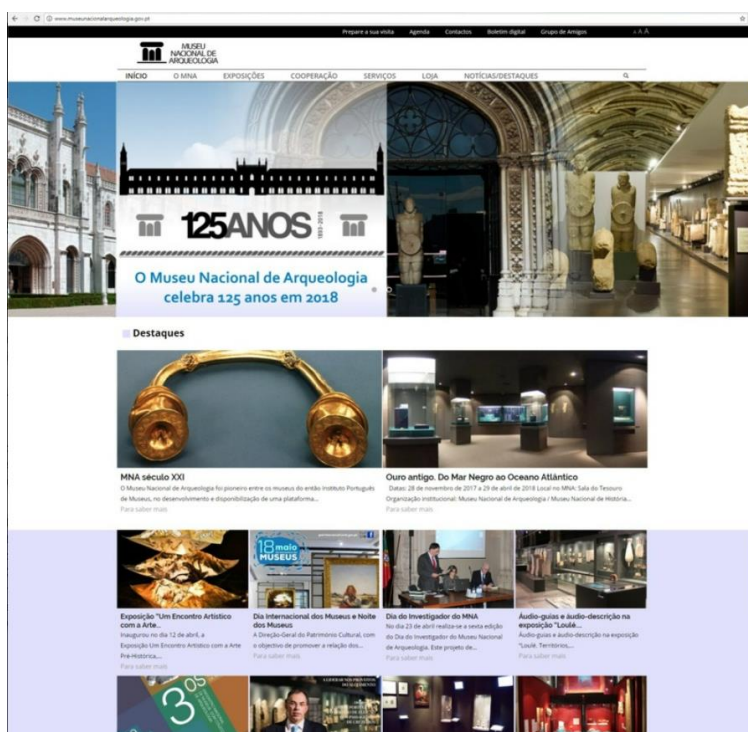


Figura 39 - Novo website do Museu Nacional de Arqueologia em 2018.

Fonte: Património Cultural.pt

2.2.3.2 O ProMuseus na segunda década do séc. XXI

A retomada do ProMuseus após dois anos de suspensão do concurso, ocorre em 2010, ainda na gestão do IMC. Com base nas carências mais permanentes dos museus da RPM e com a intenção de estimular a sua articulação, foram definidas para 2010, as seguintes áreas preferenciais: - Reservas (A4); - Divulgação (A5) e Parcerias (A7). São aprovados 58 projetos de 39 museus, sendo 33 o número daqueles aprovados na área da Divulgação, recaindo na sua maioria na edição de catálogos e de sítios na Internet. Neste ponto, parece-nos que as carências mais estruturais da década passada estejam já superadas e o concurso pretende estimular a comunicação e a presença digital dos museus. A formalização dos apoios referidos só seria efetuada em 2011. No entanto, ainda em 2010, o programa sofreria críticas por parte de Luís Raposo, representante da RPM no Conselho Nacional de Cultura e diretor do Museu Nacional de Arqueologia. Entre as questões levantadas questionava-se o prazo reduzido para as candidaturas e a garantia da anualidade do programa, além da hipótese de existir manipulação financeira. O então diretor do IMC, João Brigola, respondeu por meio de uma publicação de esclarecimento no site do Instituto, justificando aspetos como os valores concedidos, condições de recebimento, cumprimento dos prazos estabelecidos, entre outros pontos.

Conforme Campos et al., (2012), em 2011, mais uma vez por restrições orçamentais, o programa não pode ser alvo de novas candidaturas, situação que se estenderá pelos anos seguintes. Naquele ano, efetuou-se apenas o acompanhamento e controlo dos projetos do ano anterior. O IMC, em fim de ciclo, e que então passava por dificuldades financeiras, conseguiria concretizar apenas alguns projetos aprovados. Neste âmbito o único projeto direcionado à criação de website próprio é o do Museu da Casa Grande, ficando por regularizar entre outros projetos, a criação dos seguintes websites: Museu de Portimão, Museu do Traje de Viana do Castelo, Museu de Arte e Arqueologia de Viana do Castelo e Museu de Penafiel, além da reestruturação do sítio web do Museu Escolar de Marrazes.

Já sob a gestão da DGPC, após um intervalo de oito anos, o ProMuseus é reativado pelo Despacho Normativo n.º 9/2019 e acrescenta três novas áreas de apoio: Acessibilidade e Inclusão, Internacionalização e Transformação Digital, esta última assim descrita:

Área destinada a apoio a projetos que visem o aproveitamento das possibilidades que o desenvolvimento das tecnologias e do mundo digital oferecem em termos de novas soluções e aplicações para os museus. Consideram-se elegíveis as seguintes despesas: a) Implementação de processos de gestão mais eficientes e ágeis, designadamente na gestão de coleções e arquivos e na gestão de processos de trabalho; b) Projetos de comunicação do conhecimento produzido pelo museu sobre as suas coleções com recurso a ferramentas tecnológicas; c) Criação de um conjunto de ferramentas educativas que promovam o desenvolvimento contínuo de competências digitais nos profissionais de museus e nos visitantes, utilizadores, escolas e famílias. (Despacho Normativo n.º 9, 2019)

O ProMuseus em 2019 propunha preencher algumas lacunas na estrutura organizativa dos museus, apoiando as seguintes áreas: A7) Acessibilidade e inclusão, A8) Transformação digital, A9) Internacionalização e A10) Parcerias. No âmbito do concurso foram aprovados 45 projetos pertencentes a 38 museus. De acordo com publicação no website do Património Cultural-DGPC (2019), foi a área da Transformação Digital a que alcançou o maior número de candidaturas (Gráfico 2), podendo ser um reflexo do contexto identificado pelo projeto Mu.Sa nesta década. Segundo Carvalho & Matos (2019), considerando a realidade de cada instituição, os museus portugueses participantes reconheciam a importância da transformação digital e também que as suas várias áreas de atuação eram afetadas transversalmente pelas tecnologias, com destaque para gestão de coleções, comunicação interna e externa e exposições. Foram aprovadas as 15 candidaturas, já não apenas focadas na criação/remodelação website e digitalização de acervos, mas em diversas ferramentas digitais populares neste final de década, por exemplo, visitas/exposições virtuais, aplicações multimédia entre outros. Os projetos do ProMuseus 2019 foram todos executados e terminados no ano seguinte (Correia, 2021). O Anexo H mostra a lista de projetos aprovados.

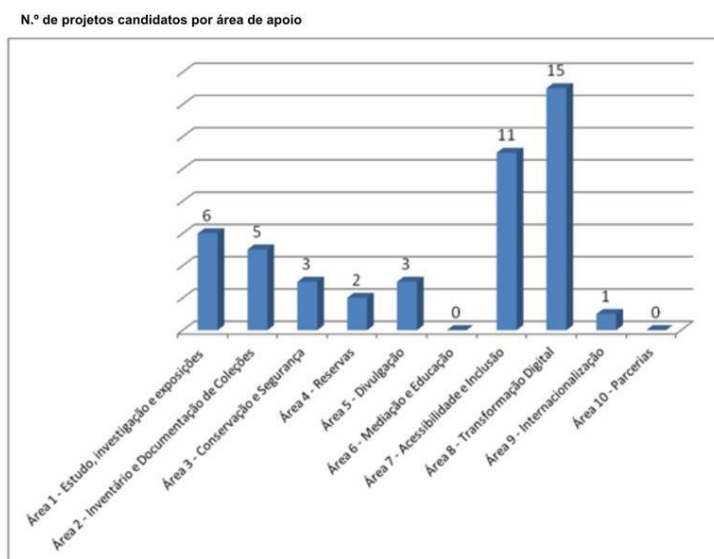


Gráfico 2 – Resultados do ProMuseus 2019, consultado em agosto de 2023.

Fonte: Website DGPC.

2.2.3.3 *Resumo da década*

Consideramos relevante analisar o ponto de situação da presença digital dos websites dos museus da RPM no final desta década. Para tanto, seguimos o mesmo critério de Alexandra Pedro de buscar a existência desses websites na página da RPM, e neste caso específico, na página da Rede hospedada dentro do site da DGPC, consultada em dezembro de 2019 através do Arquivo.pt. Antes de apresentarmos os resultados, importa referir que o espaço reservado à RPM era bastante simples e estático, conforme já ilustrado na Figura 3, e a sua navegabilidade era bastante limitada.

Em 2019 a RPM possuía 156 museus credenciados e todos estavam listados no site. Entre essas instituições, buscamos na sessão de “Contactos e Localização” identificar aqueles que ofereciam ligação para website próprio¹³³, ou ligação para página da tutela (ou outra página externa que trouxesse informações básicas sobre o museu) ou ainda não apresentassem nenhuma ligação. Portanto, foram contabilizados 69 (44%) museus com website próprio, 31 (20%) com ligação para o site da tutela, 55 (35%) sem ligação e um museu que oferecia ligação para o seu blog. É importante termos em conta que as ligações apresentadas no website da DGPC provavelmente não correspondiam 100% a realidade,

¹³³ Aplicam-se aqui os mesmos critérios utilizados no subcapítulo 2.2.2.7 Resumo da década.

e uma pesquisa mais abrangente em outros meios poderia oferecer resultados diferentes destes encontrados. Um exemplo é o caso do Museu da Serralves, que apesar do museu ter o seu website desde 1999, não apresentava a ligação no espaço da RPM. No entanto, estes números seriam aqueles encontrados se buscássemos informações sobre os museus da RPM no universo da sua página, e inspira atenção que menos da metade dos museus possuíam website próprio, além de 35% de museus que não apresentavam qualquer ligação. Entre as informações de contacto das 156 instituições, os 16 museus da DGPC ofereciam também ligação para os seus perfis no Google Arts & Culture. Se comparado com o mesmo estudo que realizamos a partir do site de IMC em 2008, percebemos uma igual percentagem de museus com websites, um decréscimo de ligações para site de tutelas ou similares e um aumento daqueles que não ofereciam nenhuma ligação. Os Gráfico 3 e o Gráfico 4 ilustram os resultados obtidos, no Gráfico 4, podemos identificar a situação da presença digital dos museus por tutela¹³⁴. O Gráfico 5, por sua vez faz o comparativo entre os resultados de 2009 e 2019

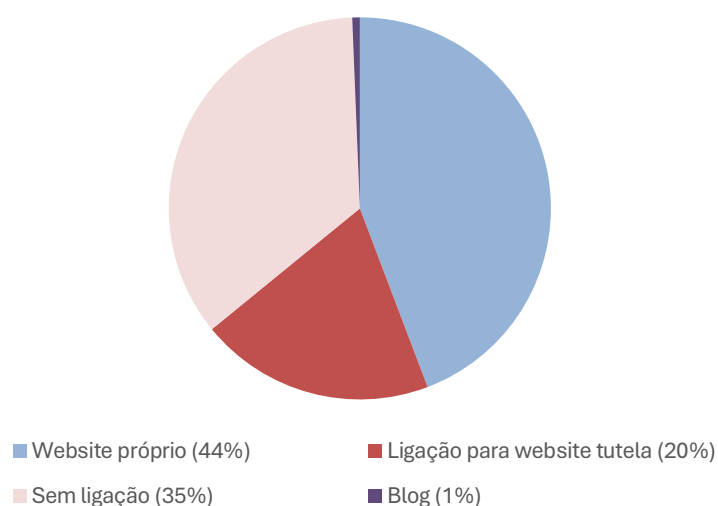


Gráfico 3- Presença digital dos museus da RPM conforme informações coletadas na sua página em dezembro de 2019 (via Arquivo.pt). Fonte: Elaborado pela autora.

¹³⁴ Outras tutelas: Outros Ministérios e Organismos do Estado, Empresas Públicas ou Sociedades Anónimas Públicas, Universidades Públicas, Empresas Municipais, Associações, Igreja Católica e Misericórdias.

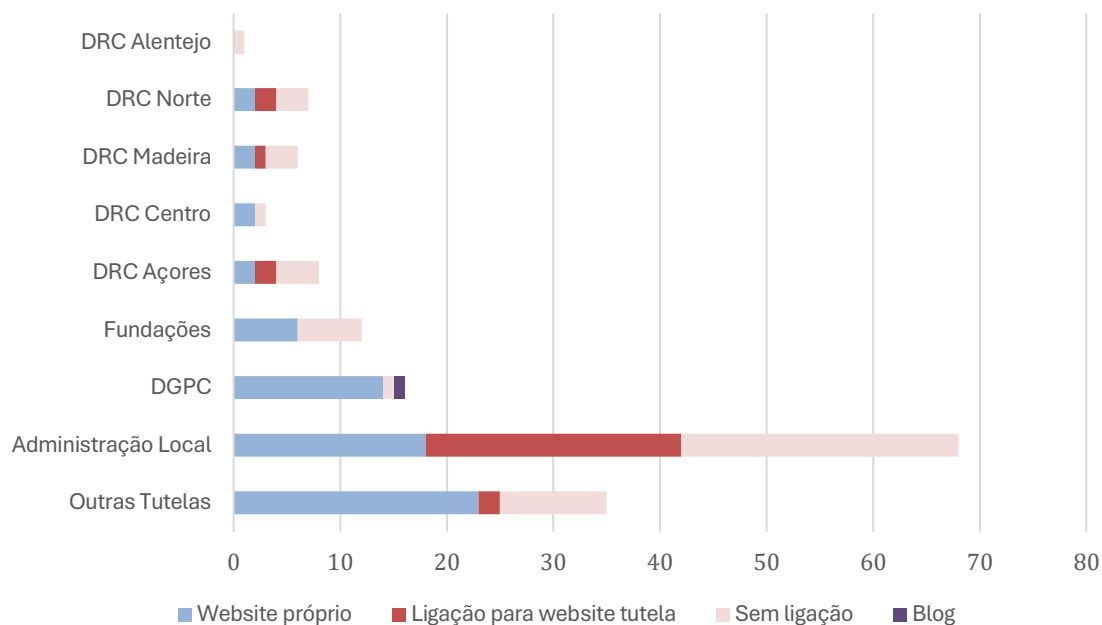


Gráfico 4 – Presença digital x tutela conforme página da RPM em dezembro de 2019 (via Arquivo.pt).

Fonte: Elaborado pela autora.

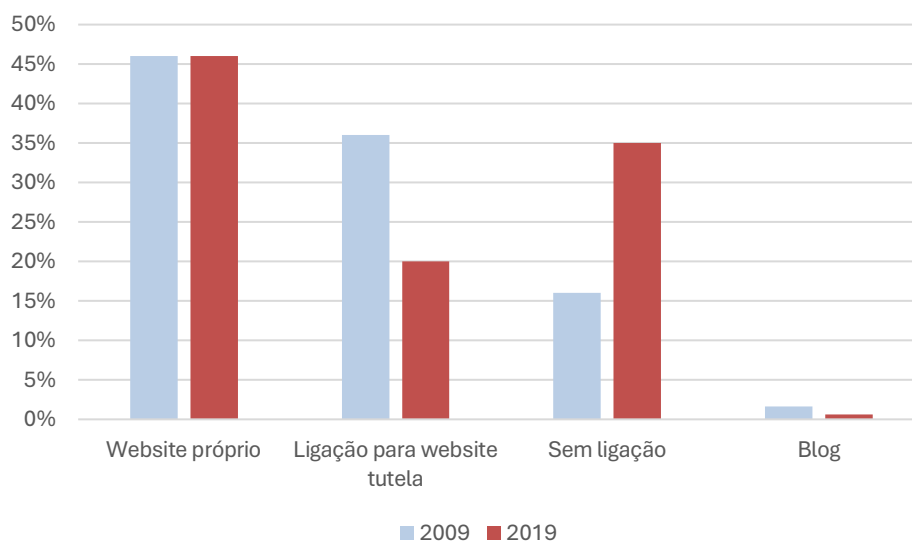


Gráfico 5 - Comparação dos resultados de 2009 e 2019. Fonte: Elaborado pela autora.

2.2.4 Primeiros anos da década atual: 2020-2024

A década atual inicia com a pandemia de COVID-19, que desencadeou uma crise global econômica e de saúde pública. Este período foi caracterizado por incertezas tanto em Portugal como no mundo, enquanto o papel e o futuro das instituições culturais foi intensamente questionado. Os museus enfrentaram graves perdas de receita, tanto durante o fechamento quanto durante o funcionamento limitado devido às medidas de segurança. Por consequência, a queda acentuada no número de visitantes e os períodos de encerramento colocaram em questão os modelos de gestão e métricas de sucesso dos museus, além de exigirem novas abordagens para conectar-se com o público e garantir o acesso às coleções. Apesar de muitos museus ainda não estarem preparados, tal situação evidenciou a necessidade urgente de uma transição digital (Camacho et al., 2021; Faber et al., 2022), que revelou profundas discrepâncias entre museus em termos de preparação, adaptação e recursos. Enquanto algumas instituições já possuíam estratégias digitais robustas e conseguiram adaptar-se rapidamente, outras enfrentaram desafios significativos devido à falta de infraestrutura tecnológica, conhecimentos digitais ou modelos de comunicação estabelecidos. Em contrapartida, surgiram exemplos de museus que prosperaram no ambiente digital, respondendo de forma criativa e eficaz aos desafios impostos pela pandemia. Essas instituições conseguiram integrar-se nos esforços comunitários para mitigar os efeitos da crise, oferecendo formas alternativas de aprendizagem e inspiração através de plataformas digitais.

O relatório da Network of European Museum Organizations (NEMO)¹³⁵, com informações recolhidas de 600 museus¹³⁶, entre 30 de outubro e 29 de novembro de 2020, forneceu uma amostra representativa do impacto da transformação digital no panorama museológico pandémico. Neste período a maioria dos museus encontrava-se encerrada devido ao confinamento obrigatório em muitos países e registaram grandes quedas nos seus visitantes, entre 25 e 75%, sofrendo por consequência uma redução nas suas receitas. A necessidade de adaptação ao distanciamento social e às restrições impostas pelo COVID-19, levou rapidamente a muitas dessas instituições a adaptarem tecnologias

¹³⁵ A Network of European Museum Organizations (NEMO) é uma rede que apoia e conecta museus europeus para promover melhores práticas e políticas culturais. (<https://www.ne-mo.org/>)

¹³⁶ Incluiu 12 museus portugueses.

digitais para manter as suas atividades, preservar o contacto com o público e dar-lhes acesso virtual às exposições, coleções e programas educativos. De acordo com o relatório, 75% dos museus participantes revelaram ter aumentado as suas atividades nas redes sociais ou criado novas ações, além de 53% afirmarem que iniciaram ou aumentaram os conteúdos em vídeo. Entre as ofertas de conteúdo online, aquelas que trouxeram maior engajamento com os públicos foram: atividades nas redes sociais */hashtags*¹³⁷, seguidas de vídeos publicados nos canais YouTube ou Vimeo, visitas virtuais, conteúdos online relacionados com as coleções juntamente com programas educativos online. É interessante ter em conta que neste universo de museus, apenas 7% contrataram profissionais especializados para gerir o aumento das atividades online e outros 40% indicaram ter remanejado recursos humanos para esta tarefa. Tal fator provavelmente estaria diretamente relacionado com a diminuição de recursos financeiros disponíveis e/ou pela falta de autonomia nas contratações. Outro aspeto relevante é que quase 40% dos museus relataram não acompanhar, ou mesmo desconhecer, o número de visitantes online, evidenciando a ausência de mecanismos adequados para a medição de métricas digitais. Esse cenário reflete uma provável falta de preparação para a súbita transição digital, agravada pela carência de recursos humanos especializados. De acordo com o relatório, 50% dos museus declararam insuficiência de conhecimentos sobre o uso de ferramentas digitais, e mais de 80% dos inquiridos destacaram a necessidade de apoio adicional para a implementação dessas ferramentas. O relatório indica que essas dificuldades são particularmente pronunciadas entre museus de pequena e média dimensão, que foram os mais afetados pela crise pandémica.

O Relatório Final do Grupo de Projeto Museus no Futuro

Em 2021, o Relatório Final do Grupo de Projeto Museus no Futuro (Camacho et al., 2021), produzido no contexto da Pandemia, teve como objetivo oferecer uma visão abrangente dos Museus, Palácios e Monumentos em Portugal (MPM), formulando recomendações para enfrentar os desafios atuais, especialmente em decorrência da pandemia de COVID-19. Ele buscava refletir sobre o papel dessas instituições na

¹³⁷ Um hashtag é uma palavra ou frase precedida por “#” usada para categorizar e facilitar a busca de conteúdos relacionados em redes sociais.

sociedade, propondo adaptações necessárias para atender às novas realidades e expectativas do público. Entre os seus cinco eixos, destacamos aquele intitulado Transformação Digital.

O relatório propunha a transformação digital transversal a todas as funções dos MPM. Entre os as principais recomendações deste eixo constavam: atualizar equipamentos informáticos e criar um portal unificado que melhore a visibilidade e comunicação, ampliar a digitalização dos acervos, incluindo a reprodução em 3D e a disponibilização de conteúdos em alta qualidade, garantir o acesso aberto às coleções, promover tecnologias inclusivas e desenvolver políticas de acesso aberto, criar mecanismos de monitoramento da evolução tecnológica e formar parcerias com empresas de tecnologia e start-ups. Finalmente, Projetos-piloto e formação contínua para profissionais foram considerados fundamentais para assegurar uma transição digital bem-sucedida.

A nova definição de Museus do ICOM

Em agosto 2022 é aprovada *durante a Conferência Geral do ICOM em Praga* a nova definição de museus do ICOM. Vinda de um processo iniciado alguns anos antes, a nova definição veio trazer um novo entendimento das instituições museológicas e do seu posicionamento na sociedade contemporânea ao destacar a inclusão, diversidade, sustentabilidade e engajamento comunitário. A transição digital, por sua vez, está profundamente conectada a essas mudanças, contribuindo para práticas mais sustentáveis e promovendo a inclusão e o alcance global ao facilitar o acesso remoto às coleções e conteúdos educativos e personalizados.

Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos. (ICOM, 2022)

O Relatório da OBI Media – Um parecer da presença digital dos museus da DGPC no início da década

O relatório da OBI Media¹³⁸, publicado em novembro de 2021, examinou as práticas de inovação digital, avaliando as plataformas, formatos e narrativas dos 17 museus (14 museus nacionais) geridos pela DGPC, dos quais 16 são credenciados na RPM. O documento acaba por reafirmar a fragilidade nas presenças digitais já constatadas nos estudos anteriormente mencionados, e assinalou obstáculos significativos à inovação digital.

Relativamente aos resultados obtidos sobre os websites dos museus, “a tecnologia utilizada em alguns websites está ultrapassada, como o *flash*¹³⁹, o design não é apelativo e a arquitetura dificulta a atualização dos conteúdos” (Silva et al., 2021). O relatório destacou também que apenas cinco são responsivos, ou seja, adaptam-se automaticamente ao tamanho da tela de qualquer dispositivo. Os demais websites não são adaptáveis a dispositivos móveis, o que pode ser preocupante dado o uso difundido de smartphones. Um website não responsivo acessado pelo telemóvel ou outro dispositivo móvel, prejudica a experiência do usuário, traz dificuldades de navegação e leitura, e ainda pode gerar aumento da taxa de rejeição e a perda de tráfego. Recordando que estamos a falar do universo dos Museus Nacionais, é importante salientar que o uso de tecnologias ultrapassadas carrega consigo falta de credibilidade, principalmente entre os públicos mais jovens.

2.2.4.1 ProMuseus a partir da terceira década do séc. XXI

Devido aos confinamentos exigidos pela pandemia de Covid-19 em 2020, o ProMuseus sofre atrasos nos seus processos e não pode ser realizado no primeiro ano da década. Em 2021, no âmbito do Programa “Garantir Cultura” do Ministério da Cultura¹⁴⁰

¹³⁸ <https://obi.media/>

¹³⁹ O Flash Player, criado pela Macromedia em 1996 e descontinuado pela Adobe em 31 de dezembro de 2020, permitia a exibição de animações e conteúdos interativos em navegadores web.

¹⁴⁰ O programa «Garantir Cultura» tem por objetivo mitigar os impactos negativos sobre a atividade das empresas do tecido cultural, decorrentes das medidas de proteção de saúde pública de combate à pandemia Covid-19, através do estímulo à respetiva atividade mediante a realização de projetos de criação ou programação (culturais.<https://www.portugal.gov.pt/pt/gc23/comunicacao/comunicado?i=-governo-acelera-pagamentos-do-programa-garantir-cultura>)

e em atenção à mitigação dos efeitos da crise pandémica o concurso é reaberto, definindo como áreas preferenciais a apoiar: A10) Parcerias; A8) Transformação Digital; A1) Estudo, Investigação e Exposições; A5) Divulgação; A6) Mediação e Educação. Concorreram 66 museus de todo o país, inclusive museus recém-integrados na Rede. Foram apresentadas a concurso 101 candidaturas, tendo sido 94 aprovadas, entre as quais foi confirmado o financiamento de 59, totalizando 52 museus apoiados. O Gráfico 6 mostra as áreas de apoio/projeto. A área 8, transformação digital mantém-se como a mais procurada, somando 17 projetos aprovados. Entre eles destacamos os projetos de Divulgação Museu Arpad Szenes - Vieira da Silva - plataforma digital (Museu Arpad Szenes), a Renovação do Website e Desenvolvimento de APPs do Museu Marítimo de Ílhavo, a Visita virtual ao Museu do Instituto Superior de Engenharia do Porto, a Aplicação Móvel para o Museu Pio XII e por fim, aprovado através da área 5 - Novo Website do Museu Municipal de Penafiel (<https://www.museudepenafiel.com/>) (Figura 40) , inaugurado em 2022, que possui ferramentas de acessibilidade.



Figura 40 - Website do Museu de Penafiel que inclui linguagem gestual, leitura de conteúdo em voz alta e aumento de texto. Fonte: Website do Museu (<https://www.museudepenafiel.com/>)

Apesar das exigências de presença digital ocasionadas pela Pandemia do COVID-19, percebe-se que alguns projetos não se focam apenas em projetos digitais voltados para a web, mas também para ferramentas digitais para o contexto físico dos museus. No entanto, alguns nomes de projetos são muito vagos e apenas pela listagem fornecida por

DGPC Património Cultural (2021) não é possível determinar a sua aplicação exata (Anexo I).

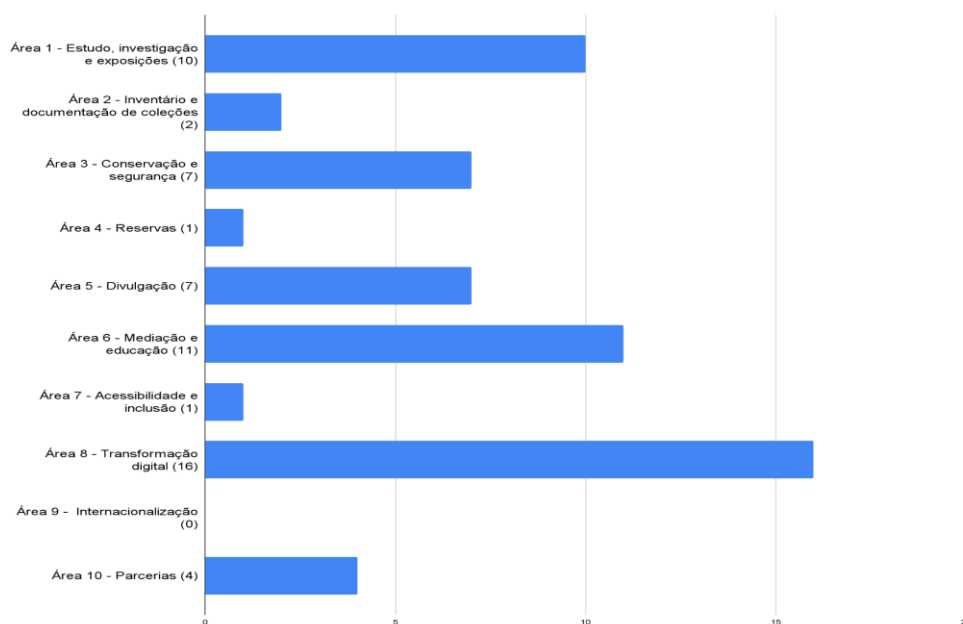


Gráfico 6 - Resultados ProMuseus 2021.

Fonte: Website da Direção Regional do Património Cultural, 2023

A mais recente edição do ProMuseus, em 2023, concentrou 75% das suas candidaturas nas áreas preferenciais, com destaque às áreas A1) Estudo, investigação e exposições e A2) Inventário, documentação e digitalização de coleções. Nesta edição foram apresentadas a concurso 91 candidaturas por 70 museus, resultando em 40 projetos aprovados de 40 museus (Gráfico 7), não ocorrendo candidaturas aprovadas na Área 8 (Transformação Digital), circunscrevendo os projetos de caráter digital à Área 2. Seria relevante questionar por que a Área 8 não teve projetos aprovados, considerando que muitos museus da RPM ainda não possuem websites próprios ou necessitam de reformulação e atualização. A lista dos projetos aprovados encontra-se no Anexo J. Contudo, a digitalização das coleções, tão essencial quanto a transformação digital, é igualmente necessária para o desenvolvimento de um website de qualidade e para a alimentação de conteúdos nas redes sociais. Além disso, a publicação dos acervos em plataformas de ampla difusão, como a Europeia e o Google Arts & Culture, oferece uma solução rápida e eficaz para a divulgação das coleções e das próprias instituições. O

Google Arts & Culture permite a criação de narrativas e visitas virtuais, proporcionando uma experiência imersiva que pode aumentar o envolvimento do público com as obras e com a instituição. Estas plataformas complementam a presença digital de museus que já possuem websites, mas também funcionam como uma via de comunicação para aqueles que ainda não têm uma página própria, tendo a chance de ampliar a sua visibilidade e acessibilidade.

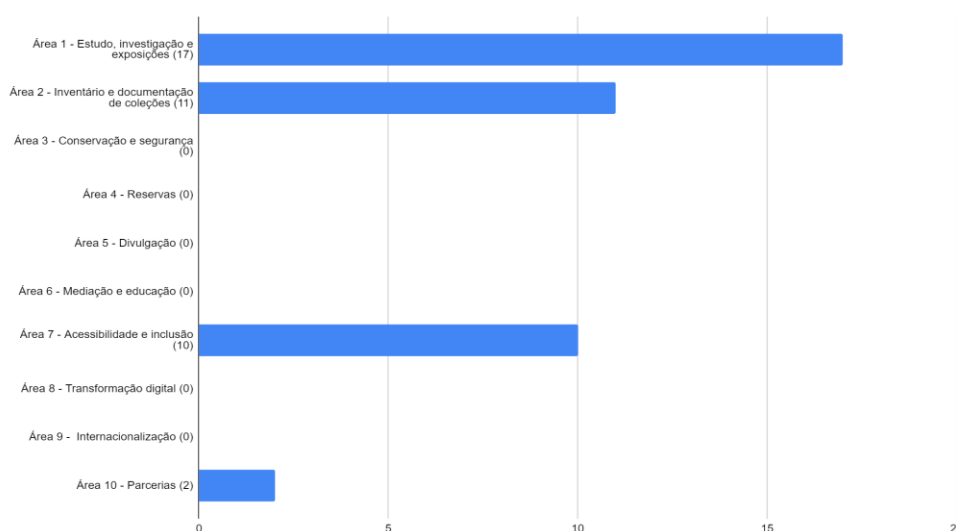


Gráfico 7- Resultados ProMuseus 2023.

Fonte: Website da Direção Regional do Património Cultural, 2023

Entre 2019 e 2023, o Programa aprovou 32 projetos de transformação digital (A8), 17 projetos na área de Inventário e Documentação de Coleções (A2), e três projetos direcionados para a presença digital na área de Divulgação (A5), nomeadamente novo website do Museu Municipal de Penafiel, visita virtual ao Museu Nacional Ferroviário e o website do Museu de Arte Sacra do Funchal (<https://masf.pt/>). Ainda de destacar, entre os projetos de Acessibilidade e Inclusão (A7) o projeto de website inclusivo para o Museu Municipal de Ourém (não identificado na web) e o webapp para o Museu de Angra do Heroísmo. No seguimento da nova definição de museus do ICOM, revela-se de grande relevância a criação de uma área de apoio específica voltada para a acessibilidade e inclusão que também permite projetos de cariz digital. No entanto, a preocupação com websites acessíveis, como já mencionado anteriormente, já vem sendo praticado em Portugal por diversas instituições desde a primeira década do séc. XXI.

2.2.4.2 A Museus e Monumentos de Portugal, E.P.E.

Apoiado no contexto internacional, no plano nacional acabaria por tomar forma em 2023 a intenção iniciada dois anos antes pelo Ministério da Cultura de implementar um novo modelo de gestão do património cultural, designadamente dos museus portugueses. A Museus e Monumentos de Portugal, E. P. E. é criada pelo Decreto-lei 79/2023, de 4 de setembro¹⁴¹, sucedendo à extinta DGPC, que já não respondia com eficácia às constantes dinâmicas de mudança e aos desafios da contemporaneidade.

A nova empresa pública, que tutela diretamente 38 museus e monumentos nacionais, tem entre seus objetivos proporcionar aos museus, monumentos e palácios uma maior autonomia funcional, possibilitando a renovação das equipas e a gestão dos recursos e do respetivo património, além da valorização do seu elevado potencial cultural, educativo, científico e turístico. Dessa maneira, a MPM E.P.E traz expectativa de melhorias significativas na administração e promoção dos museus, incluindo suas presenças digitais, no entanto a sua recente criação ainda não nos permite analisar o seu desempenho e resultados. No caso da situação de Museus e Palácios Nacionais sem website, por exemplo, ainda é cedo para se visualizar uma resolução. Em abril de 2023, ao utilizarmos a nossa Grelha de Análise sobre a presença digital dos museus da RPM, identificamos seis instituições nacionais, anteriormente detentoras de página própria, sem website: Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional do Teatro e da Dança, Museu Nacional do Traje, Museu Nacional Machado de Castro, Palácio Nacional da Ajuda e Palácio Nacional de Mafra.

No caso do Museu Nacional do Traje, cujo primeiro website foi criado através do IPM, teve a sua última versão de website próprio em atividade até 2022 e, segundo informações fornecidas pelo museu, foi perdida devido “a um problema informático”. Em abril de 2023, ao acessar a sua página através do botão website na caixa de informação do Google, chegávamos à página do seu domínio que indicava uma mensagem de erro e que também era igualmente apresentada nos endereços eletrónicos dos Museus Nacionais do Teatro e da Dança, Machado de Castro e Palácios Nacionais da Ajuda e de Mafra, conforme exemplifica a Figura 41. O Museu Nacional do Azulejo, por sua vez, substituiu

¹⁴¹ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/79-2023-221225700>

a mensagem de erro por uma página inicial estática (Figura 42) com informações básicas que permanecia praticamente a mesma até a última consulta realizada em agosto de 2024. Nesta mesma consulta de agosto de 2024, as outras cinco instituições seguiam com seus endereços eletrônicos na mesma situação, porém foram alteradas as ligações da caixa de informação do campo “website” do Google, de maneira a direcionar o endereço de website do Museu Nacional do Traje para a página do museu no Facebook (Figura 43), do Museu Nacional Machado de Castro, para a página do Museu hospedada dentro do portal da Câmara Municipal de Coimbra (Figura 44), do Museu do Teatro e da Dança para o seu perfil dentro do website da MMP EPE e o Palácio Nacional de Maфра para o portal do património cultural, numa sessão que dizia “Palácio Nacional de Maфра – guia espanhol”, onde não constam informações sobre o Palácio (Figura 45). O Palácio Nacional da Ajuda, em movimento contrário, já possuía novo site (<https://www.palacioajuda.gov.pt/>) no registo que realizamos em janeiro deste ano.

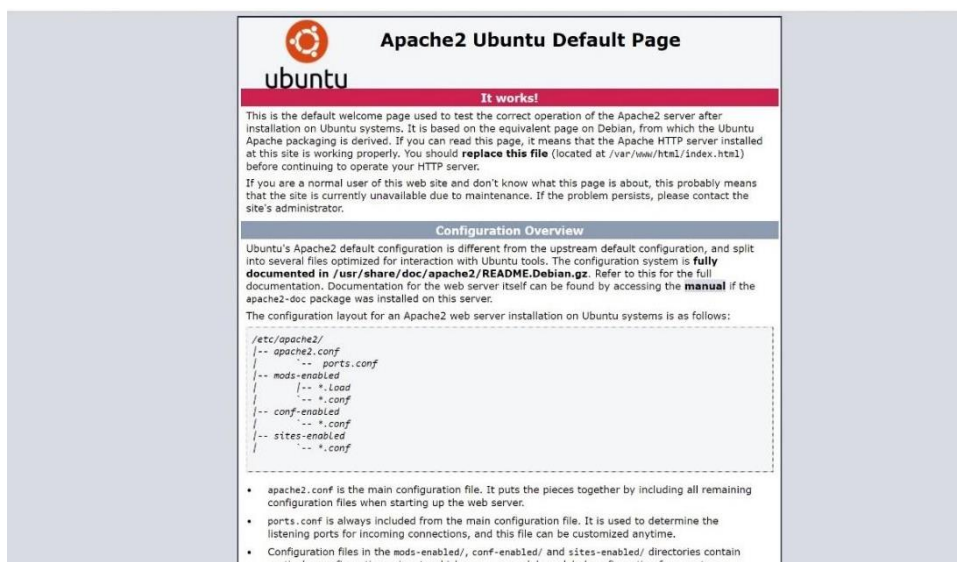


Figura 41 - Situação dos websites dos MNT, MNTD, MNMC, Palácio Nacional da Ajuda e Palácio Nacional de Maфра, em abril de 2023. Fonte: Endereços eletrônicos dos museus acessados pelo navegador Google em abril de 2023.

muzeum nacional azulejo
national museum

O site do Museu Nacional do Azulejo encontra-se em reestruturação
The National Azulejo Museum website is under reconstruction
Le site web du Musée National de l'Azulejo est en cours de reconstruction
La web del Museo Nacional del Azulejo está en proceso de reconstrucción

Para mais informações, consulte as nossas redes sociais ou contacte-nos por mail ou telefone:
For more information, check our social networks or contact us by email or telephone:
Pour plus d'informations, consultez nos réseaux sociaux ou contactez-nous par e-mail ou téléphone: Para más información, consulta nuestras redes sociales o contáctanos por correo electrónico o teléfono:

geral@mnazulejo.dgpc.pt
(00 351) 218 100 340

Serviço Educativo
Atividades para todas as idades
- Oficinas de pintura de azulejo
- Peddy papers
- Visitas orientadas

Mediante marcação:
se@mnazulejo.dgpc.pt

Facebook, Instagram, YouTube icons and QR codes.

Horário / Opening hours:
Terça e domingo/Tuesday to Sunday
10h-13h
Última entrada / Last Entry **12h30**
14h-18h
Última entrada / Last Entry **17h30**

Bilheteira/ticket shop
10h - 12:45h / 14h - 17:30
Cafetaria/Coffee shop
10:00 - 17:30

Encerrado/Close:
Segunda-feira / Monday
1 de janeiro / January 1st
Domingo de Páscoa / Easter Sunday
1 de maio / May 1st
13 de junho / June 13
25 dezembro / December 25th

The exhibition rooms, or some services, may be closed occasionally at lunchtime
Les salles d'exposition, ou certains services, peuvent être occasionnellement fermées à l'heure du déjeuner.
Las salas de exposiciones, o algunos servicios, pueden estar ocasionalmente cerrados a la hora de comer.

Valor de entrada/Entrance fee: 5€

Figura 42 - Website do MNAz em abril de 2023 e agosto de 2024.

Fonte: Endereço eletrónico do museu acessado pelo navegador Google em ambas as datas.

Facebook search bar and navigation icons.

Museu Nacional do Traje
3.9K likes · 4.5K followers

Message, Like, Search buttons.

Posts, About, Mentions, Reviews, Reels, Photos, More +

Intro
Página Oficial do Museu Nacional do Traje e Parque Botânico do Montezelo-Mor
Page - Museum
Largo Xálio de Castilho, Lisbon, Portugal
21 756 7620
geral.mntraje@museudotraje.pt
museuemonumentos.pt/museu-e-monumentos/museu-nacional-do-traje
90% recommend (28 reviews)

Featured
Museu Nacional do Traje
4 Jun 24
Information
The National Museum of Costume is temporarily closed in preparation for th...
Informação
O MUSEU NACIONAL DO TRAJE está encerrado ao público
Visite o Parque Botânico do Montezelo-Mor
3ª FEIRA A DOMINGO
10:00h às 18:00h e das 10:00h às 18:00h

Figura 43 – A cinco de agosto de 2024, a ligação da caixa de informações do Google através do botão "website" direcionava para a página do Facebook do MNT. Fonte: Navegador Google

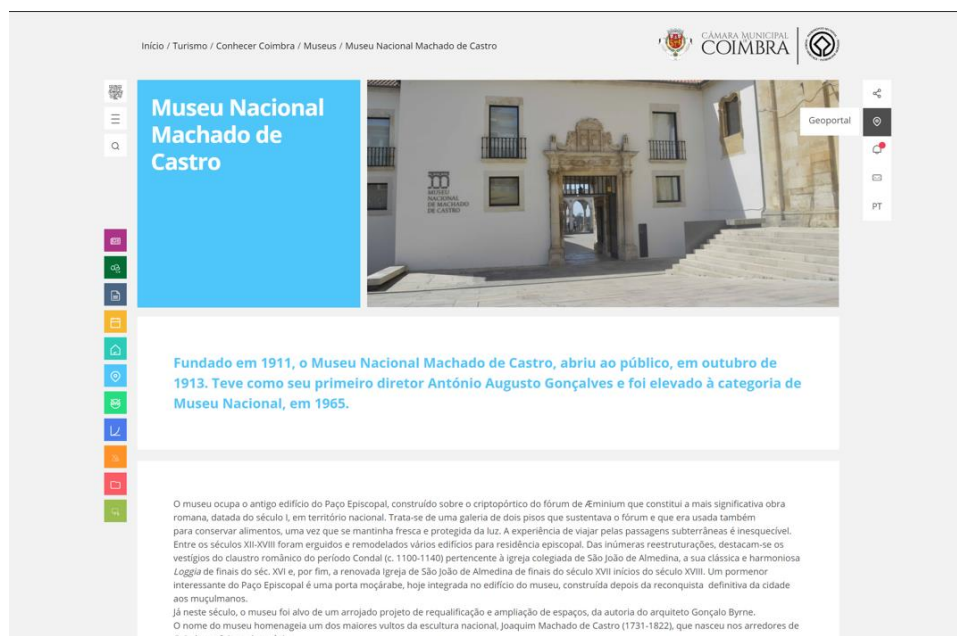


Figura 44 - A cinco de agosto de 2024, a ligação da caixa de informações do Google através do botão "website" do MNMC direcionava para a página da CM Coimbra. Fonte: Navegador Google.

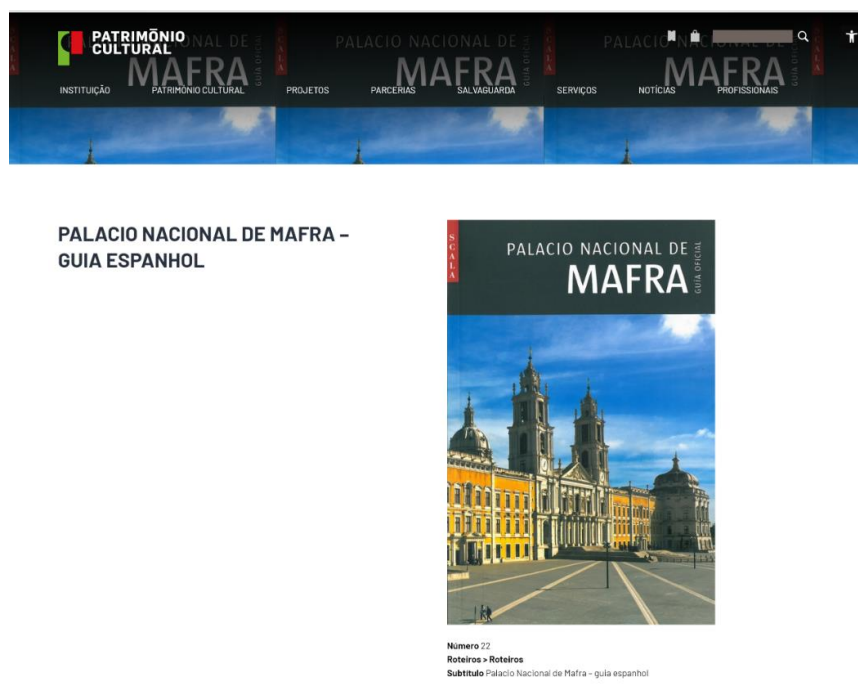


Figura 45 - A cinco de agosto de 2024, a ligação da caixa de informações do Google através do botão "website" do Palácio Nacional de Mafra direcionava para a página inserida no portal do Património Cultural. Fonte: Navegador Google.

2.2.4.3 Os websites dos museus da RPM em 2023

Entre julho e agosto de 2023 realizámos uma nova investigação no intuito de identificar quantos dos 165 museus¹⁴² pertencentes à RPM possuíam websites próprios. Nesta oportunidade, ampliámos os mecanismos de pesquisa e utilizámos, além da página da RPM, o motor de busca Google, dados fornecidos através dos inquéritos preenchidos pelos museus no mesmo ano, e em alguns poucos casos, contacto com as instituições por telefone para confirmação de endereço eletrónico. Relativamente aos critérios, mantivemos os mesmos das pesquisas realizadas anteriormente, porém aqueles museus que apresentavam ligação para o site da tutela ou similar foram considerados como “museus sem website” nesta pesquisa. Os resultados encontrados (Gráfico 8) foram os seguintes: 92 (56%) museus com website próprio, 67 (41%) sem website próprio, três (2%) museus com website que apresentavam erro, um website em manutenção e dois museus que utilizavam blog em substituição aos websites.



Gráfico 8 - Museus da RPM com website próprio em 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

A comparação de resultados com outros estudos apresenta desafios significativos, mesmo quando os critérios são claramente estabelecidos. A definição do que se entende por 'website próprio' pode variar conforme o autor e o período analisado, dificultando

¹⁴² Em 2024 mais quatro museus foram credenciados.

uma uniformização nas interpretações. Não obstante, consideramos ser de interesse comparar os resultados de 2008 de Alexandra Pedro e de 2014 de Ana Patrícia Remelgado (Gráfico 9). Pedro (2009) constatou que 58% dos museus possuíam website próprio, enquanto Remelgado (2014) identificou um percentual de 56%, valor que também foi verificado no presente estudo. Esses dados sugerem que, ao longo de 15 anos, os números observados por Pedro em 2008 sofreram poucas alterações. Mesmo com o aumento de museus na Rede, a proporção de instituições com website próprio continua a ser ligeiramente superior aos 50%.

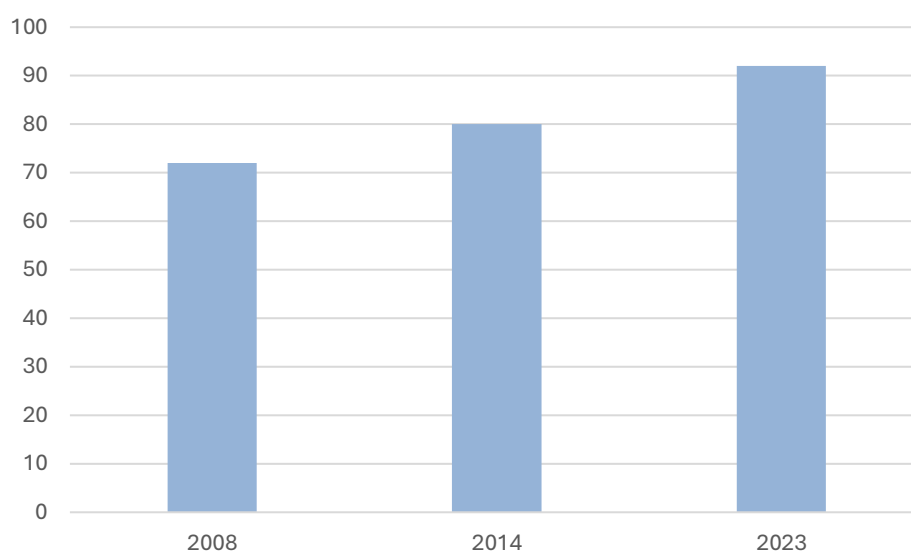


Gráfico 9 - Comparação de resultados entre estudos.

Fonte: Elaborado pela autora.

2.3 Museus da RPM noutras plataformas digitais

2.3.1 Blogs

Os blogs são espaços online gratuitos onde qualquer pessoa pode publicar e compartilhar conteúdos em diferentes formatos, como texto, imagem, vídeo e áudio, de utilização intuitiva, não são necessários conhecimentos técnicos em Web design ou programação HTML. A sua organização é de forma cronológica, e podem ser geridos tanto individualmente quanto em colaboração com outros. surgiram no final da década de

90 do séc. XX. O termo "blog" vem de "weblog", uma expressão cunhada por Jorn Barger em 1997 (Remelgado, 2014) e devido à facilidade da sua utilização e a sua gratuitidade, popularizou-se rapidamente. No contexto das Instituições Culturais, que lidavam constantemente com restrições orçamentárias, os blogs consistiam numa alternativa ao website tradicional. Além da inexistência de custos associados e da interface *user-friendly*, consoante à plataforma utilizada era possível reproduzir até um certo ponto a estrutura de um website tradicional, proporcionando um atalho ao acesso à presença digital àqueles museus ainda com dificuldades de possuírem uma página oficial própria. Outra vantagem apontada por Carvalho (2008) é que “permitem uma maior proximidade com os seus públicos, humanizando, de certo modo, a relação com o utilizador”. Tal característica se dá através da sessão de comentários, que possibilitam uma dinâmica de comentários/respostas entre a instituição e o utilizador, reduzindo de certa maneira a comunicação mais formal feita por email e que posteriormente seria largamente adotada através das redes sociais.

Segundo Carvalho (2008), no contexto global, os primeiros blogs de museus surgem em 2002. Em 2006 existiam cerca de 30 blogs de museus e dois anos depois a autora identificava 249 blogs através do diretório Museumblogs.org¹⁴³. No contexto português, foram identificados até fevereiro de 2008 19 blogs criados por museus ou entidades museológicas. A maioria destes blogs eram quase todos geridos a título individual e permitiam a inclusão de comentários. Entre eles, Carvalho destaca o Emuseu e o Moseion. O Emuseu¹⁴⁴, lançado em 2003, inicialmente ligado ao Matriz¹⁴⁵ da ParaRede e posteriormente passa a ser suportado pela Softlimits, que tratava de assuntos do universo museológico relacionados com as tecnologias da informação e comunicação. O Moseion¹⁴⁶ (<https://museion.pt/>) tratava da temática da museologia em Portugal e aparentemente foi atualizado até 2022. Ainda são identificados outros blogs de carácter mais geralista dedicados à divulgação de notícias sobre museologia no país. Nesta sessão, destaca-se o PPorto dos Museus que apresentava regularmente uma entrada por dia e que

¹⁴³ Endereço inexistente em 2024.

¹⁴⁴ Gerido por Ana Pires.

¹⁴⁵ Família de sistemas de informação para o inventário, gestão e divulgação on-line de património do Ministério da Cultura.

¹⁴⁶ Gerido por Alexandre Matos.

permanece em atividade no endereço <https://www.pportodosmuseus.pt/> e também oferece uma *newsletter* diária com as suas principais notícias.

A autora também identifica blogs com mais de 6 meses sem entradas ou blogs com endereço cancelado, entre eles constavam alguns museus pertencentes à RPM: Museu Municipal de Benavente, Museu Nacional do Teatro e Museu do Abade de Baçal. Seria interessante observar que na altura, tanto o Museu do Abade Baçal¹⁴⁷ pertencente ao IMC, quanto o Museu Municipal de Benavente¹⁴⁸ não possuíam website próprio ou redes sociais, fazendo-nos supor que a criação dos seus blogs possa ter sido uma tentativa de penetração no universo digital sem depender do meios formais para disporem de sítio web oficial. No entanto, no caso do Museu do Abade Baçal a iniciativa não é levada adiante (recursos humanos indisponíveis?), enquanto o Museu Municipal de Benavente criaria um novo blog em uma plataforma distinta a partir de dezembro de 2008 (Pedro, 2009). O blog do Museu Nacional do Teatro, por sua vez, foi possivelmente criado para substituir temporariamente a página do museu no contexto da reformulação das acessibilidades dos websites do Museus Nacionais, é depois descartado após a recuperação do site oficial, um recurso que também será observado por Pedro (2009) em outros Museus Nacionais. Esses três exemplos podem demonstrar que os Museus Portugueses ainda estavam a familiarizarem-se e a testar esta nova ferramenta, percebendo a sua relevância ou não na sua missão e comunicação e na capacidade de os incorporarem na sua gestão.

A partir da investigação de Pedro (2009), podemos observar a dinâmica de utilização dos blogues dos museus da RPM no final da primeira década do séc. XXI. Dos 125 museus pertencentes à rede, foram identificados 13 museus (10.4%) que utilizavam blogs. Alguns desses blogs, no caso dos Museus Nacionais, têm a sua origem na decorrência da reestruturação dos websites suscitada pela obrigatoriedade do ajuste das suas acessibilidades conforme as determinações do W3C. Temporariamente sem website próprio, esses museus valeram-se da facilidade do blog para manter a comunicação digital com os seus públicos ativa. Neste âmbito, a pesquisadora identificou os museus da Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves, Museu da Música, Museu do Chiado e o Museu Nacional de Arqueologia. É importante pontuar, no que diz respeito à CMAG, que ao

¹⁴⁷ Conforme informações concedidas pelo Museu o seu primeiro website data de 2017.

¹⁴⁸ Conforme informações concedidas pelo Museu o seu primeiro website data de 2017.

contrário dos outros museus, não recuperou o seu website e assim manteve o seu blog ativo (<http://blogdacmag.blogspot.com/>) com postagens regulares até 2019, tendo, a partir daquele ano, reduzido as postagens até a última entrada registada em abril de 2021. No caso do Museu Nacional de Arqueologia, o blog foi logo abandonado após o lançamento do novo site, no entanto ele ainda mantinha um segundo blog (<https://museunacionaldearqueologia-educativo.blogspot.com/>) (Figura 46), dedicado ao seu Serviço Educativo que segundo a pesquisadora, era permanentemente atualizado e de acordo com a nossa pesquisa, apresentou entradas até 2018. Tal blog¹⁴⁹ recebeu o Prémio de “Melhor Blog Coletivo de Animação Sociocultural em 2009” no concurso nacional promovido pela Associação Portuguesa para o Desenvolvimento da Animação Sociocultural – APDASC¹⁵⁰.



Figura 46 - Imagem do blog do Serviço Educativo do Museu Nacional de Arqueologia.

Fonte: <https://museunacionaldearqueologia-educativo.blogspot.com/>

Além dos museus com site em reestruturação e com blog, Pedro adiciona duas outras categorias à sua pesquisa: museus com website e blog e museus sem website e com blog. Na categoria dos museus com website e blog, foram identificados sete museus¹⁵¹

¹⁴⁹ museunacionaldearqueologia-educativo.blogspot.com/ - Já extinto, sem registos no Arquivo.pt

¹⁵⁰ <http://www.apdasc.com/pt>

¹⁵¹ Casa-Museu de Camilo, Museu do Chiado, Museu Nacional de Arqueologia, Museu Nacional de Etnologia, Museu Nogueira da Silva, Museu do Papel-Moeda, Museu dos Transportes e das Comunicações

que de modo geral utilizavam os blogs para atividades que requeriam constantes atualizações e que provavelmente ofereciam dificuldade de serem efetuadas nos seus sites, como reportar e divulgar eventos e também ofertar as atividades oferecidas pelos serviços educativos. No caso da categoria museus sem sítios Web, constavam quatro museus¹⁵², identificados por Pedro através de motores de busca. Entre eles, encontravam-se dois museus do IMC, que já aguardavam de longa data o seu website próprio: o Museu de Lamego e o Museu da Cerâmica (<http://museudaceramica.blogspot.com/>), que acabaram por aproveitar as facilidades oferecidas pela ferramenta e avançar com a sua presença digital nesta modalidade alternativa. A autora não cita o Museu Joaquim Manso, que de acordo com Monteiro e Silva (2009), e conforme mencionado anteriormente, em 2009 também geria um blog (<http://mdjm-nazare.blogspot.com/>) em substituição à ausência de website próprio (Figura 47). A investigação de Monteiro e Silva (2009), que analisa a presença digital dos museus da RPM em 2009, contabilizou 18 blogs, contra os 13 identificados por Pedro até novembro de 2008.



Figura 47 - Blog do Museu Joaquim Manso, que foi utilizado até a criação do website do museu em 2018. Fonte: <http://mdjm-nazare.blogspot.com/>

Ao observarmos o estudo de Sónia Sousa Macedo (2014) realizado num intervalo de cerca seis anos após a investigação de Alexandra Pedro e de Joana Sousa Monteiro e

¹⁵² Museu da Cerâmica, Museu de Arte Sacra e Etnologia, Museu Municipal de Benavente e Museu de Lamego.

Rui Ferreira da Silva, pode-se especular que não houve um crescimento significativo no número de blogs entre os museus da RPM. Entre os 109 museus¹⁵³ da Rede analisados por Macedo, contabilizavam-se o total de 18 (17,8%) com blog. Apesar de Macedo não ter dados dos 27 museus que não responderam ao seu inquérito, ao compararmos os estudos, destaca-se um crescimento muito mais expressivo na adoção às redes sociais. Alexandra Pedro conclui que até novembro de 2008 nenhum museu da RPM estava presente em redes sociais, enquanto Joana Sousa Monteiro e Rui Ferreira da Silva identificaram quatro em 2009. Sónia Sousa Macedo, por sua vez, identificou 60 museus da RPM a utilizar estas plataformas até maio de 2014. Diante destes resultados, poderíamos conjecturar que os recursos oferecidos pelas redes sociais são mais compatíveis com a capacidade e recursos humanos dos museus do que as oferecidas pelos blogs, que, por exemplo, requerem postagens mais longas e tem um alcance menor de públicos.

Finalmente, baseado na nossa investigação, apesar dos blogs continuarem relevantes e populares na escala global, comparando com a nossa grelha de análise realizada entre abril e junho de 2023, observamos o declínio desta ferramenta entre os Museus da RPM. Foram contabilizadas apenas quatro instituições com blogs em atividade. A Parques de Sintra mantém uma sessão blog na sua página web com entradas mensais (<https://www.parquesdesintra.pt/pt/sobre-nos/blog/>) (Figura 48), o Museu Nacional de Etnologia (<https://mnetnologia.wordpress.com/>) e o Museu de Arte Sacra e Etnologia (<https://masefatima.blogspot.com/>), que não possuem websites oficiais, e utilizam os seus blogs como presença digital alternativa. Por fim, o blog da Casa de Camilo (<https://casadecamilo.wordpress.com/>) (Figura 49), que ainda estava a funcionar em 2023, em nova consulta realizada em agosto de 2024, registava a sua última entrada datada a setembro de 2023.

¹⁵³ Na data do estudo a RPM possuíam 136 museus. A investigação da autora é baseada num questionário enviado aos 136 museus, no entanto o total de museus respondentes foi de 109.

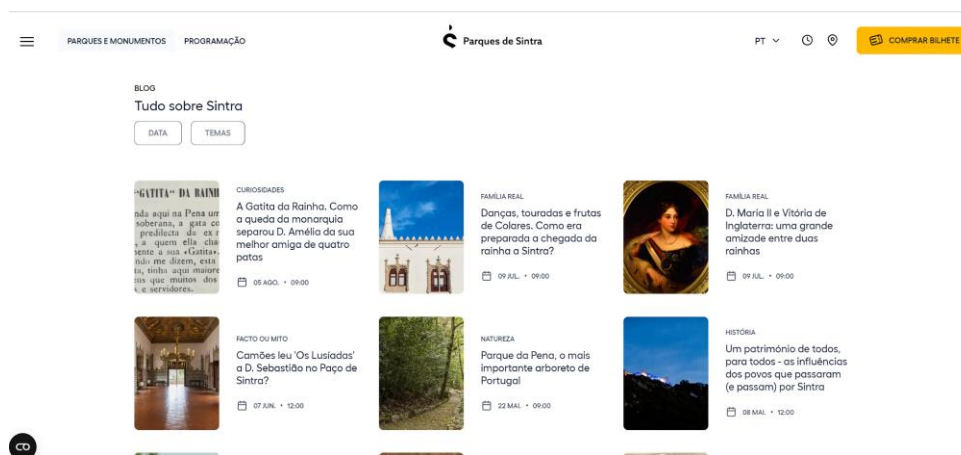


Figura 48 - Blog da Parques de Sintra, alojado dentro do seu website em 26/08/2024.

Fonte: <https://www.parquesdesintra.pt/pt/sobre-nos/blog/>



Figura 49 - Blog da Casa de Camilo em agosto de 2024, última entrada realizada em setembro de 2023.

Fonte: <https://casadecamilo.wordpress.com/>

É interessante observar outros blogs que foram desativados recentemente, como é o caso do Museu da Chapelaria (São João da Madeira), do Museu Municipal de Benavente, do Museu Santa Maria de Lamas e do Museu do Carro Elétrico (Porto), que postaram as suas últimas entradas entre 2021 e 2022, sendo que o Museu do Carro Elétrico realizou a sua última postagem no contexto de pandemia, conforme ilustra a Figura 50.

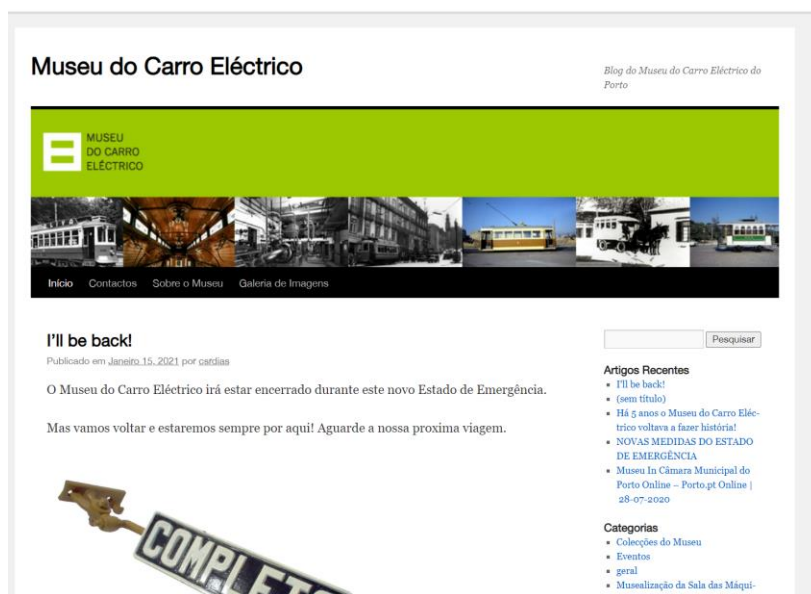


Figura 50 - Última postagem do blog do Museu do Carro Eléctrico que referia o Estado de Emergência ocasionado pela epidemia de SARS-Covid. Fonte: (<https://museucarroelectrico.wordpress.com/>)

2.3.2 As Redes Sociais

Segundo Black (2012) As redes sociais estão a ter um impacto profundo na natureza e no comportamento da sociedade ocidental. As formas de comunicação se diversificaram ao mesmo tempo que o espaço físico perdeu parte da sua relevância. Ao mesmo tempo, a mobilidade desta tecnologia, aliada à mudança de atitude que ela promove, faz com que as pessoas hoje rejeitem cada vez mais o papel de recetores passivos do que governos, empresas ou instituições culturais, como os museus, oferecem; em vez disso, procuram ser participantes ativos na era da participação. No caso dos museus, é necessário reconhecer essa transformação e tirar partido das redes sociais, adaptando as suas estratégias para atender à crescente demanda por participação ativa e rejeitar o formato de transmissão de informações tradicional e unidirecional. Esta transformação tem sido perceptível desde 2012. Conforme menciona Ribeirinho (2015), a maneira como os museus comunicam com suas audiências mudou de forma rápida e profunda, principalmente devido ao avanço das tecnologias, ao crescimento das redes sociais e à popularização dos dispositivos móveis.

O uso das redes sociais é fundamental na presença digital dos museus, consolidando-se como um importante recurso de comunicação com os públicos

(Barekyan & Peter, 2022; Black, 2012; Gonzalez, 2017), elas permitem uma interação mais próxima e contínua com os seus utilizadores (Bautista, 2014; Black, 2012; Faber et al., 2022), e proporcionam uma divulgação de conteúdos mais dinâmicos do que aqueles destinados aos websites. Além de geralmente oferecerem mais autonomia às instituições em comparação com os sites, elas permitem a partilha de conteúdos dos bastidores e recursos educativos, interação em tempo real, transmissão de eventos em direto, nomeadamente secções de perguntas e respostas, visitas guiadas, palestras, *workshops*, etc. Diante de tantas possibilidades é necessário um plano de comunicação para que todas essas particularidades estejam bem ajustadas com os propósitos dos museus. Dentro deste âmbito, Farber et al. (2022) coloca que “Isso significa que devemos ter cuidado com o que comunicamos sobre o museu e como o fazemos, assegurando que a mensagem esteja alinhada com a perspectiva, os interesses e a linguagem do nosso público-alvo [tradução livre] (pg.5).

“As redes sociais desempenham um papel crucial na criação de comunidades, facilitando o encontro de indivíduos em espaços virtuais e físicos, talvez de forma ainda mais eficaz devido à sua influência entre pares” (Bautista, 2014, p. 17, [tradução livre]), ao utilizar as redes sociais para dialogar com o público, os museus conseguem ir além dos grupos que tradicionalmente atraem, alcançando novos segmentos públicos (Bautista (2014; Gonzalez, 2017). Assim, manter essa interação contínua beneficia tanto a instituição quanto as pessoas que ela pretende envolver. Um exemplo seria o caso do público jovem, que tem um perfil altamente competente em termos tecnológicos e diferenciam-se substancialmente das gerações anteriores na forma como valorizam e utilizam as redes sociais, constituindo um dos maiores desafios de público para as instituições museológicas.

A primeira rede social, Six Degrees, foi criada em 1997, mas falhou devido a problemas técnicos, falta de escalabilidade, concorrência crescente, e dificuldades em encontrar um modelo de negócios sustentável. Será a partir da década de 2000 que

veremos a diversificação e ascensão dessas plataformas com a criação do Friendster¹⁵⁴ (2002), Myspace¹⁵⁵ (2003) LinkedIn¹⁵⁶ (2003) e Facebook (2004).

Após mais de duas décadas de convívio com redes sociais, já podemos observar com clareza a natureza volátil dessas plataformas. A ascensão e queda de várias plataformas web. 2.0 ao longo dos anos ilustram como as preferências dos usuários, inovações tecnológicas e mudanças culturais podem transformar o panorama digital de forma imprevisível e veloz. Essa volatilidade reflete não apenas a rapidez com que essas plataformas podem ganhar ou perder relevância, mas também como as dinâmicas sociais online são constantemente remodeladas. Alguns exemplos de redes sociais que já perderam sua popularidade incluem o já citado Myspace, que atingiu seu auge em 2008, além do Hi5¹⁵⁷ e o Second Life¹⁵⁸.

Segundo o website Statistica.com¹⁵⁹, as cinco redes sociais mais populares em abril de 2024 eram: Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp¹⁶⁰ e TikTok, enquanto o X/Twitter¹⁶¹ encontrava-se em 12º lugar. Como outra fonte de referência, apresentamos também os resultados do Relatório *The COVID19–Challenge: Museums and their digital engagement in times of crises*¹⁶² que em 2022 analisou 150 museus usando os seguintes critérios: de pequeno e médio porte e que fossem exemplos de “boas práticas”, localizados na Europa (não incluiu Península Ibérica) África, Ásia-Pacífico, América do Norte e Austrália e de diversas tipologias. Os resultados obtidos no marcador “Que Plataformas estavam a ser utilizadas?” foram: Facebook (85%), Instagram (67%), Twitter (56%), YouTube (55%) Podcasts (19%), TikTok (12%), Vimeo (9%) e Outros (21%). Apesar dos dois anos de intervalo entre os relatórios, consideramos interessante tecer uma

¹⁵⁴ O Friendster foi uma das primeiras redes sociais a popularizar-se, mas perdeu relevância devido a problemas técnicos e concorrência.

¹⁵⁵ O Myspace, lançado em 2003, foi uma das primeiras redes sociais a popularizar-se, conhecida por perfis personalizáveis e descoberta de música. Tornou-se um fenômeno cultural nos anos 2000, mas perdeu relevância com o crescimento do Facebook, permanecendo agora como uma plataforma musical.

¹⁵⁶ LinkedIn é uma rede social profissional focada em networking, desenvolvimento de carreira e oportunidades de emprego.

¹⁵⁷ O Hi5, lançado em 2003, foi uma rede social popular no início dos anos 2000. Focava em perfis personalizáveis e jogos sociais, mas perdeu popularidade com o crescimento do Facebook.

¹⁵⁸ Second Life, lançado em 2003, é um mundo virtual onde usuários criam avatares, interagem socialmente, e constroem ambientes. Foi pioneiro na economia virtual e na criação de uma realidade digital alternativa.

¹⁵⁹ <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

¹⁶⁰ Criado em 2009, o WhatsApp é um aplicativo de mensagens instantâneas que permite troca de texto, voz, fotos e vídeos. É amplamente utilizado globalmente para comunicação pessoal e profissional.

¹⁶¹ Criado em 2006, o Twitter, agora conhecido como X, é uma plataforma de microblogging para postagens curtas e interações em tempo real.

¹⁶² <https://linktr.ee/covid19challenge>

comparação dos resultados. Podemos perceber que os museus tendem a dar preferência para o uso das plataformas mais consolidadas e populares globalmente¹⁶³ (Facebook, Instagram e YouTube), mas que ao mesmo tempo, há uma percepção por parte de alguma dessas instituições da ascensão do TikTok e da necessidade de utilizá-lo para se alcançar uma maior diversidade de públicos. A maior diferença está no uso do Twitter/X, plataforma que vem perdendo utilizadores desde 2017, e questionamos se os resultados não estivessem espaçados por 2 anos, se veríamos um melhor alinhamento entre os dois estudos. O Facebook, por sua vez, apesar dos 20 anos de idade, ainda se mantém popular e é a rede social mais popular entre os perfis de museus (Dawson, 2023). No entanto, a plataforma tem enfrentado uma redução entre os seguidores mais jovens, que têm migrados para outras redes sociais como o TikTok, Instagram, Discord e Snapchat¹⁶⁴, e seria interessante observar futuramente, por quanto tempo ainda ela se manterá na preferência entre as audiências dos museus.

Outro relatório, intitulado *Visitors Figures 2022* do *The Art Newspaper*¹⁶⁵ publicado em 2023, destacava entre os 100 museus mais visitados globalmente, os “top 20” com melhor desempenho em redes sociais, considerando somatório do número de seguidores nas plataformas Instagram, Facebook, TikTok e Twitter/X (vemos aqui mais uma vez o Twitter/X entre as plataformas escolhidas). Consideramos importante ressaltar que os museus incluídos nesta listagem, se limitavam a cinco nacionalidades: americana¹⁶⁶, inglesa¹⁶⁷, francesa¹⁶⁸, holandesa¹⁶⁹ e espanhola¹⁷⁰. Em primeiro lugar está o Museum of Modern Art (Nova Iorque) com mais de 13 milhões de seguidores, seguido pelo Metropolitan Museum of Art (Nova Iorque), Tate Modern (Londres) e Musée du Louvre (Paris). O Museu do Prado (Madrid) é o mais bem posicionado entre os museus espanhóis, estando na 9ª colocação com cerca de 4 milhões de seguidores, enquanto o Reina Sofia (Madrid) figura na 18ª posição com 1.666,943 seguidores. O relatório destaca

¹⁶³ O Whatsapp não foi considerado nesta comparação por não possuir relevância neste contexto.

¹⁶⁴ Snapchat, criado em 2011, é uma aplicação de mensagens que permite enviar fotos e vídeos que desaparecem após visualização.

¹⁶⁵ <https://www.theartnewspaper.com/>

¹⁶⁶ Museum of Modern Art, Metropolitan Museum of Art, Solomon R. Guggenheim Museum e Whitney Museum em Nova Iorque, Getty Center e Los Angeles County Museum of Art em Los Angeles, National Gallery of Art em Washington DC e Art Institute of Chicago.

¹⁶⁷ Tate, British Museum, National Gallery e Victoria and Albert Museum em Londres.

¹⁶⁸ Musée du Louvre, Centre Pompidou e Museu d’Orsay em Paris.

¹⁶⁹ Van Gogh Museum e Rijksmuseum em Amsterdão.

¹⁷⁰ Museo Nacional del Prado e Reina Sofia em Madrid, e Guggenheim Museum Bilbao.

o crescimento do Guggenheim Museum Bilbao que teve um crescimento de mais de 60% da sua audiência em relação ao ano anterior e desta maneira, vigorou pela primeira vez nesta listagem na 20ª colocação com 1.555,777 de seguidores. O relatório especula que este importante crescimento tenha sido ocasionado pelo aumento das postagens e da publicidade relacionadas com o aniversário de 50 anos do Museu em 2022. Como já mencionado anteriormente, a fidelidade do público às redes sociais se alterna com facilidade, e o relatório identifica uma redução de seguidores nas quatro plataformas em relação ao ano anterior, com destaque ao Instagram e ao X (anterior Twitter), e considera a hipótese de começar a seguir plataformas alternativas como o Mastodon¹⁷¹ e o Discord¹⁷². É evidente que não podemos buscar uma comparação igualitária dos museus portugueses com as famosas coleções e com a visibilidade global dos museus que constam na lista, mas consideramos interessante fazer a mesma quantificação dos museus com melhor desempenho nas redes sociais em Portugal: Museu de Serralves¹⁷³ (Figura 51), que se encontra na 61ª posição da lista dos 100 museus mais visitados, e o Museu Gulbenkian¹⁷⁴ que não consta na lista. Somando o número de seguidores das mesmas plataformas citadas pelo artigo em agosto de 2024, obtivemos os seguintes totais: 441 mil e 570 mil seguidores, respetivamente. Também quantificámos as audiências de dois museus nacionais: MNAA¹⁷⁵, 92 mil, e do MNA¹⁷⁶, com pouco menos de 26 mil.

¹⁷¹ O Mastodon (2016) é uma rede social descentralizada e de código aberto, similar ao Twitter, mas composta por várias instâncias (servidores) independentes que se conectam entre si. Cada instância pode ter suas próprias regras e temas, permitindo maior controle e personalização pelos usuários.

¹⁷² O Discord (2015) é uma plataforma de comunicação que permite criar e participar de servidores, onde os usuários podem conversar por texto, voz e vídeo. Inicialmente popular entre gamers, agora é usada por diversas comunidades para colaboração, socialização e compartilhamento de conteúdo, oferecendo salas de bate-papo temáticas, canais de voz e integração com outras ferramentas.

¹⁷³ Na data da verificação, o Museu de Serralves não possuía perfil no TikTok.

¹⁷⁴ As atividades do Museu Gulbenkian são divulgadas através dos perfis da Fundação Gulbenkian nas redes sociais.

¹⁷⁵ Na data da verificação, o MNAA não possuía perfil no TikTok.

¹⁷⁶ Na data da verificação, o MNA não possuía perfil no TikTok.



Figura 51- Newsletter da Fundação Serralves recebida a 23 julho de 2024 que celebrava os 165 mil seguidores no Instagram. Fonte: Newsletter da Fundação Serralves (julho de 2024)

2.3.2.1 Breve evolução das Redes Sociais dos Museus da RPM

Além das dissertações de Alexandra Pedro (2008) e Sónia Sousa Macedo (2014) e há pouca informação disponível que relacione os museus da RPM e o seu uso das redes sociais. Os estudos mais atuais, tendem a concentrar-se em poucos museus e dão especial atenção aos Museus Serralves e Gulbenkian e outras instituições que não fazem parte da RPM, como o ex- Museu Berardo e o Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia (MAAT), ambos localizados em Lisboa. Os relatórios do IMC entre 2009 e 2011, por sua vez, trazem informação pontual sobre as redes sociais no contexto dos museus do Ministério da Cultura.

Iniciamos o percurso da evolução das redes sociais no âmbito dos museus da RPM lembrando que a investigação de Alexandra Pedro realizada em 2008, segundo a sua metodologia, não identificou até novembro daquele ano museus da RPM a utilizar redes sociais. Consideramos assim, o ano seguinte como o de partida, quando Monteiro e Silva

(2009) já contabilizam no seu artigo publicado na revista *Museologia.pt*, quatro museus da RPM com perfil nas redes sociais.

Através da consulta dos relatórios do IMC entre 2009 e 2011, foi possível nomear alguns dos museus dependentes que já haviam aderido às redes sociais. O próprio IMC, a partir de novembro de 2009, tinha páginas a título experimental no Facebook (tendo alcançado 5.000 seguidores), Twitter (335 seguidores) e Youtube. No entanto, até fevereiro de 2011, a gestão desta presença era feita de modo automático, ou seja, o Facebook e o Twitter eram diretamente alimentados com os destaques criados na homepage do Instituto. Um parêntesis: atualmente, com um domínio maior do potencial das redes sociais e com o reconhecimento dos benefícios de uma abordagem mais personalizada e estratégica, sabemos que tal prática possui resultados pouco eficientes. De volta aos Relatórios do IMC, aquele de 2010 já identificava alguns museus com perfil no Facebook, coincidentemente ou não, em sua maioria eram instituições que ainda não possuíam website ou que haviam tido o seu site temporariamente suspenso: Museu do Abade de Baçal, Museu de Arte Popular, Museu de Aveiro, Museu Nacional da Música, Museu Nacional de Etnologia e Museu Monográfico de Conímbriga, que também possuíam um perfil no Twitter. Monteiro e Silva (2009) referem que em 2009 o MNAC já utilizava o Facebook e o Twitter para a divulgação das suas atividades. Em consulta realizada ao Arquivo.pt, em janeiro de 2012 apresentavam ligação para o Facebook na sua página inicial os seguintes museus: Museu Alberto Sampaio, Museu de Arte Popular, MNAC, MNM, MNAA, MNAz (Figura 52), MNMC e MNTD. O MNAA (Figura 53) também estava presente no Twitter e no YouTube e o Museu de Arte Popular também oferecia ligação para o Flickr.

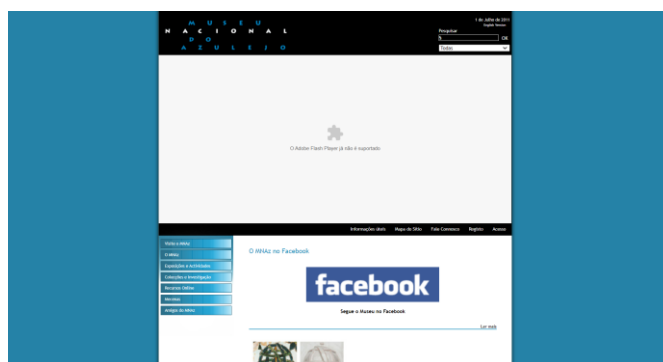


Figura 52 - O site do MNAz em julho de 2011 já apresentava ligação para a rede social Facebook.

Fonte: Arquivo.pt

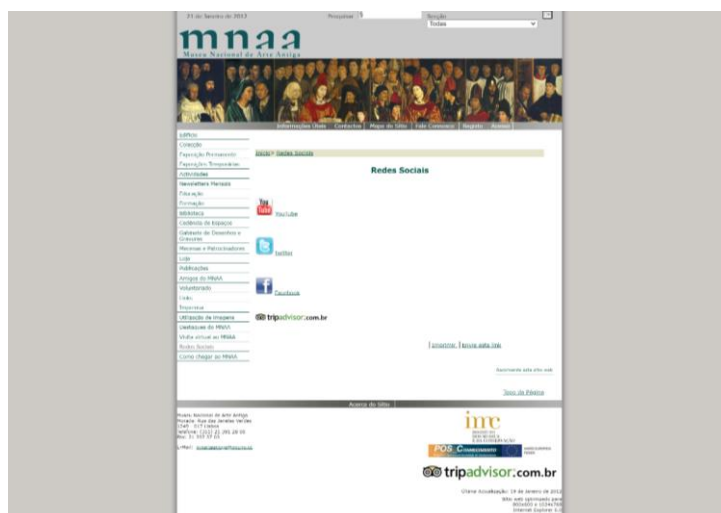


Figura 53 - O site do MNAA em janeiro de 2012 já apresentava no seu menu ligação para as suas redes sociais. Fonte: Arquivo.pt

Fora do contexto do Ministério da Cultura, a dissertação de mestrado de Inês Rocha Roumier Ribeirinho (2015) traz algumas informações sobre a *timeline* de adesão às redes sociais da Fundação Gulbenkian (Figura 54): YouTube (2007), Facebook e Twitter (fevereiro de 2008), Flickr (maio de 2008), Instagram (2013). É importante lembrar que as redes sociais da Gulbenkian são respetivas a toda a Fundação nomeadamente a todos os museus, serviços e programamas e que é um dos mais bem-sucedidos modelos de comunicação digital entre as instituições culturais portuguesas.

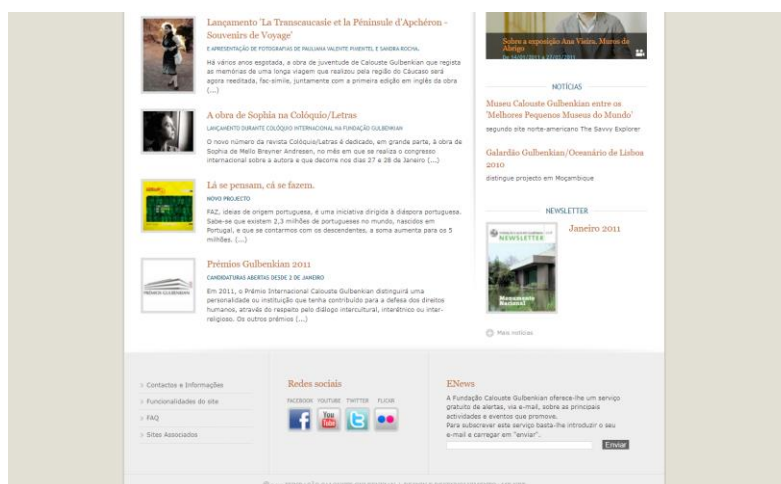


Figura 54 - O site da Fundação Gulbenkian em janeiro de 2011 já apresentava no seu menu ligação para as suas redes sociais. Fonte: Arquivo.pt

Ana Patrícia Remelgado (2014), na sua tese de doutoramento, faz a quantificação dos museus da RPM presentes no Facebook, “incidimos a nossa análise no Facebook, a rede social com maior taxa de penetração na população portuguesa” (Remelgado, 2014, pg. 208), tendo sido verificados 73 museus com perfil na plataforma na categoria “Empresa, Organização, Instituição” e 11 museus registados como página pessoal, fator que demonstra um desconhecimento do uso correto da ferramenta. A autora também reforça a preponderância desta rede social e a sua contribuição para a presença digital de instituições museológicas: “Com objetivos por vezes diversos que, em alguns casos, procura mesmo substituir-se a um site inexistente, esta rede tem sido responsável pela profusão e divulgação de muita informação dos museus, de um modo geral, e também dos museus portugueses.” (Remelgado, 2014, pg. 159).

Ao prosseguirmos para a dissertação de Sónia Sousa Macedo de 2014, já nos deparamos com avanços mais significativos em relação aos resultados iniciais de Monteiro & Silva, e também assistimos à consolidação do Facebook como rede social preferencial dos museus portugueses (Carvalho & Matos, 2019; Santos et al. 2017), preferência que se estenderá até a data deste presente estudo. Segundo a autora, naquele ano o Facebook era a plataforma mais utilizada, escolhida por 83 (76%) museus da Rede. Além do Facebook, Macedo identificou outras plataformas com menos adesões, o YouTube (19 museus/17%), os blogs (18 museus/16.5%), o Twitter (9 museus/ 8%), o Google+¹⁷⁷ (8 museus/7%), o Flickr¹⁷⁸ (3 museus/2.7%), o Instagram (2 museus/1.8%) e o Foursquare¹⁷⁹ (1 museu/0.9%). Havia ainda 20 museus que não asseguravam nenhuma presença em redes sociais. Apesar dos avanços, a tese de doutoramento de Joana Carvalho, também de 2014, afirmava que a adoção de redes sociais pelos museus portugueses era ainda incipiente, com muitos museus utilizando essas plataformas apenas para presença, sem uma estratégia de publicação eficaz. No geral, a maioria dos museus ainda não aproveitava plenamente as potencialidades comunicacionais das redes sociais para se conectar com o público. Os exemplos positivos citados pela autora, incluíam o

¹⁷⁷ O Google+, lançado em 2011, foi uma tentativa do Google de criar uma rede social para competir com o Facebook. Apesar de inovações, a plataforma nunca ganhou tração e foi descontinuada em 2019.

¹⁷⁸ Lançado em 2004, o Flickr é uma plataforma de compartilhamento de fotos e vídeos, conhecida por suas comunidades de fotógrafos e funcionalidades de organização de imagens. Ainda é ativo, mas com menor popularidade.

¹⁷⁹ Lançado em 2009, o Foursquare é uma plataforma de check-ins e recomendações locais, permitindo que usuários descubram e avaliem locais ao redor. Foi popular na década de 2010, mas hoje é menos usado.

Museu Nacional da Música, o Museu de Serralves e o Museu Nacional de Arqueologia, que se destacaram por suas interações e publicações.

O mais recente estudo que localizamos foi o relatório Diagnóstico aos Sistemas de Informação nos Museus Portugueses de Santos et al. (2017), apesar de não se restringir ao universo dos museus da RPM, consideramos interessante apresentar seus dados a título de acompanhamento das principais redes sociais eleitas pelos museus portugueses. Os dados de 2016, apresentam a permanência do Facebook como principal rede social tendo 97% de adesão, seguido do YouTube (23%), Twitter (15%), Instagram (10%). Com 5% estavam o Google+ (já em declínio entre os usuários) e o Pinterest (em ascensão). O Instagram, criado em 2010 e que se popularizaria mundialmente a partir de 2012, ainda possuía uma tímida adesão entre os museus portugueses.

2.3.2.2 Redes Sociais dos Museus e a Pandemia de Covid-19

O já referido relatório final da NEMO, apontava que as redes sociais foram as ferramentas que mais causaram engajamento dos públicos, estando em destaque o Facebook com 75% dos votos, seguido pelo Instagram com 21.4%. A pandemia de COVID-19 funcionou como um acelerador para fomentar a criatividade nas maneiras de comunicar e impulsionar a digitalização no setor museológico, tendo sido as redes sociais um dos instrumentos mais importantes nesta jornada. Conforme Agostino et al. (2020):

A pandemia retirou temporariamente aos museus o seu principal meio de comunicação: o espaço expositivo. Com o encerramento, os museus desapareceram da percepção do público. Durante esse período, muitos tentaram captar a atenção através de uma maior atividade nas redes sociais. [tradução livre] (pg.5)

Durante o confinamento, uma vez que as visitas físicas não eram possíveis, os museus foram incentivados a utilizar as redes sociais para manter o engajamento com os visitantes. Essas plataformas se tornaram essenciais para as instituições manterem a comunicação ativa com os seus públicos, mas também expuseram fragilidades e carências na presença digital de muitos museus. De acordo com o relatório publicado pelo AVICOM em 2022, *The COVID19–Challenge: Museums and their digital engagement*

in times of crises, o estudo sublinhava que os museus que já possuíam estratégias de comunicação bem definidas em redes sociais antes da pandemia, apresentaram resultados mais favoráveis e maiores níveis de interação durante os períodos de confinamento.

Os museus portugueses, embora com exceções, têm encontrado desafios na comunicação nas redes sociais, especialmente se comparados com outras instituições europeias ou norte-americanas. Apesar de muitos terem adotado a presença digital, este campo ainda representa uma área de crescimento e aprendizado até a sua maturidade digital. Fatores como a falta de recursos, a ausência de planos estratégicos específicos, capacitação das equipas e uma abordagem mais tradicional podem contribuir para esta situação. Carvalho & Matos (2019) referem, por exemplo, que os museus da administração local enfrentam dificuldades em gerir autonomamente as suas redes sociais devido a restrições impostas pelas suas tutelas. Camacho et al. (2021), por sua vez em relação aos MPM, afirma que no decurso da pandemia “(...) as crescentes exigências face às ofertas online e o posicionamento digital dos MPM põem a descoberto as suas fragilidades e carências, sem esquecer as bem-sucedidas respostas que pontualmente são dadas por estas entidades” (p.74). Reforçamos então que há variações entre as instituições, e algumas têm feito avanços significativos nesse campo. Mesmo assim, para muitos museus portugueses, o domínio completo das redes sociais ainda representa uma área de crescimento e aprendizado.

No contexto da pandemia de Covid-19 em Portugal, entre 2020 e 2022, as dissertações de mestrado de Ana Filipa Rodrigues Veiga (2020) e Rita Almeida Cardoso (2022) exemplificam através de três instituições da RPM, o desempenho dos museus portugueses nas redes sociais durante este difícil período. No caso de Veiga analisou a página do Facebook da Fundação Serralves entre março e junho de 2020, e comparou sua estratégia de comunicação com a de outros museus europeus. A autora refere que a Serralves aumentou a frequência de publicações nas redes sociais e diversificou os conteúdos partilhados. Durante o período de encerramento, houve um foco maior em conteúdos educativos, enquanto, após a reabertura, a ênfase voltou a ser na promoção das atividades da instituição. Veiga conclui que, face à abordagem de cariz mais publicitário da Serralves, os museus europeus que já possuíam estratégias comunicacionais mais abrangentes antes da pandemia conseguiram um posicionamento mais robusto e adaptável durante os períodos de confinamento. Cardoso no seu estudo busca compreender a

perspetiva dos públicos efetivos e potenciais do Museu Nacional Soares dos Reis e do Museu do Oriente em relação às suas comunicações online realizadas durante a pandemia. No caso do MO, recentemente integrado à RPM, a instituição adaptou sua presença digital ao desenvolver conteúdos específicos, embora sem um planejamento formal, respondendo constantemente às necessidades do público. O museu observou picos de visibilidade e envolvimento, especialmente durante a disseminação de vídeos e conteúdos didáticos ou infantis. Os entrevistados consideraram a estratégia do Museu do Oriente positiva, reconhecendo o esforço em manter o público engajado durante a pandemia através de conteúdos digitais. No entanto, muitos sugeriram que a comunicação poderia ser mais interativa e informativa, especialmente em relação às exposições. A necessidade de um design mais atrativo e de uma abordagem mais próxima nas redes sociais também foi mencionada como uma oportunidade de melhoria. MNSR ampliou sua presença digital ao usar redes sociais como Facebook e Instagram, promovendo "viagens diárias" e vídeos mensais sobre seu acervo. Apesar dos picos de visibilidade, muitos entrevistados acharam que a comunicação não foi suficientemente envolvente para incentivar visitas presenciais, e que a divulgação das exposições não alcançou um público amplo, sugerindo a necessidade de aprimorar a estratégia de comunicação digital.

2.3.2.3 As Redes Sociais dos Museus da RPM em 2023

Entre julho e agosto de 2023, investigamos a presença digital dos museus da RPM nas seguintes redes sociais: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter e TikTok. A pesquisa foi feita em diversos meios: website dos museus, motor de busca dentro destas redes sociais e motor de busca do Google. Entre os 165 museus da Rede, os resultados obtidos foram: 124 (75%) presentes no Facebook (Gráfico 11), 84 (51%) no Instagram (Gráfico 12), 68 (41%) no YouTube (Gráfico 13), 23 (14%) Twitter/X (Gráfico 14) e 4 (2%) no TikTok (Gráfico 15). O Gráfico 10 ilustra a distribuição das redes sociais conforme o estudo acima apresentado.

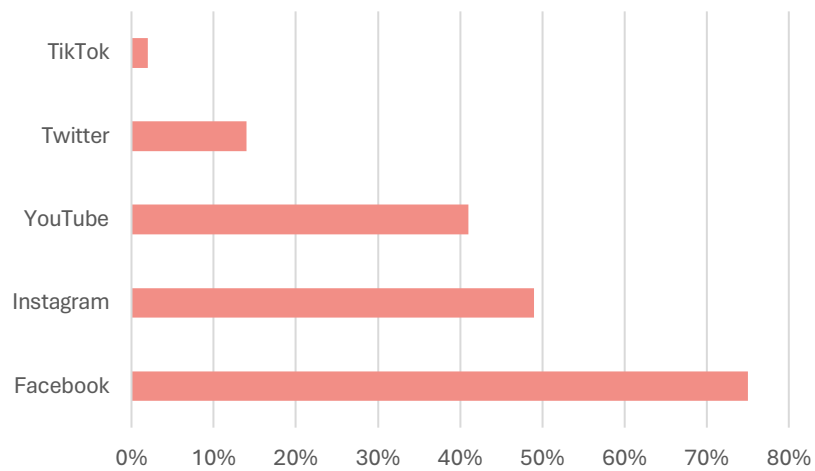


Gráfico 10 - Adesão às redes sociais entre os museus da RPM em 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

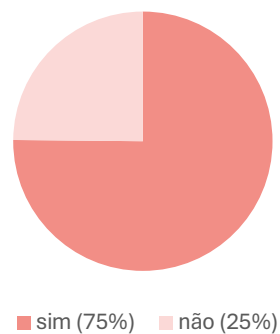


Gráfico 11- Museus da RPM com perfil no Facebook em 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

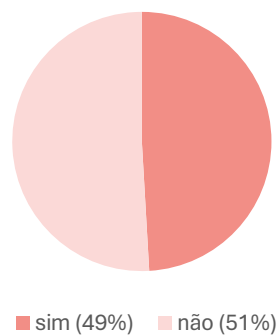


Gráfico 12- Museus da RPM com perfil no Instagram em 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

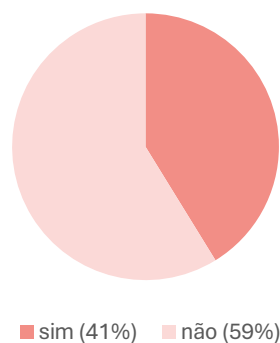


Gráfico 13 - Museus da RPM com perfil no YouTube em 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

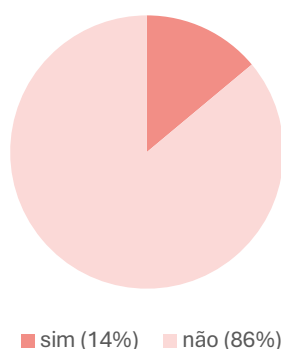


Gráfico 14 - Museus da RPM com perfil no Twitter/X em 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

Em comparação com o estudo de Sónia Sousa Macedo, quase uma década atrás, percebemos um declínio no Facebook, apesar de ainda se manter a rede social mais popular entre os museus da RPM. O TikTok criado em 2017, embora de difundido entre diversos museus no contexto internacional, ainda enfrenta um uso muito limitado em Portugal. Entre os fatores que poderiam justificar a pouca utilização da quinta rede social mais popular no mundo, estariam conservadorismo, a falta de estratégias digitais claras, a escassez de recursos financeiros e humanos, e o fato de ser mais popular entre os jovens, um público frequentemente menos considerado pelos museus. Mesmo entre os quatro museus com perfil identificado na plataforma, o número de postagens e de seguidores é

muito baixo¹⁸⁰, demonstrando que a utilização dessa rede social ainda está a dar os primeiros passos no país.

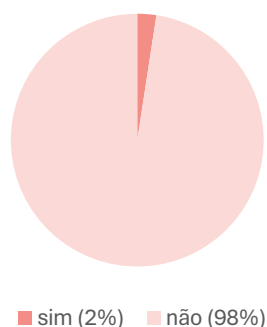


Gráfico 15 - Museus da RPM com perfil no TikTok em 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

2.4 Sistemas de Gestão do património museológico

Conforme Lagarto (2018) “a digitalização do existente é uma forma essencial e fundamental de preservação, permitindo um uso facilitado para investigação e para a sua própria divulgação. O passado, os seus bens e suas próprias memórias encontram no digital a ferramenta ideal para sua sobrevivência” (pg.100).

Durante o século XX, a documentação das coleções museológicas passou por uma evolução significativa. Inicialmente, os inventários eram manuais, o que limitava a pesquisa e a partilha de informações. A chegada das tecnologias digitais revolucionou a gestão dos acervos, tornando os sistemas mais acessíveis e eficientes. A crescente consciência da sociedade sobre a importância da preservação do património impulsionou essa transformação, promovendo a valorização dos processos de registo e documentação. A era da Informação trouxe novos desafios aos museus, exigindo a adaptação a novas metodologias e à crescente necessidade de salvaguardar os diversos tipos de património.

¹⁸⁰ Em setembro de 2024 acessamos os perfis no TikTok dos quatro museus: Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior (5 postagens e 18 seguidores), Fundação Gulbenkian (9 postagens e 571 seguidores), Museu da Quinta de Santiago (26 postagens e 80 seguidores) e Museu Nacional da Música (10 postagens e 15 seguidores).

Em Portugal, desde os anos 1980, houve tentativas pontuais de criar sistemas informatizados de inventário das coleções museológicas e segundo Matos (2012), restritas a algumas instituições como o Museu Regional de Arqueologia D. Diogo de Sousa (Braga) e o Museu da Cidade de Lisboa, que desenvolveram software específico para responder às suas necessidades, tal como o Museu de Ciência da Universidade de Lisboa, que criou um sistema com base em ferramentas da Apple¹⁸¹. No entanto, a introdução das novas tecnologias nos museus portugueses foi tardia e ausência de normas ou regulamentos nacionais alinhados com as diretrizes internacionais dificultou a modernização da gestão das coleções, resultando em inventários feitos em papel, com sistemas de arquivo desatualizados e por vezes ineficazes. Tais dificuldades por vezes eram ainda agravadas pela falta de recursos técnicos e humanos. Será no final da década de 90 do século XX, que o IMC com as Normas de Inventário¹⁸² e programa Matriz, e a empresa Sistemas do Futuro com o InArte, irão dar passos no desenvolvimento e implementação dos softwares de sistemas de informação que se tornarão os mais populares entre os museus portugueses.

2.4.1 Os Sistemas de Informação do Ministério da Cultura e da empresa Sistemas do Futuro

2.4.1.1 A marca MATRIZ, do Ministério da Cultura

A Matriz, família de sistemas de informação para o inventário, gestão e divulgação on-line de património, teve a sua origem na última década do século anterior, sendo a sua criação iniciada em 1994 pelo recém-criado IPM. No contexto das inovações tecnológicas e investimento nos museus portugueses, conforme coloca Oleiro, “A perspectiva então nascente, de criação e implementação de um sistema informatizado de inventário e gestão das coleções dos museus comum a todos os museus tutelado pelo recém-criado IPM, surgia com um carácter consideravelmente inovador” (Oleiro, 2009).

A família de softwares Matriz era composta por: Matriz 3.0, MatrizNet, MatrizWeb (para utilizadores externos), MatrizPCI e MatrizPix e era utilizada pelos

¹⁸¹ A Apple é uma empresa multinacional de tecnologia conhecida por desenvolver dispositivos eletrónicos, software e serviços digitais inovadores.

¹⁸² Cadernos de Normas de Inventário que visavam a divulgação de instrumentos metodológicos e boas práticas para os inventários dos diversos tipos de patrimónios.

museus do Ministério da Cultura e também por diversas instituições públicas, e privadas que gerissem acervos patrimoniais ou que fossem responsáveis por sua preservação. É importante salientar o papel fundamental do IPM no seguimento de inventário e gestão de coleções, que se manteve imprescindível nas suas reformulações orgânicas e também na orgânica do IMC, assim como os programas de apoio de fundos comunitários, nomeadamente o já mencionado POSC (anteriormente designado POSI), o POC¹⁸³ e o QREN¹⁸⁴. A empresa Pararede foi a responsável até setembro de 2006, pela aplicação Matriz, conforme a Portaria 1312/2006, publicada em Diário da República, 2.^a Série, a 20 de setembro de 2006 ela passa a ser desenvolvida pela COFIPOR TI, S. A. A marca MATRIZ foi utilizada até junho de 2024 quando no contexto da MMP EPE foi substituída pelo Raiz (<http://raiz.museusemonumentos.pt/>).

Matriz: Inventário e Gestão de Coleções Museológicas

(..) em meados dos anos 90, foi criado um projecto dentro do Instituto Português de Museus que tinha como propósito dotar os museus tutelados pela administração central com um programa que pudesse alcançar os objectivos de uma melhor inventariação e gestão das coleções das referidas instituições. Esse programa, designado Matriz, é hoje a ferramenta utilizada pelos museus tutelados pelo IPM, bem como por um conjunto de outras instituições no país, e é já uma plataforma desenvolvida e comercializada por uma empresa privada.” (Matos, 2007, p.29)

Entre 1991 e 1993, segundo Oleiro (2009), o IPM realiza um diagnóstico da situação dos inventários entre os seus museus dependentes, no qual se identificou uma grande disparidade de circunstâncias e de sistemas de trabalho, bem como foi identificada a inexistência de critérios comuns e de sistematização dos processos de gestão museológica no âmbito das etapas e processos de trabalho. A partir daí, iniciou-se a etapa de análise e de definição de estruturas descritivas e de catalogação dos objetos pertencentes às coleções e a conceção de normas para a sua utilização, além da seleção de critérios e requisitos para a construção de um programa informático de inventário e

¹⁸³ Programa Operacional da Cultura.

¹⁸⁴ Quadro de Referência Estratégico Nacional.

gestão de acervos museológicos. Desta maneira o processo de criação do MATRIZ, que irá padronizar os sistemas de inventário dos museus do IMC, é iniciado em 1993 e no ano seguinte a sua primeira versão é implantada nos museus do IPM. Em 1996, ele tem a sua primeira atualização e já opera em sistema Windows, estando implantado em sete museus do Ministério da Cultura: MNAA, MNA, Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional dos Coches, Museu Nacional de Etnologia, MNAC e Museu Monográfico de Conímbriga. Seguem-se o Museu Nacional Soares dos Reis, o Museu Nacional do Traje, o Museu Nacional do Teatro, o Museu José Malhoa, o Museu de Lamego e o Museu da Música. Tal processo conclui-se em 1999, quando todos os museus do IPM passam a utilizar o MATRIZ, nesta altura o software já é comercializado por uma empresa privada. No ano de criação da RPM, o IPM disponibiliza o programa Matriz: Inventário e Gestão de Coleções Museológicas, numa versão substancialmente aprimorada face ao software anterior, “oferecendo a gestão integrada das coleções museológicas com atividades diversas, como a organização de exposições, intervenções de conservação e restauro, etc” (Remelgado, 2014). Nesta mesma altura, o programa deixa de ser circunscrito aos museus do Instituto e passa a ser utilizado por variadas instituições.

Avançando para 2007, já na gestão do IMC, o MATRIZ tem 14% de texto e 40% de imagens digitalizadas, números alcançados devido às atividades de atualização do estudo e do inventário das suas coleções. Em articulação com a utilização sistemática do Programa MATRIZ, prossegue igualmente a publicação das Normas de Inventário, coleção criada pelo IPM em 1999, já com 11 volumes, constituindo um meio fundamental da difusão de boas práticas e do conhecimento produzidos pelos Museus, bem com um instrumento metodológico indispensável para o apoio a demais entidades detentoras de património móvel.

Já em 2009, o Matriz: Inventário e Gestão de Coleções Museológicas possuía 101 organismos utilizadores, sendo 35 o conjunto de Museus e Palácios do IMC, 16 outros museus de outras administrações integrantes da RPM e finalmente instituições ou coleções museológicas dependentes de Câmaras Municipais, Misericórdias, Ministérios, Fundações, Empresas e Associações. No entanto, este panorama viria a alterar-se e muitos museus utilizadores migrariam para as aplicações da Sistemas do Futuro, que atualmente detém os softwares de sistema de informação dominantes no panorama museológico nacional.

O Departamento de Património Imaterial do IMC, em junho de 2011, o lança o Matriz 3.0, desenvolvido pela Softlimits S.A. e com apoio financeiro do programa QREN. Esta nova versão do MATRIZ constituía-se como ferramenta de referência a nível nacional para inventário, gestão, divulgação e documentação integrada do património material (móvel e imóvel, cultural e natural) e imaterial, tendo sido concebido, conforme Paulo Ferreira da Costa (2010), segundo as orientações técnicas da UNESCO e do ICOM por parte das entidades já suas utilizadoras, com particular destaque para Museus.

Matriznet

O Matriznet, criado em 2002 no âmbito do IPM, é um motor de pesquisa e interface sobre as bases de dados do Matriz dos museus pertencentes ao Ministério da Cultura, que colocava à disposição do público informações sobre as coleções e objetos. Apesar das dificuldades que o programa apresentava, Ana Patrícia Remelgado destacava a sua relevância no panorama museológico nacional:

Disponibilizado ao público em 2003, o MatrizNet constitui, no panorama museológico nacional, uma referência incontornável no domínio da divulgação das coleções museológicas. Efetivamente, e apesar de todas as fragilidades que os profissionais dos museus lhe reconhecem, a disponibilização online de um elevado número de registos justifica uma nota de destaque. (Remelgado, 2014, p. 205)

Na altura do seu lançamento, o catálogo do MatrizNet contava com 10.000 objetos. Em 2003 o IPM implementa a sua VPN (Virtual Private Network) sobre banda larga entre os serviços centrais e os museus integrantes, proporcionando um avanço na otimização do inventário, gestão e publicação online das coleções. No ano seguinte, 2004, o programa recebe nova atualização e o MatrizNet tem então 30.000 bens catalogados. Com a publicação da Lei-Quadro dos Museus, que define pela primeira vez os procedimentos específicos à atividade museológica, são necessárias atualizações no Matriz relativas à terminologia das modalidades de incorporação de bens em contexto museológico.

Em outubro de 2006, no Museu Nacional da Finlândia, em Helsínquia, realizou-se a Conferência sobre o Impacto da Digitalização do Património. No painel dedicado aos Efeitos Sociais e Culturais da Digitalização, o Instituto Português de Museus apresentou a comunicação intitulada "Digitalização e Impacto Cultural – A Experiência Portuguesa", destacando a divulgação online do inventário dos museus do IPM através do MatrizNet.

Já na vigência do IMC em 2008, avança-se a disponibilização à consulta pública dos registos de inventário das obras classificadas como Tesouros Nacionais¹⁸⁵ (que continua por concluir) dos museus pertencentes ao novo Instituto, e em dezembro deste ano o MatrizNet atinge os 40.000 bens registados. Nos dois anos seguintes o seu site recebe respetivamente 29.090 e 31.450 visitantes.

É interessante observar o Gráfico 16 que demonstra a evolução da digitalização dos inventários dos Museus e Palácios do IMC em comparação com o processo de disponibilização de registos no MatrizNet até o ano anterior ao lançamento da sua nova versão. Percebe-se que entre 2008 e 2010, apesar do processo de inventariação dos museus e palácios manterem-se em andamento, não ocorrem acréscimos no MatrizNet, devido à “decisão de não carregar novos registos de inventário na versão antiga, aguardando-se a instalação da nova versão” (Instituto dos Museus e da Conservação, 2009, p.399).

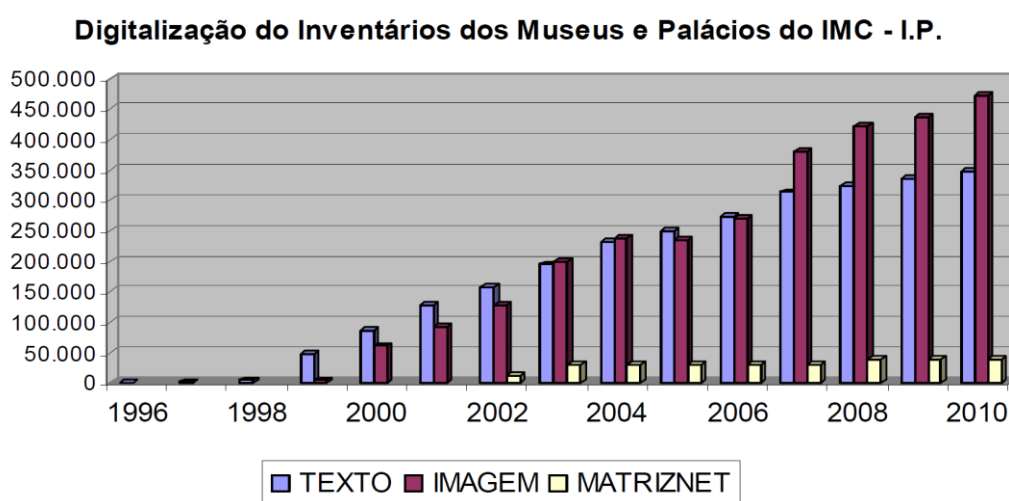


Gráfico 16- Digitalização dos Inventários dos Museus e Palácios do IMC -I.P.

Fonte: (Instituto dos Museus e da Conservação, 2010,) página 6.

¹⁸⁵ Decreto n.º 19/2006 (<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto/19-2006-537265>)

Acompanhando as atualizações do MATRIZ, em 2011 é lançada a nova versão intitulada Matriz 3.0, que se mantém corrente até maio de 2024. Na altura do lançamento, oferecia informação sobre os bens dos museus e palácios tutelados pelo IMC nos formatos de texto, fotografia, vídeo e som. A partir de 2012, já sob a gestão da DGPC, o programa tem um incremento de 60.000 itens, totalizando 100.000 bens culturais móveis disponibilizados. O Matriznet assumia o papel de catálogo coletivo on-line dos Museus da Administração Central do Estado português (herdados do IPM, apesar de agora afetos a diferentes organismos públicos), dos museus tutelados pelas DRCs do Norte, Centro e Alentejo, bem como pela Parques de Sintra – Monte da Lua. Paralelamente, parte dos acervos museológicos disponibilizados nesta plataforma passaram, também, a estar acessíveis através do portal Europeana¹⁸⁶. De acordo com a informação disponibilizada e consultada em fevereiro de 2024 no website do programa, o Matriznet (Figura 55) oferecia à consulta 158.017 registos.

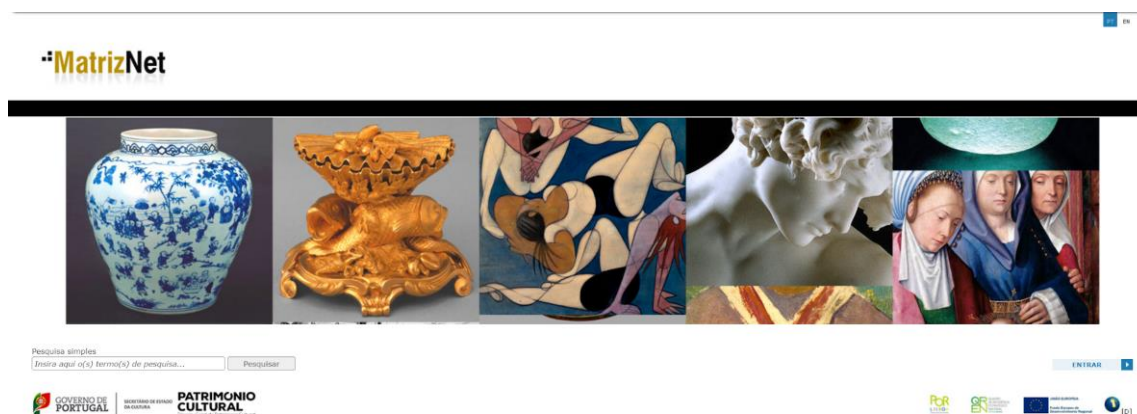


Figura 55 - A página inicial do Matriznet em abril de 2024.

Fonte: Arquivo.pt

MatrizPix

O MatrizPix, desenvolvido a partir de 2007 e lançado em outubro de 2008, é um motor de gestão, de pesquisa e de disponibilização de espécimes fotográficos digitais em alta resolução de bens culturais móveis pertencentes às coleções dos Museus, Palácios,

¹⁸⁶ Biblioteca virtual desenvolvida pelos países da União Europeia - <https://www.europeana.eu/pt/about-us>

Monumentos e outros imóveis afetos à DGPC¹⁸⁷. O software, gerido pelo ADF/DGPC até 2023, integra aplicações de inventário e gestão (backoffice) e de disponibilização de imagens online (frontoffice), constituindo-se numa ferramenta essencial para o estudo de coleções e para divulgação de conteúdos culturais para fins educativos e científicos. Lançado durante gestão do IMC, o programa, segundo Oleiro (2009), tinha dois objetivos principais: aumentar a eficiência da prestação de serviço público do IMC no que se refere à cedência de imagens relativas às Coleções dos Museus e Palácios tutelados, através da sua interface web e reforçar a presença destes na internet, contribuindo para a divulgação e promoção das coleções do património cultural móvel. No site MatrizPix encontravam-se 30.000 imagens disponíveis para consulta gratuita e para utilização mediante requisição e pagamento. No que se refere a resolução das imagens, o IMC estabeleceu três tipos de formato digital: formato para armazenamento - imagem de grande dimensão que deve reter a maior quantidade de informação possível e sem perdas; formato de trabalho - imagem de tamanho intermediário com alguma compressão e formato de divulgação - destinadas à inserção no Matriz e à divulgação na internet.

A preparação do programa de digitalização das imagens fotográficas dos acervos dos museus do IMC, envolveu um estudo aprofundado de três tipos de aspetos de natureza técnica: o estudo das necessidades do IMC, dos museus e de outros destinatários das imagens, um levantamento dos standards internacionais relativamente às várias componentes do projeto, nomeadamente formatos de imagem, formas de compressão e suportes de gravação das imagens, quer em termos da sua utilização, quer em termos da sua organização e ainda análise dos equipamentos de digitalização, processamento e saída mais adequados às funções pretendidas. (Oleiro, 2009, p.135)

A partir de 2012, a DGPC assume a gestão do software consolidando-o como um banco de imagens em constante crescimento e atualização, em correspondência direta com o trabalho de produção de documentação fotográfica do Património Cultural Móvel e Imóvel Nacional. Durante a gestão do IMC, o motor de pesquisa esteve hospedado no endereço <http://www.matrizpix.imc-ip.pt>, mudando de domínio no âmbito da DGPC para

¹⁸⁷ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/149-2015-69935162>

<http://www.matrizpix.dgpc.pt/matrizpix>, mantendo, no entanto, praticamente o mesmo design. Em consulta ao seu website em fevereiro deste ano, o do MatrizPix já disponibilizava mais de 75.000 imagens no seu motor de buscas e uma aba para exposições virtuais, criada na altura do IMC.

Matriz PCI

Em 2009 é publicado o Decreto-Lei n.º 139/2009¹⁸⁸ e posteriormente atualizado pelo Decreto-lei n.º 149/2015 de 4 de agosto¹⁸⁹, que estabelece o regime jurídico de salvaguarda do PCI em Portugal e os modos para a implementação do Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial, conforme previsto na Convenção para a salvaguarda do património cultural imaterial da UNESCO em 2003¹⁹⁰. No mesmo ano, juntamente com a conclusão do processo de conceção do Matriz 3.0 e da nova versão do Matriznet, o Departamento de Património Imaterial do IMC completa também a elaboração do MatrizPCI, dedicado ao Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial. O MatrizPCI foi lançado em 2011 como plataforma de acesso online ao Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial, permitindo a apresentação de propostas/candidaturas diretamente na plataforma, conforme fins previstos pela UNESCO.

“Acessível em www.matrizpci.imc-ip.pt, o MatrizPCI constitui, simultaneamente, a interface web para acesso ao Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial e Portal de referência em língua portuguesa para difusão de boas práticas e valorização do PCI (...)”. (Rede Portuguesa de Museus, 2011, p.10). Esta interface web oferece recursos para profissionais do setor, nomeadamente inventário nacional, recursos e área UNESCO, para o público juvenil, aba área jovem e para o grande público, a secção exposições. No ano seguinte a gestão do software passa à responsabilidade da DGPC e o seu portal online migra para o presente domínio <http://www.matrizpci.dgpc.pt/>. Ainda em 2012, a DRC dos Açores disponibiliza a plataforma MatrizPCI – Açores, destinada ao acesso online do Inventário Regional do Património Cultural Imaterial dos Açores.

¹⁸⁸ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/139-2009-494544> (Diário da República, I/S, n.º 113, 15 de junho de 2009).

¹⁸⁹ <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/149-2015-69935162>

¹⁹⁰ <https://patrimonioculturalimaterial.org/multimedia/ficheiros/Documentos/UNESCO2003.pdf>

Raiz

A MMP EPE anunciou, a 7 de junho de 2024, o Raiz, a renomeada plataforma destinada ao inventário, gestão e divulgação de património museológico português, em substituição ao MATRIZ. Segundo a nota da comunicação social publicada na data do seu lançamento, será contemplada maior operacionalidade e interatividades com o Laboratório José de Figueiredo¹⁹¹ e o Arquivo de Documentação Fotográfica¹⁹², de modo a facilitar o acesso à investigação e público em geral. O Raiz inicia com mais de 160 mil registos e apresenta uma interface mais apelativa e intuitiva (Figura 56) em relação ao antecedente MatrizNet.

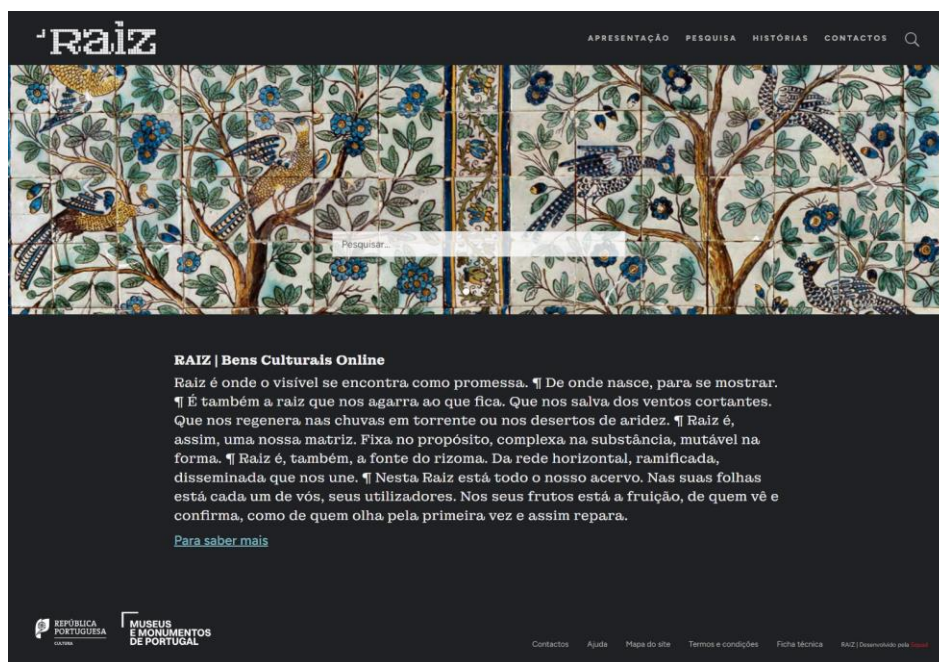


Figura 56 - A página inicial do Raiz em setembro de 2024.

Fonte: <http://raiz.museusemonumentos.pt/>

2.4.1.2 As aplicações da Sistemas do Futuro

A Sistemas do Futuro, Multimédia, Gestão e Arte, Lda. é uma empresa fundada no Porto em 1996, que utiliza as novas tecnologias da informação na Gestão do

¹⁹¹ O Laboratório José de Figueiredo, fundado em 1953, é uma instituição portuguesa dedicada à conservação e restauro de bens culturais, apoiando museus e monumentos na preservação do património nacional.

¹⁹² O Arquivo de Documentação Fotográfica, fundado em 1977, é uma instituição portuguesa que preserva, organiza e disponibiliza imagens históricas e culturais ligadas ao património nacional e atividades museológicas.

Património Cultural e Natural. A empresa comercializa uma série de produtos para base de dados, interface web e aplicações multimédia, e no início deste milénio já estava estabelecida no mercado, tendo os seus sistemas instalados em museus tutelados por municípios, fundações e universidades.

Segundo Matos (2012) na altura da sua criação os sistemas de inventário de coleções utilizados eram praticamente todos originados de aplicações criadas no âmbito de um ou vários museus, além de que, em Portugal, a documentação e gestão de coleções era pouco estudada e discutida, e os museus faziam a gestão das suas coleções com recurso aos antigos inventários e dossiês em papel ou apenas através do livro de cadastro dos museus. Sendo assim, a empresa adotaria uma metodologia de trabalho que se basearia na investigação das normas internacionais em vigor e na validação prática do resultado do desenvolvimento efetuado pelos museus e seus profissionais, além de estabelecer uma série de parcerias ligadas à área do património cultural de maneira que os sistemas pudessem ser testados na prática diária da inventariação de coleções.

In Arte e In Arte Plus

O In Arte, software de inventário e de gestão de coleções de património móvel, é o primeiro produto lançado pela empresa em 1996 tendo sido atualizado para as versões 1.5 e 2.0 em 1997 e 1998 respetivamente. Segundo Matos (2012) o In arte foi criado em parceria pela Sistemas do Futuro e pelo Núcleo de Furtos de Obras de Arte da Polícia Judiciária do Porto e, contava desde o seu lançamento com um crescente número de museus como utilizadores e, a par do Matriz, lançado em 1994 e empregado nos museus tutelados pelo IPM, era a principal ferramenta utilizada para a documentação do património em Portugal.

Através do conhecimento que a empresa adquire com a aplicação das versões iniciais e com o rápido avanço da tecnologia no final da década de 90 do sec. XX, ela desenvolve uma linha de produtos na área de inventário e de gestão do património cultural, sendo o primeiro deles a versão 3.0 do In Arte, chamado In Arte Plus, lançado em 1999, atualmente já descontinuada. Para o desenvolvimento deste software foi criado

um protocolo com o Projeto Geira¹⁹³, através da Universidade do Minho, para viabilizar a sua utilização através dos museus participantes. De acordo com Matos (2012), este protocolo tinha também como objetivo o desenvolvimento de uma plataforma comum de publicação e consulta dos registos de inventário realizados pelos museus, o que, tendo em conta o período da sua realização, demonstrava a capacidade de inovação daquelas duas entidades. Contudo, desta ação resultou apenas o desenvolvimento da versão Plus do In arte e do In Patrimonium, não tendo sido possível concretizar o portal de pesquisa nas diversas coleções dos museus participantes devido ao encerramento do projeto Geira.

In Web

A plataforma de publicação na Internet In Web é lançada em 1999 com um carácter bastante inovador para cenário português, uma vez que o MatrizNet do IMC seria lançado apenas três anos depois. O In web que funciona como uma interface entre o público utilizador da Internet e os diferentes módulos de gestão interna (In Arte, In Domus, In Natura, In Doc, In Memoria e In Patrimonium). É atualizado em 2001 para a versão 2.0, que aperfeiçoava a velocidade e a eficácia da pesquisa de dados e em 2004 para a versão 3.0, já com novos avanços alcançados pelas versões premium. Este programa foi a primeira iniciativa da Sistemas do Futuro no desenvolvimento de aplicações para a Internet.

In Domus, In Patrimonium e In Patrimonium.net

O In Domus, ferramenta lançada em 2000 semelhante ao In arte direcionada à gestão do património cultural imóvel, arqueológico e edificado, podendo ser utilizada por autarquias, dioceses, arqueólogos, universidade e por projetos de investigação. Também lançado em 2000, permite a gestão do património cultural móvel e imóvel na mesma plataforma. Segundo Matos (2007), essas duas versões reuniram o contributo das Universidades do Minho e do Porto e de diversos museus, entre eles o Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa, no qual o In Patrimonium foi testado através de uma parceria com a Universidade do Minho (Projeto Geira), e do Museu da Cidade de Lisboa

¹⁹³ Projeto desenvolvido no âmbito da Associação das Universidades da Região Norte de Portugal, Universidade do Minho e da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro direcionado para digitalização das Instituições do Norte de Portugal.

(atualmente designado Museu de Lisboa), onde a tecnologia que sustenta o software foi introduzida pela primeira vez. Atualmente o programa tem um conceito de gestão global e integra todas as informações existentes nas aplicações In Arte, In Domus, In Doc, In Natura e In Memoria. A aplicação In Patrimonium.net seria lançada a partir de 2007 é instalado num servidor Web e permite o seu acesso através do navegador.

In Natura

Foi desenvolvida através de protocolos de colaboração com a Faculdade de Ciências da Universidade do Porto e com a Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e apresentada em 2001. Destina-se, especificamente, ao inventário, documentação e gestão de coleções de História Natural (fauna e flora), *Naturalia* e Paleontologia.

In arte Premium

Em 2003, a Sistemas de Futuro foi a empresa escolhida pela Fundação Calouste Gulbenkian para a aquisição de um programa de inventário e gestão de coleções para suprir as necessidades do Museu Calouste Gulbenkian (MCG)¹⁹⁴ e também do Centro de Arte Moderna - José de Azeredo Perdigão (CAM). Esta foi a oportunidade para dar continuidade à evolução dos seus sistemas de gestão de coleções, completando ou criando as ferramentas necessárias para o registo e documentação de processos de conservação, produção de catálogos, gestão de exposições, de empréstimos, de iniciativas educativas, etc., de acordo com a normalização internacional de referência para a gestão e documentação das coleções e, simultaneamente, com os procedimentos definidos pelo MCG e CAM para a gestão do seu acervo. (Matos, 2012, p.248-249)

A experiência e o domínio em gestão de coleções das equipas da Fundação Calouste Gulbenkian serão um fator de contribuição para o desenvolvimento e atualização da tecnologia de sistemas da empresa. Com base nos resultados alcançados e apreendidos neste projeto, foi concebida a aplicação In Arte Premium e, em 2004, a Sistemas do Futuro anunciaria a nova gama de produtos dotados de um sistema mais

¹⁹⁴ Originalmente era utilizador do Programa Matriz.

avançado chamada Premium, nomeadamente, In Arte Premium, In Domus Premium, In Natura Premium e In Patrimonium Premium.

In Memoria e In Doc

O avanço tecnológico alcançado pela nova gama, propiciou a criação das aplicações In Memoria (gestão de património imaterial), equivalente ao Matriz PCI e In Doc (gestão de património documental - Biblioteca e Documentação de Arquivo) entre 2005 e 2006.

2.5 Resumo do capítulo

A história da presença online dos museus da RPM revela um percurso marcado por desafios na trajetória rumo à digitalização. Este caminho tem sido longo e acidentado, apesar da promissora largada com o notável Projeto Geira e o produtivo arranque na criação dos sistemas de gestão do património. Entre os museus da RPM, ser detentor de um website próprio num ano, não traz garantia para que ele se mantenha no seguinte. Como visto em alguns casos, inclusive entre os Museus Nacionais, o “vaivém” da presença digital se arrasta até os dias atuais e os desafios para se manter online seguem persistentes, fazendo com que muitos museus direcionem, provisoriamente, a sua presença online para as redes sociais. Além disso, a falta de autonomia, a escassez e capacitação de recursos humanos e as dificuldades orçamentárias são outros desafios que têm sido transversais ao longo das décadas analisadas.

Na década atual, a pandemia de COVID-19 e a nova definição de museus do ICOM forçaram os museus a repensarem as suas funções. A pandemia acelerou a digitalização e revelou desigualdades, proporcionando que os museus buscassem novas formas de engajar o público virtualmente. A nova definição do ICOM, por sua vez, reforça a inclusão, participação, diversidade e sustentabilidade. Ambos os eventos exigem que os museus ampliem seu papel, indo além da preservação de acervos para se tornarem agentes de transformação social, promovendo o diálogo, a responsabilidade ética e a adaptação às mudanças tecnológicas e sociais. Para os próximos anos, a nova etapa da RPM, iniciada com a criação da MMP EPE, carrega consigo expectativas e estratégias para um fortalecimento da presença e transformação digital dos museus da Rede.

Capítulo 3 – A presença digital dos Museus da RPM em 2023. Levantamento e atualização dos dados

3.1 Objetivos da investigação

Tendo em vista os objetivos gerais desta dissertação, que consistem, por um lado, em traçar a trajetória da presença digital dos museus portugueses pertencentes à Rede Portuguesa de Museus (RPM) desde a última década do século XX até ao presente, e, por outro, em analisar a situação atual da presença online dos 165 museus integrantes da RPM em 2023, com foco tanto na avaliação de seus websites quanto na observação de sua atuação em outras plataformas digitais, colocam-se as seguintes questões: Qual é o estado da presença digital dos museus da RPM em finais de 2023? Quantos museus possuem website próprio? Qual o perfil dos museus que não possuem presença online? Há museus nacionais que ainda não dispõem de website? Qual o nível de qualidade dos websites existentes? Estarão esses websites alinhados com o praticado por outros museus europeus?

A partir dos dados recolhidos, procuraremos dar resposta a estas interrogações, refletindo, também, sobre a aplicação das funções museológicas no âmbito digital. A seguir, apresentamos as opções metodológicas seguidas.

3.2 Técnicas e instrumentos de recolha de dados, seleção da população e amostra e recolha de dados

A recolha de dados ocorreu em três fases distintas e a seleção de população e amostra foi circunscrita ao universo dos 165 museus pertencentes à RPM em finais de 2023. Apresentamos aqui os três instrumentos de recolha de dados que caracterizaram cada uma das fases:

Questionário principal

Foi elaborado um questionário com 24 perguntas¹⁹⁵ (Apêndice B), em janeiro de 2023, com o objetivo de recolher informações sobre a existência ou não de website próprio, uso de ferramentas digitais, recursos humanos e financeiros relacionados com a atividade digital. O questionário foi enviado por correio eletrónico no mesmo mês para os 165 museus da RPM. Inicialmente foi necessário identificar o endereço de correio eletrónico de cada museu através de pesquisa na Internet, maioritariamente através do website próprio, página da respetiva tutela, página da RPM ou caixa de informações do Google. Após a identificação, foi enviado um e-mail individual para cada instituição, solicitando a sua colaboração no preenchimento do inquérito. No e-mail (Apêndice C), foram esclarecidos o âmbito e os objetivos do estudo, além de ser fornecido o link para o questionário, disponibilizado na plataforma Google Forms¹⁹⁶. Após duas semanas, foi feito o controlo das respostas e assinalados os museus que ainda não haviam respondido. Esses museus foram então contactados por via telefónica ou através do chat na respetiva página do Facebook. Este último trouxe-nos algum êxito pois conseguimos angariar algumas respostas através desta via de comunicação. Relativamente aos contactos telefónicos, alguns tiveram de ser repetidos devido à ausência do responsável do museu ou porque tivemos de replicá-los em função de novas indicações que nos foram sendo dadas. Foi ainda feita uma segunda etapa de contactos telefónicos aos museus que ainda não haviam respondido ao questionário. Após dois meses da publicação, o questionário foi encerrado em março de 2023, com 143 museus respondentes, tendo sido validadas as respostas de 139 instituições.

Grelha de Análise

Esta fase inicia-se com a identificação dos museus da RPM com website próprio em abril de 2023. A busca pelos websites foi realizada maioritariamente através da

¹⁹⁵ Decidimos não utilizar na presente dissertação uma das perguntas (questão 4) que constava do questionário, bem como as respetivas respostas, por se afastarem do tema central. A questão aberta de número 24 “Gostaria de adicionar mais algum comentário ou informação pertinente?” não foi tratada no Excel, resultando em 22 perguntas aqui apresentadas.

¹⁹⁶ Aplicativo on-line de gestão de pesquisas do Google.

ferramenta de pesquisa Google e também, em alguns casos, através das informações contidas na página da RPM, hospedada no portal da extinta DGPC. O questionário principal, que já havia sido preenchido pelos museus na altura da criação da grelha e continha perguntas sobre a existência de website próprio, foi consultado quando ocorriam dúvidas relacionadas a essa questão, isto é, para confirmarmos de fato a ausência de website próprio quando não o encontrávamos através da metodologia acima descrita, ou ainda se os blogs, como no caso do Museu Nacional de Etnologia (Lisboa) e o do Museu de Arte Sacra e Etnologia (Fátima) estavam a ser usados em substituição a um website oficial. Houve algumas situações atípicas, encontradas através da pesquisa realizada no Google, como páginas não oficiais, websites abandonados ou páginas inacabadas, que não foram consideradas nesta análise. O critério principal de identificação e classificação de website próprio foi determinado pela existência de um domínio com o nome dos museus de responsabilidade da mesma entidade. Os resultados da pesquisa que direcionavam para blogs¹⁹⁷ em substituição a um domínio institucional não foram considerados. Em relação aos museus cuja página está hospedada no site da tutela, adotamos os mesmos critérios¹⁹⁸ utilizados por Alexandra Pedro, em 2009, para classificá-los, ou não, como "website próprio". Dessa maneira, no âmbito deste instrumento, chegamos a um total de 92 websites a serem analisados.

Entre maio e junho de 2023, foi então criada a Grelha de Análise (Apêndice D) para a observação de determinados critérios, de maneira a identificar informações, conteúdos e ferramentas oferecidas. A definição desses parâmetros foi criada através da análise dos websites dos seguintes museus: Tate Modern, Musée du Louvre, Rijksmuseum, Moma e Museo Nacional del Prado¹⁹⁹, escolhidos através das seguintes considerações: museus de relevância a nível internacional, listados entre os 20 museus mais visitados do mundo de acordo com o website *The Art Newspaper* (<https://www.theartnewspaper.com/>), dotados de perfis diversificados e com forte e

¹⁹⁷ Museu Nacional de Etnologia em Lisboa (<https://mnetnologia.wordpress.com/>), e Museu de Arte Sacra Etnologia em Fátima (<https://masefatima.blogspot.com/>)

¹⁹⁸ “Foram ainda considerados os sítios web das instituições que tutelam os museus, (...), apenas nos casos em que o espaço dedicado a cada museu compreende um menu com pelo menos 4 hiperligações para além da página de entrada” (Pedro, 2009).

¹⁹⁹ Escolhidos através dos critérios de museus de arte de relevância a nível internacional, listados entre os 20 museus mais visitados do mundo de acordo com o website *The Art Newspaper* (<https://www.theartnewspaper.com/>), dotados perfis diversificados e com forte e efetiva presença digital. Também foi dada a preferência a museus europeus, considerando também um museu pertencente à Península Ibérica.

efetiva presença digital. Foi também dada preferência a museus europeus e considerámos necessário conter, ao menos, um museu localizado na Península Ibérica. Também foram usadas como referência, as grelhas elaboradas por Alexandra Pedro (2009) e Vera Lúcia Teixeira Faria Moura (2012) nas suas dissertações de mestrado, além de artigos na internet²⁰⁰ direcionados a boas práticas de construção de websites de instituições museológicas. Os critérios incluídos na grelha foram: identificação do museu, informações logísticas, informações sobre o museu, informações sobre as coleções, informações sobre as exposições, informações sobre o serviço educativo, serviços oferecidos, serviços de divulgação e comunicação disponíveis, ferramentas web 2.0 utilizadas, ferramentas de partilha de recursos, acessibilidade e design geral. Esta análise também incluiu a avaliação das informações disponíveis na caixa de informação do Google, ao buscarmos o nome do museu nesta ferramenta de pesquisa. O preenchimento das 92 grelhas de análise, ocorreu entre julho e agosto de 2023.

Questionário complementar

Devido a constatações verificadas durante a investigação, considerámos necessário criar um questionário complementar (Apêndice E) para recolher informações referentes à *timeline* dos websites dos museus estudados. Este documento incluía sete perguntas que pretendiam verificar a continuidade na detenção do website próprio ao longo dos anos, tentando identificar a respetiva data de criação, interrupções, reformulações, troca de domínio, entre outros. Também criado no Google Forms, foi enviado por email apenas aos 139 museus que responderam ao questionário principal. Decorridas duas semanas do envio inicial, as instituições foram mais uma vez contactadas por telefone e através do chat do Facebook, com o intuito de obter um maior número de museus respondentes. O questionário esteve disponível entre janeiro e março de 2024 e foram obtidas 94 repostas, das quais 92 validadas.

²⁰⁰ Por exemplo: <https://www.museumnext.com/article/planning-your-museums-website-redevelopment/> e <https://nilead.com/industry/museum-website-design>

Princípios desta Investigação

Relativamente aos princípios desta investigação, as entidades participantes deste estudo têm a sua identidade preservada e foram informadas dos objetivos e procedimentos das pesquisas realizadas. Foram colocados ao seu dispor meios para esclarecimento de questões relacionada à investigação e aos questionários. Estes últimos, por sua vez, foram elaborados com questões claras, maioritariamente de múltipla escolha ou resposta única e com reduzidas questões abertas (de respostas por extenso) de maneira a agilizar os procedimentos e poupar o tempo dos participantes.

3.3 Tratamento de dados

As repostas obtidas através dos questionários no Google Forms foram convertidas automaticamente para o Google Sheets²⁰¹ e depois tratadas em tabelas de Excel²⁰² para tratamento estatístico e elaboração de gráficos. Pontualmente, algumas questões abertas foram eliminadas quando as respostas obtidas não respondiam diretamente à pergunta, tendo sido tratadas como “inválidas”.

No que diz respeito às 92 Grelhas de Análise, foram preenchidas digitalmente através do software Excel e posteriormente também tratadas para a produção de estatísticas e de gráficos.

3.4 Análise dos Resultados

3.4.1 Análise das respostas ao questionário principal

Dos 165 museus aos quais foi enviado o questionário, obtivemos 139 respostas consideradas válidas, configurando 84% da população selecionada. Os museus respondentes estão distribuídos pelo Continente e Regiões Autónomas. O Gráfico 17 demonstra a diversidade de tutelas desta população, na qual encontram-se, em maior número, a Administração Local (41%), seguida das empresas públicas (25%) onde se

²⁰¹ Google Sheets é um editor de planilhas online gratuito, usado para cálculos, gráficos e colaboração em tempo real.

²⁰² Excel é um software da Microsoft para criar, editar e analisar planilhas com funções avançadas de cálculo.

incluem 26 museus da atual MMP EPE. Relativamente às tipologias identificam-se museus de arte, misto e pluridisciplinar, arqueologia, história, especializados, etnografia e antropologia, ciência e técnica, território e ciências naturais/história natural.

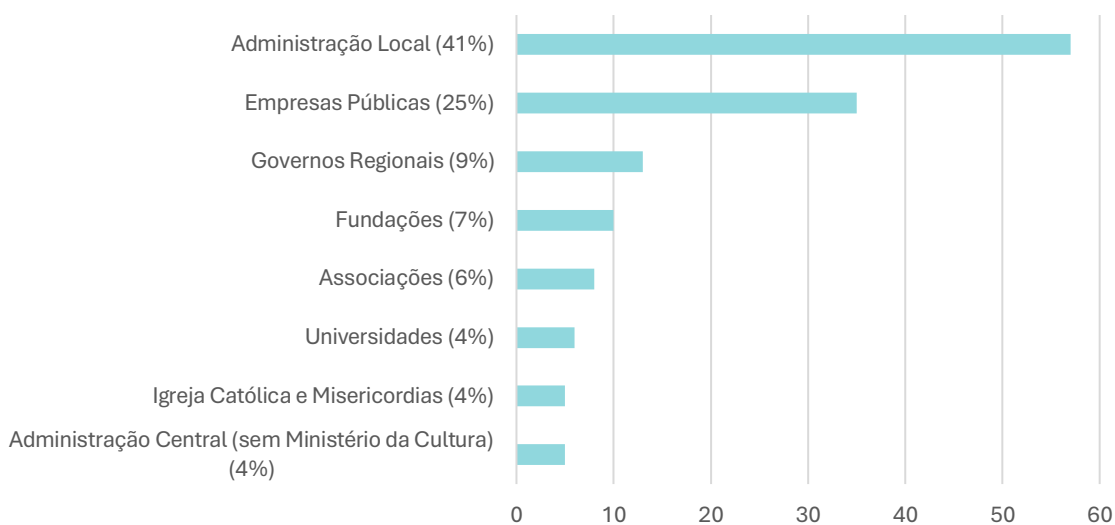


Gráfico 17 - Museus respondentes x tutelas.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.1.1 Ferramentas Digitais

A primeira questão perguntava “Qual o nome do seu museu?”, as seis perguntas seguintes tinham o objetivo de melhor compreender o interesse e investimento dos museus em ferramentas digitais, além de tentar perceber o seu uso no contexto da pandemia e pós-pandemia.

Questão 2: O Museu está a investir em Ferramentas Digitais? Quais?

- 100 Instituições responderam “sim”, 32 responderam “não”, seis não responderam e uma resposta foi invalidada (Gráfico 18);
- Entre as ferramentas mais citadas estavam Redes Sociais (38), Visitas/Exposições Virtuais (21), Website Próprio (32), Aplicativos e Jogos Virtuais (12), Softwares de Inventário/Digitalização de Coleções (17). Foi também referido o uso de ferramentas digitais no espaço físico do museu como implantação de QR Codes, Áudio Guias e Realidade Virtual/Aumentada;

- Entre as redes sociais, as mais citadas foram Facebook, Instagram, Twitter (X, atualmente) e Youtube. Apenas dois museus referiram o TikTok, sendo que um deles observou que não geria esta plataforma com regularidade;
- Entre as tutelas que negaram o investimento em ferramentas digitais destacamos 18 museus da administração local, cinco administrados pelas regiões autónomas, três pertencentes a DGPC (atual MMP EPE). Nenhuma dessas instituições pertencia à Fundações. Um dos museus da antiga DGPC justificou a falta de investimento alegando que o edifício está fechado para obras, mas informou que está a considerar alocações de recursos nessa área.

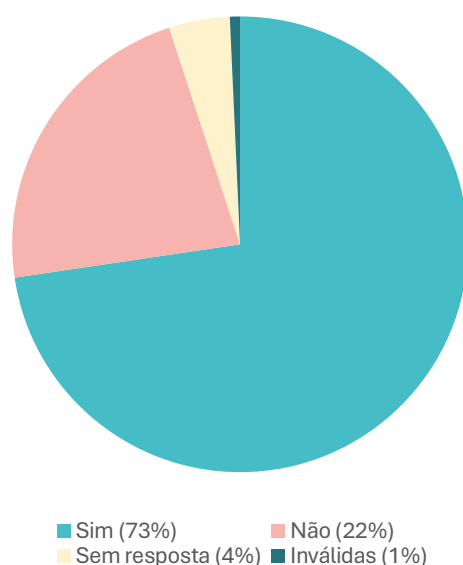


Gráfico 18 - O museu está a investir em ferramentas digitais?

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 3: Existem verbas específicas para a implementação dessas ferramentas digitais? Quais?

Foram 98 as instituições que informaram dispor de verbas para a implementação de ferramentas digitais, enquanto outras 26 não dispunham. Entre estas últimas, nove eram dependentes da administração local, sete da ex-DGPC (MMP EPE), quatro da DRC dos Açores, duas da DRC da Madeira, duas de Ministérios Públicos e uma pertencente a Igreja Católica. Entre os museus que afirmaram possuir o recurso financeiro para realizar

este desígnio, 79 disseram depender de uma única fonte de financiamento e os demais 19 de duas ou mais fontes. A

Tabela 2 informa as fontes de financiamento utilizadas pelos museus.

Verbas disponíveis para ferramentas digitais	
Candidaturas a fundos comunitários	18
Candidaturas à apoios esporádicos	2
DGArtes	1
Mecenato	5
Orçamento do Museu	39
Programa de Recuperação e Resiliência (PRR)	5
ProMuseus (RPM)	19
Tutela	24
Não há verbas para ferramentas digitais	26
Não respondeu	4
Não sabe informar	9
Respostas invalidadas	2

Tabela 2 - Fontes de Financiamento para ferramentas digitais utilizadas pelos museus da RPM.

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 5: O Museu aumentou a sua oferta digital a partir da pandemia de COVID-19 (março de 2020)?

A pergunta buscava perceber se a pandemia de COVID-19, iniciada em Portugal em março de 2020, impulsionou o uso de ferramentas digitais entre os museus da RPM.

- 104 (75%) museus afirmaram que sim, 33 (24%) que não e duas (1%) respostas foram invalidadas, conforme demonstra o Gráfico 19. Gráfico 17
- Das 33 de instituições que não aumentaram a sua oferta digital (24%), 17 pertenciam à Administração Local, 5 à ex-DGPC (MMP EPE), incluindo três Museus Nacionais, duas à DRC Açores e as outras nove a tutelas variadas, públicas e privadas.



Gráfico 19 - O Museu aumentou a sua oferta digital a partir da pandemia de COVID-19?

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 6: Se SIM, quais foram os novos serviços oferecidos?

Os 104 museus da RPM disponibilizaram diversos serviços para os seus públicos, conforme ilustra o Gráfico 20. As ferramentas mais utilizadas foram as visitas virtuais (61%), seguidas de palestras/conferências online (43%), materiais pedagógicos (33%), oficinas virtuais (33%), jogos interativos (24%), exposições virtuais concebidas digitalmente (23%) e exposições virtuais de transposição/documentação eletrônica de exposições físicas (13%).

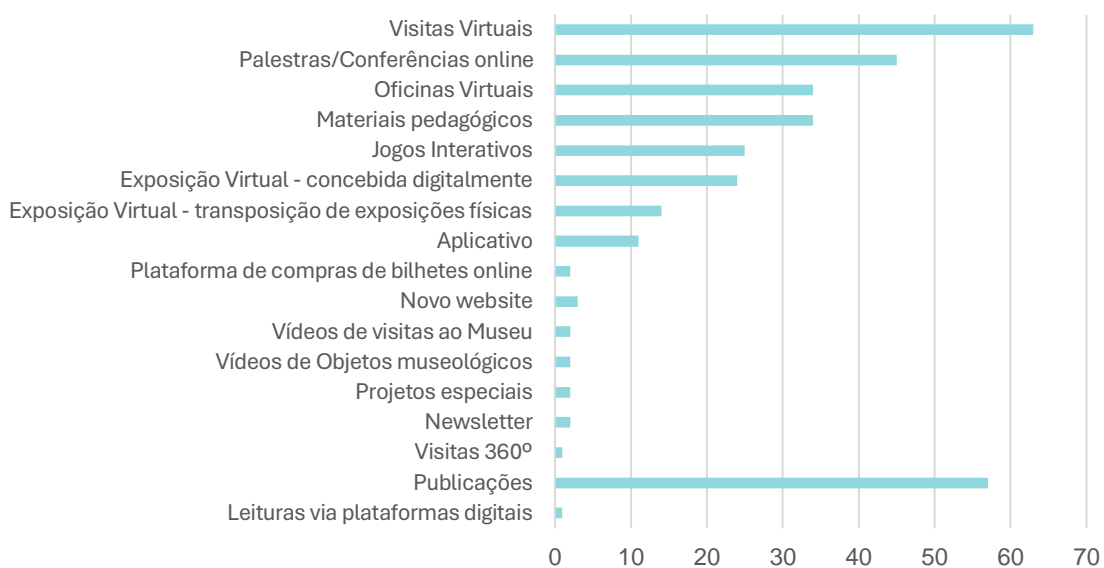


Gráfico 20 - Ferramentas digitais utilizadas pelos museus da RPM durante a pandemia de COVID-19.

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 7: E esses serviços mantêm-se até hoje?

O Gráfico 21 demonstra que 57 museus (55%) mantiveram os serviços online oferecidos/criados durante a pandemia. Apenas dois (1%) dos 104 museus que dispuseram desses serviços durante a pandemia não responderam a esta pergunta.

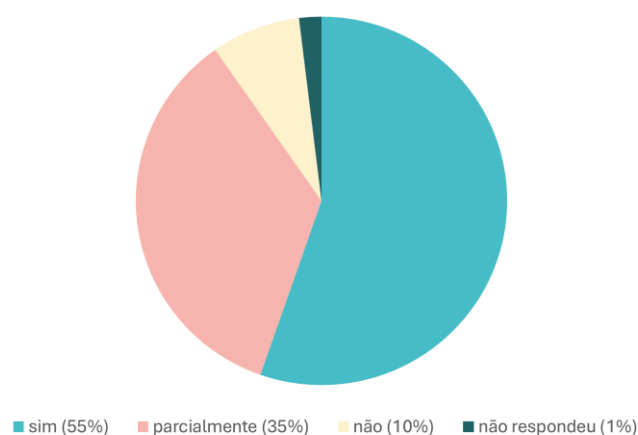


Gráfico 21 – Os serviços online iniciados durante a pandemia de COVID-19 mantêm-se até hoje?

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 8: O Museu possui um colaborador dedicado à comunicação/ marketing digital?

A pergunta tinha como objetivo verificar como os museus da RPM têm utilizado os recursos humanos no âmbito da comunicação e do marketing digital. O Gráfico 22 representa os resultados obtidos.

- 35 (25%) museus possuem um colaborador(a) interno(a) que atua também em outras funções do museu;
- 30 (22%) museus não possuem nenhum colaborador alocado a comunicação e marketing digital;
- 24 (17%) museus têm a sua a comunicação e marketing digital geridos pela tutela;
- 18 (13%) museus dispõem de uma equipa interna que atua também em outras funções;

- 17 (12%) museus dispõem de um(a) colaborador(a) interno(a) que se dedica exclusivamente à função;
- 2 (1%) museus têm um(a) colaborador(a)/equipa externa dedicada à função;
- 2 (1%) museus apontaram a opção “outro”;
- 5 (4%) museus não responderam a esta questão e/ou não tiveram as suas repostas validadas.



Gráfico 22 - Recursos humanos x marketing e comunicação digital.

Fonte: Elaborado pela autora

3.4.1.2 Website

O segundo bloco de perguntas estava direcionado à existência de website próprio e os recursos humanos alocados ao seu funcionamento.

Questão 9: O Museu possui website próprio?

Relativamente à questão do website próprio, 139 museus responderam, como segue:

- 65 (47%) instituições marcaram a opção “Sim”;
- 21 (15%) instituições marcaram a opção “Sim, mas há necessidade de modernizá-lo”;
- 28 (20%) instituições marcaram a opção “Não”;

- 20 (14%) instituições marcaram a opção “Não, mas possui uma página dentro do site da tutela”;
- 2 (1%) instituições marcaram a opção “Em construção”;
- 2 (1%) instituições marcaram a opção “Em manutenção”;
- 1 (1%) instituição não respondeu.

As repostas totalizam 86 museus com website próprio, 48 sem website próprio e quatro com websites em manutenção/em construção, conforme demonstra o Gráfico 23 . Entre os museus que responderam “não”, 20 (71%) são tutelados pela Administração Local. Destacamos também que entre os museus sem website, um pertencente à ex-DGPC (atual MMP EPE). Entre as quatro instituições que responderam “em construção” ou “em manutenção”, três também são Museus Nacionais da extinta DGPC (MMP EPE).

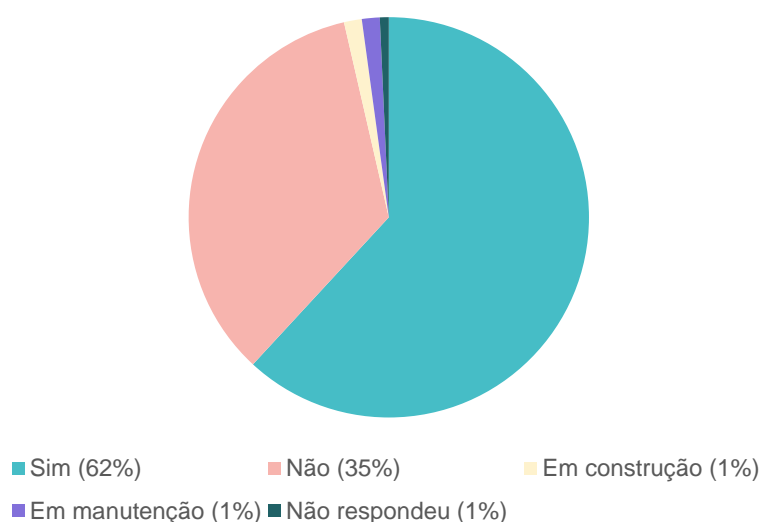


Gráfico 23 - O museu possui website próprio?

Fonte: elaborado pela autora.

Questão 10: Quem é responsável pela atualização de conteúdos do seu website?

Nesta questão foram computadas as respostas dos 86 museus com website e dos dois museus com site em manutenção.

- 53 museus (60%) marcaram a opção “Colaborador(a)/Equipa Interna que atua também em outras funções do Museu”;
- 14 museus (16%) marcaram a opção “Colaborador(a)/Equipa Interna dedicado ao marketing do Museu”;
- 11 museus (13%) marcaram a opção “Tutela”;
- 3 museus (3%) marcaram a opção “Contratualização externa”;
- 3 museus (3%) apontaram outros responsáveis;
- 3 museus (3%) não responderam;
- 1 museu teve a resposta invalidada.

Questão 11: Quem é responsável pela manutenção do seu website?

- 40 museus (45%) assinalaram a opção “Colaborador(a)/Equipa Interna que atua também em outras funções do Museu”;
- 21 museus (24%) marcaram a opção “Contratualização externa”;
- 15 museus (17%) marcaram a opção “Tutela”;
- 2 museus (2%) marcaram a opção “Colaborador(a)/Equipa Interna dedicado ao funcionamento do website”;
- 2 museus (2%) apontaram outros responsáveis;
- 6 museus (7%) não responderam a esta questão;
- 2 respostas (2%) foram invalidadas.

Questão 12: Caso o Museu não possua website próprio, existe proposta de criação contemplada no Plano de Atividades para o biénio (2023-2024)?

Entre os 48 museus sem website e os quatro museus com website em construção/em manutenção obtivemos as seguintes respostas:

- 11 (21%) museus responderam “sim”;
- 29 (56%) museus responderam “não”;
- 2 (4%) museus responderam “não sei”;

- 6 (12%) não responderam;
- 4 (8%) respostas foram invalidadas.

Figuram entre as respostas positivas, quatro Museus Nacionais dependentes da ex-DGPC (MMP EPE) e seis museus dependentes de Câmaras Municipais no Continente.

3.4.1.3 Atividade Digital

O último bloco de perguntas buscava compreender a atividade digital dos museus no âmbito das redes sociais e plataformas digitais. Foram também elaboradas perguntas específicas sobre o uso do Facebook e Instagram, as duas redes sociais mais populares entre os museus portugueses na altura desta investigação.

Questão 13: O Museu está presente nas redes sociais e/ou em plataformas digitais? Quais?

Neste âmbito, 122 museus afirmaram estar presentes em redes e plataformas digitais, enquanto 15 afirmaram não ter esta presença online, enquanto os museus restantes não responderam ou tiveram a sua resposta considerada inválida. Conforme já mencionado neste estudo, confirma-se o Facebook como a rede social mais popular entre os museus da RPM, seguida do Instagram e do YouTube. Entre as outras redes sociais e plataformas digitais citadas estão o Google Arts & Culture, LinkedIn²⁰³ e Vimeo²⁰⁴. Poucos museus referiram ainda o uso de blogs (2), SketchFab²⁰⁵ (2), Google Business²⁰⁶ (2), Issuu²⁰⁷ (1), TripAdvisor²⁰⁸ (1) e Wikipedia²⁰⁹ (1).

O Gráfico 24 demonstra que em termos de quantidade de plataformas utilizadas, 21 museus usam apenas uma rede social, estando 20 a utilizar unicamente o Facebook e um o Instagram. No caso do uso de duas plataformas contabilizam-se 23 instituições nas

²⁰³ Rede social profissional para conectar, recrutar e compartilhar experiências de trabalho.

²⁰⁴ Plataforma de compartilhamento de vídeos focada em criadores e qualidade.

²⁰⁵ Plataforma para compartilhar, visualizar e explorar modelos 3D interativos.

²⁰⁶ Ferramenta para gerenciar presença online de empresas no Google gratuitamente.

²⁰⁷ Plataforma digital para publicar, compartilhar e visualizar conteúdo interativo online.

²⁰⁸ Site para avaliar, comparar e reservar viagens e experiências turísticas.

²⁰⁹ Enciclopédia online colaborativa que oferece informações em diversos idiomas.

quais predominam a combinação Facebook e Instagram (16), seguida da combinação Facebook e Youtube (4) e outras combinações (2). Os demais 78 museus declararam ter três ou mais redes sociais/plataformas digitais. A seguir listamos o total de redes sociais/plataformas digitais utilizadas pelos museus da RPM, ilustrado pelo Gráfico 25.

- 117 museus afirmaram utilizar o Facebook;
- 91 museus afirmaram utilizar o Instagram;
- 72 museus afirmaram utilizar o YouTube;
- 31 museus afirmaram utilizar o Google Arts & Culture;
- 23 museus afirmaram utilizar o Twitter/X;
- 13 museus afirmaram utilizar o LinkedIn;
- 9 museus afirmaram utilizar o TikTok;
- 4 museus afirmaram utilizar o Vimeo.

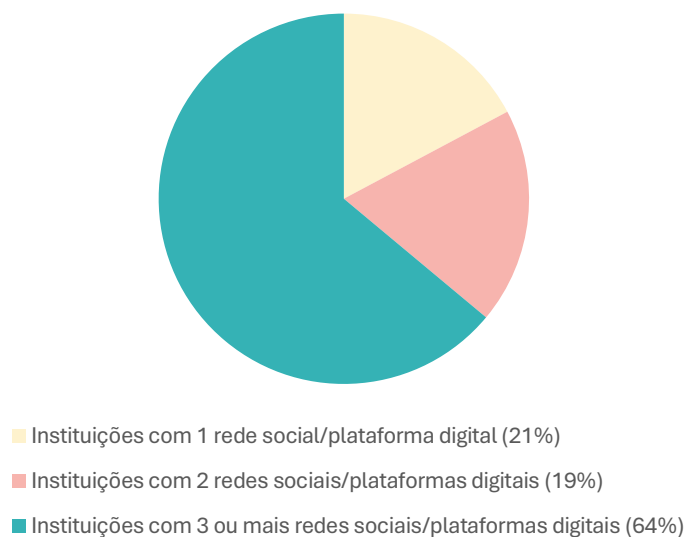


Gráfico 24 - Número de plataformas digitais utilizadas pelos museus.

Fonte: Elaborado pela autora.

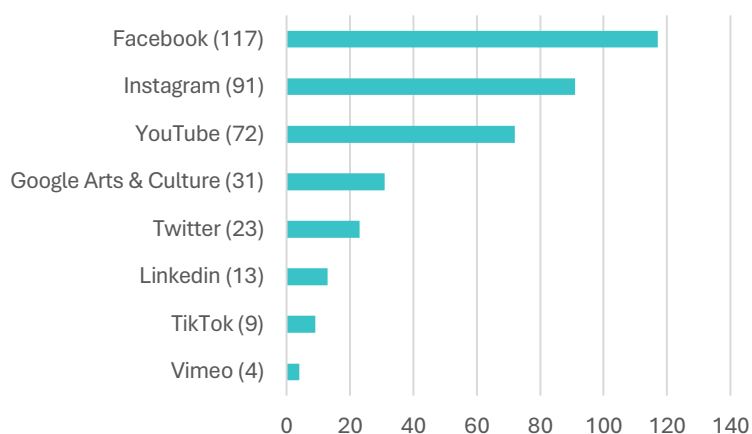


Gráfico 25 - Redes sociais e plataformas digitais mais populares entre os museus da RPM.

Fonte: elaborado pela autora.

Conforme o Gráfico 26, relativamente aos 48 museus que não possuem website próprio, totalizam 35 aqueles que utilizam, em alternativa, as redes sociais para afirmarem a sua presença digital, que se distribuem da seguinte maneira:

- 9 (26%) têm presença em uma rede social (Facebook);
- 9 (26%) têm presença em duas redes sociais, estando oito a utilizar a combinação mais usual, Facebook e Instagram;
- Os 17 restantes (48%) têm presença em três ou mais plataformas digitais, que incluem sempre o duo Facebook e Instagram acompanhado de outras plataformas/redes sociais.

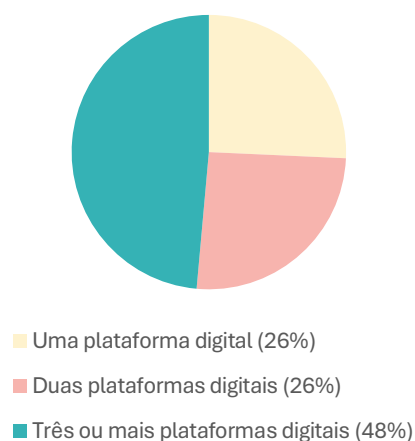


Gráfico 26 - Museu sem website próprio, com presença digital em outras plataformas digitais.

Fonte: elaborado pela autora.

Quanto ao grupo de 15 museus sem plataformas digitais, este é constituído por 13 museus pertencentes às Câmaras Municipais, um museu tutelado pela DRC Açores e uma instituição pertencente a uma empresa pública. Totalizam 10 instituições que, concomitantemente, não possuem website próprio e não estão presentes em plataformas digitais, todas sob tutela da Administração Local.

Questão 14: Além das redes sociais/plataformas digitais que o Museu já possui, poderia especificar até três outras que considera importante fazer parte?

Foi solicitado aos museus que também indicassem plataformas que teriam interesse em fazer parte. Dos 139 museus que participaram deste questionário, 13 (9%) não responderam a esta pergunta. As cinco plataformas mais selecionadas pelos restantes museus foram Google Arts & Culture, Instagram, YouTube, LinkedIn e TikTok, sendo que em menor quantidade estavam o Facebook, Twitter/X, Vimeo, Europeana²¹⁰, Reddit²¹¹ e TripAdvisor. Foram mencionados uma vez Visit Portugal²¹², Yelp²¹³ e Pumpkin²¹⁴. O Gráfico 27 quantifica as 12 plataformas mais citadas pelas instituições. A preferência pelo Google Arts & Culture está provavelmente relacionada com o reconhecimento do seu potencial em termos de acesso global às coleções, democratização da cultura e preservação das obras digitalmente, além de proporcionar a criação de visitas virtuais e outras ferramentas educativas.

²¹⁰ Portal europeu que reúne recursos culturais e patrimoniais digitais acessíveis.
<https://www.europeana.eu/pt>

²¹¹ Comunidade online para discussões, notícias e compartilhamento de conteúdo variado.

²¹² Portal turístico promove viagens, cultura e experiências em Portugal.

²¹³ Plataforma para avaliar, descobrir e recomendar restaurantes e serviços locais.

²¹⁴ <https://pumpkin.pt/> - Plataforma destinada às famílias portuguesas

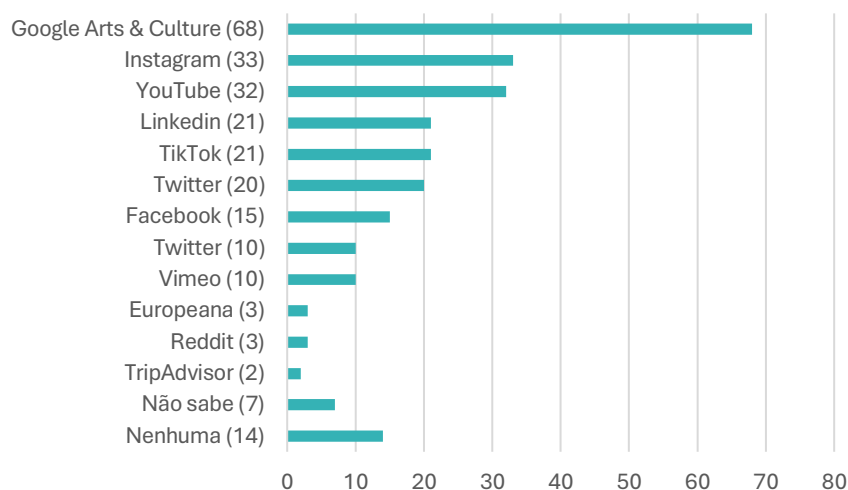


Gráfico 27 – Plataformas desejadas pelos museus para ampliar sua presença digital além das já utilizadas.

Fonte: elaborado pela autora.

Por outro lado, 14 museus (11%) não consideraram necessário estar presentes em mais redes sociais e marcaram a opção “nenhuma”, além de sete museus que reponderam “não sei” à pergunta. Entre os que responderam “nenhuma” a maioria fazia parte de ao menos três plataformas digitais, que incluíam Facebook e Instagram, dois museus possuíam duas redes sociais (Facebook e Instagram) e um possuía apenas Facebook. Entre esses museus, oito já tinham presença no Google Arts & Culture. Houve ainda um museu sem redes sociais/plataformas digitais que também optou pela opção “nenhuma”.

Questão 15: Qual o ano de criação da sua página no Facebook?

Dos 117 museus com perfil na rede social Facebook, 69 responderam a esta pergunta. Três instituições (4%) criaram o seu perfil até 2009, sendo que a primeira conta foi criada em 2008²¹⁵ e as outras duas em 2009. Entre 2010-2019, ingressaram nesta rede social 62 museus (90%), tendo o pico de criações de perfil ocorrido em 2011 com 14 novos museus presentes na rede. Finalmente, mais quatro instituições (6%) ingressaram entre 2020-2023. O Gráfico 28 ilustra os resultados contabilizados.

²¹⁵ Facebook foi criado em 2004.

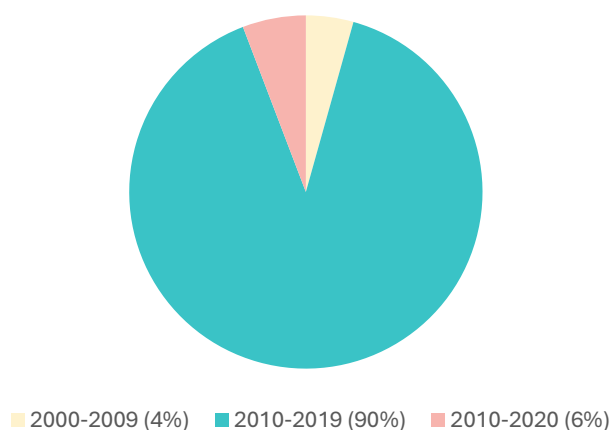


Gráfico 28 - Ano de criação de página no Facebook (dados de 69 museus respondentes).

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 16: Qual a frequência de postagens no Facebook?

Conforme demonstra o Gráfico 29, 110 (94%) museus com perfil no Facebook responderam a esta pergunta, sendo a frequência de postagem “diária” a mais praticada entre os museus (31%), seguida da opção duas ou mais vezes por semana (29%). Poucos museus restringem-se a postagens mensais (3%), enquanto 21 (19%) instituições não dispõem de um plano de comunicação definido para esta rede social.

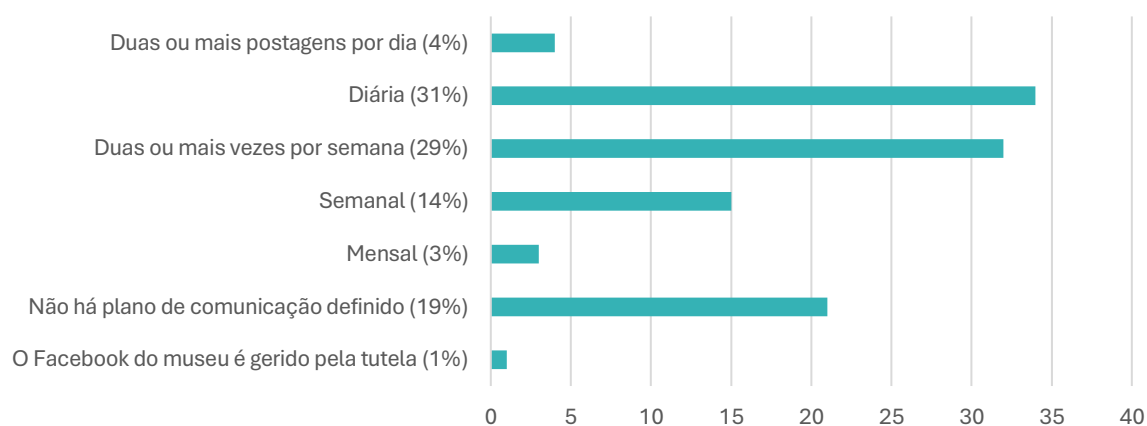


Gráfico 29 - Plano de comunicação para postagens no Facebook.

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 17: Quantos seguidores o Museu possui no Facebook?

Responderam a esta questão 109 (93%) museus com conta no Facebook. O maior número de instituições (38%) concentra-se na modesta faixa de 1.000 a 5.000 seguidores, que é seguido por 26 museus (24%) com 5.000 a 10.000 e iguais outras 26 instituições (24%) que indicaram possuir 10.000 a 50.000 seguidores. Os museus que indicaram possuir mais de 50.000 seguidores são apenas sete (7%), entre os quais se encontra um Museu Nacional e, três deles, pertencentes a fundações, possuem mais de 100 mil seguidores. No outro extremo, encontram-se outras sete instituições (7%) com até 1000 seguidores, pertencendo quase na sua totalidade à Administração Local. Por fim, dois museus (2%) não sabiam responder esta questão. O Gráfico 30 demonstra os resultados obtidos.

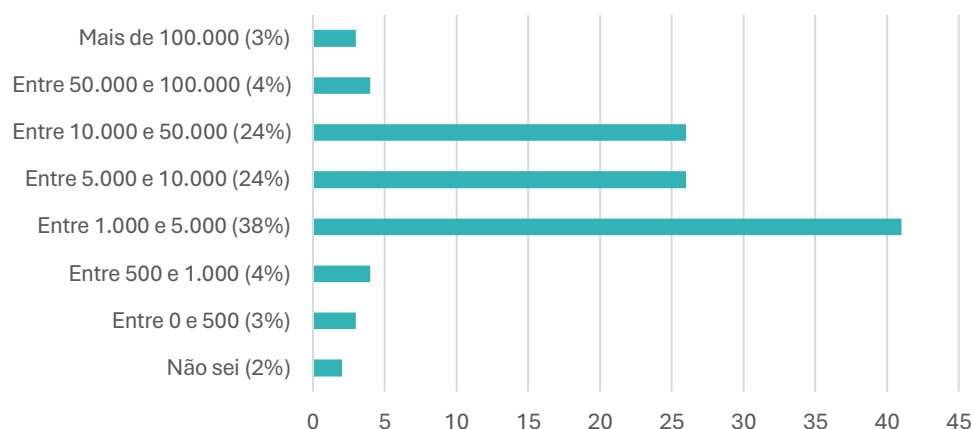


Gráfico 30 - Número de seguidores no Facebook entre janeiro e março de 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 18: Qual o ano de criação da sua página no Instagram?

Dos 91 museus com perfil na rede social Instagram, 53 museus reponderaram a esta pergunta, tendo 33 instituições (62%) informado o ano de criação até 2019²¹⁶. O primeiro perfil foi criado em 2012, seguindo-se outros quatro até 2015. O ano de maior número de criações de perfil no Instagram foi 2018 com 10 museus. Os restantes 20 museus (38%), criaram os seus perfis entre 2020-2023, sendo cinco em 2020, sete em 2021 e cinco em

²¹⁶ O Instagram foi criado em 2010.

2022, demonstrando um crescimento da rede no período pandêmico e pós-pandêmico. O Gráfico 31 ilustra os resultados contabilizados.

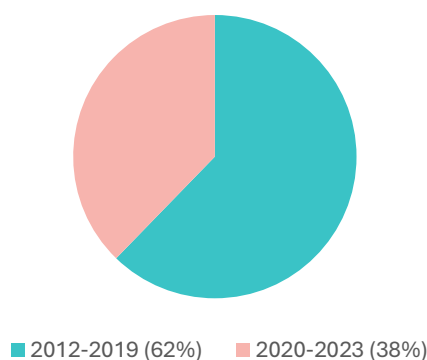


Gráfico 31 - Ano de criação de página no Instagram (dados de 53 museus respondentes).

Fonte: elaborado pela autora.

Questão 19: Qual a frequência de postagens no Instagram?

Conforme demonstra o Gráfico 32, 83 museus (91%) com Instagram responderam a esta pergunta, sendo a frequência de postagem mais utilizada “duas ou mais vezes por semana” (37%), seguida da opção “diária” (27%). Refletindo o comportamento no Facebook, poucos museus restringem-se a postagens mensais (2%), enquanto 11 instituições (13%) não dispõem de um plano de comunicação definido para esta rede social. Entre os museus respondentes que possuem Facebook e Instagram, existem duas tendências: praticar a mesma frequência de postagem para ambas as redes sociais, ou ter uma frequência menor de postagens no Instagram.

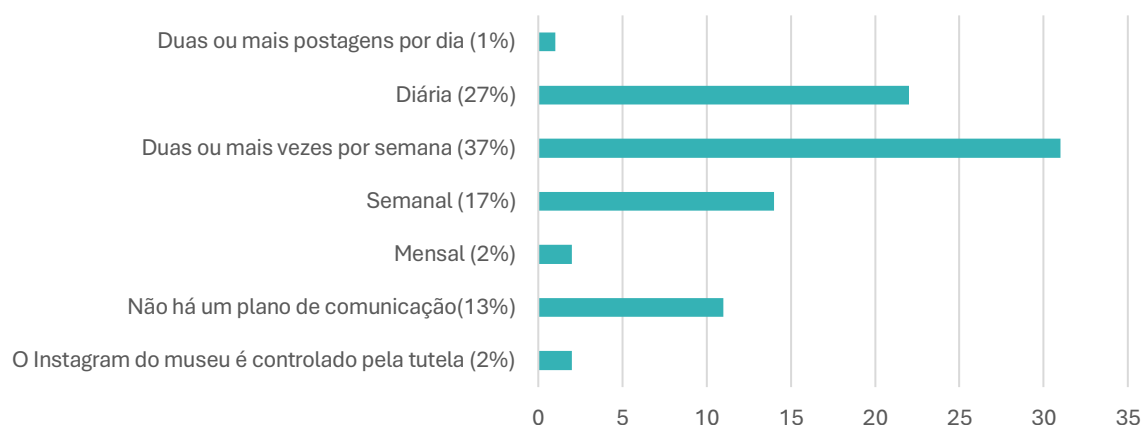


Gráfico 32 - Plano de comunicação para postagens no Instagram.

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 20: Quantos seguidores o Museu possui no Instagram?

Responderam a esta questão 84 museus (92%) com Instagram. O maior número de instituições (39, 46%) repete a propensão a pouco alcance de audiência, já demonstrado através do Facebook, e concentra-se na fatia de 1.000 a 5.000 seguidores. Há ainda um número significativo de museus (24, 28%) com menos de mil seguidores. Não foram registados museus com audiência entre 50.000 e 100.000 e destacam-se dois museus (2%) com mais de 100.000 seguidores, ambos dependentes de fundações. Entre os nove museus com a audiência entre 10.000 a 50.000 (11%), destacam-se dois Museus Nacionais da ex-DGPC (MMP EPE) e quatro museus de empresas públicas. Quase a totalidade dos museus com conta no Facebook e no Instagram ou mantêm ambas as redes com a mesma faixa de audiência ou possuem número mais elevado de seguidores no Facebook.

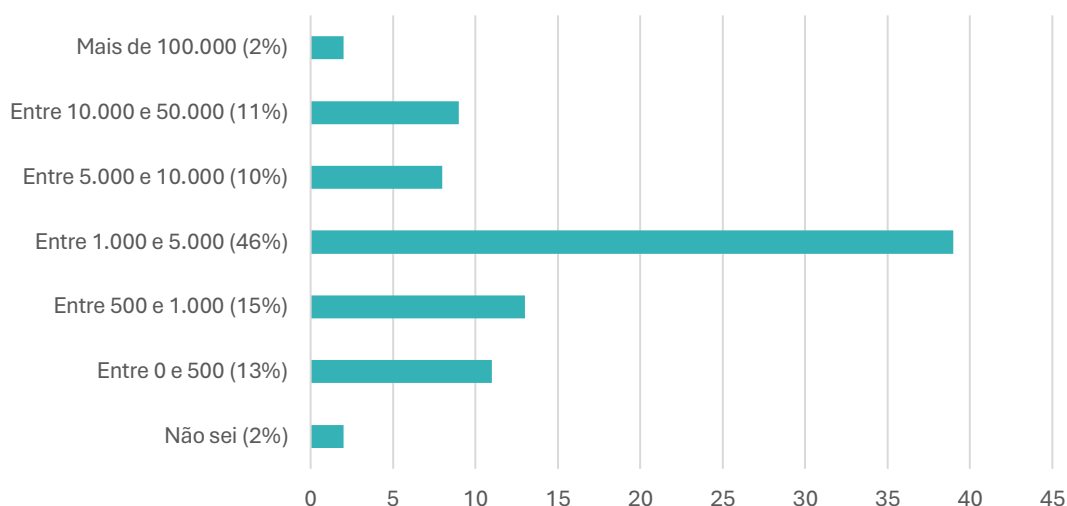


Gráfico 33 -Número de seguidores no Facebook entre janeiro e março de 2023.

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 21: Acredita que a sua atividade digital tem sido eficaz no alargamento do público do Museu?

Conforme indica o Gráfico 34, entre os 129 museus com presença online, 65 (50%) acreditam que a sua atividade digital tem tido alguma eficácia para o alargamento dos seus públicos, enquanto 40 (31%) consideram que as suas ações têm sido muito eficazes. Neste grupo, identificam-se 15 museus da Administração Local, cinco museus das DRCs das Regiões Autónomas, cinco museus da ex-DGPC (MMP EPE), (incluindo quatro Museus Nacionais), cinco fundações, quatro empresas públicas (incluindo três Palácios Nacionais) e mais seis de tutelas variadas. Entre os seis museus que se identificaram como ineficazes ou com alguma ineficácia, encontram-se também tutelas diversas.

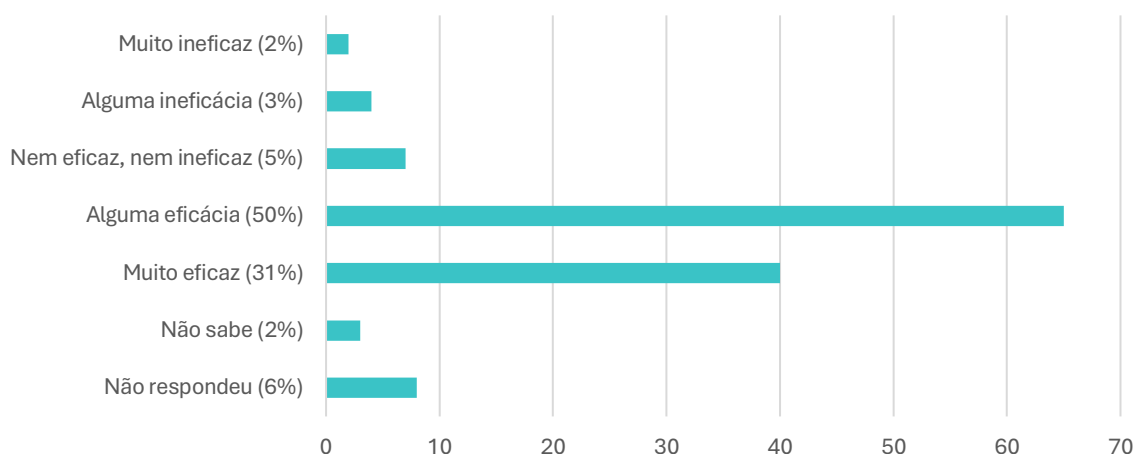


Gráfico 34 - Avaliação da eficácia da atividade digital no alargamento do público do museu.

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 22: Como classificaria a sua compreensão de quem é o seu público online?

Os 129 museus com presença digital consideram ter um bom conhecimento dos seus públicos online. Segundo ilustra o Gráfico 35, 60 (47%) consideram ter uma boa compreensão, 30 (23%) razoável compreensão, 15 (12%) pouca compreensão, 12 (9%) excelente compreensão e três (2%) nenhuma compreensão. Ainda, seis das instituições (5%) informaram desconhecer o seu público e duas (2%) não responderam à questão. Neste parâmetro as tutelas estão bem distribuídas entre as categorias de respostas.

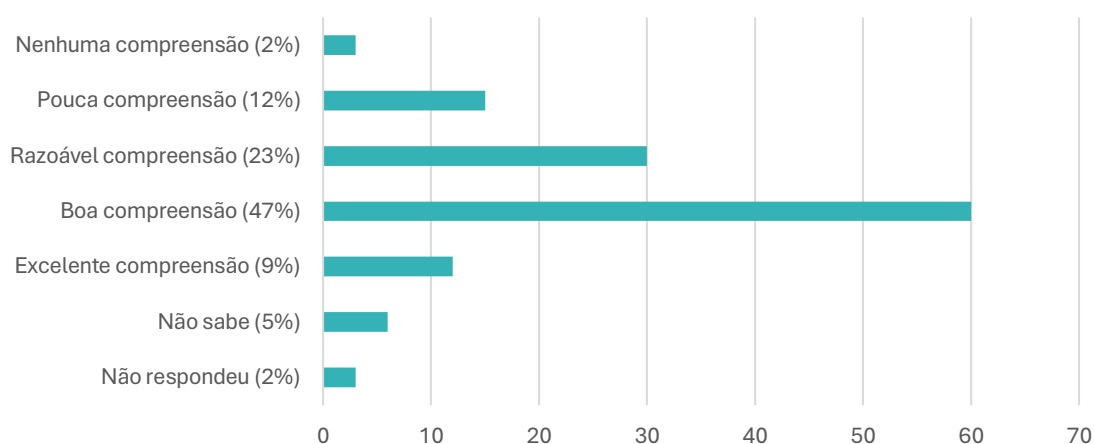


Gráfico 35 - Compreensão do público online.

Fonte: elaborado pela autora.

Questão 23: Quais são os objetivos mais importantes da sua atividade digital?

Os museus respondentes parecem focados principalmente em aumentar e diversificar os seus públicos, tanto online quanto presenciais, enquanto mantêm um olhar atento para o impacto educacional e social. A infraestrutura digital e os recursos financeiros e humanos, embora relevantes, aparecem como preocupações menos urgentes.

- 101 museus assinalaram “Alargamento de público”;
- 92 museus assinalaram “Converter audiência online em audiência presencial”;
- 91 museus assinalaram “Diversificação de audiências”;
- 80 museus assinalaram “Melhorar o envolvimento com o seu público online”;
- 63 museus assinalaram “Promoção de recursos educativos”;
- 41 museus assinalaram “Ampliar o acesso à pesquisa e a investigação”;
- 38 museus assinalaram “Promover melhoramentos sociais e na comunidade”;
- 31 museus assinalaram “Melhorar as infraestruturas digitais para operar mais eficazmente”;
- 10 museus assinalaram “Gerar recursos”;
- 9 museus assinalaram “Criação de experiências imersivas”;
- 7 museus assinalaram “Qualificação dos colaboradores”.

3.4.2 Análise das respostas ao questionário complementar

Dos 139 museus para os quais foi enviado o questionário complementar, obtivemos 92 respostas consideradas válidas, configurando 66% da população selecionada. Os museus respondentes estão distribuídos pelo Continente e Regiões Autónomas. O Gráfico 36 demonstra a diversidade de tutelas desta população, cujo maior número corresponde à Administração Local (46%), seguida das empresas públicas (25%) que inclui 19 museus da atual MMP EPE. Relativamente as tipologias incluem-se museus de arte, misto e pluridisciplinar, arqueologia, história, especializados, etnografia e antropologia, ciência e técnica, território e ciências naturais/ história natural.

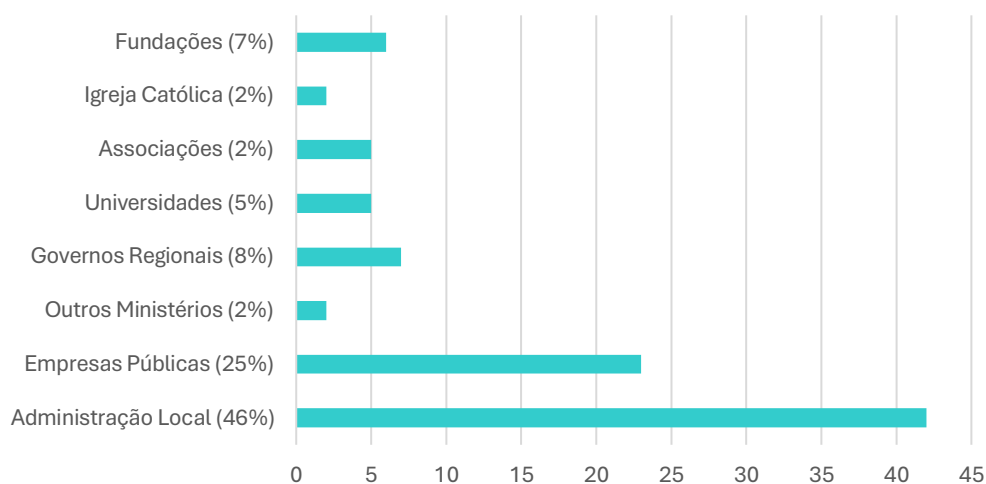


Gráfico 36 - Museus respondentes x tutelas.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.2.1 Website

As perguntas do questionário complementar buscavam recolher mais informações sobre a história do website do cada museu, procurando identificar a data de criação, existência de continuidade, eventuais interrupções, entre outras questões. A questão 1 verificava o nome do museu.

Questão 2: Poderia informar o ano de criação do primeiro website do Museu?

Entre os 92 museus participantes, 70 foram capazes de disponibilizar a data da criação do seu primeiro website. A primeira década do séc. XXI é a que concentra um maior número de websites criados. Relativamente aos cinco primeiros websites criados ainda na última década do séc. XX, quatro museus estão localizados no Norte, provavelmente na decorrência do Projeto Geira, e um em Lisboa. O Gráfico 37 ilustra os resultados obtidos.

- 1996-1999 – 5 museus (7%)
- 2000-2009 – 40 museus (57%)

- 2010-2019 – 19 museus (27%)
- 2020- 2023 – 6 museus (9%)
- Não sabiam informar – 5 museus (5%)
- Não responderam- 17 museus (18%)

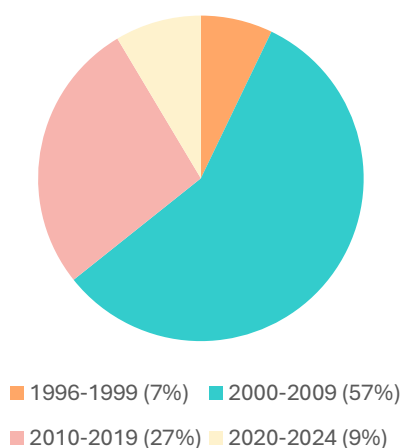


Gráfico 37 - Ano de criação do website entre 70 museus da RPM.

Fonte: Elaborado pela autora.

Questão 3: O Museu tem o seu website próprio ativo na presente data?

Conforme demonstra o Gráfico 38, 78 museus que têm ou já tiveram website próprio responderam a esta pergunta, em que 64 instituições (82%) afirmaram ter a sua página em funcionamento. Entre os 14 restantes (18%) que declararam estar com website inativo (ou sem website), sete museus são dependentes de Câmaras Municipais, cinco eram pertencentes à Administração Central, nomeadamente ex-DGPC e ex-DRC Norte (atualmente pertencentes a MMP EPE), um tutelado por empresa pública e outro por Universidade Pública.

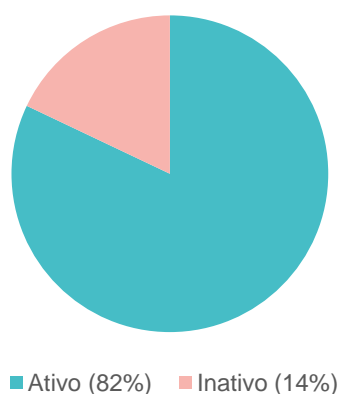


Gráfico 38 - Museus com websites ativos/inativos entre janeiro e março de 2023 (78 respondentes).

Fonte: elaborado pela autora.

Questão 4: Houve períodos em que o Museu esteve sem website? Caso sim, poderia informar o período de ausência?

Houve 19 museus que relataram ter passado por períodos sem site, alguns com intervalos bastante longos, conforme demonstrado no Gráfico 39. Relativamente às tutelas dessas instituições, 11 pertenciam à ex-DPGC ou ex-DRC Norte, cinco a Câmaras Municipais e três a outras tutelas.

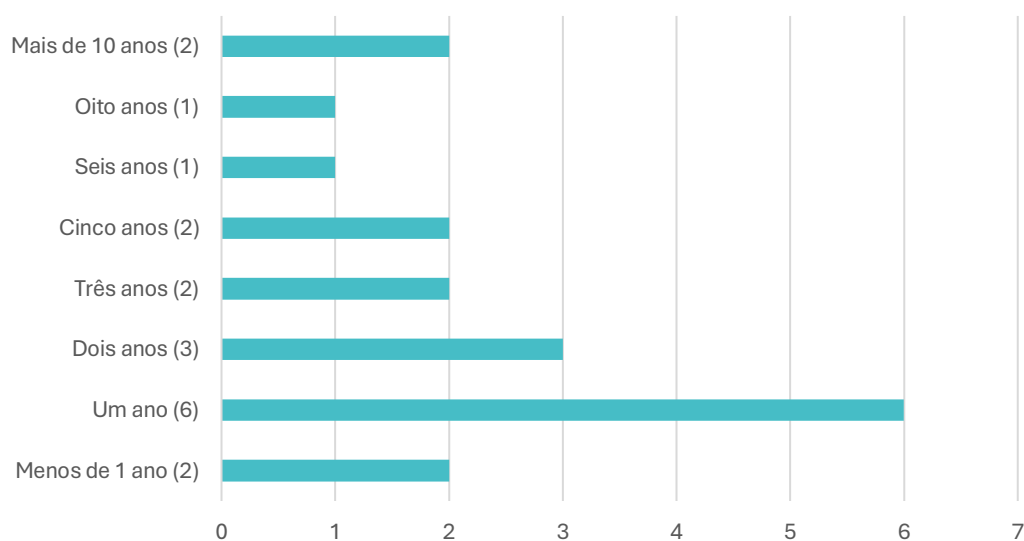


Gráfico 39 - Períodos sem website (após criação de website próprio).

Fonte: elaborado pela autora.

Questão 5: Quantas vezes o website do museu foi redesenhado/reformulado e/ou trocou de domínio/endereço eletrônico?

O Gráfico 40 demonstra a situação das 76 instituições que responderam a esta pergunta.

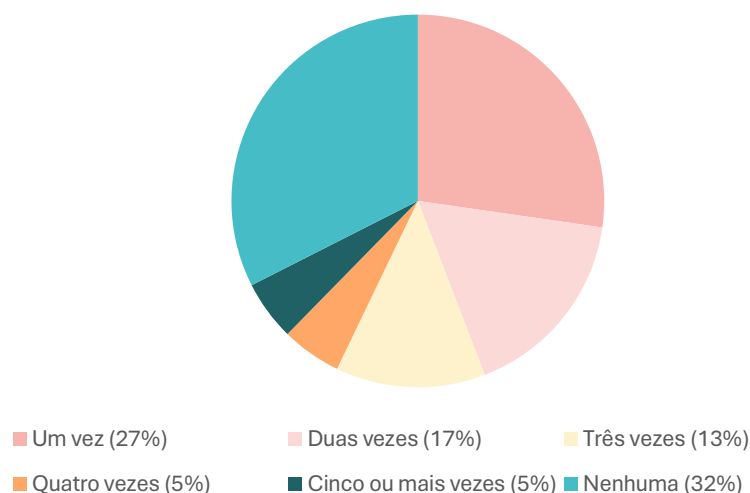


Gráfico 40 - Quantidade de vezes que o website foi redesenhado/reformulado e/ou trocou de domínio/endereço eletrônico. Fonte: elaborado pela autora.

- Entre os 25 museus (32%) que responderam “nenhuma”, seis foram criados na década de 2000 a 2009, 11 foram criados entre 2010-2019 e cinco a partir de 2020. Outras três instituições não souberam informar a data da criação do website;
- Entre os 21 museus (27%) que responderam “uma vez”, um foi criado em 1999, 13 foram criados na década de 2000 a 2009 e 5 foram criados entre 2010-2019. Dois não souberam informar a data de criação do website;
- Entre os 13 museus (17%) que responderam “duas vezes”, 9 foram criados na década de 2000 a 2009, 2 foram criados entre 2010-2019 e um a partir de 2020. Uma instituição não soube informar a data de criação do website;
- Entre os 10 (13%) museus que responderam “três vezes”, dois foram criados entre 1998 e 1999, sete foram criados na década de 2000 a 2009 e 1 foi criado entre 2010-2019;

- Entre os quatro (5%) museus que responderam “quatro vezes”, três foram criados na década de 2000 a 2009 e um não soube informar a data de criação do website;
- Entre os quatro (5%) museus que responderam “cinco ou mais vezes”, dois foram criados entre 1996 e 1997 e dois foram criados na década de 2000 a 2009.

Questão 6: Se o Museu está atualmente sem website, poderia informar o motivo?

A esta pergunta responderam 13 instituições, entre as quais cinco museus pertencentes a Câmaras Municipais, cinco museus dependentes da Administração Central (antigas DGPC e DRC Norte), e os três restantes tutelados por uma associação, uma universidade e uma empresa pública respetivamente. As respostas dividem-se maioritariamente entre websites que já estão em vias de serem restaurados, websites próprios que estão inativos por decisão das Câmaras Municipais que tutelam os museus e problemas técnicos ainda não solucionados. Estas foram as respostas obtidas:

- Estamos a aguardar adjudicação;
- Website está a ser redesenhado, mas temos falta de meios humanos e materiais;
- O website está em reconstrução;
- A nova página está em construção neste momento;
- Projeto de criação de website dos museus da DRCN, com a mesma imagem gráfica.
- Opção da Câmara Municipal de centralizar a informação no seu site;
- Pertence à instituição Câmara Municipal e está dentro do seu site;
- Trata-se de um museu da Câmara Municipal. Assim, a informação está concentrada no site da edilidade;
- Os museus municipais estão centralizados na página dedicada à Cultura no Município;
- Agregação da informação sobre o Museu no website da Câmara Municipal;
- Mudança de tutela;
- Avaria no servidor da tutela onde se encontrava instalado o site;

- A empresa que fez o site faliu, deixou de ter manutenção e tornou-se obsoleto, deixando mesmo de funcionar.

Questão 7: Caso o Museu esteja atualmente sem website, há uma previsão de lançamento de uma nova página? Em caso positivo, quando?

A esta pergunta final responderam cinco instituições, formadas por dois museus pertencentes a Câmaras Municipais, dois museus dependentes da Administração Central (antiga DGPC), e os dois restantes tutelados por uma universidade e uma empresa pública respetivamente.

- Até ao final de 2024;
- Final 2024;
- Este ano (2024);
- O lançamento será feito brevemente;
- Está em curso um projeto para um novo website.

3.4.3 Grelha de Análise

Precisamente, usuários que percebem todos os recursos do site como bem projetados (estética, conteúdo, facilidade de uso, promoção, emoção e personalização) terão maior probabilidade de retornar ao site e planejar uma visita ao museu do que aqueles que não consideram essas características bem projetadas.” (García-Madariaga et al. 2017, pg. 384)

3.4.3.1 Breve caracterização dos museus com websites analisados

Dentro dos critérios definidos no âmbito do presente estudo, dos 165 museus que compunham a RPM em 2023, identificamos 92 museus (56%) como detentores de website próprio. Fazem parte deste universo, instituições distribuídas pelo Continente e Regiões Autónomas, de tipologia variadas e diferentes tutelas. No que diz respeito às tutelas, conforme ilustra o Gráfico 41, 26 instituições (28%) pertencem à Administração Local, 25 à Empresas Públicas ou Sociedades Anónimas, entre as quais 18 eram

pertencentes à DGPC ou a DRC Norte (atualmente MMP EPE), 10 (11%) pertencem a Fundações, nove (10%) às DRCs da Madeira (2) e dos Açores (7), sete (8%) à Universidades, seis (7%) à Igreja Católica e Misericórdias, seis (7%) à Associações e 3 (3%) a outras tutelas.

Em relação à distribuição geográfica, a maior quantidade de museus com website próprio localiza-se no Norte, totalizando 37 websites próprios (40%), seguido da região de Lisboa e Vale do Tejo com 29 (32%). Os museus do Centro e das Regiões Autónomas dos Açores (8) e da Madeira (2) possuem 10 websites cada, representando 22% do total, enquanto o Algarve e o Alentejo apresentam apenas três websites cada, correspondendo a 6%. O Gráfico 42 demonstra os resultados obtidos.

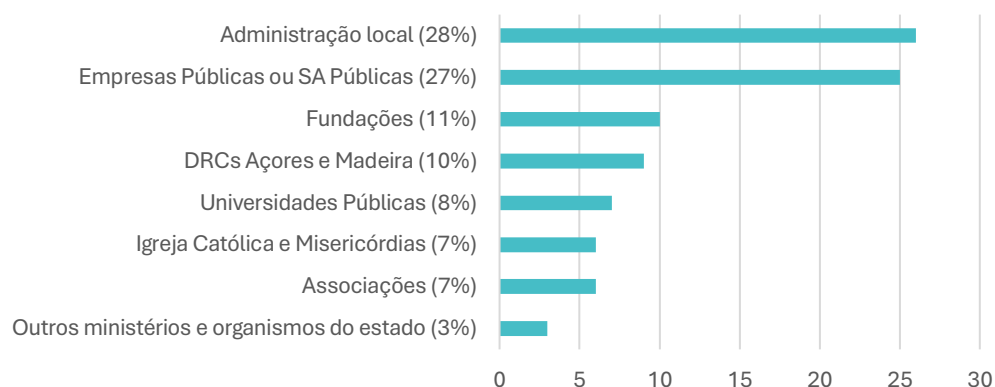


Gráfico 41 - Distribuição de tutelas entre os 92 museus detentores de website próprio.

Fonte: Elaborado pela autora.

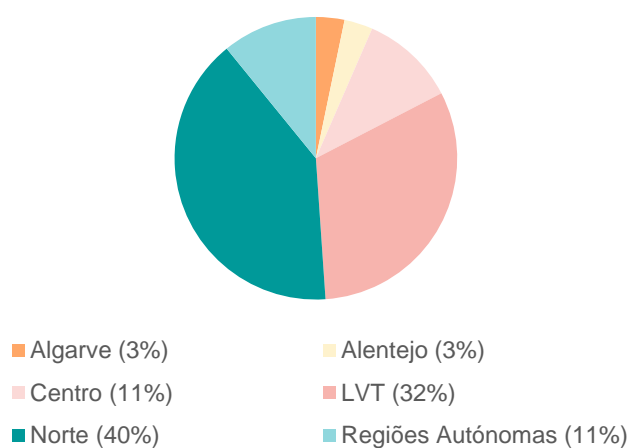


Gráfico 42 - Distribuição das regiões entre os 92 museus detentores de website próprio.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.3.2 Pesquisa no Google - caixa de informações

Antes de ingressarmos nos websites dos museus, considerámos pertinente averiguar as informações disponíveis ao digitarmos o nome do museu na Caixa de Informações do motor de pesquisa Google, uma vez que este se apresenta como primeira fonte de interface com as informações da instituição ao efetuarmos uma busca através desta ferramenta. Os critérios avaliados foram informações consideradas básicas: link para o website, telefone, horário de funcionamento, localização e link para compra de bilhetes:

- 77 museus apresentavam ligação para o seu website, enquanto 15 não;
- 85 apresentavam o seu contacto telefónico, e sete não;
- 83 instituições apresentavam o horário de funcionamento, enquanto nove não;
- 84 museus apresentavam a sua morada, enquanto oito não;
- 15 instituições apresentavam ligação para compra de bilhetes e outras 77 não.

O Gráfico 43 ilustra os resultados obtidos.

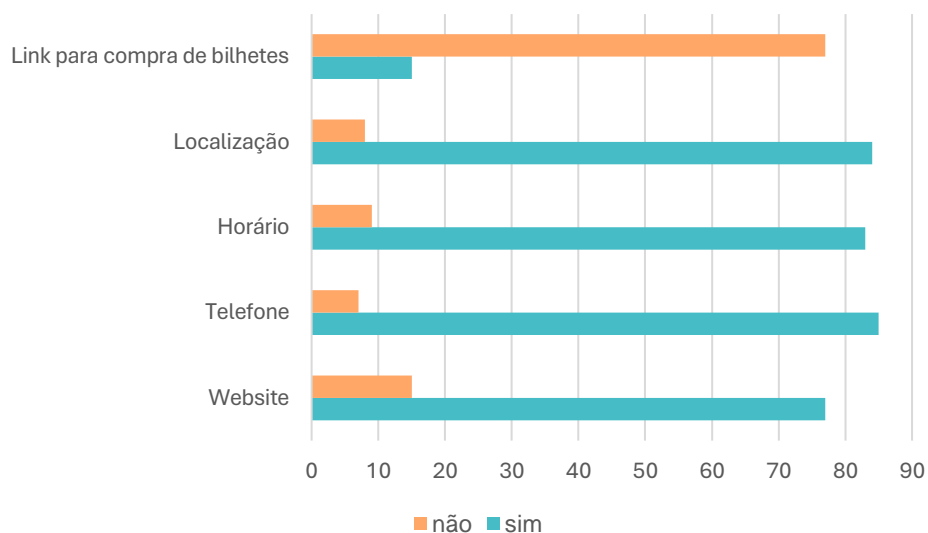


Gráfico 43 - Informações disponibilizadas na Caixa de informações da ferramenta de pesquisa Google.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.3.3 Conteúdos Gerais do website

Informação logística

Nesta secção foi avaliado como os websites dos museus se apresentam e se organizam em termos de disponibilização de informações para o público, além de verificar como facilitam a experiência dos visitantes. Especificando, buscámos perceber o nível de preparo para atender diferentes públicos e a qualidade do serviço oferecido, assim como a transparência e eficiência na comunicação das suas informações.

- Contactos: Todos os museus apresentavam informações de contactos;
- Horário de funcionamento: 90 museus apresentavam horário de funcionamento;
- Endereço físico (morada): 90 museus indicavam a sua morada;
- Mapa de localização: 63 museus apresentavam mapa de localização;
- Transportes: 50 museus indicavam os meios de transportes disponíveis para visitá-los;
- Preço: 74 museus indicavam o preço dos bilhetes. Entre os museus que não o indicaram alguns estavam encerrados temporariamente;
- Dias/horário de acesso gratuito: Indicado por apenas 44 museus;
- Entrada gratuita informada no website: 65 museus informavam;
- Direção/Organograma: 41 museus informavam;
- Planta do museu on-line e/ou download: 21 museus disponibilizavam;
- Rotas recomendadas para visita: 4 museus ofereciam este serviço;
- Recomendações para a visita: 22 museus ofereciam este serviço;
- Guia/Roteiro: 9 museus ofereciam este serviço;
- Informações sobre as instalações: 56 museus disponibilizavam estas informações;
- Informações sobre os diferentes núcleos (polinucleados): apresentado por 44 museus;
- Informação sobre o tempo visita: Oferecida por uma instituição;
- Informações tipos visita (grupo, privada, acessível, família): 24 museus ofereciam;

- Informações com separação de público geral x escolas: 23 museus ofereciam em secções separadas;
- Informações com separação para diferentes públicos: famílias, imprensa, escolas, visitantes, grupos, público jovem; apenas cinco museus dispunham desta segmentação;
- Informações sobre contratação de espaços para eventos privados: 31 museus disponibilizavam;
- Informações sobre espaço para descanso/pausa: disponibilizada por um só museu;
- Informações sobre Grupo de Amigos do museu/: disponibilizadas por 24 museus;
- Informações sobre voluntariado: 15 museus apresentavam;
- Informações para fins de patrocínio/mecenato: 10 museus apresentavam;
- Links para plataformas digitais próprias (Google Arts & Culture, YouTube, redes sociais, etc.): Oferecido por 71 museus;
- Link para plataformas digitais da tutela (YouTube, redes sociais, etc.): oferecido por 57 museus;

Informações sobre o Museu

Nesta secção foram observados importantes critérios sobre a história das instituições, seus regulamentos e a divulgação das suas atividades.

- Apresentação: 89 museus disponibilizavam a sua apresentação institucional;
- Missão/objetivos: 62 museus apresentavam missão e/ou objetivos;
- Equipa de trabalho: 33 instituições disponibilizavam informações sobre a sua equipa;
- Regulamento Interno: documento obrigatório por lei, apresentado por apenas 23 museus;
- Normas de visita: Disponibilizadas por 22 museus;
- Estatística de visitantes: Disponibilizada por cinco museus;
- Notícias: 86 museus ofereciam sessão de notícias;
- Agenda: 83 museus apresentavam a sua agenda;

- História: 88 museus disponibilizavam informações sobre a sua história;
- Edifício: 83 museus ofereciam informações sobre o seu edifício ou território.

O Gráfico 44 demonstra os resultados obtidos.

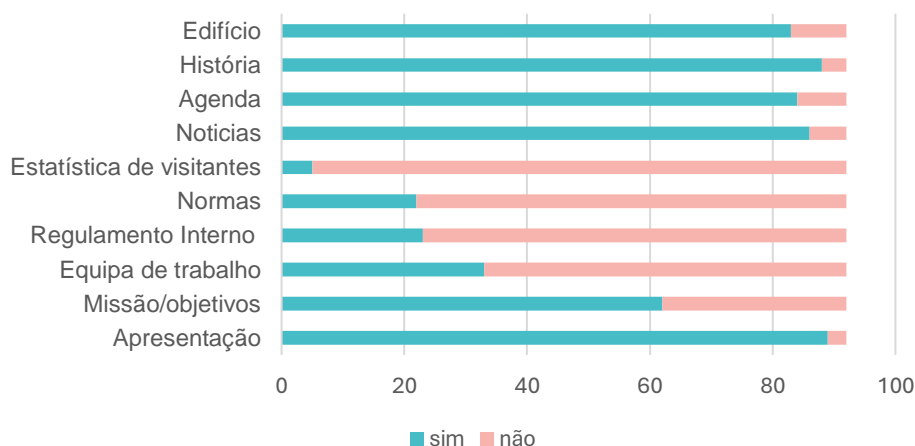


Gráfico 44- Informações disponibilizadas sobre os museus.

Fonte: Elaborado pela autora.

Coleções

Relativamente aos conteúdos disponibilizados sobre as coleções, foram observados 17 critérios que levavam em consideração informações gerais e uso de recursos tecnológicos. Foi feita a diferenciação de visitas virtuais e visitas 360°, uma vez que as visitas virtuais oferecem uma experiência interativa com diversos conteúdos multimídia, como textos, vídeos e imagens, permitindo navegação livre ou guiada, enquanto que as visitas 360° focam na imersão visual, usando imagens panorâmicas que permitem explorar o ambiente em todas as direções, com menor ênfase em conteúdo adicional.

- Informação geral sobre as coleções: 85 museus oferecem esta informação;
- Informação sobre os objetos do acervo: oferecida por 35 museus;
- Visita virtual às coleções: cinco museus oferecem visitas virtuais no website;
- Visitas panorâmicas 360° ou vídeo das coleções: Oferecidas por 25 museus;
- Linha do tempo on-line: Disponibilizada por oito museus;

- Coleção on-line: 31 museus têm as coleções online;
- Ferramenta de busca/base de dados: 27 museus oferecem esta ferramenta;
- Peças em destaque: 28 museus têm uma secção para destacar objetos da coleção;
- Catálogos on-line e/ou para download: Serviço oferecido por 19 museus;
- Imagens on-line e/ou para download: Serviço oferecido por 26 museus;
- Imagens 3d on-line e/ou para download: Serviço oferecido por 3 museus;
- Licenças *creative commons*: Serviço oferecido por 3 museus;
- Outros conteúdos relacionados com a coleção: Foram contabilizados 60 museus;
- Informações sobre conservação e pesquisa: Serviço oferecido por 26 museus;
- Informações sobre Política de Incorporações: Oferecido por cinco museus;
- Realidade virtual aplicada ao contexto das coleções: Apenas um museu oferece;
- Realidade aumentada aplicada ao contexto das coleções: Apenas um museu oferece.

O Gráfico 45 demonstra a distribuição dos conteúdos, o Gráfico 46 refere especificamente à existência de coleção online e o Gráfico 47 representa a oferta de visitas online disponíveis.

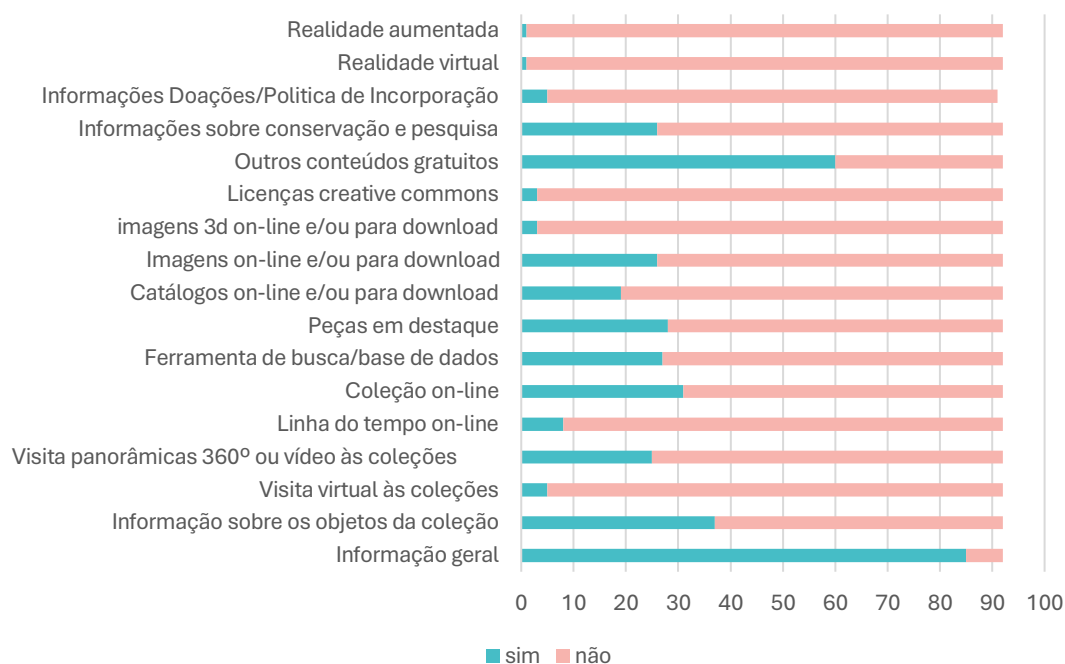


Gráfico 45 - Conteúdos disponibilizados sobre as Coleções.

Fonte: Elaborado pela autora.

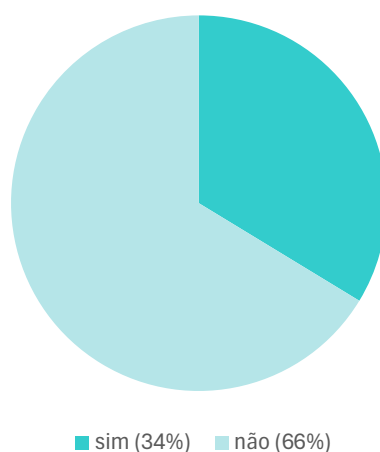


Gráfico 46 - Museus com coleção online.

Fonte: Elaborado pela autora.

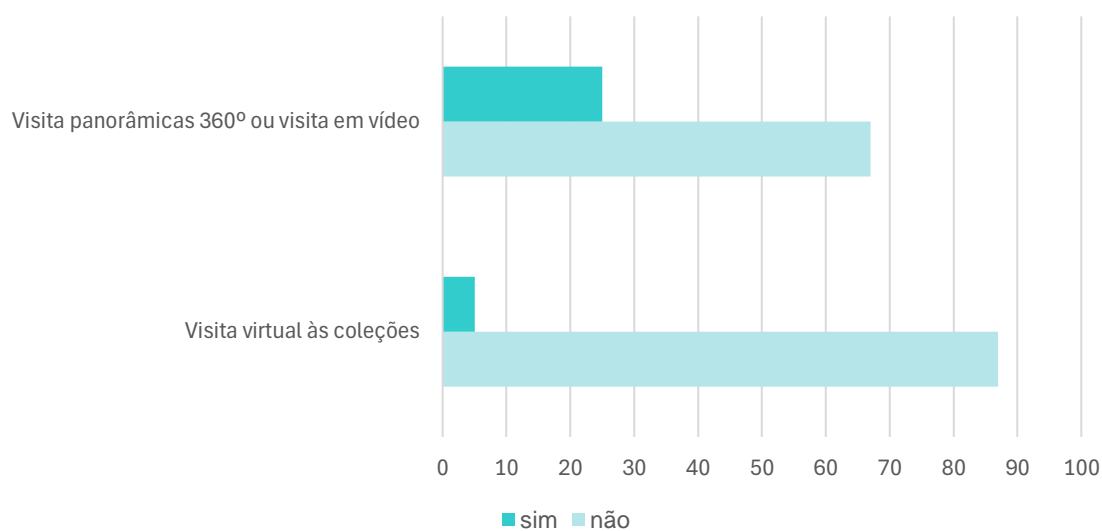


Gráfico 47 - Oferta de visitas online às coleções.

Fonte: Elaborado pela autora.

Exposições

Neste âmbito observamos o nível de informação disponível sobre as exposições permanentes, temporárias e online, considerando não somente aquelas patentes ao público, mas as passadas e futuras. Buscamos diferenciar o teor de informações disponibilizadas, dividido entre duas categorias “informação geral” e “informação

detalhada”. Foi considerada “informação geral”, as informações sobre as exposições que continham uma ou algumas imagens de divulgação, breve texto descritivo, data de abertura/encerramento, horário de funcionamento e preços dos bilhetes (quando aplicável). A “informação detalhada”, por sua vez, além de conter os elementos da informação geral, oferece outros recursos como textos dos curadores, vídeos, variedade de imagens, visitas online, exposição inserida no Google Arts & Culture, entre outros materiais de apoio. O website da Tate Modern²¹⁷, por exemplo, oferece “informações detalhadas” sobre as exposições, no qual podemos ver várias fotografias das obras, descarregar o guia de visita, assistir a um vídeo sobre a exposição e acessar links para outros conteúdos relacionados.

- Informação geral sobre exposições permanentes: Oferecida por 84 museus;
- Informação detalhada sobre exposições permanentes: Oferecida por 17 museus;
- Informação geral sobre exposições temporárias em cartaz: Oferecida por 64 museus;
- Informação detalhada sobre exposições temporárias em cartaz: Oferecida por 6 museus;
- Informação geral sobre exposições passadas: Oferecida por 52 museus;
- Informação detalhada sobre exposições passadas: Oferecida por 3 museus;
- Informação geral sobre exposições futuras: Oferecida por 7 museus;
- Informação detalhada sobre exposições futuras: Oferecida por 1 museu;
- Informação sobre exposições on-line: Oferecida por 25 museus.

O Gráfico 48 compara os resultados obtidos.

²¹⁷ <https://www.tate.org.uk/visit/tate-modern>

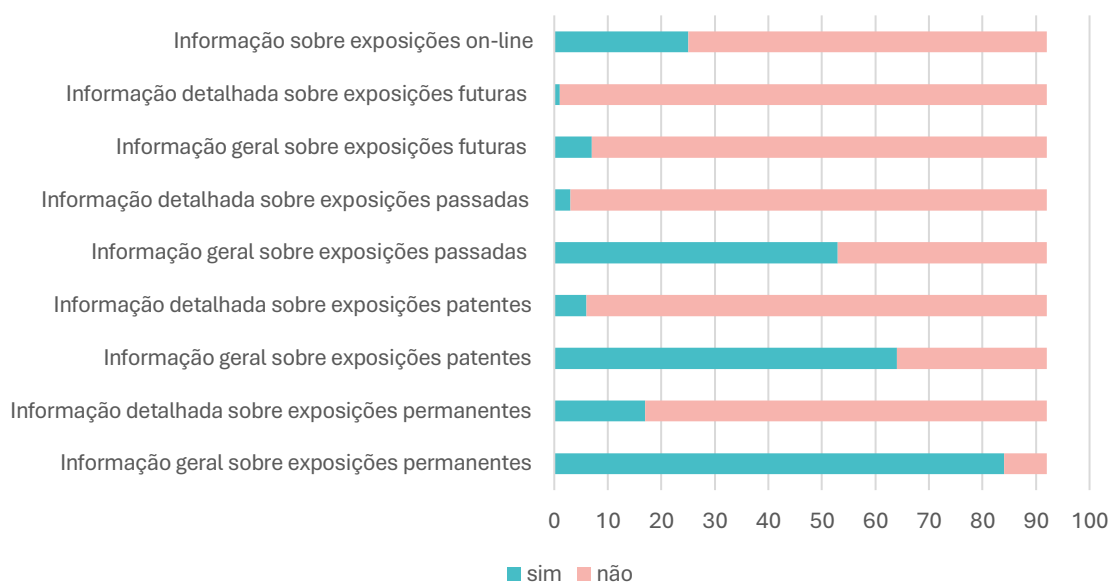


Gráfico 48 - Informações sobre exposições.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.3.4 Serviços

Seguindo o já praticado por vários museus de referência no contexto internacional, analisámos a existência da venda de bilhetes online. Conforme indica o Gráfico 49, são 22 (24%) as instituições museológicas que oferecem o serviço de venda de bilhetes online.

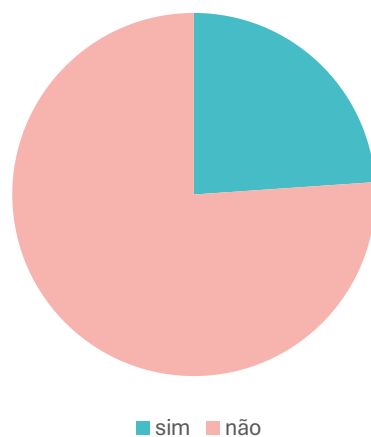


Gráfico 49 - Venda de bilhetes online.

Fonte: Elaborado pela autora.

Loja online

São 42 museus (46%) que dispõem de loja online e 37 (40%) que fornecem informações sobre a sua loja física no website. O Gráfico 50 demonstra os resultados.

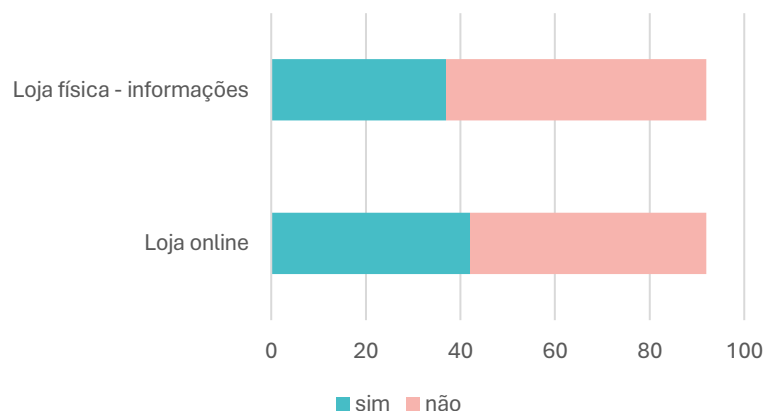


Gráfico 50- Loja online e informações sobre loja física.

Fonte: Elaborado pela autora.

Publicações

Foi também averiguada a existência de publicações e catálogos para downloads e a venda de publicações online. Relativamente à disponibilização para downloads, 34 instituições (37%) disponibilizavam o serviço no seu website, enquanto 37 (40%) ofereciam o serviço de venda de publicações, conforme demonstra o Gráfico 51.

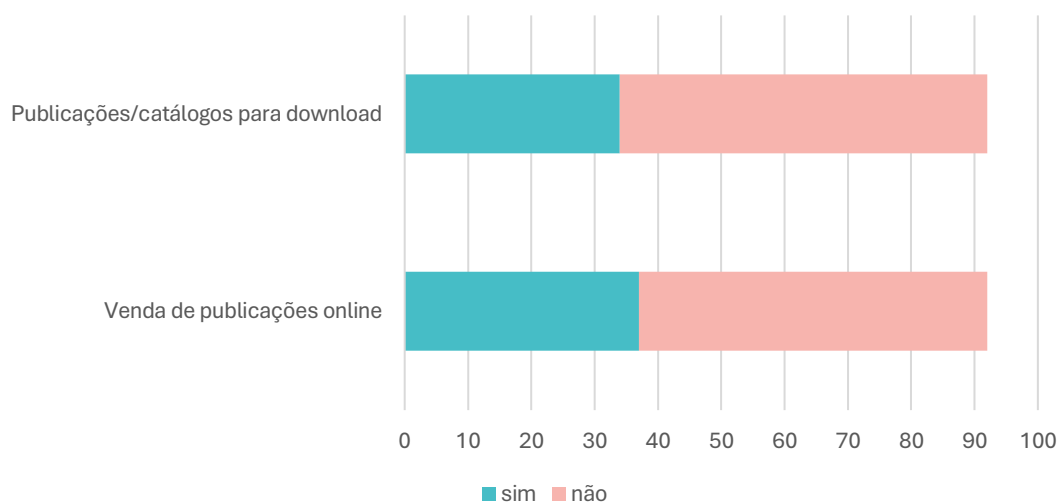


Gráfico 51 – Publicações para download e para a venda.

Fonte: Elaborado pela autora.

Biblioteca/ Mediateca/ Centro de Documentação

Foram contabilizados 46 websites (50%) que dispunham de informação sobre a biblioteca física e/ou centro de documentação e 21 (23%) que ofereciam Biblioteca digital.

Restaurante/ Cafeteria

Foram contabilizados 27 websites (29%) que facultavam informações sobre o restaurante e/ou cafeteria.

3.4.3.4 Serviços de Divulgação e Comunicação

- Espaço para partilha de posts de visitantes em redes sociais: Apenas três websites (3%) dispunham deste espaço;
- Formulário/Caixa de sugestões: 26 websites (28%) ofereciam esta via de comunicação;
- Link para outros serviços/instituições: 76 websites (83%) dispunham deste serviço;
- Link para redes sociais/ferramentas partilha de recursos: 72 websites (78%) dispunham deste serviço;
- Notícias/imprensa: 78 websites (85%) dispunham deste serviço;
- Novidades/agenda de eventos: 82 websites (89%) dispunham deste serviço.
- Subscrever Newsletter: 56 websites (61%) ofereciam a opção de assinar a newsletter.

O Gráfico 52 ilustra os resultados obtidos.

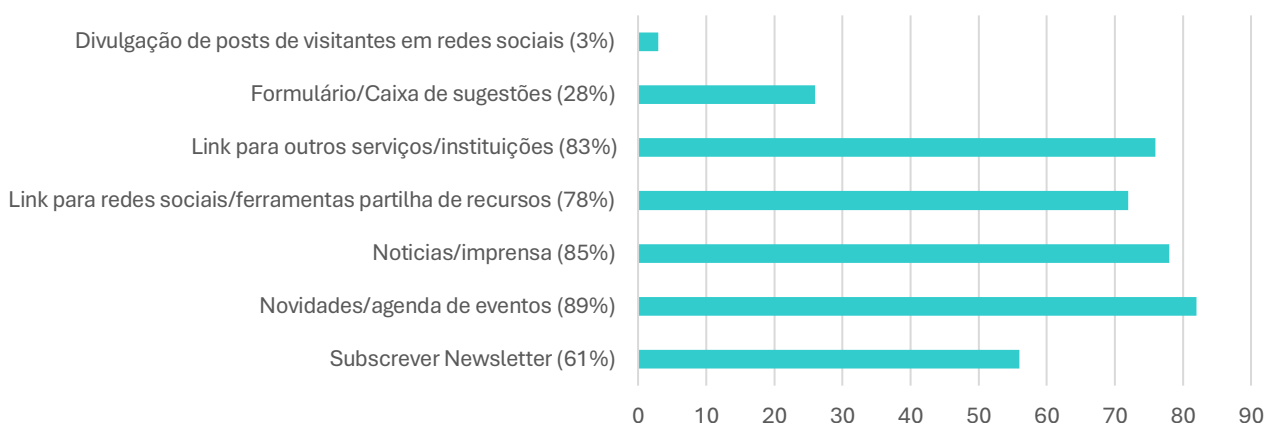


Gráfico 52 - Serviços de divulgação e comunicação oferecidos.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.3.5 Serviço Educativo

Relativamente ao conteúdo oferecido pelos Serviços Educativos, foram observados sete critérios que incluem informações gerais, informações sobre visitas e oficinas e download de programas educativos e de atividades.

- 75 websites (82%) disponibilizam Informações gerais sobre o Serviço Educativo;
- 65 websites (71%) disponibilizam Informação mais detalhadas sobre vistas orientadas oferecidas;
- 63 websites (68%) disponibilizam informação sobre oficinas oferecidas;
- 25 websites (27%) disponibilizam atividades online ou para download, para crianças;
- 24 websites (26%) oferecem materiais de apoio às visitas (material didático, mapas, imagens etc.);
- 23 websites (25%) disponibilizam Programas Educativos online ou para download;
- Tendo com referência a subpágina para crianças que a Tate Modern (<https://www.tate.org.uk/kids>) disponibiliza, também buscamos verificar se alguma das páginas analisadas oferecia esta opção. Foram detetadas duas subpáginas para crianças (2%) entre os 92 websites analisados

O Gráfico 53 compara os resultados obtidos.

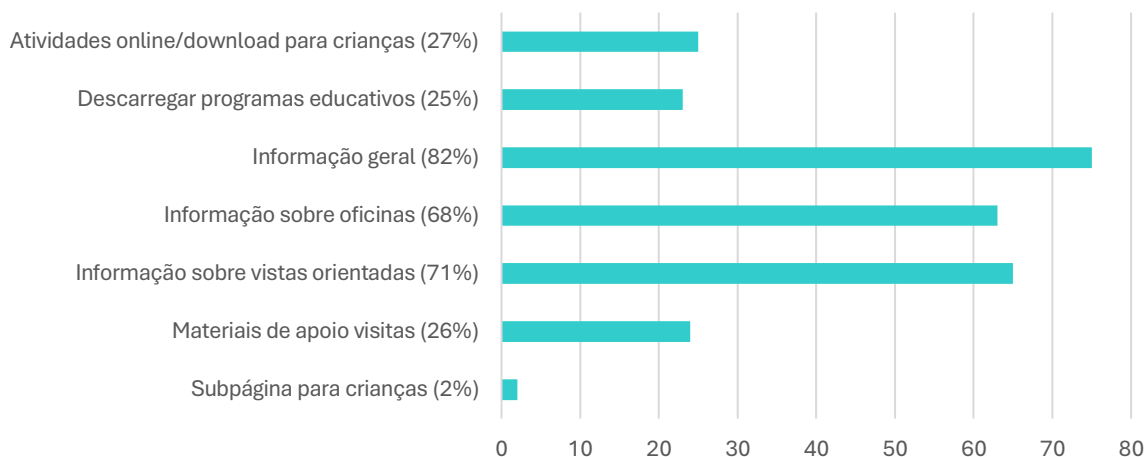


Gráfico 53 - Conteúdo online do Serviço Educativo.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.3.6 Recursos online

Ligações para Redes Sociais

Considerámos importante verificar se os websites apresentavam ligações para as suas redes sociais. As ligações para o Facebook, rede social mais popular entre os museus da RPM, eram a mais frequentes, totalizando 71 entidades (77%). A seguir, estavam as ligações para o Instagram, em número de 46 (50%) e Twitter, com 34 (37%). Apenas um museu (1%) oferecia ligação para o TikTok. O Gráfico 54 demonstra os resultados obtidos entre as quatro redes sociais.

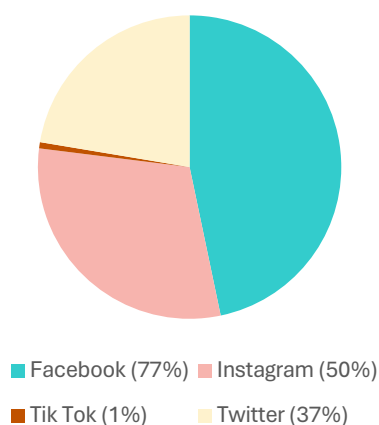


Gráfico 54 - Ligações presentes nos websites para redes sociais.

Fonte: Elaborado pela autora.

Partilha de recursos através de plataformas digitais

Também observámos o uso de plataformas digitais para a partilha de recursos. Entre os sites analisados, estas eram as plataformas digitais utilizadas para este propósito: YouTube, utilizado por 65 websites (56%), Google Arts & Culture, utilizado por 14 websites (15%), Flickr, utilizado por 3 websites (3%) e ainda 10 páginas (11%) que utilizavam blogs. O Gráfico 55 ilustra os resultados obtidos.

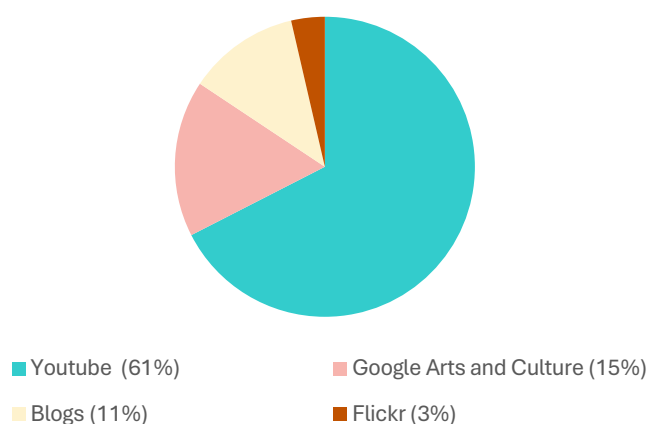


Gráfico 55 - Partilha de recursos através de plataformas digitais.

Fonte: Elaborado pela autora.

Recursos compartilhados

Os recursos compartilhados identificados foram majoritariamente os vídeos, utilizados por 56 websites (61%), atividades para crianças, utilizados por 14 (15%), aplicativos, utilizados por 8 websites (9%), arquivos de áudio, utilizados por sete websites (8%), jogos, utilizados por sete (8%), audioguias, utilizado por quatro (4%) e podcasts, também utilizados por quatro websites (4%), conforme demonstra o Gráfico 56.

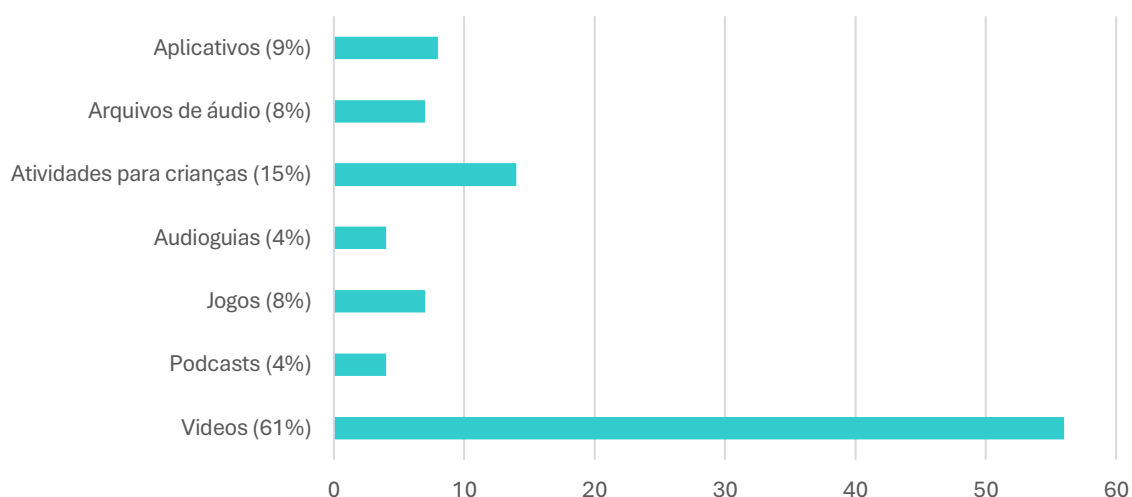


Gráfico 56 – Recursos compartilhados nos websites.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.3.7 Acessibilidade

Informações sobre Acessibilidade no espaço físico dos museus

Conforme indica o Gráfico 57, dentro deste âmbito, 42 websites (46%) ofereciam informações sobre acessibilidade para visita física à instituição, enquanto outros 50 (54%) não disponibilizavam esta informação.

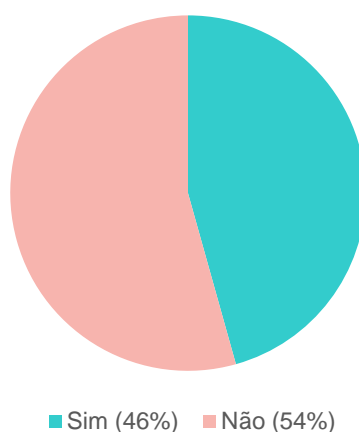


Gráfico 57 - Informações no website sobre Acessibilidade no espaço físico dos museus.

Fonte: Elaborado pela autora.

Acessibilidade do website

O facto de um museu disponibilizar conteúdos em diferentes idiomas mostra uma estratégia de comunicação que pretende ser mais abrangente e uma preocupação em chegar a públicos para além dos nacionais (Lagrosen, 2003; pg.138 como em Macedo, 2014; pg.38).

Foram considerados os seguintes critérios, idiomas oferecidos (Gráfico 58), possibilidade de alteração do tamanho dos caracteres e possibilidade de audição de conteúdos. Um pouco mais da metade dos websites tem versão em inglês, enquanto versões em outras línguas são bastante limitadas. São também escassos os sites como ferramentas de acessibilidade, compondo apenas 13% da totalidade.

- Opção em língua inglesa: 48 websites (52%)
- Opção em língua francesa: 7 websites (8%)
- Opção em língua espanhola: 7 websites (8%)
- Outro(s) idiomas: 6 websites (7%)
- Alteração tamanho caracteres: 12 websites (13%)
- Audição dos conteúdos: 12 websites (13%)

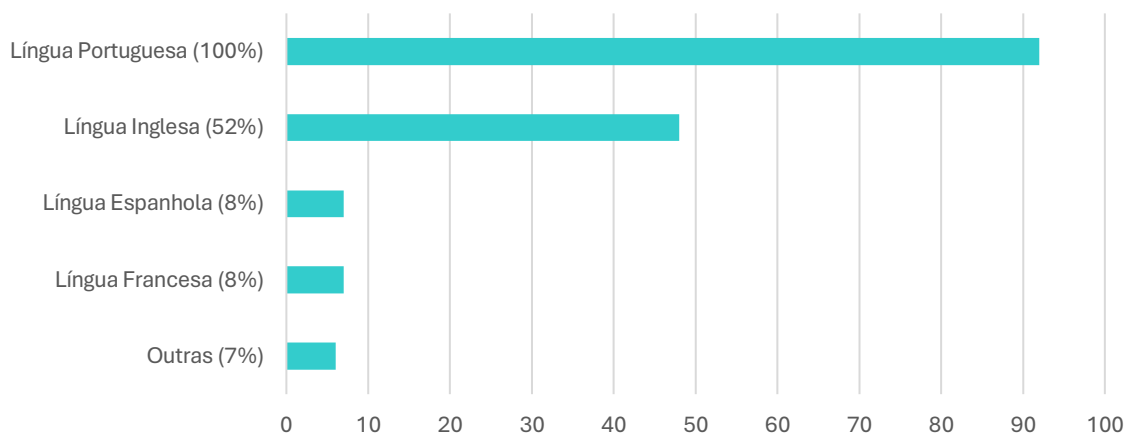


Gráfico 58 - Versões de idioma oferecidos nos websites.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.3.8 Design

Apesar de subjetivo, utilizamos como um dos critérios o termo “design atual”, considerámos assim os websites com estética minimalista e simples, com uso de paleta de cores equilibrada, uso de tipografia moderna e legível e sobretudo alinhados com as tendências observadas nos mesmos websites que serviram de referência para esta grelha. Dessa maneira, pudemos classificar 49 websites (53%) dentro desta categoria.

Quanto às imagens apresentadas nos websites, embora a classificação seja novamente de natureza mais abstrata, buscamos avaliar aqueles que ofereciam “fotografias de boa qualidade”. Nesse contexto, consideramos aspetos como nitidez, iluminação e fidelidade das cores. Ao final, identificamos 39 websites (42%) que atenderam satisfatoriamente a esses parâmetros.

Relativamente às imagens do acervo, identificamos 13 websites (14%) que ofereciam imagens de fraca qualidade (baixa resolução e pouca nitidez que não possibilitavam uma boa observação da obra) e outros 18 (20%) não disponibilizavam qualquer imagem.

Foram ainda observados o uso do menu fixo ao longo da navegação, tecnologias ultrapassadas (Flash, por exemplo) e existência de ligações quebradas ou indisponíveis.

O Gráfico 59 demonstra os resultados acima mencionados:

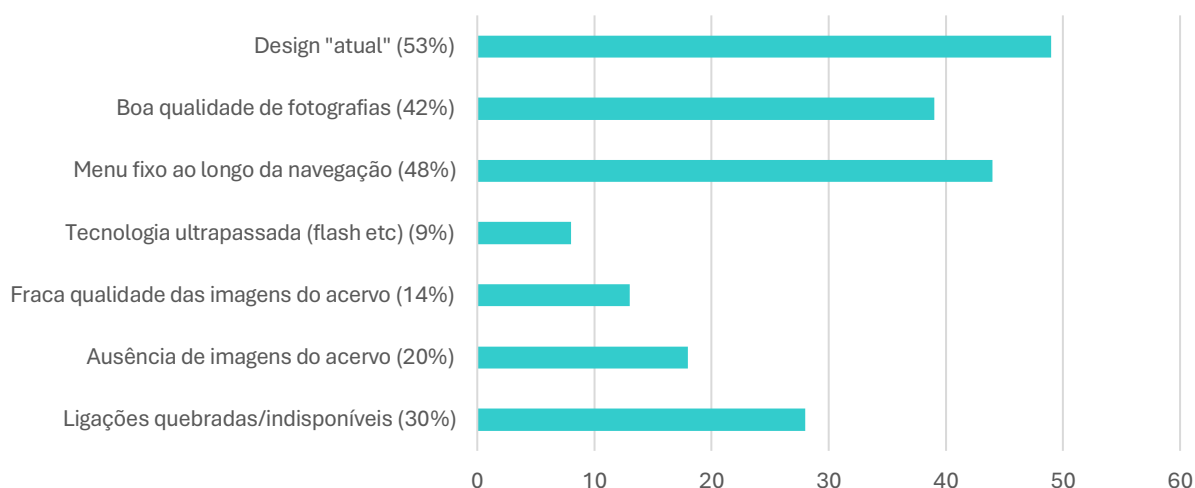


Gráfico 59 - Critérios avaliados no contexto do design dos websites.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.4.3.9 *Google Arts & Culture*

Conforme o Relatório os Museus da Rede Portuguesa de Museus em 2022, “os museus analisados privilegiam a plataforma Google Arts & Culture aos seus próprios websites para explorar modelos narrativos” (Silva et al., 2021). A partir das 14 ligações disponíveis para aquela plataforma nos websites dos museus analisados, conduzimos uma breve observação dos tipos de narrativas oferecidas pelos museus, uma vez que podem contribuir para a construção da sua identidade institucional e para a articulação das mensagens que buscam transmitir.

- 3 museus apresentavam narrativas cronológicas;
- 2 museus apresentavam biografias de artistas;
- 12 museus apresentavam histórias e contextos de objetos.

Somando, obtêm-se um total de 17 narrativas oferecidas no Google Arts & Culture, distribuídas entre 14 instituições. O Gráfico 60 demonstra a quantidade de museus que ofereciam ligação no seu website para exposições na plataforma.

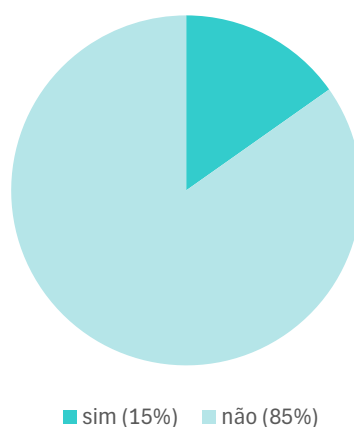


Gráfico 60 - Museus que ofereciam no seu website ligação para exposições no Google Arts & Culture.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.5 Resumo do capítulo

É possível considerar como um aspeto positivo o facto de 100 instituições reportarem que estão a investir em ferramentas digitais, enquanto 98 afirmam dispor de verbas específicas para essa finalidade. Estes investimentos refletem um compromisso crescente com a transição digital e a adaptação aos desafios contemporâneos. Adicionalmente, a pandemia de COVID-19 foi um fator determinante para o crescimento das ofertas digitais, tendo impulsionado 75% dos museus a aumentar significativamente a sua presença e acessibilidade online.

Contudo, persiste a necessidade de melhorias significativas na estruturação das páginas web dos museus pertencentes à RPM. Antes de nos debruçarmos sobre os conteúdos que estas disponibilizam, é essencial analisar com mais proximidade a forma como são apresentadas nos resultados de pesquisa do Google, uma das ferramentas de busca mais utilizadas atualmente e, muitas vezes, o primeiro ponto de contacto do visitante com o conteúdo virtual do museu. Apesar de a criação da ligação para a *webpage* do museu e a disponibilização das informações de contacto serem relativamente simples de implementar, alguns museus ainda falham na execução deste serviço, resultando na ausência de ligações ou na apresentação de informações de contacto incompletas, o que gera uma primeira impressão negativa para o visitante e dificulta o acesso às informações institucionais.

Por meio da avaliação da grelha de análise, verifica-se que os museus ainda apresentam websites incompletos, com a ausência de informações essenciais em algumas ocasiões. Além disso, a consideração dos diferentes perfis de audiência não é adotada pela maioria das instituições da RPM. A maioria dos sites configura-se, predominantemente, como “folhetos eletrônicos” ou “espaços informativos” que se concentram essencialmente em divulgar informações sobre as atividades realizadas nas suas instalações físicas.

Relativamente à informação logística, a maioria dos museus disponibiliza as informações essenciais de forma completa. No entanto, foi observado que apenas 26% dos sites oferecem informações direcionadas a diferentes públicos (visitantes gerais, escolas, famílias), enquanto 25% distribuem esses conteúdos de forma organizada no menu. Apenas 5% disponibilizam essa classificação de maneira mais abrangente (incluindo visitantes gerais, escolas, grupos, famílias, NEE, imprensa e jovens).

Adicionalmente, é pertinente notar que, no que diz respeito ao mecenato, apenas 11% das instituições fazem referência a esta opção, o que pode dificultar a realização de doações, patrocínios e apoios. Em relação às informações sobre o museu, a apresentação da instituição, notícias e sua história são os conteúdos mais frequentes, em contrapartida com o regulamento interno, normas de visita e estatísticas de visitantes, que são apresentados por um número reduzido de museus.

No que se refere às coleções, 92% dos museus apresentam informações gerais sobre as mesmas. Contudo, a digitalização das coleções avança a passos lentos, com a disponibilização online a ser praticada por apenas 34% dos museus, enquanto 29% oferecem ainda uma base de dados ou sistema de busca. As visitas virtuais ou 360° são oferecidas com pouca expressão, com apenas 33% dos museus a implementarem esta funcionalidade, enquanto a utilização de realidade virtual e aumentada permanece ainda em estágios iniciais.

Quanto às exposições, a maioria dos museus destaca informações gerais; no entanto, conteúdos mais detalhados ou complementares sobre as exposições temporárias estão disponíveis apenas em 7% dos websites, enquanto para as exposições permanentes essa percentagem é de 18%.

A venda de bilhetes online, prática comum entre os museus de referência, é oferecida por apenas 24% dos websites, e, em alguns casos, o processo de compra não é

direto, exigindo várias etapas. Adicionalmente, 40% dos sites disponibilizam lojas online, embora a qualidade da interface varie consideravelmente, permanecendo, em muitos casos, como folhetos eletrônicos ou espaços informativos.

No que diz respeito ao serviço educativo, 82% dos websites apresentam esta informação, mas os números diminuem quando se procura conteúdo mais detalhado ou materiais de apoio. Em relação às ligações externas para redes sociais, constatou-se que nem todos os museus oferecem as ligações para a suas redes sociais a partir dos seus sites. Como exemplo, é do nosso conhecimento que 80 dos 92 museus possuem página no Facebook; no entanto, apenas 71 websites disponibilizam essa ligação. O mesmo ocorre com o Instagram, 59 museus têm conta nesta rede, mas são 46 sites que oferecem ligações para essa plataforma.

Em suma, embora a maioria dos museus apresente informações logísticas e institucionais, a falta de atenção a diferentes perfis de audiência, a limitação na disponibilização de coleções online e a ausência de conteúdos mais diversificados e complementares evidenciam a necessidade de melhorias significativas na presença digital e na acessibilidade das instituições culturais. As falhas nas ligações e informações a partir do motor de pesquisa Google, bem como a falta de ligações para as redes sociais a partir dos websites, demonstram uma fragilidade na comunicação e na interação com o público, comprometendo a capacidade dos museus de atrair e envolver visitantes de forma eficaz.

Considerações Finais

A história da presença digital dos museus portugueses tem um percurso caracterizado por avanços e retrocessos. No final do século anterior, ainda antes da constituição da Rede Portuguesa de Museus, verificámos um início promissor com o Projeto Geira, que, enquanto os principais museus europeus começavam a lançar seus websites a partir de 1994, disponibilizou sites para 42 museus do norte do país, até 1999. Além dele, outras iniciativas individuais ocorreram no final do século XX, como os sites do Museu de Serralves (Porto) em 1997 e do Museu das Comunicações (Lisboa) em 1999. Embora seja possível identificarmos diversos avanços, ao analisarmos o percurso dos museus da RPM ao longo das décadas subsequentes, constatamos que essa evolução não se manteve de maneira célere e contínua. Pelo contrário, muitas instituições depararam-se com uma série de obstáculos no processo de digitalização.

A Rede Portuguesa de Museus, por sua vez, foi (e é) uma importante estrutura para o desenvolvimento dos museus portugueses. Apesar da redução da sua atuação durante os anos da DGPC, no que concerne à transição digital, a rede foi capaz de promover uma série de melhoramentos nesse âmbito, seja através das formações promovidas ou através dos programas de apoio com fundos direcionados à criação de websites, aplicativos, digitalização de coleções etc. Os programas de apoio, apesar de algumas interrupções e cortes de orçamento, tiveram significativa importância entre os museus da RPM, seja na colocação online de vários sites, como na digitalização de coleções e criação de conteúdo digital. A leitura deste trabalho permite observar o fortalecimento da RPM, o aperfeiçoamento dos seus museus e as dificuldades que encontram no caminho para a digitalização.

Em 2023, as formas mais relevantes e amplamente utilizadas de presença digital pelas instituições museológicas eram os websites oficiais, que atuam como a principal porta de entrada para o universo virtual, e as redes sociais, responsáveis pela disseminação de conteúdos mais dinâmicos e informais. Estas últimas, além de promoverem maior visibilidade, favorecem a interação com audiências e comunidades, especialmente por meio de dispositivos móveis. Diante disso, o panorama identificado até meados de 2023, revelava que dos 165 museus que integravam a RPM, somente pouco mais da metade, 92 (56%), contavam com site próprio, restando 73 (44%) instituições sem presença através

do website. Relativamente às redes sociais, 124 instituições (75%) tinham perfil no Facebook, 84 (51%) no Instagram, 68 (41%) no YouTube. Observa-se também que os museus que já possuem website tendem a possuir perfil em redes sociais, provavelmente reflexo da sua estratégia de comunicação. Em conjunto com site próprio, são 20 as instituições (22%) que possuem uma rede social e 64 (70%) as que possuem duas ou mais, restando apenas oito museus (9%) sem esta presença. Ademais, entre os museus que não possuíam página própria, 33 (44%) não mantinham qualquer presença online em redes sociais, porém, em contrapartida, outros buscavam mitigar a ausência de um website por meio da utilização de redes sociais, sendo que 13 (18%) estavam presentes em uma única plataforma, enquanto 27 (37%) contavam com duas ou mais. Entre as redes sociais, predominam o Facebook, Instagram e YouTube e somente quatro instituições têm presença no TikTok. No caso específico desta rede, plataforma direcionada para um perfil de público mais jovem, ainda é subutilizada pelos museus da RPM, e, mesmo entre os que possuem perfil ativo, observa-se uma utilização experimental, sem um plano de comunicação estruturado. De modo geral, os museus portugueses têm adotado no uso das redes sociais uma abordagem mais cautelosa e em alguns casos, conservadora, apesar do que tem sido praticado no contexto dos grandes museus europeus.

Os museus da RPM utilizam três das redes sociais mais populares globalmente em 2023 e 2024 — Facebook, Instagram e YouTube. No entanto, ainda desconsideram o TikTok, que ocupa a quinta posição em popularidade, logo atrás do WhatsApp, plataforma que não foi incluída no nosso estudo. A observação da recente história dessas ferramentas também revela a variabilidade que estão sujeitas, elas podem perpetuar-se por anos ou tornarem-se rapidamente obsoletas. É necessário que os museus estejam atentos ao panorama internacional e as tendências identificadas mundialmente para que possam orientar-se para novas ou diferentes opções. Apesar de o Facebook e o Instagram continuarem a ocupar posições de destaque entre as redes sociais, tem-se identificado uma redução no número de utilizadores, especialmente no caso do Facebook, cuja popularidade tem diminuído entre os perfis mais jovens. Em comparação com estudos anteriores, o Instagram destaca-se significativamente, visto que, em 2014, a sua relevância era bastante incipiente. Quase uma década depois, a plataforma consolidou-se como uma das principais redes sociais, ocupando uma posição de protagonismo no início da segunda década deste século. Dentro deste contexto, perguntamo-nos se algumas das

ferramentas pontualmente mencionadas neste trabalho poderão estar dentro de uma década entre aquelas mais utilizadas pelos museus.

Além dos websites e das redes sociais, os museus da RPM têm colaborado com a plataforma Google Arts & Culture, que, gratuita, oferece recursos multimídia e um alcance internacional. Essa parceria pode ser vista como uma estratégia para suprir a carência de recursos internos destinados à criação de websites mais sofisticados enquanto amplia a visibilidade das coleções. A plataforma não exige elevado conhecimento técnico e permite a atualização contínua dos conteúdos já publicados, garantindo maior autonomia na sua gestão, além de disponibilizar suporte técnico para a criação, upload e manutenção do conteúdo.

Apesar dos blogs não terem sido declarados como extintos e ainda serem amplamente utilizados em diversos âmbitos, no que diz respeito aos museus da RPM, o seu declínio é inegável. Conforme a nossa pesquisa, a utilização do blog como complementação do website, apenas ocorre entre os Palácios Nacionais de Sintra, Queluz e da Pena. Neste caso, as três instituições dividem o blog intitulado “Tudo sobre Sintra”, hospedado no website da tutela (<https://www.parquesdesintra.pt/pt/sobre-nos/blog/>). Por outro lado, no caso de museus que utilizam o blog em substituição ao website próprio, restam o Museu Nacional de Etnologia (Lisboa) e o Museu de Arte Sacra e Etnologia (Fátima), este último já identificado no estudo de Pedro (2009). Em relação às pesquisas anteriores, contabilizavam-se entre os museus da RPM, 17 blogs em 2008 e 18 em 2011, enquanto este estudo identificou os três supracitados, durante o ano de 2023.

Retomando a temática dos websites, é possível observar seu progresso ao longo da história. Lançados nos últimos anos do século XX, os primeiros sites eram páginas estáticas de caráter estritamente informativo, frequentemente designadas como 'folhetos eletrônicos'. O principal objetivo dessas páginas era fornecer informações sobre o museu e orientar os visitantes em relação à realização de visitas físicas. Embora o modelo seja bastante desfasado, alguns poucos museus ainda permanecem com este perfil de página online. Um exemplo é o site da Casa de Camilo (Vila Nova de Famalicão), que foi lançado em 2007 e permanece com o mesmo design desde então. Nos estudos anteriores de Alexandra Pedro (2009) e Sónia Macedo (2014) ambas as autoras identificaram este perfil de website como o mais utilizado pelos museus da RPM. Em 2023, no entanto, o número de museus com site mais dinâmico do tipo “espaço informativo” já é alvo de um certo

avanço. Nesse caso a partilha de conteúdos torna-se mais alargada, os websites já apresentam coleção online com informações mais detalhadas, por vezes recorrendo a base de dados, contendo loja e bilheteira online e visitas virtuais. Neste nicho identificam-se maior número os museus pertencentes às fundações e ao Ministério da Cultura. Macedo identificou 19,6% museus que ofereciam exposições online; quase dez anos depois, constatamos que o crescimento foi limitado, alcançando apenas 27%, apesar de este valor não incluir o conteúdo divulgado paralelamente no Google Arts & Culture.

Por fim, temos os sites tipo "espaço interativo", no qual a partilha de conhecimentos adquire uma maior sofisticação, complementam os conteúdos oferecidos presencialmente e ampliam a documentação que não se pode encontrar no espaço físico dos museus. O website da Fundação Calouste Gulbenkian onde está hospedada a página do Museu Calouste Gulbenkian é um exemplo desta tipologia "espaço interativo", que apresenta conteúdos complementares diversos como podcasts, vídeos e artigos relacionados com as suas coleções. Tal modelo é o predominante entre os museus de renome internacional, no entanto entre os museus da RPM, este formato ainda é utilizado timidamente, embora alguns museus com página "espaço informativo" incluam pontualmente conteúdos complementares.

Assim, observamos que diversos museus já migraram do formato de website "folheto eletrónico" para o modelo de "espaço informativo". No entanto, ainda há exemplares que permanecem na primeira modalidade, em grande parte devido à desigualdade no acesso a recursos, que impacta especialmente os museus sob gestão da Administração Local, frequentemente limitados por restrições orçamentárias, tecnológicas e políticas, cujas tutelas por vezes consistem num entrave à sua presença online. Além da necessidade de reconhecimento por parte das entidades responsáveis da importância da transição digital, tal situação evoca a necessidade de políticas públicas de incentivo que democratizem o acesso a tecnologias digitais na área cultural, conforme já referido no Relatório Final do Grupo de Projeto Museus no Futuro.

Ainda, o grande desafio será a conversão dos websites dos museus da RPM para o "espaço interativo", que por ser uma modalidade mais complexa, exige mais recursos humanos, tecnológicos e financeiros, e frequente renovação nos conteúdos que devem acompanhar as exposições, além da sua adaptação aos dispositivos móveis. Outro ponto a considerar trata-se do desenvolvimento de tecnologias como realidade aumentada (AR),

realidade virtual (VR) e inteligência artificial (IA) que podem transformar o conceito de "espaço interativo". Exemplificando, a adoção dessas tecnologias pode permitir a recriação de exposições físicas em ambientes virtuais e a IA poderia ser utilizada para personalizar a experiência do visitante, sugerindo conteúdos com base em suas preferências. Além disso, um ambiente digital mais interativo deve colaborar com a captação de novas audiências e com o fortalecimento de relacionamento entre a instituição e o público, criando uma comunidade ativa e colaborativa ao redor de suas coleções e funções museológicas.

Diante das informações acima mencionadas, é pertinente refletir sobre a situação dos museus que dependem de tutelas públicas. Em muitos casos, esses museus não apresentam um processo linear de evolução em relação à autonomia e à estabilidade de seus websites. Em contraste, os museus sob a gestão privada demonstram maior continuidade e estabilidade na manutenção de seus websites, evidenciando uma linearidade e consistência superiores, embora haja variações na qualidade da sua presença digital.

No contexto dos museus vinculados ao Ministério da Cultura, atualmente sob a gestão da MMP EPE, é possível observar como a trajetória da presença digital se altera rapidamente. Em um intervalo de um ano, notamos algumas mudanças significativas na presença digital desses museus, que apresentam um perfil de descontinuidade na preservação de suas presenças digitais oficiais. Um exemplo é o Palácio Nacional da Ajuda, cujo website foi desativado em conjunto com outros museus da extinta DGPC, em meados de maio de 2022, permanecendo inativo durante o período de realização do questionário principal e da grelha de análise em 2023. Em janeiro de 2024, entretanto, encontramos a sua página oficial reativada com um novo design (<https://www.palacioajuda.gov.pt/>).

Entre os outros museus do Ministério da Cultura que não detinham website em 2023, até o início de outubro do presente ano, apenas o Museu Nacional Soares dos Reis (Porto), o primeiro website de museu lançado pelo IPM, também teve o seu website publicado (<https://museusoaresdosreis.gov.pt/>), apesar de em datas próximas da conclusão deste trabalho o termos encontrado mais uma vez em modo "manutenção". Alguns museus da antiga DRC Norte (atual MMP, E.P.E.) também tiveram suas páginas suspensas por um período em 2024, cuja janela temporal não conseguimos determinar

com exatidão, no entanto esta situação já foi resolvida. Por outro lado, até a data de fechamento deste trabalho, permanecem sem página oficial mais oito instituições do Ministério da Cultura, nomeadamente Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional do Teatro e da Dança, Museu Nacional do Traje, Museu Nacional Machado de Castro, Museu Nacional de Etnologia, Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo, Casa-Museu Anastácio Gonçalves e o Palácio Nacional de Mafra. Entre essas instituições, sete mantêm o “botão website” da caixa de informações do motor de pesquisa Google de maneira a direcionar o visitante para uma página “alternativa”, a exceção trata-se do MNFMC que não apresenta essa ligação. Dessa maneira, a situação por nós identificada em 2023, na qual vários desses museus direcionavam o visitante para página com erro, já havia sido mitigada. Mesmo assim, observa-se que as sete instituições restantes não mantêm um padrão de direcionamento comum e revelam diferentes soluções ao lidar com a sua ausência de presença digital oficial: a CMAG e o MNTD direcionam o visitante para o seu perfil dentro do portal da MMP, E.P.E. o MNT para o seu perfil no Facebook, O MNAz mantinha o direcionamento para a sua página em reestruturação, o MNE para o seu blog e o MNMC para o seu perfil dentro da página da Câmara Municipal de Coimbra.

O Palácio Nacional de Mafra é o que apresenta uma situação mais peculiar, já identificada em 2023 e que se perpetua em 2024. A ligação a partir do Google leva o visitante para uma página dentro do site do Património Cultural, I.P. onde se lê “Palácio Nacional de Mafra – guia espanhol” ao lado de uma imagem do referido guia, não oferecendo qualquer informação pertinente sobre a instituição. Algumas das situações acima descritas parecem-nos dignas de atenção. a primeira, é o facto de sete instituições do Ministério da Cultura permanecerem há mais de um ano (no mínimo) sem websites; a segunda, é ausência de um padrão no direcionamento às presenças digitais “provisórias” , que nos parece ser sempre mais pertinente designar ou a principal rede social (se ativa e bem gerida) ou o perfil dentro do portal da MMP, E.P.E que oferece as informações essenciais sobre a instituições, inclusive se a instituição se encontra encerrada temporariamente e compra de bilhetes online (apesar de confusa) além de ser um portal recentemente inaugurado dotado de design mais apelativo. Este tipo de ligação é um processo simples de ser realizado e, portanto, *a priori* não podemos atribuir à ausência de recursos humanos, verbas ou de conhecimento técnico, mas provavelmente que essas condições estejam ligadas a uma falta de atenção à presença digital ou principalmente à

constrangimentos ocasionados pela estrutura da antiga DGPC, mas que a nova MMP, E.P.E. traz consigo a intenção de minimizá-los.

Relativamente à criação dos novos sites, ao observarmos as respostas no questionário de algumas dessas instituições sobre verbas dedicadas a ferramentas digitais, a CMAG, o MNT e o Palácio Nacional de Mafra afirmaram não possuir, o que provavelmente indica que a ausência de website se possa prolongar. Por outro lado, o MNTD, o MNAZ, o MNMC, o MNFMC, o MNSR e o MNE afirmaram possuir tais verbas, no entanto somente os três últimos referiram verbas específicas para o website. Por outro lado, os museus do Ministério da Cultura, em especial aqueles com um historial digital mais consistente, têm boas taxas disponibilização das suas coleções online, através dos seus websites e/ou do MatrizNet (atual Raiz), além de disponibilizarem conteúdo na plataforma Google Arts & Culture. No entanto, é importante salientar que neste âmbito, em algumas ocasiões ocorrem ligações quebradas que não conduzem os visitantes a lugar algum, isto é, o conteúdo já existe, porém, a manutenção inadequada dessas páginas resulta na sua indisponibilidade. Enfim, apesar de alguns avanços, o panorama da presença digital desses museus ainda apresenta muitas fragilidades que colocam Portugal atrás de outros países na Europa, ao tomarmos como exemplo o website do MNAA, um dos principais museus portugueses, verifica-se que ainda não é possível traçar uma comparação equitativa com o website do Museu do Prado ou com os museus do National Trust, no Reino Unido.

Entre outros museus pertencentes à RPM, os museus da Administração Local configuram outro perfil a analisar com mais proximidade, além de serem a tutela predominante na RPM (totalizam 74 museus – 45%), nos estudos de 2009 e 2012 eram apontados como aqueles com presença digital mais fraca. Em 2023, esse quadro parece manter-se: identificamos apenas 26 instituições com website próprio (16%), e outras 48 (84%) sem, em muitos casos, a tutela prefere reter as informações no seu portal em oposição ao museu possuir um website independente. A situação de fraca presença digital agrava-se no caso de 30 museus (40%), entre os 48 sem website próprio, que não participavam de nenhuma rede social. Neste caso, a suas presenças digitais limitavam-se a uma página informativa incorporada ao site da tutela. Neste contexto, identificámos os valores igualmente baixos entre os museus com rede social: um pouco mais da metade, 39 instituições (53%), estavam presentes no Facebook, seguido de números inferiores no

Instagram (19 instituições - 26%) e no YouTube (11 - 15%). No que diz respeito à captação de audiências mais jovens por meio das redes sociais, apenas o Museu Quinta de Santiago (Leça de Palmeira), que não possui website próprio, mas possui perfis no Facebook e no Instagram, aderiu ao TikTok. É importante referir que o uso desta rede como ferramenta de comunicação com o público mais jovem parece não ter a atenção necessária desses museus, uma vez que apenas oito afirmaram ter interesse em ingressar nesta rede. Dentro desta conjuntura, é importante adicionar que entre os 57 museus da Administração Local que responderam ao questionário principal, 26 (35%) afirmaram não ter nenhum colaborador dedicado à comunicação/marketing digital ou que este serviço era manejado pela tutela, além de nove (12%) terem informado não possuir verbas para ferramentas digitais. Já no que se refere às coleções online disponibilizadas nos websites, a expressão também é muito baixa (3-4%), e incluía casos de websites que apresentavam ligações interrompidas ou com erro para este serviço.

Em relação ao Google Arts & Culture, apenas dois museus (3%) referem utilizar a plataforma, nomeadamente o Centro Internacional das Artes José de Guimarães e o Museu Municipal Abade Pedrosa, porém as ligações não constam nos seus websites. Apesar disso, 33 museus (45%) afirmaram considerar importante aderir a esta plataforma. Enfim, podemos afirmar que há diferenças notáveis nesse perfil de tutela, na qual alguns museus possuem website próprio e bem equipados, além de redes sociais e outros com presença digital reduzida a informações básicas no site da entidade. Alguns exemplos a citar são os sites do Museu do Neo-Realismo (Vila Franca de Xira) que oferece a coleção online, visitas virtuais e ferramentas de acessibilidade e o do Museu Municipal de Penafiel, recentemente lançado e construído com verbas do programa ProMuseus. No entanto, no geral, os museus da Administração Local seguem enfrentando grandes desafios em sua presença digital, seja pela falta de investimento, problemas técnicos por ausência de recursos humanos especializados. Essa carência de recursos, frequentemente causada por limitações orçamentárias e pela dependência da tutela administrativa, impedem que essas instituições possam ampliar e fortificar a sua presença online. O interesse em aderir a plataformas como o Google Arts & Culture sugere que, apesar das limitações, existe uma intenção de melhorar o acesso digital aos acervos e de ampliar a sua visibilidade na Web.

No caso dos museus pertencentes às DRCs Açores e Madeira, há um grande contraste entre as suas presenças digitais no que se refere à existência de website próprio. Todos os oito museus tutelados pela DRC Açores possuem website e estão presentes em ao menos em uma rede social, sendo que sete instituições (87.5%) afirmaram ter um colaborador ou equipa interna que, apesar de trabalhar em outras funções, era responsável pela atualização dos conteúdos dos websites. Apenas dois museus (25%) informaram não disponibilizar de verbas para ferramentas online. Quanto aos seis museus pertencentes à DRC Madeira, cinco (83%) não possuíam website, apesar de todos manterem ao menos um perfil em redes sociais e apenas um do museu referiu possuir verbas para ferramentas digitais. Apesar de algum contraste na presença digital, em comum os dois grupos de museus, das DRC Açores e Madeira, afirmaram considerar importante aderir a outras ferramentas digitais, destacando o Google Arts & Culture e declararam ter ao menos uma boa compreensão de quem é o seu público online, além de reportarem bons ou excelentes resultados na ampliação dos seus públicos através das suas atividades digitais. Uma transição digital eficaz precisa incluir o desenvolvimento de métricas e métodos adequados para acompanhar as atividades e o desempenho digital, o que muitos museus ainda têm dificuldade em fazer ou não integram em suas estratégias. Para melhorar as ofertas digitais dos museus da RPM, seria necessário adotar uma estratégia de avaliação completa.

Em relação a pandemia de Covid-19, segundo informações facultadas pelos museus através do preenchimento dos questionários, entre 2020 e 2022, três museus lançaram novo website, cinco museus criaram o seu perfil no Facebook e 17 no Instagram. Foram 104 museus, distribuídos pelas diversas tutelas que declararam ter aumentado a sua oferta digital. Entre os conteúdos mais oferecidos nos websites estavam as visitas virtuais, palestras/ conferências e publicações; houve também 14 exposições físicas transpostas para a modalidade online e 24 criadas digitalmente. Relativamente a interação mais direta com o público através do website, os principais serviços foram as palestras e conferências (45) e as oficinas virtuais (34). Em 2023, 57 instituições ainda mantinham os novos serviços, 36 os mantinham parcialmente e dez deixaram de fazê-los. A pandemia de Covid-19 provocou uma transformação sem precedentes nos museus portugueses, revelando tanto a resiliência quanto a capacidade de inovação dessas instituições. Entre 2020 e 2022, a rápida adoção de novas tecnologias e a expansão da

oferta digital, com a criação de websites, perfis em redes sociais e uma série de conteúdos virtuais, demonstram o esforço dos museus para se adaptarem ao contexto de distanciamento social. A manutenção parcial ou total dessas iniciativas por 93 instituições em 2023, mesmo com a reabertura dos espaços físicos, evidencia que a crise sanitária não foi apenas um período de ajustes temporários, mas sim capaz de proporcionar mudanças permanentes entre estas instituições. A adoção de práticas digitais contribuiu para superar os desafios impostos pela pandemia e também complementou o papel tradicional dos museus, que puderam ampliar suas formas de interação e experienciar novas maneiras de conectarem-se com público. Esse movimento mostrou que a digitalização pode continuar a ser uma ferramenta importante para garantir o acesso à cultura, mesmo com o retorno das atividades presenciais.

Levando em consideração a nova definição de museus do ICOM (2022), que promove instituições mais acessíveis, inclusivas e sustentáveis, e as funções museológicas definidas pela Lei-Quadro dos Museus Portugueses (Lei n.º 47/2004), que incluem investigação, conservação, exposição e educação, podemos perceber que os museus da RPM estão, em níveis diferentes, sendo capazes de transpô-las de maneira mais ampla e acessível para o universo digital.

Embora ainda deficitária, a investigação e documentação das coleções, quando transpostas para o ambiente virtual, permitem um largo acesso ao conhecimento especializado por diversos públicos de diversas geografias. No campo da conservação, a presença digital permite a partilha de conteúdos sobre a preservação de património, desde vídeos educativos a relatórios de restauração, que engajam o público com os bastidores do cuidado com as coleções, como é o caso do restauro dos painéis de São Vicente de Fora, no MNAA, colocado online em parceria com o jornal *Público* (<https://www.publico.pt/culturaipsilon/paineis-sao-vicente>). As exposições digitais, tanto aquelas hospedadas no website do museu quanto no Google Arts & Culture, permitem que públicos com diferentes necessidades explorem acervos e exposições, independentemente da localização geográfica, promovendo acessibilidade e participação ativa e a partilha do conhecimento. Experiências imersivas, como tours virtuais e exposições interativas, oferecem novos modos de envolvimento com o património. A educação, uma função central dos museus, é fortalecida online com a oferta de recursos

educativos, como webinars, workshops e atividades interativas que estimulam o aprendizado contínuo e que devem envolver diferentes comunidades.

Em todos os casos acima citados, é fundamental para o papel socialmente responsável que esses conteúdos possam ser facilmente encontrados através de websites dotados de navegação acessível e intuitiva. Relativamente à acessibilidade e inclusão digital, dos critérios observados na Grelha de Análise, apenas 12 websites (13%) possuíam ferramentas de acessibilidade, como a alteração do tamanho dos caracteres e a audição de conteúdos, enquanto 42 websites (46%) ofereciam informações sobre a acessibilidade da visita física. Apesar de ambos os resultados serem insatisfatórios, é importante notar que, no âmbito da transição digital, embora essa temática tenha sido introduzida em Portugal a partir de 2001, a questão da acessibilidade, reforçada pela definição do ICOM, ainda necessita ser considerada uma prioridade entre os museus da Rede Portuguesa de Museus (RPM) e transposta para os seus websites.

Além disso, no que se refere aos conteúdos o material que esteja localizado em plataformas externas como o YouTube e o Google Arts & Culture deve ser identificado através de ligações ativas dentro do site, de maneira que o seu acesso e visualização fiquem claros ao visitante. Conteúdos digitais sem a devida comunicação e ligação consistem apenas em depósitos digitais de informação pouco acessada, que desperdiçam recursos do museu ao invés de trabalharem em prol de estabelecer as funções educativas e de criar ligações mais “profundas” com os públicos. Na mesma lógica, também é necessária a atenção às redes sociais, ao engajamento do público e às suas reações em relação às postagens, de maneira a identificar quais são os conteúdos e ações mais valorizadas pelas suas audiências. Uma transição digital eficaz precisa incluir o desenvolvimento de métricas e métodos adequados para acompanhar as atividades e o desempenho digital, o que muitos museus ainda têm dificuldade em fazer ou não integram em suas estratégias. Para melhorar as ofertas digitais dos museus, será necessário adotar uma estratégia de avaliação completa.

É interessante apontar que, através da análise dos questionários, foi possível perceber que muitos museus não dominam a sua própria história de presença digital e, por exemplo, desconhecem o ano de criação do seu primeiro website, ou fornecem informações conflitantes sobre o seu percurso digital ou ainda ignoram domínios anteriores já extintos, situação que se reflete na escassa literatura disponível. Um

exemplo é o caso da Casa-Museu Anastácio Gonçalves que referiu no questionário nunca ter possuído uma página própria, no entanto, seu primeiro e único website foi criado no contexto do IPM e esteve online entre 2002 e 2008, não ocorrendo a sua renovação a partir desta data. Em outras situações verificadas, alguns museus simplesmente não sabiam informar a data de criação do seu site ou facultar dados adicionais sobre o seu percurso. Podemos supor que tais situações possam ocorrer devido a diversos fatores, como troca de gestão/direção, falta de registos/documentação, recursos humanos/financeiros limitados ou ainda falta de interesse no acompanhamento do processo de digitalização.

Apesar dos avanços ocorridos na última década, as conclusões apresentadas por Sónia Macedo em 2014, possuem muitas semelhanças aos resultados que encontramos em 2023. Os avanços na presença digital dos museus da RPM ainda enfrentam numerosos obstáculos, incluindo limitações de recursos financeiros que restringem a capacidade de investimento em tecnologia e iniciativas digitais, especialmente em instituições de menor porte, a irregularidade do programa ProMuseus e a ausência de verbas dedicadas ao digital em algumas edições exemplificam essa situação. Além disso, a estagnação da RPM durante a gestão da DGPC contribuiu para a carência de formação e capacitação de profissionais em tecnologias digitais, dificultando a implementação de estratégias eficazes. Por outro lado, a persistência de lacunas, como a infraestrutura física, a conservação de coleções e a própria digitalização destas, torna desafiador o investimento em uma presença digital coesa e estruturada. A deficiência na infraestrutura tecnológica também consiste num problema recorrente e pode comprometer a criação e manutenção de plataformas adequadas, e a falta de uma estratégia digital clara resulta em iniciativas fragmentadas e desconexas. A situação agrava-se no caso dos museus da Administração Central, já que frequentes mudanças de gestão acarretam a perda de continuidade em projetos digitais, dificultando a formulação de estratégias a longo prazo e o aprimoramento contínuo de suas presenças digitais. Por fim, a resistência à mudança e a falta de compreensão sobre a importância da transição digital ainda permeiam a cultura institucional de algumas dessas instituições, inibindo a adoção de novas tecnologias. Ainda há o que percorrer para termos a totalidade dos museus da RPM a conquistar uma presença digital equilibrada, coesa e sustentável.

No atual cenário da Museus e Monumentos de Portugal E.P.E., espera-se um novo fôlego à RPM e, por consequência, um maior apoio à presença digital dos seus integrantes. No caso da presença digital da rede em si, esta também deveria ser alvo de avanços, fazendo-se necessária a criação de um site independente do portal da MMP EPE, mais dinâmico e com mais recursos.

Como sugestão para estudos futuros, há ainda espaço para aprofundamento entre os dados já recolhidos, uma vez que não nos foi possível fazer uma análise mais minuciosa da presença digital por tipo de tutela e também por localização geográfica. Tais resultados poderiam enriquecer o panorama da presença digital dos museus da RPM, oferecendo uma compreensão mais detalhada das disparidades e semelhanças entre as diferentes instituições. Acreditamos que uma análise comparativa entre os museus de diferentes regiões poderia revelar padrões de boas práticas e estratégias eficazes, contribuindo para o desenvolvimento de diretrizes que promovam uma transição digital mais equitativa e abrangente em conformidade com a escala dos museus. Ainda, uma análise da presença digital de um grupo de museus de outro país também seria importante para a comparar dados com a realidade portuguesa. Em uma situação mais pontual, que julgamos pertinente diante da nova definição de museus de 2022 e dos incentivos promovidos tanto pelo ICOM²¹⁸ quanto pelo Ibermuseos²¹⁹, acreditamos que seria relevante conduzir uma investigação sobre a disponibilidade de informações acerca de práticas sustentáveis nos websites ou plataformas digitais dos museus da RPM que possam estar em desenvolvimento. Finalmente, a realização de um novo estudo ao final desta década, que analise a presença digital e avalie o quão próximos os museus da RPM estarão da maturidade digital, é pertinente para obter um diagnóstico atualizado e documentar sua trajetória histórica.

²¹⁸ <https://icom.museum/en/news/sustainability-everyone-has-a-part-to-play/>

²¹⁹ <https://www.iber museos.org/recursos/noticias/presentamos-la-gua-de-autoevaluacin-en-sostenibilidad-de-museos-exclusiva-e-innovadora-herramienta-para-fomentar-prcticas-sostenibles/>

Referências Bibliográficas

Fontes consultadas

- Afonso, C. A. (2014). *A Utilização de Plataformas de Social Media pelos Museus Portugueses* [Dissertação de Mestrado em em Gestão e Estudos da Cultura]. <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/9446/1/TESE.pdf>
- Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis: de onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 35(4), 1–11. <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1790029>
- Arquivo.pt - pesquisa páginas do passado! (s.d.). Arquivo.pt. <https://arquivo.pt/>
- AVICOM. (2023). *AVICOM F@IMP*. Faimpavicom.org. <https://faimpavicom.org/#/home>
- Barekyan, K., & Peter, L. (2023). Digital learning and education in museums: Innovative approaches and insights. Em *NEMO - Network of European Museum Organizations*. https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/Publications/NEMO_Working_Group_LEM_Report_Digital_Learning_and_Education_in_Museums_12.2022.pdf ISBN: 978-3-9822232-6-1
- Barry, A. (2006). *Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2006: Papers: Barry, Creating A Virtuous Circle Between A Museum's On-line And Physical Spaces*. www.museumsandtheweb.com.
<https://www.museumsandtheweb.com/mw2006/papers/barry/barry.html>
- Bautista, S. S. (2014). *Museums in the digital age: changing meanings of place, community, and culture*. Altamira Press, A Division of Rowman & Littlefield.
- Berthling, J., & Engquist, A. (2007). *Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2007: Papers: Berthing, J, and A. Engquist, Transcending The Boundaries Of The Museum!* [Www.archimuse.com](http://www.archimuse.com).
<https://www.archimuse.com/mw2007/papers/berthling/berthling.html>

- Black, G. (2012). *Transforming Museums in the Twenty-first Century*. Routledge.
- Blanco, X. (2023, May 5). *Museums and YouTube: You'll never believe these 3 tips to improve your channel*. American Alliance of Museums. <https://www.aamus.org/2023/05/05/museums-and-youtube-youll-never-believe-these-3-tips-to-improve-yourchannel>
- Bonnefoit, R., & Rérat, M. (2021). *The Museum in the Digital Age*. Cambridge Scholars Publishing.
- Bowen, J. P. (2005). *A brief history of early museums online*. Www.rutherfordjournal.org. <https://www.rutherfordjournal.org/article030103.html>
- Bowen, J. P., Linsey, E., Filippini-Fantoni, S., & Bernal, I. (2007). *Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2007: Papers: Bowen, J., et al., A Museums Wiki*. Www.museumsandtheweb.com. <https://www.museumsandtheweb.com/mw2007/papers/bowen/bowen.html>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Camacho, C. F., Freire-Pignatelli, C., & Monteiro, J. S. (2001). *Linhas Programáticas da Rede Portuguesa de Museus* (1ª edição). Instituto Português de Museus e Rede Portuguesa de Museus.
- Camacho, C. F. (2005, dezembro). Editorial. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 18, 1–2.
- Camacho, C. F. (2010). Rede Portuguesa de Museus (2000-2010): Balanço de uma revolução tranquila. *Museologia.pt*, 4, 10–33.
- Camacho, C. F. (2014). Na Senda das Redes: Caminhos e Descaminhos da Museologia no Portugal Democrático. *Revista Da Faculdade de Letras*, XIII, 249–259. <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/13000.pdf>

- Camacho, C. (coord.) Carvalho, A., Ferreira, E., Fernandes, I., Varejão, J., Silva, R. H. da, Jerónimo, R., F., Brighenti, S. B., Julião, B., Alípio, E., Moura, L., Vargas, R., & Ferreira, T. (2021). Grupo de Projeto Museus no Futuro - Relatório Final. Em *Património Cultural*. Direção-Geral do Património Cultural.
<https://www.patrimoniocultural.gov.pt/en/news/presentations/edicoes-digitais-do-relatorio-final-e-do-sumario-executivo-do-grupo-de-projeto-museus-no-futuro/>
- Camacho, C. F. (2022, dezembro 12). *RPM, entre a utopia, as políticas e a participação: algumas notas para a (re)perspetivação do futuro*. Património-Pt.
<https://www.patrimonio.pt/post/rpm-entre-a-utopia-as-pol%C3%ADticas-e-a-participa%C3%A7%C3%A3o-algumas-notas-para-a-re-perspetiva%C3%A7%C3%A3o-do-futuro>
- Campos, A. M., Crespo, M., Freire, C. J., Magno, S., Leite, R., & Victor, I. (2012). *Relatório de atividades 2011*. Rede Portuguesa de Museus.
- Canelas, L. (2023, junho 22). *Uma empresa pública para os museus e monumentos, um instituto para a salvaguarda do património*. PÚBLICO.
<https://www.publico.pt/2023/06/22/culturaipilon/noticia/empresa-publica-museus-monumentos-instituto-salvaguarda-2054339>
- Capriotti, P., & Díaz, J. C. L. (2018). Facebook as a dialogic communication tool at the most visited museums of the world. *El Profesional de La Información*, 27(3), 642–650.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.17>
- Cardoso, R. A. (2022). *Os museus e os conteúdos digitais na Internet e nas redes sociais online: a perspetiva dos públicos* [Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura].
<http://hdl.handle.net/10071/26749>
- Carvalho, A. (2008, junho). Os blogs como instrumentos de trabalho para a Museologia. *INFORMAÇÃO ICOM.PT, Série II* (N.1º), 3–7.
- Carvalho, A., & Matos, A. (2018). Museum Professionals in a Digital World: Insights de a Case

- Study in Portugal. *Museum International*, 34–47. <https://doi.org/10.1111/muse.12191>
- Carvalho, A., & Matos, A. (2019, novembro). Museus e sociedade digital: realidades e desafios em Portugal. *Revista de Museus*, N^o 2, 8–23.
http://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/26032/3/Carvalho_e_Matos_Museus_e_sociedade_digital_realidades_e_desafios_em_Portugal.pdf
- Carvalho, J. N. da S. (2014). A adoção de social media por museus como uma ferramenta de comunicação: proposta de um modelo para o desenho de estratégias de comunicação [Tese de Doutoramento]. Em *ria.ua.pt*. <http://hdl.handle.net/10773/12338>
- Carvalho, M. C., & Martins, A. S. (1999). O Matriz no Museu Nacional de Arqueologia. *O Arqueólogo Português, Série IV* (17), 101–109.
https://www.museunacionalarqueologia.gov.pt/arqueologoportugues/o_arqueologo_portugues/serie_4/volume_17/matriz.pdf
- Carvalho, R. M. R. (2020). Marketing em questão: narrativas e impactos sobre a imagem pública e a gestão de museus. *Museologia & Interdisciplinaridade*, 9(Especial), 188–202. <https://doi.org/10.26512/museologia.v9iEspecial.%2031815>
- Castells, M. (2009). Museums in the Information Era: cultural connectors of time and space. Em R. Parry (Ed.), *Museums in a Digital Age* (pp. 425–434). Routledge.
- Cidades e Regiões Digitais. (2008, março 12). *Viseu Digital*. Arquivo.pt.
https://arquivo.pt/wayback/20080312015256/http://www.cidadesregioesdigitais.pt/index.php?option=com_content&task=section&id=42&Itemid=111
- Coelho, A. P. (2010, setembro 13). *IMC diz que são de má-fé críticas ao programa ProMuseus*. PÚBLICO. <https://www.publico.pt/2010/09/14/jornal/imc-diz-que-sao-de-mafe-criticas-ao-programa-promuseus-20198041>
- Correia, P. (2021, setembro). *Programa ProMuseus apoia 59 projetos com 1,8 ME e continua em 2022*. Jornal de Notícias. <https://www.jn.pt/artes/programa-promuseus-apoia-59-projetos-com-18-me-e-continua-em-2022--14101456.html/>

- Costa, P. F. da. (2009). *Museus e Património Imaterial: agentes, fronteiras, identidades*, Lisboa, Instituto dos Museus e da Conservação, Softlimits. Em *Academia.edu*.
https://www.academia.edu/6972947/COSTA_Paulo_Ferreira_da_Ed_2009_Museus_e_Patrim%C3%B3nio_Imaterial_agentes_frenteiras_identidades_Lisboa_Instituto_dos_Museus_e_da_Conserva%C3%A7%C3%A3o_Softlimits?auto=download
- Costa, P. F. da. (2010, dezembro). Instituto dos Museus e da Conservação: programa para a salvaguarda do património cultural imaterial em portugal. *Pedra & Cal*, 48, 8–11.
- Cunha, C., & Morais, E. P. (2021). Estratégias de comunicação web dos museus portugueses: museus nacionais versus fundações. *Journal of Tourism & Development*, 37, 125–136.
<https://doi.org/10.34624/rtd.v37i0.26362>
- Curvelo, A. (2009). Museus e inovação tecnológica. *Museologia.pt*, 3, 127–128.
- Dawson, A. (2023, março). *Revealed: the top 20 most popular art museums on social media in 2023*. The Art Newspaper - International Art News and Events.
<https://www.theartnewspaper.com/2023/03/27/museums-social-media-booms-thanks-to-anniversaries-and-blockbusters>
- De Caro, S., Spagnolo, L., & Di Blas, N. (2010). *Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2010: Papers: De Caro, S., et al., Em Search of Novel Ways to Design Large Cultural Web Sites*. Www.archimuse.com.
<https://www.archimuse.com/mw2010/papers/decaro/decaro.html>
- Dickinson, G. (2018). Museum rhetoric: Building civic identity in national spaces. *Quarterly Journal of Speech*, 104(4), 462–466.
- Direção-Geral do Património Cultural. (s.d.-a). *Matriz*. Www.matriz.dgpc.pt. Acessado em agosto 24, 2023, de <http://www.matriz.dgpc.pt/index.php>
- Direção-Geral do Património Cultural. (s.d.-b). *Rede Portuguesa de Museus*.
Www.patrimoniocultural.gov.pt. Acessado em novembro 16, 2022, de <https://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/>

- Direção Regional do Património Cultural. (2023). *Programa de apoio a museus da Rede Portuguesa de Museus - ProMuseus*. Património Cultural.
<https://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/programa-de-apoio-financeiro-museus-da-rede-portuguesa-de-museus-promuseus/>
- Direção-Geral do Património Cultural. (s.d.-a). *Apresentação*. MatrizPix. Acessado em fevereiro 22, 2024, de <http://www.matrizpix.dgpc.pt>
- Direção-Geral do Património Cultural. (s.d.-b). *Matriz PCI*. [Www.matrizpci.dgpc.pt](http://www.matrizpci.dgpc.pt). Acessado em fevereiro 23, 2024, de <http://www.matrizpci.dgpc.pt/MatrizPCI.Web/Pages/CronologiaPortugal>
- Direção-Geral do Património Cultural. (s.d.-c). *MatrizNet: Conteúdos e Objetivos*. [Www.matriznet.dgpc.pt](http://www.matriznet.dgpc.pt). Acessado em fevereiro 17, 2024, de <http://www.matriznet.dgpc.pt/matriznet/Apresentacao.aspx>
- Duarte, A. (2012). Museus portugueses de 1974 à atualidade: da resolução de problemas funcionais à comunidade. *Em Questão, Porto Alegre*, 18(1), 15–30.
<https://hdl.handle.net/10216/63582>
- Ellis, M., & Kelly, B. (2007). *Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2007: Papers: Ellis, M., and B. Kelly, Web 2.0: How to Stop Thinking and Start Doing: Addressing Organisational Barriers*. Museumsandtheweb.com.
<https://www.museumsandtheweb.com/mw2007/papers/ellis/ellis.html>
- Expresso. (1999). Tesouro da Sé na Web. *Expresso*.
- Faber, M. H. (s.d.). *Theme: Social Media*. AVICOM. Acessado em agosto 21, 2023, de <https://avicom.mini.icom.museum/theme-social-media/#>
- Faber, M. H., Henkel, M., & Eulenstein, M. L. (2022, dezembro). *The COVID19–Challenge: Museums and their digital engagement in times of crises*. AVICOM; ICOM-MPR / ICOM-AVICOM in cooperation with ICOM Germany.

- Fernández, L. A. (1999). *Museología y museografía*. Cultura Artística.
- Filipe, G., & Camacho, M. C. F. (2018). Que futuro queremos dar ao(s) museu(s)? Algumas questões da museologia contemporânea, entre o panorama mundial e a situação em Portugal. *RP – Revista Património*, 5, 49–59.
- Gaia, G., Boiano, S., Bowen, J. P., & Borda, A. (2020). Museum websites of the first wave: The rise of the virtual museum. *Research Open (London South Bank University)*.
<https://doi.org/10.31235/osf.io/d8q2c>
- Garcia, J. L., Teixeira Lopes, J., Duarte Martinho, T., Neves, J. S., Gomes, R. T., & Borges, V. (2016). Mapping cultural policy in Portugal: From incentives to crisis. Em *International Journal of Cultural Policy*.
https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/25038/1/ICS_JLGarcia_TDMartinho_Mapping_ARI.pdf
- García-Madariaga, J., Recuero Virto, N., & Blasco López, F. (2017). The influence of museums' websites on users' intentions. *ESIC MARKET Economic and Business Journal*, 48(2). <https://doi.org/10.7200/esicm.157.0482.4>
- Giannini, T., & Bowen, J. P. (2019). *Museums and Digital Culture: New Perspectives and Research*. Springer International Publishing.
- Gonzalez, R. (2017, fevereiro). *Keep the Conversation Going: How Museums Use Social Media to Engage the Public*. The Museum Scholar.
<https://articles.themuseumsscholar.org/2017/02/06/vol1no1gonzalez/>
- Henriques, R. (2004). *Museus virtuais e cibermuseus: A internet e os museus*. Global Heritages.
<https://globalherit.hypotheses.org/museu-afrodigital-estacao-portugal/museus-virtuais-e-cibermuseus-a-internet-e-os-museus>
- Homem, P. M. (2021). *Museus e Formação: Novas Competências para a Transformação Digital*. Universidade do Porto / Faculdade de Letras (FLUP) / Departamento de Ciências e Técnicas do Património (DCTP). <https://hdl.handle.net/10216/139649>

- International Council of Museums (ICOM). (2022). *Definição: Museu*. ICOM Portugal.
<https://icom-portugal.org/recursos/definicoes/>
- Instituto dos Museus e da Conservação. (2008). *Relatório de atividades 2007*. Ministério da Cultura.
- Instituto dos Museus e da Conservação. (2010). *Relatório de atividades 2009*. Ministério da Cultura.
- Instituto dos Museus e da Conservação. (2011). *Relatório de atividades 2010*. Ministério da Cultura.
- Instituto Português de Museus. (2004). *Relatório IPM 2003* (pp. 61–66). Instituto Português de Museus.
- Jornal de Notícias. (2011, maio 30). *Portal sobre património imaterial lançado quarta-feira*.
Jornal de Notícias. <https://www.jn.pt/artes/amp/portal-sobre-patrimonio-imaterial-lancado-quarta-feira-1865415.html/>
- Kane, G., Palmer, D., Phillips, A., Kiron, D., & Buckley, N. (2017). *Achieving Digital Maturity Adapting Your Company to a Changing World*. MIT Sloan Management Review.
<http://marketing.mitsmr.com/offers/DL2017/59180-MITSMR-Deloitte-Digital-Report-2017.pdf>
- Kelly, L. (2011). The twenty-first century museum: the museum without walls. *Editing and Audience Research*. <https://musdigi.wordpress.com/wp-content/uploads/2021/10/museumwithoutwallspaperforweb.pdf>
- Knell, S. J. (2009). The shape of things to come: Museums in the technological landscape-. Em R. Parry (Ed.), *Museums in a Digital Age* (pp. 435–451). Routledge.
- Lagarto, J. R. (2018). Tecnologias (digitais) e património cultural. Em *Património cultural e transformação digital* (pp. 82–101). Universidade Católica Editora.
- Lima dos Santos, M. de L., Henriques da Silva, R., Cordeiro, I., Garrett Pinho, E., & da Cunha Freitas, I. (2000). *Inquérito aos museus em Portugal*. IPM.

- Liu, A. H. Y., McDaid, S., Bowen, J. P., & Beazley, I. (2010). *Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2010: Papers: Liu, A., et al., Dulwich OnView: A Museum Blog Run by the Community for the Community*. Www.archimuse.com.
<https://www.archimuse.com/mw2010/papers/liu/liu.html>
- Luís Raposo regressa ao ProMuseus. (2010, setembro 15). PÚBLICO.
<https://www.publico.pt/2010/09/16/jornal/luis-raposo-regressa--ao-promuseus-20212786>
- Lusa. (2023, junho). *Ministro da Cultura promete “relação mais horizontal” dos museus com a tutela*. PÚBLICO; Público.
<https://www.publico.pt/2023/06/15/culturaipilon/noticia/ministro-cultura-promete-relacao-horizontal-museus-tutela-2053485>
- Macedo, L. (2005). Políticas para a sociedade da informação em Portugal: da concepção à implementação. *Comunicação E Sociedade*, 7, 67–89.
<https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1347/1329>
- Macedo, S. (2014). *Os serviços online dos museus portugueses - A perspetiva dos diretores dos museus* [Dissertação de Mestrado em Gestão de Serviços]. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/76962/2/33083.pdf>
- Marecos, C. T. S. L. (2009). *O conceito de marketing cultural aplicado à museologia contemporânea em Portugal* [Mestrado em Arte, Património e Teoria do Restauro].
https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/1752/1/22013_ulfl070661_tm.pdf
- Maryville University. (2020, May 28). *The evolution of social media: How did it begin and where could it go next?* Maryville Online; Maryville University.
<https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/>
- Matos, A. (2007). *Os sistemas de informação na gestão de colecções museológicas: contribuições para a certificação de museus* [Dissertação de Mestrado].
<https://hdl.handle.net/10216/13038>

- Matos, A. (2009). Sistemas de gestão de coleccções museológicas: que futuro? *Museologia.pt*, 3, 139–144.
- Matos, A. (2012). *SPECTRUM: Uma norma de gestão de coleções para os museus portugueses* (pp. 240–268) [Tese de Doutoramento]. <https://hdl.handle.net/10216/67304>
- Matriz DGPC. (s.d.). *Evolução*. [Www.matriz.dgpc.pt](http://www.matriz.dgpc.pt). Acessado em agosto 23, 2023, de http://www.matriz.dgpc.pt/pt_evolucao.php
- Mineiro, C., Garcia, A., & Neves, J. (2017). Guia de boas práticas de acessibilidade comunicação inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus. Em *Acessibilidade.gov.pt* (pp. 49–61). Turismo de Portugal, I. P. Direção Geral do Património Cultural. <https://www.acessibilidade.gov.pt/>
- Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. (2014). *Foi publicada a tradução autorizada em português europeu das WCAG 2.0*. *Acessibilidade.gov.pt*. <https://arquivo.pt/wayback/20170221175436/http://www.acessibilidade.gov.pt/arquivo/874>
- Monteiro, J. S., & Silva, R. F. da. (2009). Museus na Rede: A presença dos museus portugueses na Internet. *Museologia.pt*, 3, 155–163.
- Moreira, Á., Paulo, D., Roque, F., Pinto, I., Pizarro, M., & Jerónimo, R. (2023). Relatório do Grupo de Trabalho sobre a Rede Portuguesa de Museus. Em <https://www.culturaportugal.gov.pt/media/12431/rede-museus-brochura-vpdf.pdf>. Ministério da Cultura.
- Moura, V. L. T. F. (2012). *Os Sítios Web dos Museus Portugueses: análise de conteúdos, atividades em linha para crianças e uso de ferramentas Web 2.0* [Dissertação de Mestrado]. <http://hdl.handle.net/11328/635>
- Mourão, T., & Fradique, N. (2019). Portugal Rede Portuguesa de Museus no registo de Museus Ibero-Americano. Em *Registo de Museus Ibero-Americanos*. Ministério da Cultura de Portugal. <http://www.rmiberoamericanos.org/Documentos/00fc3cd4-bda8-30c2-a532->

b7126cde002d.pdf

Museus e Monumentos de Portugal. (2024, junho). *Raiz: Museus e Monumentos de Portugal salvaguarda e renova plataforma de gestão e divulgação de bens culturais* [Nota à comunicação social].

Network of European Museum Organizations. (2021). *Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe Final Report Follow-up Survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe - Final Report*.

<https://www.ne->

[mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf](https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf)

Neves, J. S., & Santos, J. (2021, May). *Os museus da Rede Portuguesa de Museus em 2021*.

OPAC - Observatório Português Das Atividades Culturais - Observatório Português Das Atividades Culturais. CIES-Iscte. https://www.opac.cies.iscte-iul.pt/files/ugd/ee1de0_7049a94e9f684091a04b5c1e957561c3.pdf

Neves, J. S., Santos, J., & Ferreira, L. (2023). *Os museus da Rede Portuguesa de Museus em 2022*. OPAC - Observatório Português das Atividades Culturais - Observatório Português das Atividades Culturais - CIES-Iscte.

<https://doi.org/10.15847/CIESOPACIC022023>

Neves, J., Santos, J., & Lima, M. J. (2013). *O Panorama Museológico em Portugal. Os Museus e a Rede Portuguesa de Museus na Primeira Década do Século XXI*. Direção-Geral do Património Cultural. <http://hdl.handle.net/10071/11915>

Novo Matriz - Inventário e Gestão de Colecções Museológicas. (2001, dezembro 24).

Arquivo.pt.

<https://arquivo.pt/wayback/20011224173105/http://www.ipmuseus.pt:80/portu/noticias/noticias.htm>

Oleiro, M. B. (2009). Sistema de inventário, documentação, gestão e divulgação de coleccções

- do Instituto de Museus e da Conservação. *Museologia.pt*, 3, 131–137.
- Oliveira, J. N., Leonel, S., & Amaral, L. (2003). Guia de boas práticas na construção de web sites da administração directa e indirecta do Estado. Em *Handle.net*. <https://doi.org/972-98921-0-5>
- Oliveira, S. M. R. de, & Silva, B. D. (2007). *Os museus e a internet: a necessidade de um agir comunicacional*. Repositorium.sdum.uminho.pt; Universidade do Minho. Centro de Competência TIC (CCTIC UM). <https://hdl.handle.net/1822/18069>
- Património Cultural. (2018). *Museu Nacional de Arqueologia tem novo website*. Direção Geral Do Património Cultural. www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/news/museus-monumentos-e-palacios/nova-pagina-electronica-wwwmuseunacionalarqueologiagovpt-esta-no/
- Património Cultural. (2019). Resultados do programa de apoio a museus da rede portuguesa de museus – Promuseus 2019. Em *patrimoniocultural.gov.pt*. <http://patrimoniocultural.gov.pt/pt/news/projetos/resultados-promuseus-2019/>
- Património Cultural. (2021). Divulgação projetos apoiados ProMuseus 2021. Em *Patrimoniocultural.gov.pt* <http://patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/programa-de-apoio-financieiro-museus-da-rede-portuguesa-de-museus-promuseus/>.
[DIVULGACAO_projetos_apoiadosProMuseus2021.pdf](#)
- Pedro, A. R. (2009). *Os museus e a Web 2.0: Os Sítios Web dos Museus Portugueses* [Dissertação de mestrado em Ciência da Informação]. <https://hdl.handle.net/1822/9674>
- Philp, S., & Heal, S. (2022). Digital Impact in Museums & Galleries. Em <https://www.museumsassociation.org/>. The Museums Association. https://www.museumsassociation.org/app/uploads/2022/12/DIMG-Report_December_V3.pdf
- Pinho, J. M. B. C. (2007). Museus e internet. Recursos online nos sitios web dos museus nacionais portugueses. *Revista TEXTOS de La CiberSociedad*, 8.

<http://hdl.handle.net/10451/29013>

PPortodosMuseus - Cultura, Património, Museus e Indústrias Criativas. (s.d.). Pporto.pt.

Acessado em fevereiro 8, 2023, de <https://www.pportodosmuseus.pt/>

Price, K., & James, D. (2018). *Structuring for Digital Success: A Global Survey of How Museums and Other Cultural Organizations Resource, Fund, and Structure Their Digital Teams and Activity*. <https://mw18.mwconf.org/paper/structuring-for-digital-success-a-global-survey-of-how-museums-and-other-cultural-organisations-resource-fund-and-structure-their-digital-teams-and-activity/>

Raposo, L. (2008, junho). Editorial. *INFORMAÇÃO ICOM.PT, Série II* (N.1º), 1–2.

Rede Portuguesa de Museus. (2001a, junho). Apresentação pública da Rede Portuguesa de Museus. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 1, 2–3.

Rede Portuguesa de Museus. (2001b). ICOM 2001 Conferência inaugural de Manuel Castells. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 2, 15.

Rede Portuguesa de Museus. (2001c, novembro). Programa de Apoio à Qualificação de Museus. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 2, 4–6.

Rede Portuguesa de Museus. (2002a, junho). Novas Adesões à Rede Portuguesa de Museus – 2002. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 4, 1–3.

Rede Portuguesa de Museus. (2002b, dezembro). “Web d’art d’or 2002” para o site do Museu Nacional de Arqueologia. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 6, 22–23.

Rede Portuguesa de Museus. (2002c, dezembro). PAQM –Programa de Apoio à Qualificação de Museus - Projetos apoiados em 2002. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 6, 4–6.

Rede Portuguesa de Museus. (2003a, junho). Fichas de apresentação dos Museus RPM no site da RPM. *Rede Portuguesa de Museus*, 8, 6.

Rede Portuguesa de Museus. (2003b, junho). Novas adesões à Rede Portuguesa de Museus.

Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus, 8, 4–5.

Rede Portuguesa de Museus. (2003c, dezembro). PAQM – Programa de Apoio à Qualificação de Museus – Projectos apoiados em 2003. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 10, 1–4.

Rede Portuguesa de Museus. (2004a, março). RPM – actividades para 2004. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 11, 7.

Rede Portuguesa de Museus. (2004b, setembro). Reapreciação de candidaturas de museus em processo de adesão à RPM. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 13, 4–5.

Rede Portuguesa de Museus. (2004c, dezembro). PAQM – Programa de Apoio à Qualificação de Museus – Projectos apoiados em 2004. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 14, 1–4.

Rede Portuguesa de Museus. (2006, junho). PAQM 2005 – Projectos apoiados. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 20, 3–4.

Rede Portuguesa de Museus. (2007, março). RPM – Balanço do ano de 2006 e Plano para 2007. *Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 23, 1–6.

Rede Portuguesa de Museus. (2008, dezembro). O IMC dispõe de um novo recurso on-line: o MatrizPIX. *Museus Em Rede - Boletim Da Rede Portuguesa de Museus*, 30, 4.

Rede Portuguesa de Museus. (2009, março). Novo portal do IMC na internet. *Museus Em Rede - Boletim Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus*, 31, 32.

Rede Portuguesa de Museus. (2011). MATRIZ - Sistemas para inventário, gestão e divulgação de património. *Museus Em Rede - Boletim Da Rede Portuguesa de Museus*, 39, 9–10.

Remelgado, A. P. S. L. (2015). Estratégias de comunicação em museus. Instrumentos de gestão em Instituições Museológicas [Tese de Doutoramento]. Em *repositorio-aberto.up.pt*.
<https://hdl.handle.net/10216/109315>

República Portuguesa, & Património Cultural. (2021). *Informação ProMuseus 2019 e 2021*.

- Ribeirinho, I. R. R. (2015). Um lugar para se estar. Estratégias de comunicação que estimulem a participação de jovens na vida dos museus [Dissertação de Mestrado]. Em *Handle.net*.
<http://hdl.handle.net/10362/15323>
- Richardson, J. (2020, maio). *Planning your museums website redevelopment*. MuseumNext.
<https://www.museumnext.com/article/planning-your-museums-website-redevelopment/>
- Roberto, F. (2008). *Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2008: Paper: Roberto, F., Exploring Museum Collections On-line: The Quantitative Method*.
[Www.archimuse.com](http://www.archimuse.com).
<https://www.archimuse.com/mw2008/papers/roberto/roberto.html>
- Rocha, J. M. (1999). Polícia Judiciária apresentou catálogo de obras furtadas de colecções públicas Catalogar a Arte Roubada para Prevenir. *Público*.
- Roque, M. I. (2018). *Património Cultural e Transformação Digital* (pp. 21–31). Universidade Católica Editora.
- Saha, R. (2019, abril 29). *Digital Engagement Strategies for the 21st Century Museum*. Arts Management and Technology Laboratory. <https://amt-lab.org/blog/2019/4/digital-engagement-strategies-for-the-21st-century-museum>
- Salema, I. (2023, junho 23). *Museus, sem autonomia mas mais ágeis, vão poder angariar receitas*. PÚBLICO. <https://www.publico.pt/2023/06/23/culturaipilon/noticia/museus-autonomia-ageis-vaao-reter-receitas-2054489>
- Santos, J., Serôdio, C., & Ferreira, F. (2017). Diagnóstico aos Sistemas de Informação nos Museus Portugueses: Relatório final. Em <https://bad.pt>. Grupo de Trabalho Sistemas de Informação em Museus (GT-SIM) da Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas (BAD). https://noticia.bad.pt/wp-content/uploads/2017/06/GTSIM_DSIM_Relat%C3%B3rioFinal.pdf
- Santos, M. L. L. dos, Neves, J. S., Santos, J. A., & Saldanha, J. (2005). *O Panorama Museológico em Portugal [2000-2003]*. PM/RPM e OAC.

- Santos, R. A. (2000). A nova imagem do IPM. *Arte Ibérica*, 4(36), 48–49.
- Santos-Silva, D., Flores, A. M., & Centeno, M. J. (2021). *Inovação Digital nos Museus Portugueses Um Estudo de Plataformas, Formatos e Narrativas*. ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://doi.org/10.34619/y5c0-v3qo>
- Sapo. (2004, janeiro 19). *POSI e POCTI reestruturados e reforçados com reserva de fundos comunitários*. SAPO Tek. <https://tek.sapo.pt/noticias/negocios/artigos/posi-e-pocti-reestruturados-e-reforçados-com-reserva-de-fundos-comunitarios>
- SapoTek. (2002). *ParaRede e IPM lançam MatrizWeb para divulgação de colecções na Web*. SAPO Tek. <https://tek.sapo.pt/noticias/internet/artigos/pararede-e-ipm-lancam-matrizweb-para-divulgacao-de-coleccoes-na-web>
- Schweibenz, W. (2004). The Development of Virtual Museums. *ICOM NEWS*, 3, 3. https://www.researchgate.net/profile/Werner-Schweibenz/publication/240296250_The_Development_of_Virtual_Museums/links/5862304c08aebf17d3950d65/The-Development-of-Virtual-Museums.pdf
- Schweibenz, W. (2019). The Virtual Museum: an Overview of its Origins, Concepts, and Terminology. *The Museum Review*, 4(1), 2–28. https://www.researchgate.net/profile/Werner-Schweibenz/publication/335241270_The_virtual_museum_an_overview_of_its_origins_concepts_and_terminology/links/5d5ac020a6fdcc55e8192ede/The-virtual-museum-an-overview-of-its-origins-concepts-and-terminology.pdf
- Silva, D., Flores, A. M., & Centeno, M. J. (2021). *Inovação Digital nos Museus Portugueses - Um estudo de Plataformas, Formatos e Narrativas*. Em https://run.unl.pt/bitstream/10362/141086/1/Relatorio_ObiMedia_1_Nov2021.pdf. ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA.
- Soares Neves, J., Santos, J., & Ferreira, L. (2023, maio 18). *Os museus da Rede Portuguesa de Museus em 2022*. Observatório Português das Atividades Culturais. CIES-Iscte.

<https://doi.org/10.15847/CIESOPACIC022023>

Soares, J., Alves, N., & Santos, D. (2006). *Os Museus em Portugal no período 2000-2005:*

Dinâmicas e tendências. [https://icom-](https://icom-portugal.org/multimedia/File/OAC%20Museus%20em%20Portugal%202000-2005.pdf)

[portugal.org/multimedia/File/OAC%20Museus%20em%20Portugal%202000-2005.pdf](https://icom-portugal.org/multimedia/File/OAC%20Museus%20em%20Portugal%202000-2005.pdf)

Tallon, L. (2017, outubro). *Digital Is More Than a Department, It Is a Collective Responsibility.*

Metmuseum.org. [https://www.metmuseum.org/blogs/now-at-the-met/2017/digital-](https://www.metmuseum.org/blogs/now-at-the-met/2017/digital-future-at-the-met)

[future-at-the-met](https://www.metmuseum.org/blogs/now-at-the-met/2017/digital-future-at-the-met)

Teather, L. (1998, Março). *A Museum is a Museum is a Museum...Or Is It?: Exploring*

Museology and the Web. Www.archimuse.com.

https://www.archimuse.com/mw98/papers/teather/teather_paper.html

Teather, L., & Wilhelm, K. (1999). *Web musing: evaluating museums on the web de learning*

theory to methodology. Museums and the Web.

[https://www.academia.edu/1448925/Web_musing_evaluating_museums_on_the_web](https://www.academia.edu/1448925/Web_musing_evaluating_museums_on_the_web_de_learning_theory_to_methodology)

[de_learning_theory_to_methodology](https://www.academia.edu/1448925/Web_musing_evaluating_museums_on_the_web_de_learning_theory_to_methodology)

Teixeira, M. L. (2020). *Os Impactos da Cultura Digital na Comunicação em Museus - Um*

olhar sobre a Comunicação Digital dos Museus Nacionais em Portugal [Dissertação de

Mestrado em Museologia]. <https://hdl.handle.net/10216/130636>

Tribunal de Contas. (2005). Auditoria aos sistemas de gestão do Programa Operacional

Sociedade de Programa Operacional Sociedade de Informação – QCA III QCA III. Em

Tribunal de Contas. [https://www.tcontas.pt/pt-](https://www.tcontas.pt/pt-pt/ProdutosTC/Relatorios/RelatoriosAuditoria/Documents/2005/rel032-2005-2s.pdf)

[pt/ProdutosTC/Relatorios/RelatoriosAuditoria/Documents/2005/rel032-2005-2s.pdf](https://www.tcontas.pt/pt-pt/ProdutosTC/Relatorios/RelatoriosAuditoria/Documents/2005/rel032-2005-2s.pdf)

Tual, M. (2024, fevereiro 4). Is Facebook “outdated?” Twenty years on, why the social media

platform is still the most popular. *Le Monde.fr.*

[https://www.lemonde.fr/en/pixels/article/2024/02/04/is-facebook-outdated-twenty-](https://www.lemonde.fr/en/pixels/article/2024/02/04/is-facebook-outdated-twenty-years-on-why-the-social-network-is-still-the-most-popular_6491691_13.html)

[years-on-why-the-social-network-is-still-the-most-popular_6491691_13.html](https://www.lemonde.fr/en/pixels/article/2024/02/04/is-facebook-outdated-twenty-years-on-why-the-social-network-is-still-the-most-popular_6491691_13.html)

Universidade do Minho, & Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. (1997). *Projeto*

Geira - Relatório de Atividades - Ano de 1997.

Universidade do Minho, & Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. (1998). *Projeto*

Geira - Relatório de Atividades - Ano de 1998.

Veiga, A. F. (2020). *Estratégias Digitais, Redes Sociais Online e Museus: O Caso Português*

Durante a Época Pandémica COVID 19 [Mestrado em Comunicação, Cultura e

Tecnologias da Informação Especialização em Internet e Comunicação em Rede].

<http://hdl.handle.net/10071/22159>

Veiga, P. A. (2020). *O museu de tudo em qualquer parte: Arte e cultura digital: Interferir e*

curar (pp. 232–250). Grácio Editor.

Vlachou, M. (2002). Marketing de museus: será que afinal é só o termo que incomoda. *Boletim*

Trimestral Da Rede Portuguesa de Museus, 6, 12–14.

Winesmith, K., & Anderson, S. (2020). *The digital future of museums: conversations and*

provocations. Routledge.

Legislação consultada

Decreto-Lei n.º 278/91, de 9 de agosto (1991). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/278-679835>

Decreto-Lei n.º 161/97, de 26 de junho (1997). Diário da República.

<https://dre.tretas.org/dre/82742/decreto-lei-161-97-de-26-de-junho>

Decreto-Lei n.º 398/99, de 13 de outubro (1999). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/398-1999-662122>

Decreto-Lei n.º 97/2007 de 29 de março (2007). Diário da República.

https://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/conservacao_e_restauracao_ljf/dl_97-2007.pdf

Decreto-Lei n.º 115/2012, de 25 de maio (2012). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/115-2012-177827>

Decreto-Lei n.º 78/2019, de 5 de junho (2019). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/78-2019-122498959>

Decreto-lei 79/2023, de 5 de junho (2023). Diário da República

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/78-2019-122498959>

Decreto-Lei n.º 79/2023, de 4 de setembro (2023). Diário da República.

[https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/2023-](https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/2023-839652905)

[839652905](https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/2023-839652905) Diário da República n.º 171/2023, Série I de 2023-09-04

Despacho n.º 6979/2011, de 5 de maio, (2011). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/6979-2011-2120244>

Despacho n.º 6946/2014, de 28 de maio, (2014). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/6946-2014-25706851>

Despacho n.º 9469/2015, de 20 de agosto, (2015). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/9469-2015-70055535>

Despacho n.º 5978/2017, de 20 de junho (2017). Diário da República.

<https://files.diariodarepublica.pt/2s/2017/07/129000000/1407914079.pdf>

Despacho n.º 5976/2017, de 6 de julho (2017). Diário da República.

<https://files.diariodarepublica.pt/2s/2017/07/129000000/1407914079.pdf>

Despacho n.º 8325/2018, de 27 de agosto (2018). Diário da República.

<https://files.diariodarepublica.pt/2s/2018/08/164000000/2387523875.pdf>

Despacho n.º 3468/2019, de 15 de março (2019). Diário da República.

<https://files.diariodarepublica.pt/2s/2019/03/062000000/0961909620.pdf>

Despacho n.º 9/2019, de 1 de abril (2019). Diário da República.

<https://files.diariodarepublica.pt/2s/2019/04/064000000/1018710188.pdf>

Despacho n.º 3533/2021, 5 de abril (2021). Diário da República.

<https://files.diariodarepublica.pt/2s/2021/04/065000000/0004000040.pdf>

Despacho 8332/2021, de 23 de agosto (2021). Diário da República.

<https://files.diariodarepublica.pt/2s/2021/08/163000000/0003600036.pdf>

Despacho n.º 11237/2022, de 19 de setembro (2022). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/11237-2022-201115571>

Despacho n.º 2854/2024, de 18 de março (2024). Diário da República.

[https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/2854-2024-8558032674 novos museus rpm](https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho/2854-2024-8558032674_novos_museus_rpm)

Despacho Normativo n.º 28/2001, de 7 de junho. Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/despacho-normativo/28-2001-322723>

Lei-Quadro dos Museus Portugueses, Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto. (2004) Diário da República.

https://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/credenciacao_de_museus/lei_dos_museus.pdf

Portaria 223/2012, de 24 de julho (2012). Diário da República.

<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/portaria/223-2012-179365> Diário da República n.º 142/2012, Série I de 2012-07-24

APÊNDICES

APÊNDICE A - Museus da Rede Portuguesa de Museus em 2024 e atualização de tutelas dos museus do Ministério da Cultura

	Nome do Museu	Tutela	Região
1	Casa Colombo - Museu de Porto Santo	Direção Regional da Cultura Madeira	Madeira
2	Casa de Camilo	Município de Vila Nova de Famalicão	Norte
3	Casa-Museu Abel Salazar	Universidade do Porto	Norte
4	Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
5	Casa-Museu Frederico de Freitas	Direção Regional da Cultura Madeira	Madeira
6	Casa-Museu Guerra Junqueiro	Câmara Municipal do Porto	Norte
7	Casa-Museu Leal da Câmara	Câmara Municipal de Sintra	LVT
8	Casa-Museu Marta Ortigão Sampaio	Câmara Municipal do Porto	Norte
9	Casa-Museu Teixeira Lopes / Galerias Diogo de Macedo	Câmara Municipal de Gaia	Norte
10	Centro Internacional de Artes José de Guimarães	Câmara Municipal de Guimarães	Norte
11	Consolata Museu Arte Sacra e Etnologia	Instituto Missionário da Consolata	LVT
12	Ecomuseu de Barroso	Associação de Barroso - Ecomuseu	Norte
13	Ecomuseu Municipal do Seixal	Câmara Municipal do Seixal	LVT
14	MUDAS. Museu de Arte Contemporânea da Madeira	Direção Regional da Cultura Madeira	Madeira
15	Museu Abade de Baçal	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Norte
16	Museu Anjos Teixeira	Câmara Municipal de Sintra	LVT
17	Museu Arqueológico do Carmo	Associação dos Arqueólogos Portugueses	LVT
18	Museu Arqueológico São Miguel de Odrinhas	Câmara Municipal de Sintra	LVT
19	Museu Bernardino Machado	Câmara Municipal de Vila Nova de Famalicão	Norte
20	Museu Biblioteca da Casa de Bragança / Paço Ducal de Vila Viçosa	Fundação da Casa de Bragança	Alentejo
21	Museu Calouste Gulbenkian	Fundação Calouste Gulbenkian	LVT

22	Museu Carlos Machado	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
23	Museu Convento dos Lóios	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira	Norte
24	Museu da Água	EPAL - Empresa Portuguesa das Águas Livres, SA	LVT
25	Museu da Aguarela Roque Gameiro	Centro de Artes e Oficina Roque Gameiro	LVT
26	Museu da Carris	Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, S.A.	LVT
27	Museu da Casa Grande	Associação Cultural Desportiva Recreativa de Freixo do Numão	Norte
28	Museu da Cidade	Câmara Municipal do Porto	Norte
29	Museu da Cidade de Aveiro	Câmara Municipal de Aveiro	Centro
30	Museu da Ciência e História Natural da Universidade de Coimbra	Universidade de Coimbra	Centro
31	Museu da Comunidade da Batalha	Câmara Municipal da Batalha	Centro
32	Museu da Fundação Arpad Szenes-Vieira da Silva	Fundação Arpad Szenes-Vieira da Silva	LVT
33	Museu da Fundação Cupertino de Miranda	Fundação Cupertino de Miranda	Norte
34	Museu da Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro e Luís Pinto Mesquita de Carvalho	Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro e Luís Pinto de Mesquita de Carvalho	Norte
35	Museu da Graciosa	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
36	Museu da Guarda	Câmara Municipal da Guarda	Centro
37	Museu da Horta	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
38	Museu da Imagem em Movimento	Câmara Municipal de Leiria	Centro
39	Museu da Indústria da Chapelaria	Câmara Municipal de São João da Madeira	Norte
40	Museu da Irmandade dos Clérigos	Irmandade dos Clérigos	Norte
41	Museu da Luz	EDIA, S.A. - Empresa de Desenvolvimento e Infra-estruturas do Alqueva, S.A	Alentejo
42	Museu da Marinha	Marinha Portuguesa	LVT
43	Museu da Marioneta	EGEAC/ Câmara Municipal de Lisboa	LVT
44	Museu da Misericórdia do Porto	Santa Casa da Misericórdia do Porto	Norte
45	Museu da Música Portuguesa - Casa Verdades de Faria	Câmara Municipal de Cascais	LVT
46	Museu da Pedra	Câmara Municipal de Cantanhede	Centro

47	Museu da Pólvora Negra	Câmara Municipal de Oeiras	LVT
48	Museu da Quinta das Cruzes	Direção Regional da Cultura Madeira	Madeira
49	Museu da Quinta de Santiago / Centro de Arte de Matosinhos	Câmara Municipal de Matosinhos	Norte
50	Museu da Saúde	Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge	LVT
51	Museu da Terra de Miranda	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Norte
52	Museu da Villa Romana do Rabaçal	Câmara Municipal de Penela	Centro
53	Museu das Artes de Sintra	Câmara Municipal de Sintra	LVT
54	Museu das Comunicações	Fundação Portuguesa das Comunicações	LVT
55	Museu das Flores	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
56	Museu de Alberto Sampaio	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Norte
57	Museu de Angra do Heroísmo	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
58	Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Norte
59	Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real	Câmara Municipal de Vila Real	Norte
60	Museu de Arte Contemporânea de Elvas	Câmara Municipal de Elvas	Alentejo
61	Museu de Arte Contemporânea de Serralves	Fundação de Serralves	Norte
62	Museu de Arte Pré-Histórica e do Sagrado do Vale do Tejo	Câmara Municipal de Mação	LVT
63	Museu de Arte Sacra do Funchal	Diocese do Funchal	Madeira
64	Museu de Artes Decorativas de Viana do Castelo	Câmara Municipal de Viana do Castelo	Norte
65	Museu de Aveiro	Câmara Municipal de Aveiro	Centro
66	Museu de Cerâmica	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
67	Museu de Cerâmica de Sacavém	Câmara Municipal de Loures	LVT
68	Museu de Francisco Tavares Proença Júnior	Câmara Municipal de Castelo Branco	Centro
69	Museu de História Natural de Sintra (Colecção Miguel Barbosa)	Câmara Municipal de Sintra	LVT
70	Museu de José Malhoa	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
71	Museu de Lamego	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Norte
72	Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior	Universidade da Beira Interior	Centro

73	Museu de Mértola	Câmara Municipal de Mértola	Alentejo
74	Museu de Olaria	Câmara Municipal de Barcelos	Norte
75	Museu de Portimão	Câmara Municipal de Portimão	Algarve
76	Museu de Santa Maria	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
77	Museu de Santa Maria de Lamas	Casa do Povo de Santa Maria de Lamas	Norte
78	Museu de São Roque	Santa Casa da Misericórdia de Lisboa	LVT
79	Museu de Setúbal - Convento de Jesus	Câmara Municipal de Setúbal	LVT
80	Museu de Vila do Conde	Câmara Municipal de Vila do Conde	Norte
81	Museu do Ar	Estado Maior da Força Aérea	LVT
82	Museu do Caramulo	Fundação Abel e João de Lacerda	Centro
83	Museu do Carro Elétrico	STCP - Sociedade de Transportes Coletivos do Porto, SA	Norte
84	Museu do Centro Hospitalar do Porto	Centro Hospitalar do Porto	Norte
85	Museu do Côa	Fundação Côa Parque	Norte
86	Museu do Douro	Fundação Museu do Douro	Norte
87	Museu do Instituto Superior de Engenharia do Porto	Instituto Superior de Engenharia do Porto	Norte
88	Museu do Mar Rei D. Carlos	Câmara Municipal de Cascais	LVT
89	Museu do Neo-Realismo	Câmara Municipal de Vila Franca de Xira	LVT
90	Museu do Oriente	Fundação Oriente	LVT
91	Museu do Papel-Moeda	Fundação Dr. António Cupertino de Miranda	Norte
92	Museu do Papel Terras de Santa Maria	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira	Norte
93	Museu do Pico / Museu dos Baleeiros	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
94	Museu do Trabalho Michel Giacometti	Câmara Municipal de Setúbal	LVT
95	Museu do Traje de Viana do Castelo	Câmara Municipal de Viana do Castelo	Norte
96	Museu dos Biscaínhos	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Norte
97	Museu dos Terceiros	Câmara Municipal de Ponte de Lima	Norte
98	Museu dos Transportes e Comunicações	Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações	Norte

99	Museu Dr. Joaquim Manso	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
100	Museu Escolar de Marrazes	Junta de Freguesia Marrazes	Centro
101	Museu Etnográfico da Madeira	Direção Regional da Cultura Madeira	Madeira
102	Museu Ferreira de Castro	Câmara Municipal de Sintra	LVT
103	Museu Francisco de Lacerda	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
104	Museu Geológico	LNEG - Laboratório Nacional de Energia e Geologia	LVT
105	Museu Marítimo de Ílhavo	Câmara Municipal de Ílhavo	Centro
106	Museu Medeiros e Almeida	Fundação Medeiros e Almeida	LVT
107	Museu Militar de Elvas	Ministério da Defesa Nacional / Estado-Maior do Exército / Direção de História e Cultura Militar	Alentejo
108	Museu Militar de Lisboa	Ministério da Defesa Nacional / Estado-Maior do Exército / Direção de História e Cultura Militar	LVT
109	Museu Militar do Porto	Ministério da Defesa Nacional / Estado-Maior do Exército / Direção de História e Cultura Militar	Norte
110	Museu Monográfico de Conimbriga - Museu Nacional	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Centro
111	Museu Municipal Abade Pedrosa	Câmara Municipal de Santo Tirso	Norte
112	Museu Municipal Amadeo de Souza-Cardoso	Câmara Municipal de Amarante	Norte
113	Museu Municipal Carlos Reis	Câmara Municipal de Torres Novas	LVT
114	Museu Municipal da Ribeira Grande	Câmara Municipal da Ribeira Grande	Açores
115	Museu Municipal da Vidigueira	Câmara Municipal da Vidigueira	Alentejo
116	Museu Municipal de Alcochete	Câmara Municipal de Alcochete	LVT
117	Museu Municipal de Aljustrel	Câmara Municipal de Aljustrel	Alentejo
118	Museu Municipal de Arqueologia de Albufeira	Câmara Municipal da Albufeira	Algarve
119	Museu Municipal de Arqueologia de Silves	Câmara Municipal de Silves	Algarve
120	Museu Municipal de Benavente - Dr. António Gabriel Ferreira Lourenço	Câmara Municipal de Benavente	LVT
121	Museu Municipal de Coimbra	Câmara Municipal de Coimbra	Centro

122	Museu Municipal de Coruche	Câmara Municipal de Coruche	LVT
123	Museu Municipal de Espinho	Câmara Municipal de Espinho	Norte
124	Museu Municipal de Esposende	Câmara Municipal de Esposende	Norte
125	Museu Municipal de Estremoz	Câmara Municipal de Estremoz	Alentejo
126	Museu Municipal de Etnografia e História da Póvoa de Varzim	Câmara Municipal de Póvoa de Varzim	Norte
127	Museu Municipal de Faro	Câmara Municipal de Faro	Algarve
128	Museu Municipal de Ferreira do Alentejo	Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo	Alentejo
129	Museu Municipal de Loulé	Câmara Municipal de Loulé	Algarve
130	Museu Municipal de Loures	Câmara Municipal de Loures	LVT
131	Museu Municipal de Ourém	Câmara Municipal de Ourém	Centro
132	Museu Municipal de Penafiel	Câmara Municipal de Penafiel	Norte
133	Museu Municipal de Santarém	Câmara Municipal de Santarém	LVT
134	Museu Municipal de Santiago do Cacém	Câmara Municipal de Santiago do Cacém	Alentejo
135	Museu Municipal de Sesimbra	Câmara Municipal de Sesimbra	LVT
136	Museu Municipal de Tavira	Câmara Municipal de Tavira	Algarve
137	Museu Municipal de Vila Franca de Xira	Câmara Municipal de Vila Franca de Xira	LVT
138	Museu Municipal Leonel Trindade	Câmara Municipal de Torres Vedras	LVT
139	Museu Municipal Santos Rocha	Câmara Municipal de Figueira da Foz	Centro
140	Museu Nacional da Imprensa	Associação Museu de Imprensa - AMI	Norte
141	Museu Nacional da Música	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
142	Museu Nacional de Arqueologia	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
143	Museu Nacional de Arte Antiga	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
144	Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
145	Museu Nacional de Etnologia	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
146	Museu Nacional de História Natural e da Ciência	Universidade de Lisboa	LVT
147	Museu Nacional de Machado de Castro	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Centro

148	Museu Nacional de Soares dos Reis	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Norte
149	Museu Nacional do Azulejo	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
150	Museu Nacional do Teatro e da Dança	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
151	Museu Nacional do Traje	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
152	Museu Nacional dos Coches	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
153	Museu Nacional Ferroviário Armando Ginestal Machado	Fundação Museu Nacional Ferroviário	LVT
154	Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo - Museu de Évora	Museus e Monumentos	Alentejo
155	Museu Nacional Grão Vasco	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Centro
156	Museu Nogueira da Silva	Universidade do Minho	Norte
157	Museu Pio XII	Instituto de História e Arte Cristãs	Norte
158	Museu Rainha D. Leonor/Museu Regional de Beja	Cimbal - Comunidade Intermunicipal do Baixo Alentejo	Alentejo
159	Museu Regional de Paredes de Coura	Câmara Municipal de Paredes de Coura	Norte
160	Museu Sporting	Sporting Clube de Portugal	LVT
161	Museu-Biblioteca Condes de Castro Guimarães	Câmara Municipal de Cascais	LVT
162	Paço dos Duques de Bragança	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	Norte
163	Palácio Nacional da Ajuda	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
164	Palácio Nacional da Pena	Parques de Sintra – Monte da Lua	LVT
165	Palácio Nacional de Mafra	Museus e Monumentos de Portugal E.P.E.	LVT
166	Palácio Nacional de Queluz	Parques de Sintra – Monte da Lua	LVT
167	Palácio Nacional de Sintra	Parques de Sintra – Monte da Lua	LVT
168	Photographia - Museu "Vicentes"	Direção Regional da Cultura Madeira	Madeira
169	Tesouro-Museu da Catedral de Braga	Cabido Metropolitano e Primacial de Braga	Norte

APÊNDICE B – Questionário Principal

Presença Digital dos Museus pertencentes à RPM - Pesquisa Mestrado

Presença Digital dos 165 museus da RPM - Dissertação de Mestrado.

Mestrado em Museologia e Museografia. Faculdade de Belas Artes - ULisboa

Contacto: thais.bressiani@gmail.com

1. Qual o nome do seu Museu?

2. O Museu está a investir em **Ferramentas Digitais**? Quais?

3. Existem verbas específicas para a implementação dessas ferramentas digitais? Quais?

Check all that apply.

- Orçamento do Museu
- Mecenato
- ProMuseus (RPM)
- Candidaturas a fundos comunitários
- Não há verbas para ferramentas digitais
- Tutela - Câmara Municipal
- Tutela - Fundação
- Programa de Recuperação e Resiliência (PRR)
- DGARTES
- Não sei
-

4. O Museu oferece **presencialmente** ferramentas digitais para os visitantes? Se sim, quais?

Check all that apply.

- Aplicativo
- Audioguias
- QR code
- Realidade virtual
- Realidade aumentada
- Não oferece nenhuma
- Não sei

5. O Museu aumentou a sua oferta digital a **partir da pandemia** (março de 2020)?

Mark only one oval.

- Sim
- Não
- Não sei

6. Se **SIM**, quais foram os **novos** serviços oferecidos?

Check all that apply.

- Visitas Virtuais
- Oficinas Virtuais
- Palestras/Conferências on-line
- Exposição Virtual - concebida digitalmente
- Exposição Virtual - transposição/documentação eletrónica de exposições físicas
- Materiais pedagógicos
- Jogos Interativos
- Aplicativo
- Nenhum
- Não sei
- Other:

7. E esses serviços mantêm-se até hoje?

Mark only one oval.

- Sim
- Não
- Parcialmente
- Não sei
- Other:

8. O Museu possui um colaborador dedicado à **comunicação/marketing digital**?

Mark only one oval.

- Sim, um(a) colaborador(a) interno(a) que se dedica exclusivamente à função
- Sim, um(a) colaborador(a) interno(a) que atua também em outras funções do museu
- Sim, uma equipa interna que se dedica exclusivamente à função
- Sim, uma equipa interna que atua também em outras funções do museu
- Sim, um colaborador(a) externo(a)
- Sim, uma equipa externa
- O serviço de comunicação é feito pela tutela
- Não possui
- Não sei
- Other:

9. **Website:** O Museu possui **website próprio**? Caso responda "não", salte para a questão 12.

Mark only one oval.

- Sim
- Sim, mas há necessidade de modernizá-lo
- Não possui website próprio, mas possui uma página dentro do site da tutela
- Não
- Em construção
- Em manutenção
- Não sei
- Other:

10. **Website:** Quem é responsável pela atualização de conteúdos do seu **website**?

Mark only one oval.

- Colaborador(a)/Equipa Interna dedicado ao marketing do Museu
- Colaborador(a)/Equipa Interna que atua também em outras funções do Museu
- Contratualização externa
- Tutela
- Other:

11. **Website:** Quem é responsável pela manutenção do seu **website**?

Mark only one oval.

- Colaborador(a)/Equipa Interna dedicado ao funcionamento do website
- Colaborador(a)/Equipa Interna que atua também em outras funções do Museu
- Contratualização externa
- Tutela

Other:

12. **Website:** Caso o Museu **não** possua **website próprio**, existe proposta de criação contemplada no plano de atividades para o próximo biênio (2023-2024).

Mark only one oval.

- Sim
- Não
- Não sei
- Já possui website
- Other:

13. **Atividade Digital:** O Museu está presente nas **redes sociais** e/ou em **plataformas digitais**? Quais?

Check all that apply.

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter
- Reddit
- LinkedIn
- YouTube
- Vimeo
- Google Arts and Culture
- Não está presente
- Não sei
- Other:

14. **Atividade Digital:** Além das redes sociais/plataformas digitais que o Museu já possui, poderia especificar **até três** outras que considera importante fazer parte?

Check all that apply.

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Twitter
- Reddit
- LinkedIn
- YouTube
- Vimeo
- Google Arts & Culture
- Nenhuma
- Não sei

Other:

15. **Atividade Digital:** Se o Museu possui **Facebook**, poderia informar o **endereço e o ano de criação do perfil** no campo abaixo?
-

16. **Atividade Digital:** Qual a frequência de postagens no **Facebook**?

Mark only one oval.

- O Museu não possui Facebook
- Duas ou mais postagens por dia
- Diária
- Duas ou mais vezes por semana
- Semanal
- Mensal
- Não há um plano de comunicação definido para o Facebook
- O Facebook do museu é gerenciado pela tutela
- O Facebook do museu não está ativo

Other:

17. **Atividade Digital:** Quantos seguidores o Museu possui no **Facebook**?

Mark only one oval.

- O museu não possui Facebook
- Entre 0 e 500
- Entre 500 e 1.000
- Entre 1.000 e 5.000
- Entre 5.000 e 10.000
- Entre 10.000 e 50.000
- Entre 50.000 e 100.000
- Mais de 100.000
- Não sei

Other:

18. **Atividade Digital:** Se o Museu possui **Instagram**, poderia informar o **endereço e o ano de criação** do perfil no campo abaixo?

19. **Atividade Digital:** Qual a frequência de postagens no *Instagram*?

Mark only one oval.

- O Museu não possui Instagram
- Duas ou mais postagens por dia
- Diária
- Duas ou mais vezes por semana
- Semanal
- Mensal
- Não há um plano de comunicação definido para o Instagram
- O Instagram do museu é controlado pela tutela
- O Instagram do museu não está ativo
- Other:

20. **Atividade Digital:** Quantos seguidores o Museu possui no *Instagram*?

Mark only one oval.

- O Museu não possui Instagram
- Entre 0 e 500
- Entre 500 e 1.000
- Entre 1.000 e 5.000
- Entre 5.000 e 10.000
- Entre 10.000 e 50.000
- Entre 50.000 e 100.000
- Mais de 100.000
- Não sei

Other:

21. **Atividade Digital:** Você acha que a sua atividade digital tem sido eficaz no alargamento do público do Museu?

Mark only one oval.

- Muito eficaz
- Alguma eficácia
- Nem eficaz, nem ineficaz
- Alguma ineficácia
- Muito ineficaz
- Não sei

Other:

22. **Atividade Digital:** Como classificaria a sua compreensão de quem é o seu público *online*?

Mark only one oval.

- Excelente compreensão
- Boa compreensão
- Razoável compreensão
- Pouca compreensão
- Nenhuma compreensão
- Não sei

Other:

23. **Atividade Digital:** Quais são os objetivos mais importantes da sua atividade digital?

Check all that apply.

- Diversificação de audiências
- Alargamento de público
- Melhorar o envolvimento com o seu público online
- Converter audiência online em audiência presencial
- Gerar recursos
- Promover melhoramentos sociais e na comunidade
- Promoção de recursos educativos
- Criação de experiências imersivas
- Ampliar o acesso à pesquisa e a investigação
- Qualificação dos colaboradores
- Melhorar as infra-estruturas digitais para operar mais eficazmente
- Other:

24. Gostaria de adicionar mais algum comentário ou informação pertinente?

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

APÊNDICE C - Email enviado aos Museus solicitando o preenchimento do Questionário Principal

Assunto: Pesquisa Museus pertencentes à RPM

Bom dia,

Espero que se encontre bem. Chamo-me Thais Bressiani e estou no segundo ano de mestrado do curso de Museologia e Museografia da Faculdade de Belas Artes (ULisboa). A minha dissertação irá analisar a **presença digital dos museus pertencentes à RPM** (Rede Portuguesa de Museus). Para a fundamentação da minha pesquisa, é necessário que eu colete alguns dados e informações entre os 165 museus da rede, como a existência ou não de *website* próprio, a presença nas redes sociais e as ferramentas digitais utilizadas, por exemplo. Dessa maneira, criei um formulário de perguntas, maioritariamente de múltipla escolha, que pediria gentilmente que fosse respondido pelo Museu. O preenchimento leva cerca de 5 minutos e o *link* encontra-se aqui:

<https://forms.gle/hWj628RDURFRDSH79>

Agradeço desde já e em caso de dúvidas, não deixe de contactar-me.

Melhores Cumprimentos/Best Regards

APÊNDICE D – Grelha de Análise

1. Identificação do museu				Observações
Nome:				
URL:				
Tipologia:				
Tutela:				
Data de criação do site:				
Site Próprio:				
Site Tutela:				
Data de acesso:				
Análise do website				
		sim	não	
2. Pesquisa no Google - caixa de informações				
Website				
Telefone				
Horário				
Localização				
Link para compra de bilhetes				
3. Conteúdos Gerais				
3.1 Informação Logística				
Contactos				
Horário de funcionamento				
Endereço físico (morada)				
Mapa de localização				
Transportes				
Preçário				
Dias/horário de acesso gratuito				
Entrada gratuita informada no website				
Direção/Organograma				
Planta do museu on-line e/ou download				
Rotas recomendadas para visita				
Recomendações para a visita				
Guia/Roteiro				
Informações sobre as instalações				
Informações sobre os diferentes núcleos (polinucleados)				
Informação tempo visita				
Informações tipos visita (grupo, privada, acessível, família)				
Informações com separação público x escolas				
Informações com separação para diferentes públicos: famílias, imprensa, escolas, visitantes, grupos, público jovem				
Informações sobre eventos privados				
Informações espaço para descanso/pausa				
Informações Amigo do museu/membros (grupo de amigos)				
Informações Voluntariado				
Informações Patrocínio/Mecenato				
Link para plataformas digitais próprias (Google Arts & Culture, YouTube, redes sociais, etc.)				
Link para plataformas digitais da tutela (YouTube, redes sociais, etc.)				

3.2. Informações sobre o Museu			
Apresentação			
Missão/objetivos			
Equipa de trabalho			
Regulamento Interno			
Normas			
Estatística de visitantes			
Noticias			
Agenda			
História			
Edifício			
3.3. Coleções			
Informação geral			
Informação sobre os objetos da coleção			
Visita virtual às coleções			
Visitas panorâmicas 360º ou vídeo às coleções			
Linha do tempo on-line			
Coleção on-line			
Ferramenta de busca/base de dados			
Peças em destaque			
Catálogos on-line e/ou para download			
Imagens on-line e/ou para download			
imagens 3d on-line e/ou para download			
Licença Creative Commons			
Outros conteúdos gratuitos relacionados com a tipologia do museu, coleção, exposições temporárias etc.			
Informações sobre conservação e pesquisa			
Informações Doações/Politica de Incorporação			
Realidade virtual			
Realidade aumentada			
3.4. Exposições			
Informação geral			
Sobre exposições permanentes info básica			
Sobre exposições permanentes info detalhada			
Sobre exposições temporárias em cartaz info básica			
Sobre exposições temporárias em cartaz info detalhada			
Sobre exposições passadas info básica			
Sobre exposições passadas info detalhada			
Sobre exposições futuras info básica			
Sobre exposições futuras info detalhada			
Sobre exposições <i>on-line</i>			
Divulgação das exposições atuais, onde aparecem? Pop-ups?			
4. Serviços			
Venda de bilhetes on-line			
4.1 Loja			
Loja on-line			
Loja física - informações			
4.2 Publicações			
Venda de publicações on-line			
Publicações/catálogos para download			

4.3 Biblioteca/ Mediateca/ centro de documentação			
Informação sobre a biblioteca física e/ou centro de documentação			
Biblioteca digital			
4.4 Restaurante/ Café			
Informações gerais			
5. Serviços de Divulgação e Comunicação			
Novidades/agenda de eventos			
Noticias/imprensa			
Subscrever Newsletter			
Integrar Mailing list			
Chat			
Fórum			
Link para redes sociais/ferramentas partilha de recursos			
Link para outros serviços/instituições			
Espaço para partilha de posts de visitantes em redes sociais			
Formulário/Caixa de sugestões			
6. Serviço Educativo			
Informação geral			
Materiais de apoio visitas- pais, crianças, professores, cuidadores etc.			
Atividade download/on-line para crianças			
Informação sobre vistas orientadas			
Informação sobre oficinas			
Descarregar programas educativos			
subpágina para crianças			
7. Ferramentas web 2.0			
Blogues			
7.1. Ferramentas de criação de redes sociais on-line			
Facebook			
Instagram			
TikTok			
Twitter			
8. Partilhas de recursos			
Flickr			
Youtube			
Google Arts & Culture			
Podcasts			
Áudios			
Vídeos			
Aplicativos			
Jogos			
Atividades para crianças			
Audioguia download online			
9. Acessibilidades			
9.1 Acessibilidade museu:			
Informações gerais sobre visita acessível			
9.2 Acessibilidade website:			
Inglês			
Francês			
Espanhol			
Outra(s)			

Alteração tamanho caracteres			
Audição dos conteúdos			
10. Design			
Design "atual"			
Tecnologia ultrapassada (flash etc.)			
Ligações quebradas/indisponíveis			
menu fixo ao longo da navegação			
11. Imagens			
Boas fotografias			
Narrativa colaborativa			
Narrativa imersiva e explicativa			
Ausência de imagens do acervo			
Fraca qualidade das imagens do acervo			
Google Arts & Culture			
Narrativas cronológicas			
Biografias de artistas			
Histórias e contextos de objetos			
Número de exposições on-line no Google Arts & Culture			

APÊNDICE E – Questionário Secundário

Presença Digital dos Museus pertencentes à RPM - Pesquisa Mestrado - Website do Museu

Presença Digital dos 165 museus da RPM - Dissertação de Mestrado.

Mestrado em Museologia e Museografia. Faculdade de Belas Artes - ULisboa

Contacto: thais.bressiani@gmail.com

1. Qual o nome do seu Museu?

2. Poderia informar o ano de criação do **primeiro website** do Museu?

3. O Museu tem o seu **website próprio** ativo na presente data?

Mark only one oval.

sim

não

4. Houve períodos em que o Museu esteve sem *website*? Caso **sim** na pergunta anterior, poderia informar o(s) período(s) de ausência de *website*? (ex: 2005 a 2006).

5. Quantas vezes o *website* do museu foi redesenhado/reformulado e/ou trocou de domínio/endereço eletrónico?

Mark only one oval.

- Nenhuma
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 ou mais

6. Se o Museu está atualmente sem *website*, poderia informar o motivo?

7. Caso o Museu esteja atualmente sem *website*, há uma previsão de lançamento de uma nova página? Em caso positivo, quando?

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

ANEXOS

ANEXO A - Museus da Rede Portuguesa de Museus em 2023

	Nome do Museus	Tutela	Região
1	Casa Colombo - Museu de Porto Santo	Direção Regional da Cultura	Madeira
2	Casa de Camilo	Município de Vila Nova de Famalicão	Norte
3	Casa-Museu Abel Salazar	Universidade do Porto	Norte
4	Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
5	Casa-Museu Frederico de Freitas	Direção Regional da Cultura	Madeira
6	Casa-Museu Guerra Junqueiro	Câmara Municipal do Porto	Norte
7	Casa-Museu Leal da Câmara	Câmara Municipal de Sintra	LVT
8	Casa-Museu Marta Ortigão Sampaio	Câmara Municipal do Porto	Norte
9	Casa-Museu Teixeira Lopes / Galerias Diogo de Macedo	Câmara Municipal de Gaia	Norte
10	Centro Internacional de Artes José de Guimarães	Câmara Municipal de Guimarães	Norte
11	Consolata Museu Arte Sacra e Etnologia	Instituto Missionário da Consolata	LVT
12	Ecomuseu de Barroso	Ecomuseu – Associação de Barroso	Norte
13	Ecomuseu Municipal do Seixal	Câmara Municipal do Seixal	LVT
14	MUDAS. Museu de Arte Contemporânea da Madeira	Direção Regional da Cultura	Madeira
15	Museu Abade de Baçal	Direção Regional da Cultura do Norte	Norte
16	Museu Anjos Teixeira	Câmara Municipal de Sintra	LVT
17	Museu Arqueológico do Carmo	Associação dos Arqueólogos Portugueses	LVT
18	Museu Arqueológico São Miguel de Odrinhas	Câmara Municipal de Sintra	LVT
19	Museu Bernardino Machado	Câmara Municipal de Vila Nova de Famalicão	Norte
20	Museu Biblioteca da Casa de Bragança / Paço Ducal de Vila Viçosa	Fundação da Casa de Bragança	Alentejo
21	Museu Calouste Gulbenkian	Fundação Calouste Gulbenkian	LVT

22	Museu Carlos Machado	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
23	Museu Convento dos Lóios	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira	Norte
24	Museu da Água	EPAL - Empresa Portuguesa das Águas Livres, SA	LVT
25	Museu da Aguarela Roque Gameiro	Centro de Artes e Oficina Roque Gameiro	LVT
26	Museu da Carris	Companhia de Carris de Ferro de Lisboa, S.A.	LVT
27	Museu da Casa Grande	Associação Cultural Desportiva Recreativa de Freixo do Numão	Norte
28	Museu da Cidade	Câmara Municipal do Porto	Norte
29	Museu da Cidade de Aveiro	Câmara Municipal de Aveiro	Centro
30	Museu da Ciência e História Natural da Universidade de Coimbra	Universidade de Coimbra	Centro
31	Museu da Comunidade da Batalha	Câmara Municipal da Batalha	Centro
32	Museu da Fundação Arpad Szenes-Vieira da Silva	Fundação Arpad Szenes-Vieira da Silva	LVT
33	Museu da Fundação Cupertino de Miranda	Fundação Cupertino de Miranda	Norte
34	Museu da Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro e Luís Pinto Mesquita de Carvalho	Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro e Luís Pinto de Mesquita de Carvalho	Norte
35	Museu da Graciosa	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
36	Museu da Guarda	Câmara Municipal da Guarda	Centro
37	Museu da Horta	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
38	Museu da Imagem em Movimento	Câmara Municipal de Leiria	Centro
39	Museu da Indústria da Chapelaria	Câmara Municipal de São João da Madeira	Norte
40	Museu da Irmandade dos Clérigos	Irmandade dos Clérigos	Norte
41	Museu da Luz	EDIA, S.A. - Empresa de Desenvolvimento e Infra-estruturas do Alqueva, S.A	Alentejo
42	Museu da Marinha	Marinha portuguesa	LVT
43	Museu da Marioneta	EGEAC/ Câmara Municipal de Lisboa	LVT
44	Museu da Misericórdia do Porto	Santa Casa da Misericórdia do Porto	Norte
45	Museu da Música Portuguesa - Casa Verdades de Faria	Câmara Municipal de Cascais	LVT
46	Museu da Pedra	Câmara Municipal de Cantanhede	Centro

47	Museu da Pólvora Negra	Câmara Municipal de Oeiras	LVT
48	Museu da Quinta das Cruzes	Direção Regional da Cultura	Madeira
49	Museu da Quinta de Santiago / Centro de Arte de Matosinhos	Câmara Municipal de Matosinhos	Norte
50	Museu da Saúde	Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge	LVT
51	Museu da Terra de Miranda	Direção Regional da Cultura do Norte	Norte
52	Museu da Villa Romana do Rabaçal	Câmara Municipal de Penela	Centro
53	Museu das Comunicações	Fundação Portuguesa das Comunicações	LVT
54	Museu das Flores	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
55	Museu de Alberto Sampaio	Direção Regional da Cultura do Norte	Norte
56	Museu de Angra do Heroísmo	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
57	Museu de Arqueologia D. Diogo de Sousa	Direção Regional da Cultura do Norte	Norte
58	Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real	Câmara Municipal de Vila Real	Norte
59	Museu de Arte Contemporânea de Elvas	Câmara Municipal de Elvas	Alentejo
60	Museu de Arte Contemporânea de Serralves	Fundação de Serralves	Norte
61	Museu de Arte Pré-Histórica e do Sagrado do Vale do Tejo	Câmara Municipal de Mação	LVT
62	Museu de Arte Sacra do Funchal	Diocese do Funchal	Madeira
63	Museu de Artes Decorativas de Viana do Castelo	Câmara Municipal de Viana do Castelo	Norte
64	Museu de Aveiro	Câmara Municipal de Aveiro	Centro
65	Museu de Cerâmica	Direção Regional de Cultura do Centro	LVT
66	Museu de Cerâmica de Sacavém	Câmara Municipal de Loures	LVT
67	Museu de Francisco Tavares Proença Júnior	Câmara Municipal de Castelo Branco	Centro
68	Museu de História Natural de Sintra (Colecção Miguel Barbosa)	Câmara Municipal de Sintra	LVT
69	Museu de José Malhoa	Direção Regional de Cultura do Centro	LVT
70	Museu de Lamego	Direção Regional da Cultura do Norte	Norte
71	Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior	Universidade da Beira Interior	Centro
72	Museu de Mértola	Câmara Municipal de Mértola	Alentejo

73	Museu de Olaria	Câmara Municipal de Barcelos	Norte
74	Museu de Portimão	Câmara Municipal de Portimão	Algarve
75	Museu de Santa Maria	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
76	Museu de Santa Maria de Lamas	Casa do Povo de Santa Maria de Lamas	Norte
77	Museu de São Roque	Santa Casa da Misericórdia de Lisboa	LVT
78	Museu de Setúbal - Convento de Jesus	Câmara Municipal de Setúbal	LVT
79	Museu de Vila do Conde	Câmara Municipal de Vila do Conde	Norte
80	Museu do Ar	Estado Maior da Força Aérea	LVT
81	Museu do Caramulo	Fundação Abel e João de Lacerda	Centro
82	Museu do Carro Eléctrico	STCP - Sociedade de Transportes Coletivos do Porto, SA	Norte
83	Museu do Centro Hospitalar do Porto	Centro Hospitalar do Porto	Norte
84	Museu do Côa	Fundação Côa Parque	Norte
85	Museu do Douro	Fundação Museu do Douro	Norte
86	Museu do Instituto Superior de Engenharia do Porto	Instituto Superior de Engenharia do Porto	Norte
87	Museu do Mar Rei D. Carlos	Câmara Municipal de Cascais	LVT
88	Museu do Neo-Realismo	Câmara Municipal de Vila Franca de Xira	LVT
89	Museu do Papel-Moeda	Fundação Dr. António Cupertino de Miranda	Norte
90	Museu do Papel Terras de Santa Maria	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira	Norte
91	Museu do Pico / Museu dos Baleeiros	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
92	Museu do Trabalho Michel Giacometti	Câmara Municipal de Setúbal	LVT
93	Museu do Traje de Viana do Castelo	Câmara Municipal de Viana do Castelo	Norte
94	Museu dos Biscaínhos	Direção Regional da Cultura do Norte	Norte
95	Museu dos Terceiros	Câmara Municipal de Ponte de Lima	Norte
96	Museu dos Transportes e Comunicações	Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações	Norte
97	Museu Dr. Joaquim Manso	Direção Regional de Cultura do Centro	LVT
98	Museu Escolar de Marrazes	Junta de Freguesia Marrazes	Centro

99	Museu Etnográfico da Madeira	Direção Regional da Cultura	Madeira
100	Museu Ferreira de Castro	Câmara Municipal de Sintra	LVT
101	Museu Francisco de Lacerda	Direção Regional da Cultura dos Açores	Açores
102	Museu Geológico	LNEG - Laboratório Nacional de Energia e Geologia	LVT
103	Museu Marítimo de Ílhavo	Câmara Municipal de Ílhavo	Centro
104	Museu Militar de Elvas	Ministério da Defesa Nacional / Estado-Maior do Exército / Direção de História e Cultura Militar	Alentejo
105	Museu Militar de Lisboa	Ministério da Defesa Nacional / Estado-Maior do Exército / Direção de História e Cultura Militar	LVT
106	Museu Militar do Porto	Ministério da Defesa Nacional / Estado-Maior do Exército / Direção de História e Cultura Militar	Norte
107	Museu Monográfico de Conimbriga - Museu Nacional	Direção-Geral do Património Cultural	Centro
108	Museu Municipal Abade Pedrosa	Câmara Municipal de Santo Tirso	Norte
109	Museu Municipal Amadeo de Souza-Cardoso	Câmara Municipal de Amarante	Norte
110	Museu Municipal Carlos Reis	Câmara Municipal de Torres Novas	LVT
111	Museu Municipal da Ribeira Grande	Câmara Municipal da Ribeira Grande	Açores
112	Museu Municipal da Vidigueira	Câmara Municipal da Vidigueira	Alentejo
113	Museu Municipal de Alcochete	Câmara Municipal de Alcochete	LVT
114	Museu Municipal de Aljustrel	Câmara Municipal de Aljustrel	Alentejo
115	Museu Municipal de Arqueologia de Albufeira	Câmara Municipal da Albufeira	Algarve
116	Museu Municipal de Arqueologia de Silves	Câmara Municipal de Silves	Algarve
117	Museu Municipal de Benavente - Dr. António Gabriel Ferreira Lourenço	Câmara Municipal de Benavente	LVT
118	Museu Municipal de Coimbra	Câmara Municipal de Coimbra	Centro
119	Museu Municipal de Coruche	Câmara Municipal de Coruche	LVT
120	Museu Municipal de Espinho	Câmara Municipal de Espinho	Norte
121	Museu Municipal de Esposende	Câmara Municipal de Esposende	Norte
122	Museu Municipal de Estremoz	Câmara Municipal de Estremoz	Alentejo

123	Museu Municipal de Etnografia e História da Póvoa de Varzim	Câmara Municipal de Póvoa de Varzim	Norte
124	Museu Municipal de Faro	Câmara Municipal de Faro	Algarve
125	Museu Municipal de Ferreira do Alentejo	Câmara Municipal de Ferreira do Alentejo	Alentejo
126	Museu Municipal de Loulé	Câmara Municipal de Loulé	Algarve
127	Museu Municipal de Loures	Câmara Municipal de Loures	LVT
128	Museu Municipal de Ourém	Câmara Municipal de Ourém	Centro
129	Museu Municipal de Penafiel	Câmara Municipal de Penafiel	Norte
130	Museu Municipal de Santarém	Câmara Municipal de Santarém	LVT
131	Museu Municipal de Santiago do Cacém	Câmara Municipal de Santiago do Cacém	Alentejo
132	Museu Municipal de Sesimbra	Câmara Municipal de Sesimbra	LVT
133	Museu Municipal de Tavira	Câmara Municipal de Tavira	Algarve
134	Museu Municipal de Vila Franca de Xira	Câmara Municipal de Vila Franca de Xira	LVT
135	Museu Municipal Leonel Trindade	Câmara Municipal de Torres Vedras	LVT
136	Museu Nacional da Imprensa	AMI - Associação Museu de Imprensa	Norte
137	Museu Nacional da Música	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
138	Museu Nacional de Arqueologia	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
139	Museu Nacional de Arte Antiga	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
140	Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
141	Museu Nacional de Etnologia	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
142	Museu Nacional de História Natural e da Ciência	Universidade de Lisboa	LVT
143	Museu Nacional de Machado de Castro	Direção-Geral do Património Cultural	Centro
144	Museu Nacional de Soares dos Reis	Direção-Geral do Património Cultural	Norte
145	Museu Nacional do Azulejo	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
146	Museu Nacional do Teatro e da Dança	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
147	Museu Nacional do Traje	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
148	Museu Nacional dos Coches	Direção-Geral do Património Cultural	LVT

149	Museu Nacional Ferroviário Armando Ginestal Machado	Fundação Museu Nacional Ferroviário	LVT
150	Museu Nacional Frei Manuel do Cenáculo - Museu de Évora	Direção Regional de Cultura do Alentejo	Alentejo
151	Museu Nacional Grão Vasco	Direção-Geral do Património Cultural	Centro
152	Museu Nogueira da Silva	Universidade do Minho	Norte
153	Museu Pio XII	Instituto de História e Arte Cristãs	Norte
154	Museu Rainha D. Leonor/Museu Regional de Beja	Cimbal - Comunidade Intermunicipal do Baixo Alentejo	Alentejo
155	Museu Regional de Paredes de Coura	Câmara Municipal de Paredes de Coura	Norte
156	Museu Sporting	Sporting Clube de Portugal	LVT
157	Museu-Biblioteca Condes de Castro Guimarães	Câmara Municipal de Cascais	LVT
158	Paço dos Duques de Bragança	Direção Regional da Cultura do Norte	Norte
159	Palácio Nacional da Ajuda	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
160	Palácio Nacional da Pena	Parques de Sintra – Monte da Lua	LVT
161	Palácio Nacional de Mafra	Direção-Geral do Património Cultural	LVT
162	Palácio Nacional de Queluz	Parques de Sintra – Monte da Lua	LVT
163	Palácio Nacional de Sintra	Parques de Sintra – Monte da Lua	LVT
164	Photographia - Museu "Vicentes"	Direção Regional da Cultura	Madeira
165	Tesouro-Museu da Catedral de Braga	Cabido Metropolitano e Primacial de Braga	Norte

Fonte: Rede Portuguesa de Museus

ANEXO B – Projeto apoiados pelo PAQM 2001

Programa de Apoio à Programação Museológica (P1.)

Museu da Água: reprogramação da exposição permanente do museu

Museu Escolar de Marrazes: reprogramação museológica

Museu Municipal de Santiago do Cacém: reprogramação museológica e publicação de catálogo da exposição de Arqueologia

Museu Nacional da Imprensa: reprogramação museológica

Deste Programa beneficiou igualmente o **Museu dos Coutos de Alcobaça**, em fase de instalação e, por conseguinte, em processo de Adesão à RPM, designadamente mediante o projecto de elaboração e de **divulgação** da respectiva programação museológica.

Programa de Apoio à Investigação e ao Estudo das Colecções (P2.)

Ecomuseu Municipal do Seixal: estudo de materiais arqueológicos da Ermida de Nossa Senhora da Conceição

Museu de Olaria: estudo de uma colecção de Figurado e da sua divulgação através de uma exposição intitulada "Figurado uma Visão do Mundo"

Museu de São Roque: edição do catálogo da exposição documental acerca do restauro da pintura do tecto da igreja de S. Roque

Museu de Setúbal - Convento de Jesus: estudo das colecções de Arqueologia

Museu do Caramulo: estudo da colecção de arte

Museu do Carro Eléctrico do Porto: estudo da colecção de Fotografia

Museu Escolar de Marrazes: estudo das colecções do museu

Museu Municipal de Esposende: estudo e publicação da colecção "Pádua Ramos"

Museu Municipal de Vale de Cambra: estudo e publicação da colecção de Arte Contemporânea

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: estudo sistemático das colecções de Arqueologia da Igreja do Mártir Santo

Museu Municipal Leonel Trindade: estudo da colecção de Pintura Antiga

Museu Municipal Pedro Nunes: estudo e publicação do material arqueológico do Fórum Romano de Alcácer do Sal

Museu Regional de Paredes de Coura: conclusão do estudo da colecção de Arqueologia

No âmbito deste Programa, foram concedidos ainda apoios a projectos apresentados por museus em fase de instalação e que se encontram em processo de Adesão à RPM:

Museu da Imagem em Movimento: estudo da colecção de Imagens

Museu da Indústria da Chapelaria: estudo e publicação sobre a Indústria da Chapelaria

Museu dos Coutos de Alcobaça: estudo das colecções móveis a incorporar no museu

Museu Pio XII: estudo das colecções do museu

No Programa de Apoio à Conservação Preventiva (P3.)

Casa-Museu de Camilo: aquisição de equipamento para o acondicionamento da colecção de Fotografia

Ecomuseu Municipal do Seixal: aquisição de equipamento para o Centro de Documentação e Informação

Museu da Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro: aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu da Villa Romana do Rabaçal: aquisição de mobiliário e equipamento para reservas; aquisição e instalação de equipamento de ar condicionado

Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real: aquisição de equipamento para reservas

Museu do Carro Eléctrico do Porto: estudo de diagnóstico das condições de conservação do museu e da Central Termo- Eléctrica de Massarelos

Museu dos Transportes e Comunicações: aquisição de equipamento de controle e monitorização das condições de conservação preventiva; aquisição de mobiliário e de equipamento para reservas

Museu Escolar de Marrazes: aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu Municipal Amadeo Sousa Cardoso: aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu Municipal de Alcochete: aquisição de equipamento para as reservas de Pintura; aquisição de sistema de segurança para o Núcleo do Sal

Museu Municipal de Esposende: aquisição de equipamento de conservação preventiva; aquisição de mobiliário e equipamento para reservas

Museu Municipal de Moura: aquisição de mobiliário para reservas; aquisição e instalação de equipamento de conservação preventiva

Museu Municipal de Portimão: aquisição de equipamento de segurança para laboratório; aquisição de equipamento para melhoria das condições de acondicionamento das colecções

Museu Municipal de Santarém: aquisição de equipamento para beneficiação da Reserva Museológica Municipal

Museu Municipal de Tavira: aquisição de equipamentos de controle e monitorização das condições de conservação preventiva e de materiais de acondicionamento das colecções

Museu Municipal de Vale de Cambra: aquisição de mobiliário para reservas; aquisição e instalação de equipamento para laboratório de conservação

Museu Municipal de Vila do Conde: consultoria técnica na área da conservação de colecções

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: aquisição de equipamento de conservação preventiva para o Núcleo de Arte Sacra da Igreja de Mártir Santo

Museu Municipal Leonel Trindade: diagnóstico e monitorização das condições de conservação preventiva do museu

Museu Nacional da Imprensa: aquisição de equipamento de conservação preventiva; aquisição de mobiliário e equipamento para reservas

Programa de Apoio a Acções de Comunicação (P.4)

Casa Museu Leal da Câmara: projecto educativo de divulgação e animação

Casa-Museu Abel Salazar: programa de animação 2001

Ecomuseu Municipal do Seixal: produção e comunicação de catálogos da colecção iconográfica de Lapa Carneiro sobre etno-cerâmica

Museu Anjos Teixeira: projecto de divulgação e sinalética

Museu Arqueológico de São Miguel de Odrinhas: edição de materiais de divulgação e elaboração de diapositivos

Museu da Água: promoção do projecto "Born in Europe" em Portugal através da organização de um seminário

Museu da Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro:

publicação da obra "Visão de Tondale" (de J. Bosch) e de um catálogo referente à colecção de Faianças

Museu da Pólvora Negra: edições pedagógicas

Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real: edição de materiais de divulgação e de materiais didácticos

Museu de Olaria: maletas pedagógicas

Museu do Papel-Moeda: projecto "Acolher e Comunicar" (serviços educativos); sinalização interior e exterior; reformulação do *site*

Museu do Trabalho Michel Giacometti: projecto educativo "Ensino do Português-Segunda-Língua a Timorenses, Africanos e Eslovacos"

Museu Municipal de Alcochete: aquisição de placa de identificação para o Núcleo do Sal

Museu Municipal de Esposende: criação de imagem e sinalética exterior e interior

Museu Municipal de Etnografia e História da Póvoa do Varzim: edição de materiais gráficos no âmbito do projecto "Identidade Visual"

Museu Municipal de Santiago do Cacém: edição de materiais gráficos de informação e sinalética

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: edição de folheto "O Museu Oferece" e de Página na Web; edição de histórias infantis sobre o património

Museu Municipal Leonel Trindade: edição de publicação didáctica sobre o Castro do Zambujal

Museu Regional de Paredes de Coura: publicação de carta arqueológica e topográfica

Fonte: Boletim da Rede Portuguesa de Museus, nº. 2, novembro de 2001, p. 5-6.

ANEXO C – Projetos apoiados pelo PAQM 2002

Programas	N.º de Projectos Aprovados	Total €	%
1. programação museológica	7	53.285,98	9%
2. investigação e estudo das colecções	27	163.771,33	27%
3. conservação preventiva			
3.1 equipamento	14	67.786,51	11%
3.2 equipamento para reservas	12	144.186,02	24%
3.3 serviços especializados	1	10.100,00	2%
4. acções de comunicação			
4.1 acolhimento e comunicação	11	102.197,55	17%
4.2 projectos educativos	9	62.538,24	10%
Total	81	603.865,63	100%

Programa de Apoio à Programação Museológica (P1.)

Ecomuseu Municipal do Seixal: execução do levantamento arquitectónico e do estado de conservação dos edifícios das Caldeiras Babcock, das Caldeiras de Cozer e da Oficina de Rebaixar da Mundet, destinado à elaboração do programa preliminar de musealização da Fábrica da Mundet (Núcleo do Ecomuseu do Seixal);

Museu Escolar de Marrazes: reprogramação museológica do Museu, no seguimento do trabalho de investigação iniciado no ano de 2001;

Museu Municipal de Santarém: reprogramação do Núcleo de Exposições Temporárias de Arte e Arqueologia Medieval;

Museu Municipal de Tavira: estudo para a definição do programa museológico do núcleo-sede do Museu a inaugurar no Palácio da Galeria com a exposição “Espírito e Poder. A cidade nos tempos da modernidade” e publicação respectivo do catálogo; No âmbito deste Programa, foram concedidos ainda apoios a projectos apresentados por museus em fase de instalação e que se encontram em processo de Adesão à RPM;

Museu Pio XII: no âmbito da programação do Museu, estudo na área da História da Igreja e investigação sobre as colecções de escultura sacra e de arqueologia lapidar medieval;

Museu do Traje de Viana do Castelo: edição de brochura relativa ao Programa do Museu.

Programa de Apoio à Investigação e ao Estudo das Coleções (P2.)

Casa-Museu Teixeira Lopes: publicação dos “Prefácios e Conferências de Diogo de Macedo”, do “Levantamento Exaustivo de Toda a Obra de António Teixeira Lopes” e do estudo “Teixeira Lopes e a Música do seu Tempo”;

Ecomuseu Municipal do Seixal: estudo de materiais arqueológicos exumados na Ermida de Nossa Senhora da Conceição destinados a incorporar o acervo do Ecomuseu e a elaboração do respetivo relatório;

Museu Escolar de Marrazes: estudo e investigação das coleções do Museu;

Museu da Casa Grande de Freixo de Numão: estudo, classificação, desenho e fotografia da coleção de arqueologia do Museu, com vista à futura publicação de um catálogo;

Museu Municipal de Coruche: projeto de estudo e inventário do património etnográfico do concelho, intitulado “O Museu vai ao Sótão”, e publicação do catálogo da exposição permanente do Museu, “O Homem e o Trabalho – A Magia da Mão”;

Museu Municipal de Moura: estudo e investigação das coleções de arqueologia e armaria do Museu;

Museu Municipal de Tavira: estudo e investigação da coleção de numismática do Museu e posterior publicação do respetivo catálogo;

Museu de Olaria: estudo e investigação sobre o Centro Oleiro de Barcelos e sobre a coleção de Louças de Barcelos, conceção dos conteúdos, produção e edição do catálogo desta coleção;

Museu de São Roque: estudo da coleção Rodrigues Alves recentemente doada ao Museu.

No âmbito deste Programa, foram concedidos ainda apoios a projectos apresentados por museus em fase de instalação e que se encontram em processo de Adesão à RPM:

Museu Convento dos Lóios: estudo da Coleção de Arqueologia do Museu;

Museu dos Coutos de Alcobaça: estudo e investigação das coleções «no-sítio»;

Museu da Indústria da Chapelaria: recolha e registo de informação relacionada com o estudo e a divulgação das coleções do Museu e concepção de um protótipo de sistema

de documentação e de gestão de colecções museológicas industriais com interligação à gestão do Arquivo e Centro de Documentação do Museu;

Museu de História e Etnologia da Terra da Maia: publicação da Colecção Etnográfica Moreira de Figueiredo, do estudo “Sistemas de Atragem dos Bois – os Jugos da Maia e os Junqueiros”, do estudo “Património da Água – História do Regadio Tradicional na Maia”, do estudo “Tecnologia Tradicional – O Linho da Maia” e ainda o estudo e posterior publicação sobre a História Militar da Maia no Século XIX;

Museu da Imagem em Movimento: estudo da colecção de vidros de Lanterna Mágica do Museu e publicação do estudo “Dos Fantásmas ao Fantástico”;

Museu Pio XII: estudo/inventário das colecções do Museu;

Museu do Traje de Viana do Castelo: edição de brochura sobre as colecções do Museu.

Programa de Apoio à Conservação Preventiva (P3.)

Casa-Museu Teixeira Lopes: aquisição de equipamento de controlo das condições de conservação preventiva do Museu e aquisição de mobiliário apropriado para as reservas;

Museu Arqueológico e Lapidar Infante D. Henrique: aquisição de equipamento de controlo dos níveis de humidade relativa e temperatura; aquisição de mobiliário adequado para reservas e estudo da conservação da colecção de cartazes do Museu;

Museu Escolar de Marrazes: aquisição de mobiliário apropriado para reservas;

Museu do Carro Eléctrico do Porto: aquisição de equipamento de conservação preventiva e aquisição de mobiliário apropriado para reservas;

Museu da Casa Grande de Freixo de Numão: aquisição de mobiliário apropriado para as reservas;

Museu Municipal de Alcochete: aquisição de equipamento de controlo das condições de conservação preventiva do Museu e qualificação do sistema de segurança do Núcleo de Arte Sacra;

Museu Municipal Amadeo de Souza-Cardoso: aquisição de mobiliário e equipamento de conservação preventiva para as reservas do Museu;

Museu Municipal Dr. António Gabriel Ferreira Lourenço: aquisição de equipamento de conservação preventiva e de segurança e aquisição de equipamento para o adequado acondicionamento das colecções de traje e de fotografia em reserva;

Museu Municipal de Coruche: aquisição de equipamento de controlo das condições de conservação preventiva;

Museu Municipal Leonel Trindade: aquisição de equipamento de controlo e monitorização das condições de conservação preventiva e aquisição de mobiliário e equipamento para reservas;

Museu Municipal de Santarém: aquisição de equipamento e mobiliário apropriado para as reservas;

Museu Municipal de Santiago do Cacém: aquisição de mobiliário apropriado para reservas;

Museu Municipal de Viana do Castelo: aquisição de mobiliário apropriado para reservas;

Museu do Papel Terras de Santa Maria: aquisição de equipamento de conservação preventiva destinado ao acondicionamento da colecção de marcas de água e de documentação e aquisição de equipamento de segurança a instalar no Museu;

Museu da Pólvora Negra: aquisição de desumidificadores e aquisição de equipamento de iluminação adequado à conservação preventiva das colecções em exposição;

Museu de São Roque: aquisição de equipamento apropriado para o acondicionamento da colecção Rodrigues Alves;

Museu de Setúbal – Convento de Jesus: aquisição de equipamento destinado à conservação preventiva das colecções do Museu.

Programa de Apoio a Acções de Comunicação (P.4)

Casa-Museu Abel Salazar: desenvolvimento de actividades educativas do Museu, designadamente *ateliers* pedagógicos;

Casa-Museu Teixeira Lopes: criação de website do Museu, elaboração de CD-Rom e de website educativos intitulados “Uma Viagem pela Escultura”;

Ecomuseu Municipal do Seixal: construção e disponibilização do website do Ecomuseu do Seixal;

Museu da Água: edição de brochura bilingue sobre o historial do Museu;

Museu Arqueológico e Lapidar Infante D. Henrique: produção de materiais pedagógicos (dois *puzzles* de grandes dimensões) destinados ao desenvolvimento das actividades dos serviços educativos;

Museu do Carro Eléctrico do Porto: implementação de um novo plano de comunicação do Museu, e nova página web; dois projectos educativos que visam estabelecer uma melhor integração de públicos imigrantes eslavos e deficientes visuais no Museu e recolha de “histórias de vida” junto da comunidade envolvente;

Museu Municipal de Coruche: produção de maleta pedagógica, de dossier pedagógico e de CD-Rom interactivo incluindo uma visita virtual à exposição permanente do Museu;

Museu Municipal de Portimão: aquisição de meios audiovisuais e produção de uma maleta pedagógica sobre a Pré-História em Portimão;

Museu Municipal de Santarém: promoção de estratégias de comunicação relacionadas com a exposição “De Scallabis a Santarém” e execução do catálogo da exposição “Santarém e o Magreb – Encontro Secular”;

Museu Municipal de Viana do Castelo: implementação de nova sinalética no Museu; reedição do livro «A Louça de Viana» e aquisição de materiais lúdico-pedagógicos;

Museu do Papel Terras de Santa Maria: produção de materiais de comunicação e de divulgação e aquisição de equipamento de som e imagem adequado ao desenvolvimento das actividades educativas do Museu;

Museu da Pedra de Cantanhede: edição de dois desdobráveis com informação sobre o Museu;

Museu de São Roque: elaboração de catálogo e plano de sinalética de uma exposição temporária sobre o Movimento Modernista Português, tendo como base a referida colecção;

Museu dos Transportes e Comunicações: projecto de remodelação do serviço de acolhimento e comunicação com o público, que inclui a produção de edições de divulgação do Museu.

ANEXO D – Projetos apoiados pelo PAQM 2003

Programas	N.º de Projectos Apoiados	%	Total €	%
1. Programação Museológica	7	8%	39.678,39	8%
2. Investigação/Estudo de Coleções	24	29%	104.228,45	21%
3. Conservação Preventiva				
3.1. Equipamento	14	17%	130.093,40	26%
3.2. Equipamento para Reservas	7	8%	22.909,56	4%
3.3. Serviços Especializados	1	1%	4.500,00	1%
4. Acções de Comunicação				
4.1. Acolhimento e Comunicação	12	14%	63.114,02	12%
4.2. Projectos Educativos	19	23%	141.441,09	28%
Total	84	100%	505.964,91	100%

Programa de Apoio à Programação Museológica (P1.)

Ecomuseu Municipal do Seixal: estudo para avaliação do estado e dos meios de conservação e de manutenção do Alto Forno da Siderurgia Nacional

Museu Escolar de Marrazes: reprogramação museológica no seguimento do trabalho de investigação iniciado no ano de 2001

Museu do Papel Terras de Santa Maria: estudo de requalificação da exposição permanente sobre o fabrico do papel.

No âmbito deste *Programa*, foram ainda concedidos apoios a projectos apresentados por museus em fase de instalação e que se encontram em processo de Adesão à RPM:

Museu da Ciência e Indústria: desenvolvimento da 2.^a fase do programa museológico

Museu Convento dos Lóios: estudo prévio à concepção da exposição permanente do Museu

Museu Municipal de Sesimbra: programação da Capela do Espírito Santo e edição da respectiva monografia, estudo da colecção do Núcleo Marítimo, tradução e edição do folheto de divulgação do Museu

Museu Pio XII: estudo da colecção de pintura do Museu com vista a uma programação adequada às necessidades e aos objectivos do Museu.

Programa de Apoio à Investigação e ao Estudo das Coleções (P2.)

Casa-Museu Abel Salazar: edição de obras da autoria de Abel Salazar: "O que é a Arte?" e "Empirismo Lógico"

Ecomuseu Municipal do Seixal: datação directa por radiocarbono de enterramentos e de um ossário; estudo do espólio osteológico humano da necrópole medieval-moderna da Quinta de S. Pedro; inventário e digitalização do acervo documental técnico e iconográfico das colecções da *Mundet*

Museu Arqueológico e Lapidar Infante D. Henrique: estudo de colecção de cartazes

Museu de Arte Contemporânea de Serralves: estudo de algumas colecções do acervo da Fundação de Serralves

Museu Escolar de Marrazes: estudo e investigação das colecções do Museu

Museu Municipal de Coruche: estudo e tratamento do material cerâmico e metálico resultante de escavações arqueológicas; estudo da epigrafia romana do concelho; primeira fase do inventário do património tauromáquico de Coruche; reedição do estudo monográfico "Estudo Histórico de Coruche"

Museu Municipal de Loures: publicação de um catálogo das colecções de transporte, alfaias agrícolas, cestaria, latoaria e tanoaria

Museu Municipal de Moura: estudo da colecção de arqueologia

Museu Municipal de Penafiel: estudo sobre os sapateiros e outros fabricantes de calçado (soqueiros e tamanqueiros) e respectiva publicação do catálogo

Museu Municipal de Santarém: estudo da colecção de relógios

Museu Municipal de Santiago do Cacém: estudo do acervo paleontológico e geológico; estudo da história da cadeia comarcã; estudo da colecção etnográfica

Museu de Olaria: estudo da colecção de objectos da barrista Rosa Ramalho e produção do respectivo catálogo

Museu do Papel Terras de Santa Maria: estudo da colecção de Marcas de Água do Museu

Museu de São Roque: estudo das colecções ligadas aos Jogos Sociais da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa.

No âmbito deste *Programa*, foram também concedidos apoios a projectos apresentados por museus em fase de instalação e que se encontram em processo de Adesão à RPM:

Museu da Imagem em Movimento: estudo sobre brinquedos ópticos e o seu potencial lúdico-pedagógico

Museu da Indústria da Chapelaria: disponibilização de informação sobre as colecções do Museu via internet; carregamento da base de dados do sistema de gestão e de inventário das colecções

Museu Municipal de Sesimbra: tradução e edição do catálogo geral do Núcleo da Capela do Espírito Santo; estudo das colecções de numismática e de arqueologia

Programa de Apoio à Conservação Preventiva (P3.)

Ecomuseu Municipal do Seixal: aquisição de equipamento de conservação preventiva para o Núcleo Naval de Arrentelae o Núcleo do Moinho de Maré de Corroios; aquisição de mobiliário e de equipamento apropriado para o acondicionamento das colecções documentais do Núcleo da *Mundet*

Museu Arqueológico do Carmo: aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu Arqueológico e Lapidar Infante D. Henrique: aquisição de equipamento de conservação preventiva; aquisição de equipamento de segurança destinado aos laboratórios de conservação e restauro

Museu de Arte Contemporânea de Serralves: aquisição de equipamento de conservação preventiva, designadamente de monitorização e de controlo das condições ambiente de áreas de exposição e de reserva

Museu de Arte Sacra do Funchal: adequação do sistema de iluminação do 1.º piso do Museu às condições de conservação preventiva

Museu de Arte Sacra e Etnologia: aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu Bernardino Machado: aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu Municipal de Alcochete: adequação do sistema de iluminação natural e artificial do Núcleo de Arte Sacra do Museu às condições de conservação preventiva

Museu Municipal de Coruche: implementação de um sistema de fibra óptica nas vitrines com objectivos de conservação preventiva; aquisição de equipamento para as reservas

Museu Municipal de Santarém: aquisição de equipamento de conservação preventiva para as reservas, para a monitorização dos teores de luz, humidade relativa, temperatura e qualidade do ar; reestruturação do sistema de segurança das reservas

Museu Municipal de Penafiel: aquisição de equipamento de conservação preventiva; aquisição de um serviço especializado em conservação preventiva

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: aquisição de equipamento de conservação preventiva, designadamente de monitorização e de controle das condições ambiente

Museu da Pedra: aquisição de equipamento de conservação preventiva e de mobiliário e de equipamento apropriado para reservas

Museu de Setúbal – Convento de Jesus: aquisição de equipamento apropriado para reservas

Museu de Vila do Conde: aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu da Villa Romana do Rabaçal: aquisição de equipamento para a conservação preventiva do acervo; aquisição de mobiliário e de equipamento apropriado para reservas.

Programa de Apoio a Acções de Comunicação (P.4)

Casa-Museu Abel Salazar: tradução do novo desdobrável de divulgação da Casa-Museu Abel Salazar; Programa de Animação de 2003 do Museu

Casa-Museu Leal da Câmara: produção de um manual pedagógico; edição de quatro contos infantis ilustrados por Leal da Câmara; realização de acções lúdico-didácticas

Ecomuseu Municipal do Seixal: execução e implementação de sinalética de exterior para o Núcleo Naval de Arrentela; sonorização integrada na exposição *Barcos, Memórias do Tejo* (Núcleo Naval de Arrentela); produção de um vídeo sobre a construção naval e de um audiovisual para a mesma exposição

Museu Anjos Teixeira: edição de catálogo do Museu; produção de maleta pedagógica

Museu Arqueológico do Carmo: produção de um plano de sinalética interior; pré-impressão e impressão do catálogo do Museu

Museu Arqueológico e Lapidar Infante D. Henrique: desenvolvimento de uma oficina temática intitulada "Por esta terra andaram Romanos e Árabes..."

Museu Ferreira de Castro: edição do catálogo do Museu

Museu de Cerâmica de Sacavém: realização de uma oficina de cerâmica intitulada "O Caminhar do Inventar" destinada a alunos do 1.º e 2.º Ciclos do Ensino Básico

Museu do Carro Eléctrico do Porto: edição do Livro "16 –Massarelos – Histórias de Vida no Museu do Carro Eléctrico"

Museu da Fundação Cupertino de Miranda: elaboração de um desdobrável de divulgação do Museu e das suas colecções

Museu Municipal Amadeo de Souza Cardoso: reedição do catálogo do Museu e de cadernos pedagógicos

Museu Municipal de Coruche: realização de três ateliers pedagógicos sobre Arte e História; realização de um atelier pedagógico intitulado "A Magia do Papel"

Museu Municipal de Loures: concepção da *Revista Museus* e edição do seu primeiro número; realização de uma actividade pedagógica intitulada "O Mercado Saloio"; edição de materiais de divulgação de um encontro nacional sobre o papel dos centros de documentação na missão dos museus

Museu Municipal de Moura: criação de plano de sinalética do Museu; produção de duas maletas pedagógicas

Museu Municipal de Portimão: desenvolvimento do projecto educativo "O Museu e a História em Movimento, Conhecer o Foral de Vila Nova de Portimão" no âmbito das comemorações dos 500 anos da promulgação do Foral de Portimão a celebrar em 2004

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: execução de plano de sinalética para o Núcleo-Sede do Museu; aquisição de materiais e equipamentos para a realização de actividades educativas no Núcleo-Sede do Museu

Museu Nacional da Imprensa: instalação de uma oficina de reciclagem/produção manual de papel

Museu da Quinta de Santiago/Centro de Arte de Matosinhos:

implementação de suportes de divulgação do Museu; edição de um desdobrável de apoio ao visitante estrangeiro; aquisição de expositores para textos de sala e para a produção de materiais de apoio ao visitante invisual

Museu de São Roque: estudo prévio à concepção de uma exposição temporária sobre a temática dos Jogos Sociais e publicação do respectivo catálogo; reestruturação do serviço educativo do Museu com vista a contemplar actividades dirigidas a um segmento de público mais jovem (entre os 6 e os 10 anos)

Museu do Trabalho Michel Giacometti: projecto "Tardes Interculturais no Museu do Trabalho"

Museu dos Transportes e Comunicações: reformulação da *webpage* do Museu; projecto de exposição itinerante, sob o título *Automuseu*.

Fonte: Boletim da Rede Portuguesa de Museus, nº. 10, dezembro de 2003, p. 2-4.

ANEXO E – Projetos apoiados pelo PAQM 2004

Programas	N.º de Projectos Apoiados	%
1. Programação Museológica	0	0%
2. Estudo/Investigação de Coleções	25	27%
3. Conservação Preventiva		
3.1. Equipamento	15	16%
3.2. Equipamento para Reservas	8	9%
3.3. Serviços Especializados	5	5%
4. Acções de Comunicação		
4.1. Acolhimento e Comunicação	23	24%
4.2. Projectos Educativos	18	19%
Total	94	100%

Programa de Apoio à Investigação e ao Estudo das Coleções (P2.)

Casa-Museu Abel Salazar: Reedição do livro de autoria de Abel Salazar “A Crise da Europa”

Casa-Museu Leal da Câmara: Edição de publicações de divulgação da Casa-Museu

Ecomuseu Municipal do Seixal: Datação directa do espólio exumado em escavações arqueológicas; digitalização e estudo de acervo documental; estudo de numismas provenientes de necrópoles do concelho; estudo de património imaterial reportado à cultura flúvio-marítima e ao património náutico do estuário do Tejo

Museu Arqueológico do Carmo: Estudo e publicação sobre a Igreja do Carmo antes do terramoto de 1755

Museu Arqueológico e Lapidar Infante D. Henrique: Estudo da colecção de cartazes do Museu; estudo da colecção de azulejos

Museu de Arte Contemporânea de Serralves: Estudo da colecção do Museu

Museu de Arte Sacra e Etnologia: Estudo da colecção de arte sacra do Museu

Museu do Brinquedo: Continuação do inventário do acervo do Museu

Museu Escolar de Marrazes: Estudo da colecção do Museu

Museu Ferreira de Castro: Edição do Livro de Jaime Brasil “Correspondência com Ferreira de Castro”

Museu de Mértola: Estudo da cerâmica islâmica de Mértola

Museu Municipal de Loures: Estudo e valorização da Capela do Espírito Santo

Museu Municipal de Moura: Estudo do material arqueológico recolhido nas escavações do Castelo de Moura

Museu Municipal de Penafiel: Estudo das colecções relacionadas com a actividade das oficinas de ferreiro e de serralheiro e publicação de catálogo

Museu Municipal de Tavira: Estudo e posterior publicação sobre os materiais arqueológicos da cidade romana de Balsa

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: Estudo de materiais cerâmicos do espólio arqueológico da Igreja do Mártir Santo; inventariação e informatização das colecções de arqueologia

Museu de São Roque: Estudo do património arquitectónico da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa

Museu da Villa Romana do Rabaçal: Edição da versão inglesa do catálogo do Museu

No âmbito deste Programa, foi ainda concedido apoio a um projecto apresentado pelo **Museu da Indústria de Chapelaria**, em fase de instalação e, por conseguinte, ainda não integrado na RPM: Estudo para a elaboração de uma história dos chapéus; recolha sistemática e tratamento dos sons da cadeia operatória.

Programa de Apoio à Conservação Preventiva (P3.)

Casa-Museu de Camilo: Aquisição de equipamento para monitorização das condições ambiente; aquisição de equipamento para acondicionamento do acervo bibliográfico e documental

Ecomuseu Municipal do Seixal: Aquisição de mobiliário e de equipamento para reservas

Museu Arqueológico e Lapidar Infante D. Henrique: Aquisição de equipamento de segurança destinado ao laboratório de conservação

Museu Bernardino Machado: Aquisição de mobiliário e de equipamento para reservas

Museu do Carro Eléctrico: Estudo de diagnóstico para melhoria das condições de conservação das vitrines da exposição permanente

Museu de Cerâmica de Sacavém: Análise e respectiva intervenção de limpeza e de conservação da colecção de azulejos (séc. XIX-XX)

Museu Escolar de Marrazes: Aquisição de equipamento para acondicionamento de documentos gráficos

Museu da Imagem em Movimento: Aquisição de equipamento de conservação preventiva; aquisição de mobiliário e de equipamento para acondicionamento do acervo; aquisição de serviços especializados em conservação preventiva

Museu de Mértola: Aquisição de equipamento de monitorização das condições ambiente

Museu Municipal de Alcochete: Remodelação do sistema de iluminação do núcleo sede do Museu

Museu Municipal Amadeo de Souza Cardoso: Projecto de reformulação do sistema de iluminação da colecção permanente

Museu Municipal de Etnografia e História da Póvoa de Varzim: Aquisição de equipamento de conservação preventiva para o núcleo de S. Pedro de Rates; aquisição de mobiliário e de equipamento para reservas

Museu Municipal de Penafiel: Aquisição de uma assessoria especializada em conservação preventiva

Museu Municipal de Portimão: Aquisição de equipamento apropriado para reservas

Museu Municipal de Santiago do Cacém: Aquisição de uma assessoria especializada em conservação preventiva

Museu Municipal de Viana do Castelo: Aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu de Olaria: Aquisição de equipamento apropriado para reservas; aquisição de equipamento de monitorização das condições ambiente; aquisição de uma assessoria especializada em conservação preventiva

Museu da Pólvora Negra: Aquisição de equipamento de conservação preventiva

Museu da Quinta de Santiago/Centro de Arte de Matosinhos:

Aquisição de equipamento para monitorização das condições ambiente

Museu de Setúbal/Convento de Jesus: Aquisição de equipamento de conservação preventiva; aquisição de equipamento e de mobiliário adequado para reservas

Museu do Traje de Viana do Castelo: Aquisição de equipamento de conservação preventiva

Programa de Apoio a Accões de Comunicação (P.4)

Casa-Museu Abel Salazar: Divulgação do 1.º Encontro Nacional de Casas-Museu, edição das respectivas actas; projecto educativo do museu: produção de ateliers pedagógicos

Casa-Museu de Camilo: Elaboração do website e edição de folheto informativo do Museu

Casa-Museu Leal da Câmara: Acções lúdico-pedagógicas e edição de um conto infanto-juvenil

Ecomuseu Municipal do Seixal: Edição de dossiers didácticos; edição de folhetos sobre o circuito museológico industrial, núcleo da Quinta da Trindade e embarcações tradicionais; edição do catálogo e de materiais de divulgação da exposição “Barcos, Memórias do Tejo”

Museu Anjos Teixeira: Ateliers de expressão plástica

Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real: Edição de um catálogo e de materiais de divulgação; execução e edição de materiais relativos às actividades complementares às exposições temporárias

Museu Arqueológico do Carmo: Edição de materiais de divulgação e de catálogo; produção de materiais de divulgação com componente lúdico-pedagógica em suportes diversos

Museu Arqueológico e Lapidar Infante D. Henrique: Produção de nova sinalética interior para o Museu; oficinas para adultos sobre joalheria e azulejaria

Museu Bernardino Machado: Criação do website do Museu; publicação de um livro infantil de actividades

Museu do Carro Eléctrico: Produção e desenvolvimento de um novo sistema de bilhética denominado “Viajante Museus”; produção e implementação de quiosques multimédia didácticos

Museu de Cerâmica de Sacavém: Edição resultante de um estudo comparativo sobre a colecção de azulejos do séc. XIX-XX

Museu da Fundação Cupertino de Miranda: Produção de oficinas de expressão plástica

Museu da Imagem em Movimento: Criação de um centro de recursos multimédia para a área do cinema de animação; criação do website do Museu e edição de um catálogo

Museu de Mértola: Desenvolvimento e criação do website do Museu

Museu Municipal Abade Pedrosa: Aquisição de meios audiovisuais para o auditório do Museu; edição bilingue de um roteiro e de um guia desdobrável do Museu

Museu Municipal de Etnografia e História da Póvoa de Varzim: Aquisição de equipamento audiovisual para as actividades educativas do núcleo de S. Pedro de Rates

Museu Municipal de Loures: Projecto de comunicação “Quem Somos? Nós e os outros” e edição de catálogo e cd-rom; edição de um estudo etnográfico sobre literatura oral

Museu Municipal de Penafiel: Criação de nova imagem do Museu

Museu Municipal de Santiago do Cacém: Projecto de comunicação visual do Museu

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: Edição do Boletim Cultural Cira 9; reestruturação do website do Museu

Museu de Olaria: Projecto educativo “Para que servem os Museus” destinado a alunos do 1.º ciclo do Ensino Básico; edição de materiais de divulgação do museu

Museu do Papel Terras de Santa Maria: Produção e instalação de um painel de divulgação do Museu

Museu da Pólvora Negra: Criação do website do Museu; edição de monofolha sobre a “Escolha do Semestre” e edição das actas das comunicações da palestra “O Papel dos museus na preservação do património imaterial”

Museu da Quinta de Santiago/Centro de Arte de Matosinhos: Produção e instalação de painéis informativos no 2.º piso do Museu

Museu de São Roque: Edição sobre o património arquitectónico da Santa Casa da Misericórdia e de catálogo da exposição temporária sobre o centenário do Museu

Fonte: Boletim da Rede Portuguesa de Museus, nº. 14, dezembro de 2004, p. 2-4.

ANEXO F – Projetos apoiados pelo PAQM 2005

PAQM 2005 – Distribuição dos projectos apoiados		
P2. Investigação e Estudo de Coleções	19	24%
P3. Conservação Preventiva	25	31%
P3.1. Aquisição de Equipamentos para Conservação Preventiva	10	12%
P3.2. Aquisição de Equipamentos para Reservas	14	18%
P3.3. Aquisição de Serviços Especializados	1	1%
P.4 Acções de Comunicação	36	45%
P4.1. Acções de Acolhimento e de Comunicação	21	26%
P4.2. Apoio a Projectos Educativos	15	19%
Total de projectos candidatados	80	100%

Programa de Apoio à Investigação e Estudo de Coleções (P2.)

Ecomuseu Municipal do Seixal: Estudo e digitalização de plantas de bens imóveis da Mundet (edifícios da antiga fábrica.)

Museu Anjos Teixeira: Reedição de obra sobre escultura de Anjos Teixeira.

Museu de Arte Contemporânea de Serralves: Continuação do estudo e inventário da coleção.

Museu de Arte Sacra e Etnologia: Estudo das Coleções de Etnologia.

Museu do Brinquedo: Continuação da execução do inventário do acervo do Museu.

Museu do Carro Eléctrico do Porto: Edição do 1º volume da coleção de fotografia do Museu; Edição do Guia de Visita em versão inglesa.

Museu Convento dos Lóios: Estudo sobre o convento e a congregação dos Lóios e *design* para a respetiva publicação.

Museu Escolar de Marrazes: Inventário e digitalização de imagens.

Museu Ferreira de Castro: Reedição de cartas de Ferreira de Castro e edição de mini-roteiro do Museu.

Museu da Fundação Cupertino de Miranda: Estudo da coleção “Gonçalo Duarte” e produção de cartaz, catálogo e tela.

Museu Municipal de Alcochete: Estudo sobre as igrejas de Sabonha e São Francisco.

Museu Municipal de Benavente: Estudo e inventário da coleção de alfaia agrícola para um novo núcleo e instalação de reservas visitáveis no Celeiro dos Arcos.

Museu Municipal de Faro: Estudo da Coleção do Material de Cerâmica Islâmica do Museu Municipal de Faro.

Museu Municipal de Penafiel: Estudo da coleção da necrópole arqueológica de Monteiras; estudo da coleção relativa ao ofício de carpinteiro.

Museu Municipal de Santiago do Cacém: Estudo da coleção de terra sigilatta africana.

Museu de Olaria: Estudo “A Louça de Prado”.

Museu de São Roque: Edição do livro “S. Francisco Xavier”.

Programa de Apoio à Conservação Preventiva (P3.)

Casa-Museu Abel Salazar: Aquisição de material de acondicionamento e de iluminação adequada.

Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real: Aquisição de mobiliário apropriado para reservas.

Museu Bernardino Machado: Aquisição de material de acondicionamento de bens em reserva.

Museu do Caramulo: Equipamento de conservação preventiva.

Museu do Carro Eléctrico: Equipamento de acondicionamento e de conservação para as reservas.

Museu Escolar de Marrazes: Aquisição de estantes para reservas.

Museu da Fundação Cupertino de Miranda: Mobiliário para acondicionamento da coleção Cesariny.

Museu Municipal de Alcochete: Equipamento de monitorização e controle das condições de conservação preventiva.

Museu Municipal de Coruche: Equipamento para reservas destinado ao novo edifício do museu.

Museu Municipal de Etnografia e História da Póvoa de Varzim: Aquisição de equipamento de conservação preventiva; Armários arquivadores para quadros.

Museu Municipal de Faro: Acondicionamento em reserva de fotografias do fundo antigo do museu.

Museu Municipal Leonel Trindade: Aquisição de equipamento de conservação preventiva.

Museu Municipal de Moura: Equipamento de conservação preventiva para o núcleo do Lagar de Varas de Fojo.

Museu Municipal de Penafiel: Equipamento de conservação preventiva; Equipamento para reservas.

Museu Municipal de Santarém: Equipamento para reservas; Estudo para preparação do Plano de Conservação Preventiva do Museu.

Museu Municipal de Santiago do Cacém: Aquisição de mobiliário para reservas.

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: Material de acondicionamento de fotografias em reserva. equipamento de monitorização para reservas.

Museu da Pólvora Negra: Equipamento de monitorização de conservação preventiva.

Museu de Vila do Conde: Aquisição de equipamento de conservação e de mobiliário para as futuras reservas do núcleo-sede.

Programa de Apoio a Ações de Comunicação (P.4)

Casa-Museu Guerra Junqueiro: Painel expositivo sobre a história da ourivesaria.

Casa-Museu Leal da Câmara: CD-Rom interativo sobre os três museus da Câmara Municipal de Sintra;
ações lúdico-didáticas; edição de roteiro infantil.

Ecomuseu Municipal do Seixal: Edição de brochura e folheto bilingues; edição do catálogo *Quem diz cortiça diz Mundet, quem diz Mundet diz cortiça*; edição de folheto sobre a extensão da Quinta de S. Pedro.

Museu da Água: Edição de livro em *braille* sobre o museu.

Museu de Arte Sacra: Catálogo da exposição “Eucaristia – Mistério da Luz”; Criação de Sítio do Museu na Internet.

Museu do Caramulo: Edição de catálogo com legendagem em Inglês e castelhano.

Museu do Carro Eléctrico: Implementação de um sistema de auto-guia.

Museu da Cidade – Museu Romântico: Reedição de material didático “Bonecos de recortar”.

Museu da Fundação Cupertino de Miranda: Sítio na Internet do Museu.

Museu Municipal de Etnografia e História da Póvoa de Varzim: ação pedagógica sobre o museu e material de divulgação.

Museu Municipal de Faro: Criação de Sítio na Internet do museu; Jogos multimédia; *Kiko e Kamica* – *O Mosaico Oceano*.

Museu Municipal de Loures: *A Mudança nas paisagens em Loures* – edição em papel e em CD-Rom;

“Aparecer para existir” – Os centros de documentação dos Museus de Loures na Internet.

Museu Municipal de Moura: Catálogo sobre o Castelo de Moura; Edição de novos folhetos sobre o Museu e os seus núcleos.

Museu Municipal de Penafiel: Material de divulgação diverso “As Artes do ferro”.

Museu Municipal de Santarém: Construção de Sítio do Museu na Internet; Maleta pedagógica.

Museu Municipal de Vila Franca de Xira: Edição de folheto em português, inglês e *braille* e do catálogo da exposição “Arte e Devoção”; Sinalética do Núcleo da Igreja do Mártir Santo; Animação musical no museu; Teatro de Robertos.

Museu do Papel-Moeda: Projeto educativo “Douro acima”.

Museu da Pólvora Negra: Edições e ateliers diversos.

Museu da Quinta de Santiago: *10 anos do museu* – livro referente ao projeto “Aprender com arte no Jardim” e seminário internacional sobre serviços educativos.

Museu da *Villa Romana do Rabaçal*: Execução de um Puzzle e de um CD-Rom sobre o Museu.

Museu de São Roque: Projeto educativo “Vamos conhecer o Oriente com S. Francisco Xavier”.

Museu dos Transportes e Comunicações: Projeto de História Oral em DVD.

Fonte: Boletim da Rede Portuguesa de Museus, n.º 20, junho de 2006.

ANEXO G - Projetos apoiados pelo ProMuseus 2007

Projectos Apoiados no âmbito do ProMuseus/2007

ECOMUSEU MUNICIPAL DO SEIXAL

Área das Parcerias

Projecto em parceria com o Museu Nacional de Arqueologia

- Exposição “Olaria Romana da Quinta do Rouxinol”

MUSEU ANJOS TEIXEIRA

Área das Reservas

- Aquisição de Estantaria para Acomodação de Esculturas e Desenhos do Museu Anjos Teixeira na Reserva dos Museus Municipais

MUSEU DE ARQUEOLOGIA E NUMISMÁTICA DE VILA REAL

Área das Parcerias

Projectos em parceria com o Museu de Olaria e com o Museu de Alberto Sampaio

- Projecto “Olaria do Norte de Portugal – Um Mundo Feito de Memórias”
- Projecto “Olaria de Bisalhães – Rostos de Barro Negro”

MUSEU ARQUEOLÓGICO DO CARMO

Área da Informatização do Inventário

- Inventário e Informatização das Obras de Arte em Reserva no Museu Arqueológico do Carmo

MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA DE SERRALVES

Área da Conservação e Segurança

- Melhoria do Sistema de Segurança da Fundação de Serralves

MUSEU DE ARTE SACRA E ETNOLOGIA

Área da Conservação e Segurança

- Sistema de Vídeo-vigilância

Área das Reservas

- Controlo de Humidade Relativa da Reserva

MUSEU BERNARDINO MACHADO

Área da Conservação e Segurança

- Aquisição de Equipamentos para controlo da temperatura e humidade relativa

Área das Reservas

- Aquisição de materiais para acondicionamento de Reservas

Área das Parcerias

Projecto em parceria com o Museu de Alberto Sampaio

- Programa Educativo das Comemorações do Centenário de Alberto Sampaio

MUSEU DO CARAMULO

Área da Conservação e Segurança

- Remodelação dos Sistemas de Alarme de Intrusão e Detecção de Incêndio

MUSEU DA CASA GRANDE

Área da Informatização do Inventário

- Inventário da Coleção de Arqueologia

Área da Conservação e Segurança

- Controlo Ambiental

MUSEU DE CERÂMICA DE SACAVÉM

MUSEU MUNICIPAL AMADEO SOUZA-CARDOSO

Área da Conservação e Segurança

- Remodelação dos Sistemas de Segurança do Museu

MUSEU MUNICIPAL DE ARQUEOLOGIA DE ALBUFEIRA

Área das Parcerias

Projectos em parceria com o Museu Municipal de Portimão, o Museu Municipal de Faro e o Museu Municipal de Tavira

- Projecto “Caixa-Viagem pelas Histórias do Algarve”
- Projecto “Quatro Museus do Algarve, Quatro Edifícios com História”

MUSEU MUNICIPAL DE BENAVENTE

Área da Conservação e Segurança

- Conservação e Segurança

Área das Reservas

- Qualificação das Reservas

MUSEU MUNICIPAL CARLOS REIS

Área da Conservação e Segurança

- Conservação e Segurança

Área das Reservas

- Aquisição de Equipamentos, Materiais e Mobiliário Appropriados para Acondicionamento em Reservas

MUSEU MUNICIPAL DE CORUCHE

Área da Conservação e Segurança

- Aquisição de Aparelhos de Monitorização

Área das Reservas

- Aquisição de Mobiliário e Equipamento para Reservas

Área das Parcerias

Projecto em parceria com o Museu Nacional de Arqueologia

- Roteiro Megalítico de Coruche

MUSEU DE CERÂMICA DE SACA VÉM**Área das Parcerias**

Projecto em parceria com o Museu de Cerâmica

- Projecto “O Modernismo nas Coleções dos Museus de Cerâmica e de Cerâmica de Sacavém”

MUSEU DA CIDADE DO PORTO**Área da Conservação e Segurança**

- Monitorização das condições ambientais do Núcleo Museológico – Casa do Infante

Área das Reservas

- Qualificação das Reservas dos Museus Municipais da Câmara Municipal do Porto

MUSEU ESCOLAR DE MARRAZES**Área da Informatização do Inventário**

- Projecto de Estudo e Investigação

Área da Conservação e Segurança

- Conservação e Segurança

MUSEU DA FUNDAÇÃO CUPERTINO DE MIRANDA**Área da Informatização do Inventário**

- Informatização do Inventário do Museu

Área da Conservação e Segurança

- Conservação Preventiva do Museu

Área das Reservas

- Equipamento e Mobiliário da Reserva do Museu

MUSEU MUNICIPAL DE ALJUSTREL**Área da Conservação e Segurança**

- Projecto “Coleções Preservadas”

Área da Conservação e Segurança

- Aquisição Complementar para Sistema de Monitorização do Tipo *Datalogger*

Área das Reservas

- Aquisição de Unidades de Instalação
- Aquisição de Unidades de Acondicionamento

MUSEU MUNICIPAL DE PORTIMÃO**Área das Parcerias**

Projectos em parceria com o Museu Municipal de Arqueologia de Albufeira, o Museu Municipal de Faro e o Museu Municipal de Tavira

- Projecto “Caixa-Viagem pelas Histórias do Algarve”
- Projecto “Quatro Museus do Algarve, Quatro Edifícios com História”

MUSEU MUNICIPAL DE FARO**Área da Conservação e Segurança**

- Instalação de Sistema de Segurança de Detecção de Incêndio

Área das Parcerias

Projectos em parceria com o Museu Municipal de Arqueologia de Albufeira, o Museu Municipal de Portimão e o Museu Municipal de Tavira

- Projecto “Caixa-Viagem pelas Histórias do Algarve”
- Projecto “Quatro Museus do Algarve, Quatro Edifícios com História”

MUSEU MUNICIPAL LEONEL TRINDADE**Área das Parcerias**

Projecto em parceria com o Museu Municipal de Loures e com o Museu Municipal de Vila Franca de Xira

- Projecto “Olhar as Linhas de Torres”

MUSEU MUNICIPAL DE LOURES**Área das Parcerias**

Projecto em parceria com o Museu Municipal de Vila Franca de Xira e com o Museu Municipal Leonel Trindade

- Projecto “Olhar as Linhas de Torres”

MUSEU MUNICIPAL DE PENAFIEL**Área da Informatização do Inventário**

- Informatização do Inventário da Coleção de Numismática
- Informatização do Inventário das Coleções de Arqueologia

MUSEU DE OLARIA**Área da Conservação e Segurança**

- Colocação de um Sistema de Vídeo-vigilância nas Áreas Públicas do Museu

Área das Reservas

- Remodelação das Reservas Visitáveis do Museu

Área das Parcerias

Projectos em parceria com o Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real e com o Museu de Alberto Sampaio

- Projecto “Olaria do Norte de Portugal – Um Mundo Feito de Memórias”
- Projecto “Olaria de Bisalhães – Rostos de Barro Negro”

MUSEU MUNICIPAL DE SANTARÉM**Área da Informatização do Inventário**

- Informatização do Inventário do Acervo do Museu
- Levantamento Fotográfico Digital das Coleções Municipais

MUSEU MUNICIPAL DE TAVIRA**Área da Conservação e Segurança**

- Conservação e Segurança no Museu

Área das Parcerias

Projectos em parceria com o Museu Municipal de Albufeira, o Museu Municipal de Portimão e o Museu Municipal de Faro

- Projecto “Caixa-Viagem pelas Histórias do Algarve”
- Projecto “Quatro Museus do Algarve, Quatro Edifícios com História”

MUSEU MUNICIPAL DE VILA FRANCA DE XIRA**Área da Informatização do Inventário**

- Inventariação e Digitalização das Coleções de Fotografia e Arqueologia

Área da Conservação e Segurança

- Aquisição e Montagem de Películas para Protecção UV no Núcleo Museológico de Alverca

Área das Reservas

- Aquisição de Equipamento para a Reserva do Núcleo Museológico de Alverca

Área das Parcerias

Projecto em parceria com o Museu Municipal de Loures e o Museu Municipal Leonel Trindade

- Projecto “Olhar as Linhas de Torres”

MUSEU DA PEDRA**Área da Conservação e Segurança**

- Ampliação do Sistema de Vídeo-vigilância

MUSEU DOS TRANSPORTES E COMUNICAÇÕES**Área da Conservação e Segurança**

- Vigilância no Museu

MUSEU DA VILLA ROMANA DO RABAÇAL**Área da Informatização do Inventário**

- Inventário, Estudo e Digitalização da Coleção de Cerâmica Comum/Cerâmica de Cozinha, Mesa e Armazenamento

- Inventário, Estudo e Digitalização da Coleção de Numismática e da Coleção de Instrumentos e Utensílios Metálicos

- Inventário, Estudo e Digitalização da Coleção de Baixo-relevos e Outros Elementos Arquitectónicos e Inventário, Estudo e Digitalização da Coleção de Materiais de Construção

Área das Reservas

- Mobiliário e Equipamento para a Reserva da Estação Arqueológica

Área das Parcerias

Projecto em parceria com o Museu Nacional de Arqueologia

- Estudo para o Corpus dos Mosaicos Romanos de Portugal. Documentação, Apresentação e Exposição sobre Registo Gráfico de Mosaicos *in situ* (Rabaçal) e em Reserva (Museu Nacional de Arqueologia)

Fonte: Boletim da Rede Portuguesa de Museus, nº. 26, dezembro de 2007.

ANEXO H - Projetos apoiados pelo ProMuseus 2019

MUSEU	TUTELA	ÁREA DE APOIO	PROJETO	VALOR FINANCEIRO ATRIBUÍDO (comparticipação de valor até 60% das despesas elegíveis) (€)
Casa-Museu Leal da Câmara	Câmara Municipal de Sintra	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"Sistema de áudio-guias e conteúdos acessíveis. Projeto de inclusão no CMLC"	8.564,49
Museu Anjos Teixeira	Câmara Municipal de Sintra	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"Sistema de áudio-guias e conteúdos acessíveis. Projeto de inclusão no MAT"	5.173,38
Museu Arqueológico de São Miguel de Odrinhas	Câmara Municipal de Sintra	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"Sistema de áudio-guias e conteúdos acessíveis. Projeto de inclusão no MASMO"	5.697,36
Museu Convento dos Lóios	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira	Área 8_Transformação Digital	"Museu Convento dos Lóios - mapa interativo do Concelho"	9.575,55
Museu da Imagem em Movimento	Câmara Municipal de Leiria	Área 1_Estudo, Investigação e Exposições	"Estudo do Diagnóstico e Tratamento do Fundo Fabião"	11.070,00
Museu da Luz	EDIA, S.A	Área 8_Transformação Digital	"Inovação Digital no Museu da Luz"	30.000,00
Museu da Marioneta	EGEAC	Área 8_Transformação Digital	"Volta ao mundo das marionetas"	28.737,72
Museu da Música Portuguesa - Casa Verdades Faria	Câmara Municipal de Cascais	Área 8_Transformação Digital	"Digitalização da obra musical de Fernando Lopes Graça"	7.722,76
Museu da Pedra do Município de Cantanhede	Câmara Municipal de Cantanhede	Área 2_Inventário e Documentação de Coleções	"Aquisição de software de inventário, gestão e divulgação de coleções museológicas"	16.715,70
Museu da Quinta de Santiago	Câmara Municipal de Matosinhos	Área 1_Estudo, Investigação e Exposições	"Exposição - os últimos 25 anos da coleção artística municipal (1985-2020)"	22.183,74
Museu da Quinta de Santiago	Câmara Municipal de Matosinhos	Área 5_Divulgação	"Livro/Catálogo - os últimos 25 anos da coleção artística municipal (1985-2020)"	24.939,97
Museu da Saúde	Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"Saúde 800 - valorização e divulgação das coleções do Museu da Saúde"	3.450,15
Museu da Villa Romana do Rabaçal	Câmara Municipal de Penela	Área 5_Divulgação	"Reedição do livro Villa Romana do Rabaçal, um objeto de arte na paisagem"	1.920,00
Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real	Câmara Municipal de Vila Real	Área 8_Transformação Digital	"Muvval - Ecossistema de Transformação Digital do MANVR"	28.690,80
Museu de Arte Contemporânea de Serralves	Fundação de Serralves	Área 9_Internacionalização	"Álvaro Siza: [IN]DISCIPLINE"	30.000,00
Museu de Arte Pré-Histórica e do Sagrado do Vale do Tejo	Câmara Municipal de Mação	Área 8_Transformação Digital	"Estudo, Preservação e Valorização das coleções do Museu Municipal e do Património Artístico e Arqueológico de Mação e do Território circundante"	24.355,80
Museu de Arte Sacra do Funchal	Diocese do Funchal	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"MASF mais acessível"	8.169,56
Museu de Cerâmica de Sacavém	Câmara Municipal de Loures	Área 5_Divulgação	"Monografia sobre a fábrica de loiça de Sacavém"	2.893,50

Museu de História Natural de Sintra	Câmara Municipal de Sintra	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"Sistema de audio-guias e conteúdos acessíveis. Projeto de inclusão no MHNS"	3.870,81
Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior	Universidade da Beira Interior	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"PROMUSLAN - Museu para todos"	21.462,71
Museu de Mértola	Câmara Municipal de Mértola	Área 2_Inventário e Documentação de Coleções	"Atualização do inventário do Museu de Mértola"	18.000,00
Museu de Portimão	Câmara Municipal de Portimão	Área 8_Transformação Digital	"Moedas do Arade. Dois mil anos de história"	13.920,00
Museu do Caramulo	Fundação Abel e João de Lacerda	Área 8_Transformação Digital	"Reestruturação de website do Museu do Caramulo"	9.225,00
Museu do Centro Hospitalar do Porto	Centro Hospitalar do Porto	Área 3_Conservação e Segurança	"Act Real Time": conservação preventiva - uma aposta do presente para enriquecer o futuro	3.032,57
Museu do Centro Hospitalar do Porto	Centro Hospitalar do Porto	Área 8_Transformação Digital	"Vivia 360º: conhecer os 250 anos de história e património do Hospital de Santo António - visita virtual avançada"	20.664,00
Museu do Douro	Fundação Museu do Douro	Área 8_Transformação Digital	"Transformação digital das coleções"	14.148,09
Museu do Instituto Superior de Engenharia do Porto	Instituto Superior de Engenharia do Porto - Politécnico do Porto	Área 4_Reservas	"Fornecimento e instalação de estantes deslizantes para as reservas do museu do ISEP"	30.000,00
Museu do Papel - Terras de Santa Maria	Câmara Municipal de Santa Maria da Feira	Área 8_Transformação Digital	"Museu do Papel - Roteiro interativo da história do papel"	9.575,55
Museu do Trabalho Michel Giacometti	Câmara Municipal de Setúbal	Área 4_Reservas	"Renovação e ativação da reserva técnica do Museu Michel Giacometti no Pólo da Bela Vista"	16.566,00
Museu do Trabalho Michel Giacometti	Câmara Municipal de Setúbal	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"Museu do Trabalho Michel Giacometti - um museu acessível a todos"	17.970,00
Museu Marítimo de Ilhavo	Câmara Municipal de Ilhavo	Área 8_Transformação Digital	"Candido Teles, pintor ilhavense"	6.234,93
Museu Municipal Carlos Reis	Câmara Municipal de Torres Novas	Área 1_Estudo, Investigação e Exposições	"Estudo sobre Carlos Reis (1863-1940)"	12.398,40
Museu Municipal Carlos Reis	Câmara Municipal de Torres Novas	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"Ponto acessível: módulo de realidade aumentada para a maquete da vila de Torres Novas em meados do século XVIII"	11.645,40
Museu Municipal de Benavente Dr. António Gabriel Ferreira Lourenço	Câmara Municipal de Benavente	Área 2_Inventário e Documentação de Coleções	"Gestão das coleções do museu - atualização e ampliação"	8.667,00
Museu Municipal de Coimbra - Edifício Chiado	Câmara Municipal de Coimbra	Área 2_Inventário e Documentação de Coleções	"Instalação de software para inventário e gestão de coleções"	6.886,96
Museu Municipal de Coimbra - Edifício Chiado	Câmara Municipal de Coimbra	Área 8_Transformação Digital	"Renovação da aplicação multimédia do Núcleo da Cidade Muralhada"	22.327,79
Museu Municipal de Loulé	Câmara Municipal de Loulé	Área 7_Acessibilidade e Inclusão	"Maquete de acessibilidade universal - polo museológico banhos islâmicos de Loulé"	12.469,44
Museu Municipal de Loures	Câmara Municipal de Loures	Área 1_Estudo, Investigação e Exposições	"Antropologia funerária e paleobiologia de um grupo populacional rural de bucelas (Loures) dos séculos XVI a XIX"	19.008,00

Museu Municipal de Loures	Câmara Municipal de Loures	Área 3_ Conservação e Segurança	"Aquisição de equipamento de medição ambiental"	439,47
Museu Municipal de Ourém	Câmara Municipal de Ourém	Área 8_ Transformação Digital	"Torre do Alcaide: passados (re)construídos, futuros imaginados"	21.161,35
Museu Municipal de Ourém	Câmara Municipal de Ourém	Área 1_ Estudo, Investigação e Exposições	"Estudo de valorização patrimonial do Castelo e Paço dos Condes de Ourém"	10.987,20
Museu Municipal de Penafiel	Câmara Municipal de Penafiel	Área 7_ Acessibilidade e Inclusão	"Um Museu para todos"	28.043,34
Museu Municipal Leonel Trindade	Câmara Municipal de Torres Vedras	Área 8_ Transformação Digital	"Implementação do sistema de gestão de coleções do Museu Municipal Leonel Trindade"	12.906,88
Museu Nacional Ferroviário	Fundação Museu Nacional Ferroviário Armando Ginestal Machado	Área 3_ Conservação e Segurança	"Reforço das condições de segurança dos bens culturais em exposição permanente no Museu Nacional Ferroviário"	7.204,25
Museu Nogueira da Silva	Universidade do Minho	Área 1_ Estudo, Investigação e Exposições	"O arquivo fotográfico da primeira empresa de diamantes de Angola (Diamang) «intersetado» pela arte contemporânea"	10.421,11
TOTAIS				639.096,73

Fonte: Site DGPC via Arquivo.pt

ANEXO I – Projetos apoiados pelo ProMuseus 2021

MUSEU	TUTELA	ÁREA DE APOIO	PROJETO	COMPARTICIPAÇÃO FINANCEIRA ATRIBUÍDA
Museu Nacional de História Natural e da Ciência	Universidade de Lisboa	Área 10 - Parcerias	“Coleções Científica em Portugal: acessibilidade a três dimensões”	41 331,69
Museu de Arte Sacra do Funchal	Diocese do Funchal	Área 5 - Divulgação	MASF.pt	6 489,24
Museu do Centro Hospitalar do Porto	Centro Hospitalar Universitário do Porto, EPE	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Património e Identidade Institucional, Memórias do Hospital de Santo António e Centro de Genética Médica Dr. Jacinto Magalhães	6 646,20
Museu Municipal de Portimão	Câmara Municipal de Portimão	Área 8 - Transformação digital	Viajar no tempo e no espaço, um território e um património a descobrir	24 317,40
Museu Municipal de Penafiel	Câmara Municipal de Penafiel	Área 5 - Divulgação	Novo Website do Museu Municipal de Penafiel	11 630,88
Museu Condes Castro Guimarães	Câmara Municipal de Cascais	Área 10 - Parcerias	Exposição digital “As Casas de Jorge O’Neill (1848 - 1925) e os deslumbramentos da arquitetura”	12 000,00
Museu Bernardino Machado	Câmara Municipal de Vila Nova de Famalicão	Área 10 - Parcerias	Bernardino Machado e José Leite Vasconcelos - os museus no final do século XIX	29 969,13
Museu da Cidade de Aveiro	Câmara Municipal de Aveiro	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	A Grafia da Natureza. Fontes Tipográficas no Movimento Arte Nova	17 703,14
Museu Municipal Carlos Reis	Câmara Municipal de Torres Novas	Área 10 - Parcerias	Crânio da Aroeira, um fóssil humano com c.400 mil anos (mostra)	4 456,04
Museu da Pedra de Cantanhede	Câmara Municipal de Cantanhede	Área 8 - Transformação digital	Transformação digital: expandir os sentidos no Museu da Pedra	32 343,90
Centro Internacional das Artes José de Guimarães	A Oficina	Área 5 - Divulgação	“Nas Margens da Ficção - Narrativas sobre as Coleções do Centro Internacional das Artes José de Guimarães”	20 276,16
Museu do Trabalho Michel Giacometti	Câmara Municipal de Setúbal	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Museu do Trabalho - Centro De Memórias	14 730,00
Museu do Douro	Fundação Museu do Douro	Área 6 - Mediação e educação	BIOS - fronteira 2021/2022	29 954,69
Museu Municipal de Ourém	Câmara Municipal de Ourém	Área 8 - Transformação digital	Museu Municipal de Ourém a 360º	29 097,12
Museu do Centro Hospitalar do Porto	Centro Hospitalar Universitário do Porto, EPE	Área 6 - Mediação e educação	Visitas Virtuais Imersivas e Interativas ao Museu do CHUPorto	7 794,10
Museu Municipal Carlos Reis	Câmara Municipal de Torres Novas	Área 8 - Transformação digital	Museu fora de portas-Moinho/Lagar do Duque	15 346,71
Museu de Olaria	Câmara Municipal de Barcelos	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Exposição Permanente - Museu de Olaria	50 000,00
Museu de Mértola	Câmara Municipal de Mértola	Área 8 - Transformação digital	Informatização da bilheteira do Museu de Mértola	13 931,44
Museu Arpad Szenes - Vieira da Silva	Fundação Arpad Szenes - Vieira da Silva	Área 8 - Transformação digital	Divulgação Museu Arpad Szenes - Vieira da Silva - plataforma digital	50 000,00

Museu de Aveiro	Câmara Municipal de Aveiro	Área 8 - Transformação digital	Desenvolvimento de Visitas Áudio/Multimédia para a Cidade e Museus de Aveiro: Museu de Aveiro/Santa Joana; Museu da Cidade; Museu Arte Nova; EcoMuseu Marinha da Troncalhada;	45 652,31
Museu Municipal Abade Pedrosa	Câmara Municipal de Santo Tirso	Área 6 - Mediação e educação	Monte Padrão da Proto-história à Idade Média. Não sei o que é a Natureza... canto-a!	13 615,45
Museu Escolar de Marrazes	Junta de Freguesia da União de Freguesia de Marrazes e Barosa	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	A Escola em tempo de pandemia: que oportunidades?	17 192,93
Museu Municipal de Santarém	Câmara Municipal de Santarém	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Exposição 'Braamcamp Freire (1849-1921): o génio poliédrico'	14 707,62
Museu Marítimo de Ílhavo	Câmara Municipal de Ílhavo	Área 8 - Transformação digital	Renovação do Website e Desenvolvimento de APPs do Museu Marítimo de Ílhavo	31 483,08
Museu da Saúde	Instituto Dr. Ricardo Jorge	Área 8 - Transformação digital	DOI - Disponibilização e Otimização do Inventário das coleções do Museu da Saúde	9 446,40
Museu Municipal da Vidigueira	Câmara Municipal da Vidigueira	Área 6 - Mediação e educação	Museu Municipal de Vidigueira- "Adição de uma camada digital à exposição permanente"	23 958,60
Museu da Imagem em Movimento	Câmara Municipal de Leiria	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Projecto Fundo Casa Fabião - Estudo, diagnóstico, inventário, tratamento, digitalização e congelamento	12 280,90
Museu Municipal de Loulé	Câmara Municipal de Loulé	Área 5 - Divulgação	Monografia do conjunto Monumental Banhos Islâmicos e Casa dos Barreto	22 376,16
Museu Municipal de Benavente	Câmara Municipal de Benavente	Área 8 - Transformação digital	Exposição de longa duração O território de Benavente timeline (linha de tempo)	13 774,50
Museu dos Transportes e das Comunicações	Associação Cultural Museu dos Transportes e das Comunicações	Área 6 - Mediação e educação	Alfândega: museu fora de portas	7 149,25
Museu de Santa Maria de Lamas	Casa do Povo de Santa Maria de Lamas	Área 3 - Conservação e segurança	Reforço das condições de segurança do Museu de Santa Maria de Lamas	11 684,23
Museu do Neo-Realismo	Câmara Municipal de Vila Franca de Xira	Área 6 - Mediação e educação	Exposições Itinerantes Educativas - Atualização	399,60
Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real	Câmara Municipal de Vila Real	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Renovar, Inovar, Modernizar - Exposição de Numismática do MANVR	21 024,97
Museu da Fundação Cupertino de Miranda	Fundação Cupertino de Miranda	Área 8 - Transformação digital	Transformação digital do Museu FCM	42 665,61
Museu Municipal de Penafiel	Câmara Municipal de Penafiel	Área 3 - Conservação e segurança	Revisão do Plano de Conservação Preventiva do Museu Municipal de Penafiel	7 380,00
Museu Nacional Ferroviário	Fundação do Museu Ferroviário	Área 5 - Divulgação	Visita virtual ao Museu Nacional Ferroviário	14 292,60
Museu da Quinta de Santiago	Câmara Municipal de Matosinhos	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	"+ acessível"	23 341,72
Museu da Arte Pré-Histórica e do Sagrado no Vale do Tejo	Câmara Municipal de Mação	Área 2 - Inventário e documentação de coleções	inventário, gestão e divulgação das coleções do Museu de Mação	9 629,40
Museu Municipal de Loures	Câmara Municipal de Loures	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Núcleo Arqueológico de Bucelas: da época romana à necrópole moderna	19 656,00
Museu da Cerâmica de Sacavém	Câmara Municipal de Loures	Área 8 - Transformação digital	Fábrica de Papel do Tojal	8 055,49

Museu Nacional de História Natural e da Ciência	Universidade de Lisboa	Área 8 - Transformação digital	Desenvolvimento de novo interface digital público património- educação-divulgação para o Museu Nacional de História Natural e da Ciência.	20 664,00
Museu Municipal de Faro	Câmara Municipal de Faro	Área 5 - Divulgação	Ossonoba e a moeda antiga no Museu Municipal de Faro - catálogo de numismática	12 030,14
Museu do Caramulo	Fundação João e Abel Lacerda	Área 8 - Transformação digital	Implementação de soluções e sistemas audiovisuais no Museu do Caramulo	24 586,20
Museu do Instituto Superior de Engenharia do Porto	Instituto Superior de Engenharia do Porto	Área 8 - Transformação digital	Visita virtual ao Museu do Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP)	5 564,52
Museu da Música Portuguesa	Câmara Municipal de Cascais	Área 8 - Transformação digital	Projeto de digitalização e tratamento de conservação do Arquivo Fotográfico de Michel Giacometti	11 956,70
Museu Pio XII	Instituto de História e Arte Cristãs	Área 8 - Transformação digital	“Aplicação Móvel: Conhecer o Museu Pio XII”	9 963,00
Museu Municipal Abade Pedrosa	Câmara Municipal de Santo Tirso	Área 5 - Divulgação	Monte Padrão - Memórias arqueológicas. 30 anos de investigação	8 163,62
Museu de História Natural de Sintra	Câmara Municipal de Sintra	Área 6 - Mediação e educação	O Museu aqui e agora e o futuro que lá mora	5 158,20
Museu Ferreira de Castro	Câmara Municipal de Sintra	Área 6 - Mediação e educação	O Museu aqui e agora e o futuro que lá mora	5 158,20
Museu Anjos Teixeira	Câmara Municipal de Sintra	Área 6 - Mediação e educação	O Museu aqui e agora e o futuro que lá mora	5 158,20
Casa Museu Leal da Câmara	Câmara Municipal de Sintra	Área 6 - Mediação e educação	O Museu aqui e agora e o futuro que lá mora	5 158,20
Museu Arqueológico São Miguel Odrinhas	Câmara Municipal de Sintra	Área 6 - Mediação e educação	O Museu aqui e agora e o futuro que lá mora	5 158,20
Museu Municipal de Faro	Câmara Municipal de Faro	Área 3 - Conservação e segurança	Monitorização e registo das condições climáticas do Museu Municipal de Faro	5 996,25
Museu do Traje de Viana do Castelo	Câmara Municipal de Viana do Castelo	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	EXPOSIÇÃO DO OURO - Ourivesaria Popular no Norte de Portugal e a sua Vivência em Viana do Castelo	50 000,00
Casa Museu Abel Salazar	Universidade do Porto	Área 4 - Reservas	Renovação das Reservas da Casa-Museu Abel Salazar	25 659,68
Museu da Villa Romana do Rabaçal	Câmara Municipal de Penela	Área 2 - Inventário e documentação de coleções	Inventário, Gestão e Divulgação de Coleções	6 887,75
Museu Municipal Leonel Trindade	Câmara Municipal de Torres Vedras	Área 3 - Conservação e segurança	“Melhoria das condições higrométricas nas salas de exposição do MMLT”	6 686,28
Museu Municipal de Coruche	Câmara Municipal de Coruche	Área 3 - Conservação e segurança	Memória Coletiva de Coruche: preservação	12 565,81
Museu da Imagem em Movimento	Câmara Municipal de Leiria	Área 3 - Conservação e segurança	“Aquisição de Dataloggers para monitorização termohigrométrica dos espaços Arquivo Fotográfico e Arquivo Fílmico e de software compatível para descarga e tratamento de dados”	723,53
TOTAIS				1 015 023,14

Fonte: Site DGPC via Arquivo.pt

ANEXO J – Projetos apoiados pelo ProMuseus 2023

MUSEU	TUTELA	ÁREA DE APOIO	PROJETO	COMPARTICIPAÇÃO FINANCEIRA ATRIBUÍDA
Museu Nacional de História Natural e da Ciência (MUNHAC) da Universidade de Lisboa	Universidade de Lisboa	Área 10 - Parcerias	Portal de Património Cultural de Ciência em Portugal	48 237,00 €
Museu Municipal Carlos Reis	Município de Torres Novas	Área 10 - Parcerias	Intervenção de conservação do núcleo de pintura de Carlos Reis	36 000,00 €
Museu do Centro Hospitalar do Porto (MCHP)	Centro Hospitalar Universitário de Santo António, EPE	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Memória Institucional do Santo António: projeto de narrativas coletivas	17 950,00 €
Museu das Flores	Direção Regional dos Assuntos Culturais dos Açores	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Um museu para todos - Acessibilidade no Museu das Flores	50 000,00 €
Museu Municipal de Portimão	Município de Portimão	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Exposição temporária Histórias que o rio nos traz	42 118,40 €
Museu Militar de Lisboa	Exército	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Projeto- Acesoibilidades_Rampas, Ascensor e Acessibilidade Digital	41 118,00 €
MUSEU MILITAR DO PORTO	EXÉRCITO	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Soluções para quebra de barreiras de acessibilidades	25 424,00 €
Museu Municipal Amadeo de Souza-Cardoso	Município de Amarante	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	O Grande Desvairo, estudo e preservação também é mediação	16 638,00 €
Museu Municipal de Coimbra	Município de Coimbra	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Coimbra Judaica /Mikveh - Banhos Rituais de Purificação	44 226,40 €
MMIPO, Museu e Igreja da Misericórdia do Porto	Santa Casa da Misericórdia do Porto	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Catálogo Digital dos Retratos do MMIPO	16 207,63 €
Museu da Fundação Cupertino de Miranda	Fundação Cupertino de Miranda	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Acesso online ao Património da Fundação Cupertino de Miranda	7 258,97 €
Museu da Graciosa	Direção Regional dos Assuntos Culturais - Açores	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Melhor acessibilidade no Museu da Graciosa	6 099,24 €
EcoMuseu do Seixal	Município do Seixal	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Produção expográfica da exposição de longa duração “Cortiça: matéria-prima para as fábricas da Mundet”	15 570,54 €
Museu da Comunidade Concelhia da Batalha	Município da Batalha	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	A PEDRA: DA MATÉRIA PRIMA À OBRA DE ARTE	38 558,55 €
Museu Municipal de Tavira	Município de Tavira	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	“Bairros SAAL de Tavira: memória social e arquitetura”	32 956,24 €
Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior	Universidade da Beira Interior	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	ProMuslan + Acessível	39 571,00 €
Museu da Música Portuguesa	Município de Cascais	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Digitalização do Fundo Documental do Compositor Fernando Lopes-Graça - Correspondência recebida e	9 168,56 €
Museu Nogueira da Silva	Universidade do Minho	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	A Memória da Imagem, os Arquivos Fotográficos de Manuel Carneiro e de Arcelino	14 942,00 €
Museu da Chapelaria	Município de S. João da Madeira	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Museu da Chapelaria - Reformulação da exposição permanente	50 000,00 €

Museu Nacional Ferroviário Armando Ginestal Machado	Fundação Museu Nacional Ferroviário	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Welcome all 2.0. O Museu Nacional Ferroviário recebe bem todas as pessoas	14 627,52 €
Museu das Comunicações	Fundação Portuguesa das Comunicações	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Digitalização de acervos históricos	8 640,00 €
Museu da Ciência da Universidade de Coimbra	Universidade de Coimbra	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Reorganização e recuperação da iluminação da Galeria de Minerais José Bonifácio Andrada e Silva	38 429,40 €
Museu do Douro	Fundação Museu do Douro	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Exposição Douro Matéria e Espírito	36 600,00 €
Museu de Arte Sacra do Funchal	Fundação Museu de Arte Sacra do Funchal	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	MASF: A Exposição de Pintura Flamenga	29 783,52 €
Museu do Carro Eléctrico	Sociedade de Transportes Colectivos do Porto, E. I. M., SA	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Recuperação de dados e upgrade de sistema de inventário das coleções	5 224,80 €
Museu Municipal de Santarém	Município de Santarém	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Remodelação da exposição permanente do Núcleo Museológico do Tempo	36 520,20 €
Museu Municipal de Ourém	Município de Ourém	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Museu + Acessível - Áudio Guia e Website inclusivo Museu Municipal de Ourém	42 304,87 €
Museu Municipal de Vila Franca de Xira	Câmara Municipal de Vila Franca de Xira	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Digitalização de acervos e arquivos	36 644,70 €
Museu Geológico - LNEG	Laboratório Nacional de Energia e Geologia	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	A estrela das estrelas! - Espécies-Tipo do Museu Geológico	15 511,77 €
Museu de Marinha	Marinha	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Coleção Fotográfica António José Martins - Tratamento, Digitalização e Disponibilização	24 288,00 €
Centro Internacional das Artes José de Guimarães (CIAIG)	A Oficina - Centro de Artes e Mesteres Tradicionais de Guimarães,	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Dayana Lucas, Cifra - A partir do Alfabeto de José de Guimarães	7 348,70 €
Museu Municipal de Esposende	Município de Esposende	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	PC - De todos e por toda a parte	30 424,20 €
Museu Municipal de Arqueologia de Silves	Município de Silves	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Renovação cénica de vitrinas e diversificação dos canais de comunicação de conteúdos expositivos do Museu	28 591,23 €
Museu dos Transportes e Comunicações	Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações (AMTC)	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Coleção Aduaneira: informatização do inventário	5 100,00 €
Museu Municipal de Penafiel	Município de Penafiel	Área 2 - Inventário, documentação de digitalização de coleções	Digitalização de coleções do Museu Municipal de Penafiel	19 040,40 €
Museu de Angra do Heroísmo	Direção Regional dos Assuntos Culturais (Açores)	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Desenvolvimento de WebAPP Áudio-Guia	14 723,10 €
Museu de Fotografia da Madeira - Atelier Vicente's	Direção Regional da Cultura da Madeira	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Contraponto	5 091,88 €
Museu do Pico	Direção Regional dos Assuntos Culturais	Área 7 - Acessibilidade e inclusão	Instalação de audioguia - 6 idiomas e Língua Gestual Portuguesa	34 889,49 €
Museu Municipal Leonel Trindade	Município de Torres Vedras	Área 1 - Estudo, investigação e exposições	Estudo do espólio documental Francisco Araújo	9 750,00 €
Museu Municipal de Estremoz Prof.	Município de Estremoz	Área 2 - Inventário, documentação de	Inventário, documentação e digitalização de Coleções do Museu	2 276,00 €

Joaquim Vermelho		digitalização de coleções	Municipal de Estremoz Prof. Joaquim Vermelho	
TOTAL				997 854,31

Fonte: Site DGPC via Arquivo.pt