JOSÉ ANTÓNIO RODRIGUES LIMA

MUSEUS EM «BANDA LARGA» –

ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE MUSEUS, COMUNICAÇÃO E NOVAS ACESSIBILIDADES

Orientador: Prof. Doutor Mário Moutinho

Co-Orientador: Mestre Isabel Victor

VOLUME I

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Departamento de Museologia

Lisboa
2008

JOSÉ ANTÓNIO RODRIGUES LIMA

MUSEUS EM «BANDA LARGA» –
ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE MUSEUS, COMUNICAÇÃO E NOVAS ACESSIBILIDADES

Dissertação apresentada para a obtenção do Grau de Mestre em Museologia no Curso de Mestrado em Museologia, conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Orientador: Prof. Doutor Mário Moutinho
Co-Orientador: Mestre Isabel Victor

VOLUME I

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Departamento de Museologia

Lisboa
2008

Agradecimentos

Este espaço é dedicado àqueles que deram o seu contributo para que esta dissertação fosse realizada. Com a angústia de me esquecer de alguém, a todos eles deixo um agradecimento sincero.

Em primeiro lugar, agradeço ao Prof. Doutor Mário Moutinho e à Dra. Isabel Victor, pela forma como orientaram este trabalho. Quero realçar as suas recomendações, bastante úteis e profícuas, e a cordialidade com que sempre fui recebido. Estou grato também pela liberdade de acção que me foi facultada, que foi decisiva para que este trabalho contribuísse para o meu desenvolvimento pessoal.

Agradeço ainda:

À Dra. Judite Primo e à Dra. Magda Mata, pela disponibilidade, interesse e apoio, revelando sempre a sua disponibilidade.

Ao Conselho Executivo da Escola E.B. 2, 3 Professor João Fernandes Pratas, representado pelas colegas Maria Luzia, Maria Da Luz, Joaquina e Gabriela, pela paciência, apoio e disponibilidade que manifestaram para a colaboração solicitada.

À Escola Superior de Educação de Torres Novas, representada pelo Dr. Miguel Dias e pelo Dr. João Rosa, por todas as dicas e apoio prestado na plataforma Moodle.

À Dra. Maria João Spilker, pelas dicas e pela atenção prestada no apoio à plataforma Moodle, assim como à Dra. Ana Pires e à Dra. Cristina Almeida, pela disponibilidade.

Um imenso obrigado à minha colega e grande amiga, Filomena Cardoso, que verificou com infinita paciência todo o trabalho, em termos de ortografia e clarificação de ideias. Pelas traduções, agradeço à Elsa e à Sandra, colegas e amigas. Agradeço de igual forma às colegas Teresa Pinto e Ana Aresta, pela revisão e dicas valiosas em todo o trabalho de estatística.

Um especial agradecimento por todos os conselhos ao professor Arlindo Rodrigues e à minha querida Coordenadora de Departamento, Inês Angelino.

À Dora, ao Nuno, à Tânia, à Isabel e ao João, amigos especiais sempre presentes e com quem partilhei as alegrias e dificuldades desta jornada, sempre prontos a ajudar, brindo à amizade. Concluo, agradecendo ainda:

À minha grande amiga Hortênsia que me colocou nesta senda, e à Daniela, que conheci neste mestrado, ambas pelas dicas e palavras de encorajamento.

À minha prima Ana e ao meu irmão Filipe pela força e apoio.

À minha mãe, que sempre apoiou as minhas escolhas, pelos valores que me incutiu, salientando-se a perseverança e o espírito de luta que não contempla desistências.

A **Deus,** que é o Alfa e o Ómega e me iluminou sempre ao longo desta caminhada.

MUSEUS EM «BANDA LARGA» –

ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE MUSEUS, COMUNICAÇÃO E NOVAS ACESSIBILIDADES.

Resumo

A evolução constante abre-se a uma constante mudança.

Na Museologia essa realidade reflecte-se necessariamente na forma como as instituições se deverão rever a si próprias. Novas atitudes e procedimentos são urgentes para satisfazer uma sociedade em constante mutação. Essa mudança nem sempre é pacífica e exige ousadia.

Tendo em conta os valores de missão dos museus para a sociedade e para o indivíduo especificamente, torna-se necessário perceber a forma como são vistos, promovendo a participação, garantindo-se assim um maior sucesso que dará um novo sentido à existência dessas instituições.

No sentido de mostrar a forma como o «Museu» é percepcionado por um dado público, iremos observar a «Escola» e os seus actores directos.

Pretendemos aferir a forma como a imagem dos museus é disseminada e qual a importância desta realidade para alunos e professores.

A ascensão das novas tecnologias e sobretudo da Internet alterou determinantemente o panorama social, devendo as instituições museológicas estar atentas e tirar proveito dessas transformações. Devem para tal observar os caminhos prováveis a trilhar, numa perspectiva de aprendizagem e de partilha e, ao mesmo tempo, promover a participação e a colaboração atendendo sempre à «Qualidade».

Porque o museu é hoje muito mais do que um templo de relíquias, de memórias ou uma simples montra de objectos, importa envolver os indivíduos, quer seja presencial ou virtualmente, num compromisso que vai para além da simples existência das instituições; dando sempre particular enfoque, ao sensível, ao contemplativo, ao serviço e à Qualidade.

Palavras-Chave: Museu e Escola, Qualidade, Internet, Percepção, Participação

Abstract

Constant evolution opens up to constant change.

In Museology that reality necessarily reflects itself on the way institutions should review themselves. New attitudes and proceedings should immediately be made in order to satisfy a society which is in constant mutation. That change isn't always pacific and demands boldness.

Considering the spirit of mission that museums have towards society and towards the specific individual, it is necessary to understand the way they are seen, promoting participation and, thus, granting a greater success which will give a new meaning to those institutions.

In order to show how the «Museum» is seen by a specific public, we will observe «School» and their direct intervenients.

We aim to understand how the image of the museums is spread and how important it is to teachers and students.

The rise of the new technologies, specially the Internet, has profoundly change society and, so, museums should be aware and profit of those transformations. To achieve these goals, they must consider all the possible ways, in a perspective of learning and sharing and at the same time, promote participation and cooperations always regarding «Quality».

Because the museum is no longer only a temple of old things, of memories or a simple collection of objects, it is important to envolve individuals always aiming to achieve the sensibility, the contemplation, service and «Quality».

Key-Words: Museum and School, Quality, Internet, Perception, Participation

Résumé

La constante évolution s'ouvre à un changement constant.

Dans la Muséologie, cette réalité fait nécessairement écho dans la forme comme les institutions devront se revoir à elles-mêmes. De nouvelles attitudes et procédures urgent pour satisfaire une société en mutation constante. Ce changement n'est pas toujours pacifique et il exige de l'audace.

En tenant compte des valeurs de mission des musées pour la société et pour l'individu en particulier, il est nécessaire de comprendre la façon dont ils sont envisagés, en promouvant la participation, assurant ainsi un plus grand succès qui donnera un nouveau sens à l'existence de ces institutions.

Afin de montrer la manière comme le «Musée» est perçu par un public donné, nous irons observer l'«École» et ses acteurs directs.

Nous prétendons sonder la forme comme l'image des musées est disséminée et quelle est l'importance de cette réalité pour les élèves et les professeurs.

L'ascension des nouvelles technologies et surtout de l'Internet a modifié de façon déterminante le panorama social, c'est pourquoi les institutions muséologiques doivent être vigilantes et tirer profit de ces changements. Elles doivent, pour cela, observer les chemins possibles à frayer, dans une perspective d'apprentissage et de partage et, en même temps, promouvoir la participation et la collaboration prenant toujours en considération la «Qualité».

Parce que le musée est actuellement beaucoup plus qu'un temple de reliques, de mémoires ou une simple vitrine d'objets, il est important d'impliquer les individus, soit en présence soit virtuellement, dans un engagement qui va bien au-delà de la simple existence des institutions; donnant toujours une attention particulière à la sensibilité, à la contemplation, au service et à la Qualité.

Mots-clés: Musée et École, Qualité, Internet, Perception, Participation

Abreviaturas

ATTLS	Attitudes to Thinking and Learning Survey
CAF	Common Assessement Framework
CK	Connected Knower
COLLES	Constructivist On-Line Learning Environment Survey
DGIDC	Direcção Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular
EB1	Escola do Ensino Básico, 1º Ciclo
EB 2,3	Escola do Ensino Básico, 2º e 3º Ciclos
EFQM	European Foundation for Quality Management
EQA	European Quality Award
GPL	General Public License
FCCN	Fundação para a Computação Cientifica Nacional
IEC	International Electritechnical Committee
ISO	International Organization for Standirzacion
IP	Internet Protocol
IPM	Instituto Português de Museus
JOCE	Jornal Oficial das Comunidades Europeias
LMS	Learning Management System
ME	Ministério da Educação
MOODLE	Modular Object-Oriented Dynamic Learning Evironement
RCTS	Rede Ciência, Tecnologia e Sociedade
SK	Separate Knower
TQM	Total Quality Management
WWW	World Wide Web

Índice Geral

Agradecimentos 3
Resumo 4
Abstract 5
Résumé 6
Abreviaturas 7
Índice Geral 8
Índice de Tabelas 14
Índice de Figuras 15
Índice de Gráficos 16
Introdução 19
ACTUALIDADE DO ESTUDO 19
PROBLEMÁTICA E PERTINÊNCIA DO ESTUDO 21
METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO DO ESTUDO 27
PERCURSO EXPOSITIVO/ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO 28

Capítulo I – Enquadramento Teórico da Museologia – E-learning, Moodle e Qualidade 31

1. A Museologia 31
1.1. Museologia – Uma Nova Concepção de Museu 31
1.2. Museologia – Qualidade para os Serviços, na Área da Cultura 34
1.3. A Museologia e a Escola numa Perspectiva Educativa 36
1.4. O Museu Integral 39
1.5. O Museu Contemporâneo (o Novo Museu) 43
1.6. O Museu Virtual 46
1.7 Os Compromissos dos Museus com a Sociedade 50
2. Internet, E-learning e Comunidades Virtuais 54
2.1. Fundamentação e Potencialidades 54
2.1.1. Internet 54
2.1.2. E-Learning 56
2.1.3. Comunidades Virtuais 60
2.1.4. Comunidade Virtual de Aprendizagem 62
2.2. O Moodle (criação de uma Comunidade Virtual de Aprendizagem, no âmbito da Museologia) 66
2.2.1. Fundamentação 66
2.2.2. Principais Características 68
2.2.3. O Moodle e outras Plataformas de E-Learning 72
2.2.4 - A Comunidade Moodle PT (um exemplo de sucesso, na formação de uma comunidade virtual de aprendizagem em ambiente Moodle) 75
2.2.5. Moodle e Museus (Um Projecto) 76
2.3. Os Sítios *Web* 77
2.3.1. Fundamentação (Principais Características) 77
2.4. Os Blogues 80
2.4.1. Fundamentação (Principais Características, Vantagens e Desvantagens) 80
3. A Qualidade 83
3.1. Definir Qualidade 83

3.2. Abordagens da Qualidade ... 85
3.3. Contexto Histórico da Qualidade ... 89
3.3.1. Era da Inspecção ... 89
3.3.2. Era do Controlo Estatístico ... 90
3.3.3. Era da Garantia da Qualidade ... 92
3.3.4. Era da Gestão Total da Qualidade ... 92
3.4. Filosofias da Qualidade ... 94
3.5. Implementação da Qualidade ... 96
3.6. A Certificação da Qualidade ... 97
3.7. As Normas ISO ... 98
3.8. Ferramentas da Qualidade Total ... 100
3.9. Qualidade e Satisfação do Cliente ... 100
3.10 - Qualidade e Avaliação ... 103
3.10.1. Estrutura Comum de Avaliação (CAF) ... 103
3.11. Os Custos da Qualidade ... 105
4. Considerações Finais ... 107

Capítulo II – Metodologia ... 112

1. Métodos e Procedimentos ... 112
2. Pesquisa Documental ... 113
3. Pesquisa de Campo ... 115
4. O Inquérito por Entrevista ... 115
4.1. Procedimentos (Tratamento dos dados recolhidos nas Entrevistas) ... 116
5. O Inquérito por Questionário ... 117
5.1. Breve Caracterização dos Questionários ... 118
5.1.1. O Questionário Apresentado aos Alunos ... 121
5.1.2. O Questionário Apresentado aos Professores ... 122
5.2. Documentos Consultados ... 122
5.3. Aplicação dos Questionários ... 124
5.3.1. Aplicação do Questionário aos Alunos ... 124
5.3.2. Aplicação do Questionário aos Professores ... 124
6 Caracterização da Amostra/ Público-Alvo ... 125
6.1. O Meio ... 125
6.2. O Agrupamento de Escolas de Samora Correia ... 126
6.3. O Universo da Amostra Relativa aos Alunos Inquiridos ... 127
6.3.1. A Turma Alfa ... 127
6.3.2. A Turma Beta ... 128
6.3.3. A Turma Gama ... 128
6.3.4. A Turma Delta ... 129
6.3.5. Alguns Pontos Relacionados com os Grupos Turma ... 129
6.4. O Universo da Amostra Relativa aos Professores Inquiridos ... 130
6.4.1. Número de Questionários Entregues/Recebidos ... 130
6.4.2. Caracterização do Corpo Docente ... 130
7. Os museus do Distrito de Lisboa e os seus Sítios na Internet. ... 132
7.1. Os Sítios *Web* dos Museus ... 132
8. Uma experiência de E-Learning na Museologia - A criação da «Disciplina», «Gestão da Qualidade e Museus» na plataforma Moodle. ... 136
8.1. Problemática ... 136
8.2. Objectivos ... 138
8.3. Convite aos Participantes ... 140

Capitulo III – Análise dos Questionários dos Alunos e dos Professores – Museologia e Escola, uma Percepção de Museu (Estudo de Caso) 144

1. Análise das Respostas dos Questionários 144
1.1. Análise das Respostas dos Questionários dos Alunos 144
1.1.1. Sexo/Faixa Etária/Nacionalidade dos Alunos 144
1.1.2. Contacto com os Museus 147
1.1.3. Percepção de Museu – Quatro Sensações 149
1.1.4. Museus e Acessibilidades 152
1.1.5. Trabalhar num Museu 155
1.1.6. Museus e Internet 156
1.1.7. Um Museu do Século XXI 158
1.1.8. Um Museu mais Atractivo 162
1.2. Análise das Respostas dos Questionários dos Professores 164
1.2.1. Nível de Ensino dos Professores 164
1.2.2. Relativamente à Frequência das Visitas aos Museus 165
1.2.3. Quanto à Organização de Visitas de Estudo 167
1.2.4. Adequação e Atractividade dos Museus para os Alunos 173
1.2.5. Museus e Internet 176
1.2.6. Percepção de Museu, Aspectos Negativos e Aspectos Positivos 178

Capítulo IV – Museus e Internet (2 Estudos de Caso) 184

1. Análise dos Resultados 184
1.1. Museus que Não Apresentam *Site* Próprio 184
1.2. Museus que Apresentam *Site* Próprio 185
2 – Os Museus do Distrito de Lisboa na Blogosfera. 195
2.1 O Recurso aos Blogues 195
2.2. Entrevista realizada à Dra. Ana Fontoura Pires (Consultora de Comunicações Web e Formadora, na empresa SoftLimits), realizada no dia 23 de Julho de 2008, na Softlimits, Lisboa 198
2.2.1. A Entrevista 198
3 – Museus e E-Learning – Os Museus e a Plataforma Moodle. 204
3.1. A Plataforma Moodle 204
3.2. Caracterização da Disciplina «Gestão da Qualidade em Museus» 204
3.3. Organização da Disciplina 205
3.4. Recursos da Disciplina 207
3.5. Actividades da Disciplina 207
3.5.1. Os Fóruns 208
3.5.1.1. Fóruns Gerais 209
3.5.1.2. Fóruns de Aprendizagem 209
3.5.2. Testes 209
3.5.3. Glossário 210
3.6. Entrevista realizada à Dra. Cristina Almeida (Coordenadora de Estudos e Projectos da PERFIL - PSICOLOGIA E TRABALHO e Formadora em Plataformas de E-Learning), realizada no dia 23 de Julho de 2008, na Perfil – Psicologia e Trabalho, Lisboa. 211
3.6.1. A Entrevista 211
3.7. Entrevista realizada à Dra. Maria João Spilker (Tutora de diversos cursos *on-line* de Formação de E-Formadores em Moodle), realizada no dia 29 de Julho, no Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha. 218
3.7.1. A Entrevista 218

Capítulo V – Discussão dos Resultados 231

1. Como é que os Museus são vistos pela Escola?..... 233
1.1. Hipóteses Específicas: 234
1.1.1. Hipótese a) O contacto dos alunos com os museus revelou-se através da escola..... 234
1.1.2. Hipótese b) Os alunos têm uma percepção de Museu, encarando-o como um espaço que transmite sensações positivas e negativas. 234
1.1.3. Hipótese c) As acessibilidades aos museus revelam-se como um factor de grande importância para as visitas aos museus. 235
1.1.4. Hipótese d) Os museus revelam-se como um espaço onde os alunos gostariam de vir a trabalhar um dia..... 236
1.1.5. Hipótese e) Os alunos costumam visitar os museus pela Internet. 236
1.1.6. Hipótese f) Os *sites* dos museus podem levar a que os alunos não visitem os museus. 236
1.1.7. Hipótese g) Os alunos conseguem formular uma aposta para um museu do século XXI..... 237
1.1.8. Hipótese h) Os alunos conseguem definir ideias para um museu mais atractivo. 238
1.1.9. Hipótese i) Os professores costumam visitar museus. 240
1.1.10. Hipótese j) As vistas de estudo são uma das actividades extracurriculares em que os professores apostam..... 241
1.1.11. Hipótese k) As visitas de estudo revelam-se como uma actividade extracurricular exigente em termos de organização..... 241
1.1.12. Hipótese l) Os museus apresentam-se preparados para receber alunos de diferentes faixas etárias. 244
1.1.13. Hipótese m) Os *sites* dos museus assumem grande importância como complemento para preparação das visitas. 246
1.1.14. Hipótese n) Os professores consideram os museus importantes e protagonistas de um complemento das aprendizagens curriculares..... 247
1.2. Hipóteses Gerais:..... 248
1.2.1. Hipótese 1 – Os alunos interessam-se, de forma geral, pelas instituições «Museu», reconhecendo-as como um espaço de descoberta aprendizagem e de contemplação. 248
1.2.2. Hipótese 2 – Os professores acreditam que os museus poderão desempenhar um importante papel na transmissão de conhecimentos, articulando a sua missão com a acção educativa das escolas..... 250
2. Museus e Internet..... 252
2.1. Hipóteses específicas..... 252
2.1.1. Hipótese a) Os museus apresentam aos visitantes a sua missão, visão e objectivos de uma forma clara..... 252
2.1.2. Hipótese b) Os museus apresentam nos seus sítios *web* informações básicas tais como preçário, horário, e contactos..... 253
2.1.3. Hipótese c) Os museus possibilitam uma interacção/contacto com os visitantes através da possibilidade de receber notícias e possibilidade de registo. 253
2.1.4. Hipótese d) Os museus permitem uma navegação fácil e prática considerando instrumentos tais como a existência de motor de busca, mapa do sítio, possibilidade de escolha de idioma, possibilidade de visita virtual ou até, a existência de sonorizações. 254
2.1.5. Hipótese e) Os museus possibilitam a sua avaliação, pelos visitantes, através de questionários ou outros meios de deixar sugestões..... 255
2.2. Hipóteses Gerais 256

2.2.1. Hipótese 1 – Os museus apresentam os seus sítios *web* através de uma imagem cuidada, apelativa e de consulta prática para os seus públicos. 256
2.2.2. Hipótese 2 – Os Blogues apresentam-se como uma alternativa ou complemento aos *sites* institucionais dos museus, para a disseminação da sua imagem e práticas..... 258
3. Museus e E-Learning..... 258
3.1. Hipótese 1 – A disseminação da imagem dos museus e das suas práticas no sentido da implementação da qualidade pode verificar-se através de uma rede ou comunidade virtual, no âmbito de uma experiência de E-Learning, tendo em vista a partilha de experiencias e promovendo uma aprendizagem colaborativa e construtivista. 259
3.2. Hipótese 2 – A plataforma Moodle revela-se como uma alternativa eficaz e de potencial, para a criação de uma comunidade de aprendizagem e de acção, na disseminação das práticas dos museus, no âmbito da qualidade. 260

Conclusão Final 265

Bibliografia 271

EDUCAÇÃO 271
HISTÓRIA ORAL 271
INTERNET/E-LEARNING 271
METODOLOGIA INVESTIGACIONAL 271
MUSEOLOGIA 272
PATRIMÓNIO 272
QUALIDADE 272
OUTROS: 273
Boletins/Revistas 273
Dicionários/Enciclopédias 273
Dissertações/Teses 274
Documentos e Textos de Referência 274
Manuais 275
Acções de Formação/ Conferências/Congressos/ Seminários 275
Sítios Internet 275

Glossário: 279

Índice Remissivo 283

Volume II

Índice Geral III

Nota Introdutória V

Apêndices VI

Apêndice I – Questionário aos alunos VII
Apêndice II – Questionário aos Professores IX
Apêndice III – Pedido de autorização para aplicação dos Questionários XI
Apêndice IV – Respostas aos questionários dos alunos e Professores XII
Apêndice V - Número de questionários relativos aos professores, entregues e recebidos XIII
Apêndice VI – O conteúdo dos sítios Web dos Museus de Lisboa – Tabela de verificação XIV
Apêndice VII – Convite para Inscrição e Participação na Plataforma Moodle XV

Apêndice VIII – Instruções de Inscrição na Plataforma Moodle XVI
Apêndice IX – Powerpoint de apresentação da Plataforma Moodle……XVI
Apêndice X – Lista de museus que não apresentam sítio na Internet XIX
Apêndice XI – Lista de museus que apresentam sítio na Internet XXVII
Apêndice XII – Lista de museus que apresentam Blogue na Internet……..….XVIII
Apêndice XIII – Guião de Entrevista à Dra. Ana Pires..... XXXI
Apêndice XIV – Página principal da Disciplina – Gestão da Qualidade em Museus... XXXIII
Apêndice XV - Listagem de recursos por nós construídos e existentes na «Disciplina» XXXVII
Apêndice XVI – Listagem do tipo de perguntas a utilizar nos Fóruns XLI
Apêndice XVII - Fóruns Gerais e Fóruns de Aprendizagem XLIII
Apêndice XVIII – Testes de reflexão XLVI
Apêndice XIX – Guião de Entrevista à Dra. Ana Cristina Almeida..... XLVII
Apêndice XX – Guião de Entrevista à Dra. Maria João Spilker XLIX

Anexos LI

Anexo I – Actividades do Moodle LII
Anexo II – Abordagens da qualidade LIV
Anexo III – Ferramentas da Qualidade.....LV
Anexo IV – Caracterização do Meio, alguns aspectos relativos a Samora Correia.....LXII
Anexo V – Ofício/Circular regulamentador de visitas de Estudo..... LXX

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Museu Tradicional e o Novo Museu 40

Tabela 2 - Os Museus Totais - Democracia da Memória e da Informação, Oliveira, José Cláudio (2002) 49

Tabela 3 – COLLES, Inquérito de Ambiente de Aprendizagem em Linha Construtivista 71

Tabela 4 – Composição do Agrupamento de Escolas de Samora Correia, Projecto Educativo de Agrupamento – Escola E. B. 2, 3 Professor João Fernandes Pratas, Ano Lectivo de 2007/2008, p.18 126

Índice de Figuras

Figura 1 – Museu, espaço hierarquizante 34
Figura 2 – Inter-relação do Sujeito com o Bem Cultural 43
Figura 3 – Os Compromissos dos Museus com a Sociedade" 53
Figura 4 – Acepções possíveis do "E" de E-Learning (Adaptado de Gomes, 2005b) 59
Figura 5 – Representação esquemática do modelo EFQM – Critérios e respectivos Pesos 95
Figura 6 – O Problema da Qualidade na Informática, ... 101
Figura 7 – Critérios da Estrutura Comum de Avaliação (CAF) 104
Figura 8 – Custos da qualidade e não qualidade (Teixeira dos Santos, 2000, p.49) 106

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Sexo dos alunos (apresentação por turma) 144
Gráfico 2 – Sexo dos alunos (apresentação global) 145
Gráfico 3 – Idade dos alunos (apresentação por turma) 145
Gráfico 4 – Idade dos alunos (apresentação global) 146
Gráfico 5 – Nacionalidade dos alunos 147
Gráfico 6 – Visitas a museus 147
Gráfico 7 – Alunos que visitaram museus 148
Gráfico 8 – Museus mais visitados 148
Gráfico 9 – Sensações que a palavra museu inspira 149
Gráfico 10 – Sensações positivas que a palavra «museu» transmite 150
Gráfico 11 – Sensações negativas que a palavra «museu» transmite 152
Gráfico 12 – Acesso aos museus 153
Gráfico 13 – É fácil chegar aos museus 153
Gráfico 14 – É difícil chegar aos museus 154
Gráfico 15 – Quanto ao querer trabalhar num museu 155
Gráfico 16 – Funções/cargos a desempenhar no museu 156
Gráfico 17 – Visita ao site de um museu 157
Gráfico 18 – Visitar o próprio museu ou visitar o museu pela Internet? 157
Gráfico 19 – Razões para visitar um museu pessoalmente 158
Gráfico 20 – Um museu do século XXI 159
Gráfico 21 – Uma aposta para um museu 160
Gráfico 22 – Tipos de museus em que os alunos apostariam 161
Gráfico 23 – Uma ideia para um museu mais atractivo 162
Gráfico 24 – Nível de ensino dos professores 165
Gráfico 25 – Sexo dos professores 165
Gráfico 26 – Visita a museus 166
Gráfico 27 – Visita a museus (por nível de ensino) 166
Gráfico 28 – Frequência da ida aos Museus 167
Gráfico 29 – Organização de visitas de estudo a um museu (total da amostra) 167
Gráfico 30– Organização de visitas de estudo a um museu 168
Gráfico 31 - Dificuldades na organização de uma visita de estudo 168
Gráfico 32 – Dificuldades encontradas na organização de uma visita de estudo (causas). 169
Gráfico 33 – Dificuldades em organizar visitas de estudo aos museus (factores de ordem geral) 170
Gráfico 34 – Dificuldades em organizar visitas de estudo aos museus (factores relacionados com os Museus) 171

Gráfico 35 – Dificuldades em organizar visitas de estudo aos museus (factores relacionados com a Escola) 172
Gráfico 36 – Serão os museus atractivos e adequados aos alunos? 173
Gráfico 37 – Museus não atractivos e inadequados 174
Gráfico 38 – Museus atractivos e adequados 175
Gráfico 39 – Visitas aos *sites* dos museus 176
Gráfico 40 – Aspectos pertinentes num *site* de um museu 177
Gráfico 41 – Aspectos positivos/negativos associados aos museus 178
Gráfico 42 – Aspectos positivos associados aos museus 179
Gráfico 43 – Aspectos negativos associados aos museus 180
Gráfico 44 – Outros aspectos relevantes (percentagem de respostas) 181
Gráfico 45 – Outros aspectos relevantes 182
Gráfico 46 – Museus e Internet 184
Gráfico 47 – Museus sem *site* próprio 185
Gráfico 48 – Museus com sítio Internet 186
Gráfico 49 – Aspectos relacionados com os Sítios Internet dos Museus 188

INTRODUÇÃO

Introdução

ACTUALIDADE DO ESTUDO

A acção museológica tem vindo a passar por profundas transformações e mudanças, essencialmente a partir da Revolução Industrial até aos dias de hoje.

De certa forma, essas mudanças foram mais profundas e significativas com o pós-guerra, em que diversas instituições e especialistas se debruçaram mais profundamente no trato destas problemáticas e no real caminho a dar a um tão vasto património museológico, para que, de uma forma nova e eficaz, possam beneficiar a sociedade em geral.

Como refere Hernandez, (2001, p.72)

> "(…) A museologia é a ciência que examina a relação específica do homem com a realidade e , através destas relações, tem lugar a eleição de tudo o que é museável para ser preservado no imediato e para o futuro. Em consequência, tomando-a em sentido amplo ou restrito, a museologia como disciplina científica inclui-se entre as ciências sociais, pois o seu objectivo principal é a análise de uma realidade histórico-social de larga tradição, "enmarcada" nuns postulados que se estendem no espaço e no tempo. O sujeito desta ciência é o homem o público (…)". Hernandez (2001, p.72) Manual de Museologia.

À luz de todas estas dinâmicas em constante mutação têm vindo a surgir novos paradigmas que questionam as práticas museológicas levadas a cabo e as impulsionam com novas formas do fazer, numa constante evolução, contribuindo isto para a sua disseminação e aproximação com os públicos.

Os museus deverão adoptar uma atitude receptiva a todos os canais de comunicação disponíveis, no sentido de levar a bom porto os seus valores de missão, tirando daí proveito para crescer e melhorar a sua acção, numa postura conducente ao seu sucesso como instituições sociais.

Deverão alargar os seus horizontes de comunicação e actuação recusando a estagnação e o fechamento.

Deverão, por outro lado, assumir-se segundo uma imagem metafórica como museus em «Banda Larga».

Na verdade, o conceito de «banda larga» encontra-se normalmente associado ao mundo da Internet e prende-se com a capacidade de transmitir dados a velocidades superiores às normais ou «padrão», implicando isso mais eficiência na veiculação de informações e conhecimento, através de recursos tecnológicos concebidos para tal, chegando a todos de uma forma mais eficaz, criando maior contentamento e, por conseguinte, maior satisfação.

Essa metáfora de espectro de qualidade, associando a qualidade a uma imagem que se quer disseminada através da comunicação e da participação, poderá reflectir os museus?

Reflectirá certamente se os museus em «Banda Larga» forem vistos como museus cada vez mais comunicativos, receptivos e inovadores, numa simbiose de doação e acolhimento, abertos a uma nova e ampla atitude, tendo em conta as evoluções sociais.

A Gestão da Qualidade de uma organização está orientada para a satisfação dos requisitos dos seus clientes ou públicos, partes interessadas, sem nunca esquecer os objectivos da própria Instituição, por isso, para muitos especialistas a Qualidade é a chave do sucesso das organizações e o factor de distinção dos seus produtos e serviços, sendo um importante recurso conducente à melhoria .

Cada instituição é singular, com um passado, uma cultura e valores próprios. Os seus objectivos, os seus meios e recursos são únicos.

Um Sistema de Gestão da Qualidade é algo que se cria e desenvolve especificamente para uma organização.

As instituições museu não deverão, assim, fugir a essa regra.

Contrariamente ao que possa parecer, *à priori* um sistema de qualidade implementado aos museus não pretende de forma alguma dificultar a sua acção mas, sim, facilitá-la.

A implementação de um programa museológico apoiado pela Qualidade é um elemento essencial na organização e funcionamento dos museus.

No contexto actual, verifica-se ainda que muitos museus portugueses operam à margem desta realidade, não possuindo ou não aplicando ferramentas de apoio à programação e gestão pela qualidade, assumindo uma postura dissonante daquela que se verifica no seio das organizações económicas e de serviços (Stoffel Fernandes, 2007).

É importante ter em conta as mais-valias que poderão advir dos modelos orientadores dos sistemas de Gestão da Qualidade e qual o real contributo que os mesmos poderão oferecer à acção dos museus, favorecendo um envolvimento activo de todos os possíveis intervenientes (Stoffel Fernandes, 2007).

Segundo Melo (2007, p.170), a sensibilização das instituições museológicas para a implementação de sistemas da qualidade poderá conduzi-las a uma "melhoria contínua, numa espiral de aperfeiçoamento cujos resultados são a disseminação de novas aprendizagens, internas e externas, com vista a um entrosamento mais profundo com a comunidade."

Revela-se, assim, de extrema importância a promoção e "a utilização de modelos sistemáticos de planeamento e gestão de museus, aprofundando o cruzamento entre os

domínios da Museologia e da Qualidade" (Stoffel Fernandes, 2007), através de determinados preceitos mais ou menos simples do foro da Qualidade, considerando, conforme salienta a mesma autora, que devam ser aplicados aos museus tendo em conta todas as fases da sua programação e funcionamento regular.

A nosso ver é muito importante que seja feita a disseminação dessas mesmas práticas, que vão começando a ser aplicadas, felizmente, de uma forma mais consciente a cada dia que passa.

Essas práticas e a sua disseminação poderão servir até como alavanca de encorajamento a novas práticas, pois é através do conhecimento de uma dada realidade que é criado um ponto de sustentação que permite que se parta para outras realidades igualmente importantes.

Apesar destes sistemas de qualidade terem de obedecer a planos devidamente cuidados e estruturados, que cumpram as regras e os requisitos para a sua implantação e, posteriormente, a devida continuidade de todas as acções no sentido de uma melhoria contínua, torna-se essencial um conveniente acompanhamento de todo o processo por especialistas na área da Qualidade.

Muitos poderão ser aqueles que demonstram relutância em aderir a novas práticas que visem a Qualidade, sendo para isso fundamental a formação na área da Qualidade.

Convém salientar que muitos são os museus que, sem disso terem muitas vezes consciência, estão a pôr em prática quotidianamente determinadas acções que seguem no sentido das práticas da Qualidade, pois aperceberam-se que determinados procedimentos se revelam de notória importância para o funcionamento das suas instituições.

Poderíamos chamar a este estado de vontade de mudar e melhorar as instituições um estado de consciência da qualidade «transcendental», que iremos tratar mais à frente no devido contexto, pois embora se reconheça a qualidade e a sua importância não se consegue definir a mesma, e por conseguinte, não se conseguem definir as acções que a ela se coligam, muito embora estas já possam estar a ser praticadas de algum modo e de forma avulsa.

PROBLEMÁTICA E PERTINÊNCIA DO ESTUDO

O grande objectivo deste estudo leva-nos a uma tentativa de compreender a relação disseminação/percepção da imagem do museu numa perspectiva de participação e qualidade.

Esta relação revela-se de uma forma muito íntima, baseada na interacção entre o emissor e o receptor, considerando-se o sujeito que transmite, divulga e propaga no sentido de atingir um outro pólo que pretende o entendimento, a compreensão, a apreensão ou noção de uma dada ideia conceito ou realidade.

Também a relação disseminação/percepção não poderá fugir ao conceito de qualidade, manifestando-se a qualidade na forma como esta relação for fomentada.

Qualidade na disseminação, para haver uma percepção de qualidade por parte do receptor que, neste caso, é o público das instituições museológicas, a comunidade na qual estas instituições se encontram inseridas.

O nosso estudo assenta, assim, em duas vertentes que se foram clarificando à medida que nos fomos entrosando nos aspectos acima referenciados e que seguidamente tentaremos explicar.

Com a relação acima exposta, pretendemos dar, por um lado, especial ênfase a uma conexão com o universo virtual da Internet e, por outro lado, pretendemos perceber qual é a percepção que um dado público (neste caso, uma Escola) tem dos museus.

Querer relacionar o museu com a escola, foi uma necessidade desde cedo sentida.

Conscientes da falta de relacionamento mais próximo entre museus e escola, e considerando o poderoso potencial dos primeiros na formação integral de crianças e jovens, estamos conscientes e convictos das múltiplas vantagens que poderão enriquecer ambas as partes. Por um lado, o valioso contributo que os museus poderão oferecer como complementadores de aprendizagens e enriquecedores dos currículos ao nível da diversidade e novidade, servindo estas como um poderoso estímulo aos alunos. Por outro lado, o retorno dado pela escola, que certamente motivará e inspirará a melhores práticas, corroborando a missão das instituições e dando maior sentido à sua existência.

“A sabedoria está na comunhão e na participação” (Figueiredo, 2008) e a participação assume-se como “a melhor expressão de qualidade. Participação é um processo exclusivamente humano, que potencia a convivência social da forma mais digna conhecida, fazendo da história experiência orientada para o bem comum.” (Demo, 1995; p.20

Reconhecendo-se a participação como um dos “processos chave da Qualidade em museus na perspectiva da Museologia Social” (Victor, 2008; p.140) , é importante aumentar o comprometimento de possíveis colaboradores do museu, eventualmente a Escola, fomentando-se a confiança recíproca e estimulando-se a cooperação.

Assim, a nossa questão base, ponto de partida para o presente estudo, consistiu em perceber:

Que canais poderão ser usados para tornar o Museu mais acessível, compreensível e inspirador, beneficiando da participação e envolvimento com outros Museus e com a Escola, no sentido de uma melhoria da eficiência e qualidade na prestação de serviços?

Ao formularmos esta pergunta, assente numa ideia de reciprocidade, outras questões se apossaram de nós, nomeadamente estas três:

Como é que poderá ser feita a disseminação da imagem dos museus e das suas práticas de comunicação, numa perspectiva de Qualidade?

Considerando a disseminação da imagem dos museus para além de todas as práticas de cariz presencial normalmente aplicadas, tivemos a oportunidade de estabelecer, no âmbito da docência, um contacto mais íntimos com as plataformas de E-Learning, o que nos levou desde logo a reconhecer o potencial e as múltiplas possibilidades que oferecem.

Porque não averiguar a possibilidade da sua aplicação no âmbito da Museologia?

Porque não averiguar a possibilidade de formar uma comunidade virtual com o objectivo de divulgar e partilhar as suas práticas, no âmbito da qualidade?

Porque não estender essa comunidade a um público constituído por museólogos e professores, no sentido de uma aprendizagem mútua?

Os museus através dos seus sítios Internet (*sites* oficiais e blogues), transmitem uma imagem positiva, acessível e promovem uma interacção com os seus públicos?

Tendo em conta o poder do universo virtual e a sua influência nos tempos presentes, também esta realidade entrou no quotidiano dos museus, para a disseminação da sua imagem, missão e práticas. Por outro lado:

Como é que os museus são vistos pela escola?

Cientes de que os museus não são uma escola, nem pretendem substituir a escola, devem antes ser vistos como um sítio para voar, «fabular», sonhar, imaginar, para desenvolver a curiosidade e a imaginação que não têm limites.

Assim, é importante averiguar como é que os museus são percepcionados por alunos e professores, podendo a Escola ser um agente que contribua, através da

participação, para a valorização dos museus junto de um público específico constituído por crianças e jovens.

Esta realidade implica mudança, questionamento, auto-avaliação. Uma mudança que deverá ser inclusiva, no sentido de uma predisposição para ouvir o outro, mantendo um espírito de abertura a novas perspectivas que se revelarão certamente enriquecedoras. Um questionamento que se poderá traduzir, sob múltiplas formas, também numa auto-avaliação, visando uma melhoria contínua e crescente.

Para as duas primeiras questões formulámos quatro hipóteses basilares e que queremos aferir neste estudo:

Hipótese 1 – A disseminação da imagem dos museus e das suas práticas no sentido da implementação da Qualidade pode verificar-se através de uma rede ou comunidade virtual, tendo em vista a partilha de experiências e promovendo uma aprendizagem colaborativa e construtivista.

Hipótese 2 – A plataforma Moodle revela-se como uma alternativa eficaz e de potencial, para a criação de uma comunidade de aprendizagem e de acção, na disseminação das práticas dos museus, no âmbito da Qualidade.

Hipótese 3 – Os museus apresentam os seus sítios *web* através de uma imagem cuidada, apelativa e de consulta prática para os seus públicos.

Hipótese 4 – Os Blogues apresentam-se como uma alternativa ou complemento aos *sites* institucionais dos museus, para a disseminação da sua imagem e práticas.

Para a terceira questão formulámos 2 hipóteses gerais que deverão ser desquitadas num conjunto de hipóteses mais objectivas que apresentaremos mais à frente no estudo:

Hipótese 5 – Os alunos interessam-se, de forma geral, pelas instituições «Museu», reconhecendo-os como um espaço de descoberta aprendizagem e de contemplação.

Hipótese 6 – Os professores acreditam que os museus poderão desempenhar um importante papel na transmissão de conhecimentos, articulando a sua missão com a acção educativa das escolas.

É importante aclarar um pouco as hipóteses aqui apresentadas, através de uma breve exposição que motivou o desenvolvimento de todo o estudo, expondo ainda a sua relevância para o conhecimento na área da Museologia.

Victor (2007), numa acção de formação decorrida no dia 7 de Julho de 2007, no âmbito da Programação e Gestão Museológicas e os Sistemas de Qualidade, expôs a problemática de que “é necessária uma linguagem comum que permita o entendimento inter-organizacional e expresse inequivocamente quem somos, o que fazemos, o que pretendemos vir a fazer e com quem queremos ou nos podemos vir a comparar.” (Victor, 2007)

Os museus colocam-se normalmente num patamar de diferença, que obviamente se revela notória, o que os leva muitas vezes a não se considerem comparáveis a outras instituições, fechando-se assim em si próprios. Mas com quem e de que forma se poderão comparar nomeadamente no que diz respeito ao impacto que têm na sociedade atendendo as suas práticas?

Voltando novamente à problemática de aferições, Victor (2007) atenta para o tipo de desafios que poderão ser esperados.

> "(…) Que desafios para o campo da ciência museológica, poderá trazer a reflexão critica e afinamento de conceitos, hipoteticamente gerada pelo salto epistemológico resultante do cruzamento da museologia com outras áreas do conhecimento, no caso em apreço, a Gestão da Qualidade, orientada para o primado da pessoa e da sua satisfação, a busca sistemática e pedagógica da melhoria contínua, as práticas auto reflexivas, as novas gramáticas comunicacionais e as múltiplas aprendizagens daí resultantes, com reflexos esperados no crescimento pessoal e no reforço das identidades socioprofissionais que abarcam os dois campos de acção.(…)" (Victor, 2007)

Há assim necessidade de aferir conceitos. Quem os irá aferir? Parece-nos que os museus, em geral, deverão ter um papel e um contributo activo na busca dessa uniformização, através de um processo que envolva aprendizagem e partilha em colaboração mútua.

Todos acreditamos nos museus a agir em conformidade com eventuais modelos de qualidade. Todos consideramos importante e primordial a aferição de conceitos e práticas assentes em modelos que provaram ser viáveis em outros contextos, alguns deles até já testados, e com sucesso, na área da Museologia. Mas, considerando toda esta inquietação, verifica-se uma adequada divulgação desses mesmos projectos a outras instituições museológicas? Existe uma transmissão dessas experiências para que possam servir de exemplo para a génese de outras tantas?

Não pretendemos neste estudo chegar a resultados concretos que nos permitam aferir conceitos, mas, sim, propor um recurso que possibilite a partilha, a aprendizagem através da colaboração no sentido de estabelecer um rumo que nos permita chegar a um melhor entendimento.

Acreditamos que o E-Learning poderá revelar-se um poderoso recurso para a promoção de instrumentos e práticas de qualidade entre museus através de uma inter-aprendizagem baseada no modelo construtivista, possibilitando ao mesmo tempo a disseminação dessas práticas entre as diversas instituição agregadas a uma realidade comum, proporcionando simultaneamente uma abertura às instituições de ensino e aos seus intervenientes de forma a que possam ser cumpridos com uma maior eficácia a missão e objectivos alvitrados pelos museus.

Um dos recursos de E-Learning que nos propomos apresentar, e no qual acreditamos, é uma plataforma designada de Moodle, a qual acreditamos ser um poderoso recurso para a disseminação da imagem e práticas dos museus no âmbito da qualidade, assim como outras práticas já testadas das quais se obtiveram bons resultados mas que não são conhecidas.

Mas porquê o Moodle, poderá a plataforma Moodle servir a estas inquietações? E de que forma?

Relativamente à primeira questão acreditamos que sim. Poderá haver certamente outros recursos. Para muitos a plataforma poderá não ter qualquer possibilidade de implantação em termos futuros, podendo até ter os «dias contados» mesmo ainda antes de serem postas em prática as suas possibilidades e potencial. No entanto, acreditamos que esta se revela como um ponto de partida que pretendemos continuar a aperfeiçoar e a desenvolver.

As suas potencialidades são inúmeras e foi importante para nós tomar contacto com a plataforma da Universidade de Cambridge, na qual nos apercebemos já haver um projecto de Museus e Moodle que consiste em três *workshops* e colaboração *on-line*, explorando o museus do futuro com ênfase na digitalidade e imagem em movimento[1].

Relativamente à segunda questão, defendemos a possibilidade de um contributo válido pelo Moodle, no sentido de abrir uma porta ao conhecimento e partilha das diversas acções levadas a cabo pelas instituições museu, situação à qual tentaremos dar resposta, mais à frente neste estudo.

Por outro lado, uma outra problemática à qual também tentaremos dar resposta, prende-se com o impacto que a percepção dos públicos pode ter relativamente às instituições «Museu», em todo o processo de melhoramento da sua imagem e práticas. Neste caso concreto iremos tentar perceber como é que a escola vê o museu, partindo de uma auscultação por questionário a alunos e professores. Será o museu importante para os mesmos?

Cada vez mais a realidade escolar é instigada ao uso das Novas Tecnologias de Informação e de Comunicação, para além de já existir nas escolas uma disciplina específica neste campo.

As áreas curriculares não disciplinares de Estudo Acompanhado e de Área de Projecto incitam a que se gizem estratégias que levem os alunos a adquirir competências na utilização da Internet e de todos os recursos digitais disponíveis, promovendo a transversalidade a todas as disciplinas.

[1] Discursive Formations - Place, Narrative and Digitality in the Museum of the Future in ExpressiveSpace.Org, Collaborative Projects, University of Cambridge *in* http://moodle.expressivespace.org/

Relativamente a esta realidade muitos estudos se têm vindo a desenvolver no sentido de implementar uma política de conhecimentos para uma correcta fruição de todos estes recursos, apontando para os riscos e vantagens da Internet, embora escassos sejam os estudos a apresentar os resultados dessas interacções.

Complementando, o uso das plataformas nas escolas tem vindo a ganhar cada vez mais adeptos que se estão a familiarizar com estes novos códigos de linguagem, possibilitando uma eventual troca de impressões, caso uma comunidade virtual fosse implementada e possibilitando as escolas de participarem na mesma.

A percepção dos indivíduos, que constituem a amostra deste estudo, passa também pelo uso das novas Tecnologias de Informação e de Comunicação o que nos conduz a um ponto que se revela fundamental e que segue no sentido de uma disseminação, mas no sentido de uma maior qualidade. Uma maior qualidade não só nas práticas feitas *in loco*, no museu, através do recurso a múltiplas formas de actuar e dos seus serviços educativos, mas na forma como se dão a conhecer num outro universo de grande amplitude e poder que é a Internet.

Este é um universo virtual que, apesar de ser mais impessoal, se revela sedutor, principalmente para as camadas mais jovens. É imune aos factores de tempo e de distância e desperta igualmente sensações de curiosidade e interesse, sendo um poderoso veículo de disseminação ao qual os museus não podem ser alheios.

Conscientes desta realidade, os museus têm vindo a investir cada vez mais na construção de um espaço virtual na *Web*, através da criação de *Sites* e ultimamente na criação de blogues.

METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO DO ESTUDO

Tendo em conta a metodologia de investigação do nosso estudo, o mesmo revela-se de carácter exploratório.

Consideramo-lo um humilde contributo com vista à compreensão de uma realidade específica, constituindo um ponto de vista relativo à situação actual das práticas museológicas, quanto à adopção de uma política voltada para os aspectos relacionados com a Qualidade.

A investigação de carácter exploratório, *"*implica estudar, compreender e explicar a situação actual do objecto de investigação" (Carmo & Ferreira, 1998; p.213).

Desta forma, queremos responder adequadamente às hipóteses da nossa problemática, atrás referenciadas, no sentido de se recolherem informações no domínio da

disseminação e percepção da imagem dos museus e aumentarmos o conhecimento sobre as perspectivas e estratégias dos mesmos relacionando-as com a dimensão "escola", e com as novas Tecnologias de Informação e Comunicação, com o intuito de se divulgarem práticas e de se averiguarem procedimentos tendo por base os sistemas de gestão da qualidade.

As novas tecnologias possibilitam, assim, uma incontestável vertente facilitadora do trabalho de inventariação, catalogação e gestão de colecções, assim como a divulgação desse trabalho através da criação de sítios Internet, realidade que se tem revelado notória pelas instituições museológicas.

Considerando a especificidade institucional dos museus, são variados os diferentes tipos de público, os potenciais utilizadores desses mesmos espaços, atendendo a uma lista que passa por investigadores, técnicos ou professores, considerando ainda estudantes, artistas, turistas e público em geral.

À luz de um conceito organizacional, voltado para as melhorias e implementação de sistemas de qualidade, no âmbito dos processos museológicos, muitas poderão ser as mais-valias, fruto das múltiplas possibilidades, que as novas tecnologias possibilitam e que queremos demonstrar.

PERCURSO EXPOSITIVO/ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO

A presente dissertação divide-se em três partes organizacionais fundamentais.

Uma primeira parte relaciona-se com o enquadramento teórico de todos os conceitos que irão ser estudados, aprofundando-os um pouco no sentido de compreender a linhas orientadoras das teorias mais actuais e que irão servir de sustentação ao objecto de estudo desta dissertação.

Assim, a primeira parte assume-se através de um capítulo que se debruça sobre o enquadramento teórico da Museologia; sobre o enquadramento teórico da Internet, E-Learning, Comunidades Virtuais, Moodle, e outros espaços *on-line*; e sobre o enquadramento teórico da Qualidade, apresentando-se ainda uma reflexão final que pretende intrusar os conceitos aferidos.

A segunda parte assume-se através de três capítulos.

O segundo capítulo prende-se com metodologia utilizada para a realização deste estudo, definindo a sua natureza e considerando os métodos e procedimentos e a forma como se procedeu à pesquisa documental e à pesquisa de campo.

Tendo recorrido ao Inquérito por Entrevista e ao Inquérito por Questionário, serão referenciados os procedimentos que adoptámos para a realização das entrevistas e para a realização, caracterização e aplicação dos questionários.

O terceiro capítulo refere-se a um estudo de caso em que será feita a análise dos questionários aplicados a um grupo de alunos e a todos os professores dos diferentes níveis de ensino que integram o corpo docente do Agrupamento de Escolas de Samora Correia, apresentando-se os resultados e devidas conclusões.

O quarto capítulo irá apresentar dois estudos de caso, um primeiro refere-se a uma análise aos sítios *web* dos museus do Distrito de Lisboa, em que será feita uma apresentação dos resultados obtidos por parte dessa observação culminando numa entrevista a uma especialista no campo da blogosfera, onde serão aferidas questões relacionadas com o potencial dos blogues e qual a seu eventual contributo para a Museologia.

Um segundo estudo de caso reporta-se à criação de uma «disciplina», ou de um espaço virtual, onde iremos apresentar as nossas opções relativas ao conteúdo da mesma que se encontra presentemente *on-line*, na plataforma de E-Learning da Escola Superior de Educação de Torres Novas, designada por «Gestão da Qualidade em Museus».

A este estudo foram aditadas duas entrevistas, que reforçam o conceito e o sentido actual do E-Learning e do Moodle também aplicado a novos contextos.

A terceira parte traduz-se no quinto e último capítulo que se reporta à discussão dos resultados, antevendo a conclusão final do estudo onde pretendemos dar a devida resposta às questões iniciais, validando as hipóteses e apontar novos pontos de partida no sentido de uma melhoria contínua nos campos da Museologia e Qualidade.

A presente dissertação seguiu as normas enunciadas pela Faculdade de Arquitectura, Urbanismo e Artes da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, tendo sido adoptada a Norma «American Psychological Association» (APA), 2001, método (Autor, data, página), conforme o recomendado pela referida instituição.

CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO DA MUSEOLOGIA – E-LEARNING, MOODLE E QUALIDADE

CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO DA MUSEOLOGIA – E-LEARNING, MOODLE E QUALIDADE

1. A Museologia

1.1. Museologia – Uma Nova Concepção de Museu

Ainda que de forma muito superficial e com o risco de se cair num contexto subjectivo, o museu remete-nos, de forma quase sempre sistemática, para a palavra colecção. Torna-se, assim, imperativo que se considere o facto de estarmos a trabalhar com o conceito de património, uma vez que o objecto museológico, elemento integrante de uma dada colecção, sendo esta acervo de um dado museu, nos conta decerto uma história, assume uma identidade notória, com a qual nos identificamos, e razão pela qual importa ser destacado.

Ao desenvolvermos um estudo, esteja ele relacionado com a investigação para posterior divulgação ou simplesmente relacionado com o modo mais conveniente e eficaz para uma correcta divulgação (tendo havido anteriormente um percurso de investigação, processo do qual não nos podemos alienar), importa destacar e suscitar sensações no observador, estando estas relacionadas com o entendimento que se estabelece entre esse mesmo observador, inserido numa dada sociedade que assume uma cultura própria, e o objecto apresentado.

A Museologia, reconhecidamente, torna-se pertinente e revela todo o seu sentido, assumindo-se como disciplina que estuda o "facto museal", aplicando-se segundo Primo (2005)[2], através de várias relações/dimensões e até mesmo interacções, começando pela dimensão humana, passando pela dimensão espacial, sem esquecer a dimensão temporal.

Ao falarmos de Museologia, poderemos considerá-la agregada a uma nova concepção de museu, que evoluiu ao longo dos tempos, passando por profundas transformações e mudanças, essencialmente a partir da Revolução Industrial até aos dias de hoje. De certa forma, essas mudanças foram mais profundas e significativas com o pós-guerra, em que diversas instituições e especialistas, se debruçaram mais profundamente no trato destas problemáticas e no real caminho a dar a um tão vasto património museológico, para que, de uma forma nova e eficaz, possam beneficiar a sociedade em geral.

> "(…) A museologia é a ciência que examina a relação específica do homem com a realidade e , através destas relações, tem lugar a eleição de tudo o que é

[2] Primo, Judite, (2005). Seminário subordinado ao tema: Função Social do Museu.

> museável para ser preservado no imediato e para o futuro. Em consequência, tomando-a em sentido amplo ou restrito, a museologia como disciplina científica inclui-se entre as ciências sociais, pois o seu objectivo principal é a análise de uma realidade histórico-social de larga tradição, "enmarcada" nuns postulados que se estendem no espaço e no tempo. O sujeito desta ciência é o homem o público (…)". (Hernandez, 2001, p.72)

Por outro lado, compete-nos salientar ainda uma definição de Museologia, considerada por Rocha-Trindade (1993, p.17) como uma ciência que não se nos apresenta como nova, estando sempre relacionada com o objecto e as colecções.

> " A Museologia não é uma ciência nova: quando o gosto e a prática de coleccionar objectos, porque exóticos, raros, belos ou intrinsecamente valiosos deram lugar à institucionalização de espaços públicos destinados a fazê-los apreciar livremente, nasceram os museus como sistemas organizados; a Museologia estuda os métodos e as técnicas apropriadas para recolher, para classificar, para conservar e para os exibir.(…)" (Rocha Trindade, 1993, p.17)

Contudo, a Museologia atenta para aspectos que abrangem desde as técnicas de restauração, conservação, acondicionamento e catalogação do acervo, considerando ainda a preparação de mostras, exposições e acções culturais.

Verificamos, assim, o culminar natural da Museologia para o "objecto museológico" e o inevitável vínculo que o associa ao foro patrimonial. Moutinho (1993, p.6) refere esta relação que se prevê em constante mutação.

> "(…) O alargamento da noção de património, é a consequente redefinição de "objecto museológico", a ideia de participação da comunidade na definição e gestão das práticas museológicas, a museologia como factor de desenvolvimento, as questões de interdisciplinaridade, a utilização das "novas tecnologias" de informação e a museografia como meio autónomo de comunicação, são exemplo das questões decorrentes das práticas museológicas contemporâneas e fazem parte de uma crescente bibliografia especializada.(…)" (Moutinho, 1993, p.6)

Segundo Primo (2004)[3], importa ter em conta que, quando um dado objecto/elemento perde, a grosso modo, a sua função prática para aquilo que foi eventualmente concebido e ganha um novo valor, assumindo este muitas vezes para o observador comum uma dimensão que não se pode explicar, mas que se sente de uma forma inalienável, ganhando assim um novo significado. Este prende-se com objecto que conta uma história, na qual o observador se revê e se sente de certa forma inserido.

Foi despoletado, assim, um processo de patriamonialização desse mesmo objecto. Ao atribuirmos um dado valor ao objecto/elemento alvo, ao tomarmos conhecimento e consciência da atribuição desse mesmo valor, passamos automaticamente para um patamar

[3] Idem, ibidem

que se prende com o querer preservar esse mesmo objecto, sendo nesta altura, preciosa e oportuna a actuação da Museologia, como disciplina de um novo conceito.

Não pretendendo trabalhar com o passado, a Museologia anseia ir mais além. Pretende trabalhar com as referências desse mesmo passado, devendo neste contexto ser tida em conta a memória geradora de uma identidade, que se transmite ao longo do tempo, e que constitui um quadro de referências com uma intenção de musealização.

Estas referências do passado fazem-se no presente, tendo em conta o modo de expor, no sentido de transmitir ao observador as mais diversas sensações.

Consideramos também pertinente a forma como Rocha-Trindade (1993, p.17) explana esta realidade, aludindo à forma como se apresenta o objecto museológico, num contexto de museu, parecendo-nos de todo oportuno a sua citação.

> "(…) De espaço erudito, dedicado a uma pequena franja de especialistas, de estetas ou de curiosos iluminados, os museus de hoje visam alargar ao máximo o espectro dos seus frequentadores: crianças e velhos, turistas e passantes, estudantes e estudiosos. Das salas frias e sombrias do passado, das vitrines hirtas e fechadas, da profusão de peças só à distância apercebidas, procura passar-se hoje aos contrastes do fundo negro com dramáticos oásis de luz, em percursos de sucessivos deleites, de surpresa em surpresa.
>
> Os objectos não são apenas mostrados, mas também explicados e interpretados; não vivem só por si, mas também pelo contexto de onde provêm, pela função que possam ter desempenhado. Evocam situações, temas, problemas, relacionando passado com presente, locais com outros locais, diferentes modos de pensar, de sentir e de viver.
>
> Ao silêncio sepulcral e à imobilidade absoluta dos objectos, sucedeu o som ambiental, a música de fundo, a rotação da peça, a variação da luz: entrou-se no domínio do espectáculo, da sedução, da comunicação. (…)" (Rocha Trindade, 1993, p. 17)

Compete ao museólogo mostrar um outro olhar sobre o objecto e sobre a exposição em si.

São, no entanto, necessários vários cuidados por parte do museólogo, relativamente à linha de discurso a transmitir ao público utilizador, que, na eventualidade de estar menos atento, poderá tomar essa linha como uma verdade absoluta. Dever-se-á ter sempre em linha de conta que podemos chegar à verdade por diversos caminhos.

Como reconhecer então o museu para o especialista e para o observador/ utilizador?

Poderemos considerar, na perspectiva do especialista, o museu como um emissor que pretende transmitir saber, de forma flexível e adaptável aos diferentes tipos de público, e em que ele, como voz activa do museu, necessita de definir e avaliar a forma como irá comunicar, identificando as referências do público alvo, empolgando-o, através de múltiplas sensações.

Assim é cumprido o objectivo a que o museu se propõe como espaço de memória, espaço de esquecimento que se interliga de forma espontânea com um espaço de exclusão, na medida em que ao reconhecer um dado elemento, uma dada linha de pensamento, foi ou foram esquecidas outras; optando por um determinado período/tempo, foram inevitavelmente excluídos outros.

Propõe-se ainda como um espaço hierarquizante e ainda um espaço disciplinador, em que se dá o controlo do tempo e o controlo do comportamento do indivíduo.

Na medida em que controla um dado público, o museu também é controlador do próprio funcionário e este é, inevitavelmente, controlado pelo público, existindo aqui uma estreita inter-relação que não se pretende menosprezada.

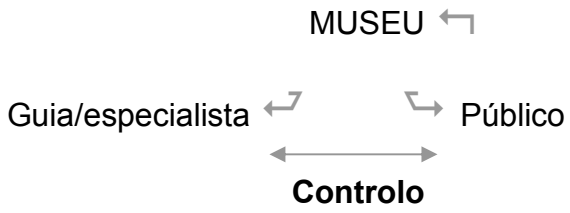


Figura 1 – Museu, espaço hierarquizante

Relativamente à perspectiva do utilizador, este referencia de certa forma o espaço museu.

O "não tocar", "não mexer", "não correr", "não fazer barulho", são tónicas que se enraizaram, ou pelo menos pairam, na mentalidade do público, levando-o a proceder muitas vezes, tal como se encontrasse num templo religioso. Encontra-se certamente num templo, se o considerarmos templo de memória viva, que interfere activamente com o observador, numa interacção de sensações.

1.2. Museologia – Qualidade para os Serviços, na Área da Cultura

Segundo indica Moutinho[4] (2004), a Museologia não se resume unicamente aos museus como espaço físico, estático, local onde se encontram as colecções. Transcendendo esta vertente meramente física, a Museologia é um recurso de comunicação e que assenta em três dimensões: transmitir informação; combater o analfabetismo, educando através da imagem; construir recursos que ajudem a comunicar, divulgando o objecto através de um novo olhar. Esta última dimensão pretende levar o Museu a ser um

[4] Moutinho, Mário (2004). Seminário subordinado ao tema: Museologia e Pensamento Contemporâneo.

construtor do dia-a-dia, gerando com o visitante uma possibilidade de diálogo, parceria, comunidade.

A Museologia relaciona-se intimamente com a função social do Museu.

Considerada uma nova área que se tem vindo a revelar em vários campos, a animação sócio-cultural tem conquistado terreno também no campo dos museus. Mas como deverá ser feita a animação sócio-cultural num museu? Numa perspectiva de atracção de novo Público? Ou talvez mais numa perspectiva de apresentação do museu de uma outra forma?

Segundo Varine (1979, p.14), a animação cultural deverá ser a promotora do bem cultural, como um bem de consumo, tal como o autor refere:

> "(…) repugna-me cada vez mais o conceito de "animação cultural". É o slogan utilizado pelas grandes lojas para promoção dum produto. Se referirmos que o museu é um centro de animação cultural no sentido de promoção do bem cultural como um bem de consumo, então sim, o museu é um centro de animação cultural. (…)" (Varine, 1979, p.14)

O museu deverá ser visto como um instituição repleta de dinamismo que deverá possibilitar ao público a experimentação, a diversidade e o contacto com o objecto mediante o seu contexto, e não de uma forma isolada, perdida e descontextualizada.

Conforme salienta Duarte (1994, p.12):

> " Um Museu não pode ser túmulo da memória, mas sim a solicitação activa da memória, senão mesmo a memória viva.
> Como podemos transformar o museu numa instituição viva e interveniente?
> Como podemos tornar o museu num espaço polivalente de animação?
> Como podemos considerar o museu um recurso inevitável da escola?
> Como podemos estabelecer uma ponte, na vida de uma comunidade local, entre o passado e o presente?
> As respostas têm , forçosamente que sair da comunidade, pois cada região tem as suas próprias características e respostas diferentes para os problemas específicos que o quotidiano coloca." (Duarte, 1994, p.12)

O museu tem um papel a desempenhar na sociedade da qual faz parte, papel este que se pretende activo, interveniente e mobilizador. Não se podendo alhear dos problemas locais do meio em que se encontra inserido, encontra-se de igual forma envolvido em problemáticas de âmbito geral, sejam elas nacionais ou mundiais. Assim sendo, deverá ser o museu uma instituição em constante evolução e permuta, não se confinando unicamente ao simples acervo herdado ou adquirido, mas também a todo o ambiente que o envolve e o rodeia, seja a fonte e o jardim que lhe está adjacente, seja o cento histórico, a zona ribeirinha mais à frente, ou até mesmo as danças e a gastronomia local, do meio do qual faz parte.

1.3. A Museologia e a Escola numa Perspectiva Educativa

A visita ao museu revela-se fundamental e é acolhida de forma entusiasta e muito peculiar, ainda que o acervo exposto não diga aparentemente nada, se nos referirmos a um público muito especial, nomeadamente um grupo de crianças do ensino pré-escolar, tendo em conta os aspectos que impliquem um desenvolvimento e alargamento cognitivo. Reconhecendo as palavras de Duarte (1994, p.9), é importante inquietar e despertar a curiosidade para a vastidão e grande amplitude do mundo que as rodeia.

> "(…) A relação Museu- Escola deve começar na infância. A educação pela Arte deve fazer parte da formação integral de um aluno: ela desenvolve a sua sensibilidade e desperta-o para tudo o que o rodeia, diversificando a sua cultura e aguçando a sua capacidade criativa(…)". (Duarte, 1994, p.9)

Considerando o actual sistema de ensino português, especialmente o ensino básico, a Gestão Flexível dos Currículos, está voltada para uma nova reorganização curricular, onde a escola vai construindo o saber de uma forma mais autónoma, numa tentativa de desenvolver as competências essenciais que permitam o desenvolvimento integral das crianças e jovens.

Um novo conceito de escola surge como um espaço privilegiado de educação para a cidadania e que, tendo em conta a sua experiência curricular, integra e articula experiências de aprendizagem diversificadas. Nesta nova vertente, pretende-se de certa forma adaptar a componente curricular, relacionada com os conteúdos das diversas disciplinas, e que, até há bem pouco tempo se consideravam de uma forma estática e intocáveis, sem possibilidade de serem adaptados à realidade dos alunos.

Não se pretende, de forma alguma, descurar ou pôr de parte os conteúdos programáticos que terão de ser transmitidos à semelhança do que se fazia anteriormente.

Pretende-se que sejam adaptados ao universo de alunos que varia de região para região, de escola para escola dentro de uma dada região e, até mesmo, de escola para escola numa dada cidade, uma vez que estas estão agrupadas por áreas pré-definidas, os chamados agrupamentos de escolas.

Estes contemplam diversas escolas de sítios distintos, desde os Jardins-de-Infância até às Escolas Básicas de 2º e 3º Ciclos, considerando os meios urbanos que as integram, algumas vezes com realidades e peculiaridades diferentes, que devem ser tidas em conta.

No caso das pequenas cidades de província e também no caso das grandes cidades, acrescentando a estas, os bairros e zonas distintas dos subúrbios que as envolvem, surgem também realidades e modos de vida mais ou menos diversificados também a ter em conta.

Considerando-se estas diferenças em todos os casos, reconhecendo as realidades nestes termos e por esta perspectiva, a escola hoje, mais do que nunca, terá de estar aberta ao meio onde se encontra inserida, considerando todos os seus múltiplos aspectos e articulando-os de preferência com os saberes ditos académicos que pretende transmitir, para garantir assim o sucesso das aprendizagens.

Julgamos que é neste terminal, havendo certamente muitos outros, que a escola colide com o museu, tendo em conta que este também precisa dessa abertura em relação ao meio que o envolve, para sobreviver e ser aceite.

Aceitando todos estes aspectos, o professor tem agora a possibilidade de poder ajustar os diversos conteúdos que tem de transmitir, articulá-los com as outras disciplinas promovendo a interdisciplinaridade dentro e fora do espaço escolar. Poder-se-á até considerar, senão reconhecer que está comprovada, a possibilidade de ir além fronteiras, com a germinação das novas tecnologias. Por isso é que são chamados "currículos flexíveis" ao novo modelo de gestão.

Promovem-se quotidianamente nas escolas visitas de estudo, aulas de exterior, convidam-se artesãos, contadores de histórias, médicos, polícias, bombeiros e toda uma variedade de técnicos e especialistas para irem às escolas transmitir conhecimento.

Cremos ter chegado a um outro terminal que colide com a função social e educativa do museu, nomeadamente a dinamização dos espaços ou das exposições que apresenta, podendo recorrer, eventualmente, a diversos especialistas ou técnicos, numa perspectiva educativa. Talvez não em todos os aspectos, mas noutros certamente que sim (considerando até, acções de formação que possam ser promovidas pela instituição museológica, ou outra através dela, num contributo para a formação dos que aí trabalham).

Com a mesma visão do museu, a escola também assume um papel de divulgação.

Todos os dias e por este país fora, as escolas organizam eventos e actividades para os alunos, parte integrante e primordial da comunidade escolar, mas também para a comunidade educativa e comunidade em geral, quer sejam realizados dentro do espaço escolar, exposições, provas desportivas, recitais, peças de teatro, entre tantos outros; quer sejam realizados no espaço exterior, para toda a comunidade em geral, desfiles, peddy-papers, visitas a outras instituições entre tantas outras.

O museu assume, de uma outra forma, muitas destas actividades, comprometendo-se também com muitas destas acções para o público em geral. No entanto, e como refere Duarte (1994, p.7), é preciso ter também em conta a formação adequada de pessoal.

> "(…) lembro que a principal preocupação dos museus não é levar o público a consumir a cultura e os bens culturais, como em qualquer supermercado, mas sim levá-lo a consciencializar-se e a fruir a sua herança patrimonial (seja esta de

> natureza natural ou cultural). Nesta dimensão se justifica o cuidado posto na formação dos técnicos do serviço educativo (…)". (Duarte, 1994, p.7)

Reconhece-se que os técnicos do serviço educativo evidenciam, muitas vezes, dificuldades ao nível do discurso museológico relativamente aos diversos tipos de público, devido à eventual falta da componente pedagógica. Por outro lado, deveriam os professores, de igual forma, receber formação adequada relativamente à museologia e aos museus de forma a que haja uma maior sensibilidade da sua parte, na transmissão de valores de memória, e no melhoramento das actividades que se realizam nesse âmbito, para que não se caia na tendência de escolarizar o museu.

Duarte (1994, p.9) evidencia, ainda, a complementaridade e estreita ligação entre escola, museu e comunidade.

> "(…) O triângulo escola-comunidade-museu desenvolve-se na complementaridade de funções: pela troca de recursos e esforços humanos, de potenciais incomensuráveis de formação, formação artística e conservação integrada do património(…)." (Duarte, 1994, p.9)

Neste panorama, convém salientar uma acção levada a cabo pelo Ministério da Educação (2007), relacionada com um concurso denominado "A minha escola adopta um museu"[5].

> "O concurso "A minha escola adopta um museu" tem por objectivo estimular o conhecimento da realidade museológica nacional, através do contacto das escolas com os museus que integram a Rede Portuguesa de Museus, bem como sensibilizar para a conservação, protecção e valorização do património cultural." (Ministério da Educação, Portal da Educação, 2007).

Esta é uma iniciativa conjunta da Direcção Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular (DGIDC) e o Instituto Português de Museus (IPM), em que se pretende que sejam desenvolvidos trabalhos criativos, a partir dos testemunhos dos acervos dos museus.

O concurso acima referido vai já na segunda edição, verificando-se que houve na primeira edição uma participação de cerca de 147 candidaturas, desde o Ensino Pré-escolar ao Ensino Secundário, podendo ser observados todos os dados nas tabelas apresentadas em relatório.

[5] Ministério da Educação, Portal da Educação, 2007, Concurso: «A Minha Escola Adopta Um Museu». http://www.min-edu.pt/np3/pesquisa?txt=a+escola+adopta+um+museu&x=6&y=11

No seguimento desta acção conjunta, o Ministério da Educação tomou a iniciativa de criar um fórum de discussão em que se pretende "fomentar a comunicação entre todos os participantes na iniciativa: professores, alunos, técnicos dos museus e demais interessados nestas matérias" (ME., 2007) .

Este fórum pretende levar a experiência mais além, salientando ainda que, "caso haja condições, é nossa intenção ultrapassar os limites impostos pela existência de um regulamento específico e superar a formatação do concurso, conferindo gradualmente ao fórum as condições para ir conquistando uma autonomia e identidade próprias." (ME., 2007).

Apesar de não se encontrar disponível na data em que procedemos à sua consulta (Fevereiro de 2008), é feita a referência de que, "este fórum é nosso, será tão bom como nós soubermos ou tão mau como nós quisermos, só depende de nós e do que estivermos dispostos a fazer por ele." (ME., 2007) .

Consideramos estas experiências bastante positivas e que manifestam, por parte do Estado Português, o levantar da ponta do véu, ainda que de forma muito tímida, para a realidade museológica e o contributo que poderão, em conjunto com a escola, prestar à sociedade.

1.4. O Museu Integral

A declaração de Santiago, como refere Primo (2005), revela-nos a concepção de museu integral, devendo prever-se uma interdisciplinaridade na esfera museológica e reconhecendo o papel activo dos museus, nas questões sociais, económicas e culturais, por meio de acções educativas.

Refere a descentralização do museu para uma mobilização em termos geográficos, mais ampla.

> "(...) o museu é uma instituição a serviço da sociedade, da qual é parte integrante e que possui nele mesmo os elementos que lhe permitem participar na formação da consciência das comunidades que ele serve; que ele pode contribuir para o engajamento destas comunidades na acção, situando suas actividades em um quadro histórico que permita esclarecer os problemas actuais, isto é, ligando o passado ao presente, engajando-se nas mudanças de estrutura em curso e provocando outras mudanças no interior de suas respectivas realidades nacionais."(Mesa Redonda de Santiago, Chile – 1972)

Esta declaração, revela-se como um documento revolucionário para países como a América Latina e do Sul.

Assiste-se ao nascimento de museologias nacionais distintas, aludindo ainda que "as pessoas são livres para exercer museologia em vários locais sem as amarras do modelo Europeu e Norte Americano" (Mesa Redonda de Santiago, Chile – 1972)

Surge assim mediante vários contextos, o aparecimento de uma prática museológica com uma cara nacional, em que o importante é serem trabalhados patrimónios de um dada comunidade, perdendo-se o sentido de museu da Ciência, de Arte, entre outros.

Estes serão museus sem especialização disciplinar, considerados, no entanto, como instrumentos de desenvolvimento, salientando-se a sua função social.

Evidencia-se a responsabilidade política do museólogo.

Assiste-se à multiplicação dos museus locais promovidos pela iniciativa comunitária.

Poder-se-á sintetizar, através de um quadro teórico–metodológico, as relações entre o museu tradicional e o novo-museu:

Museu tradicional	⇨	**Novo Museu**
Edifício	⇨	Território(nasce do desejo de uma comunidade)
Colecções	⇨	Património
Determinado publico	⇨	Comunidade participativa
Função educativa	⇨	Função pedagógica (entendida como base para o eco-desenvolvimento)

Tabela 1 – Museu Tradicional e o Novo Museu

Baseando-se também na Declaração de Santiago, Tinoco (2004)[6] refere que "Os museus podem e devem desempenhar um papel decisivo na educação da comunidade."

Analisando os problemas do meio rural, do meio urbano, do desenvolvimento técnico-científico, e de uma educação permanente, sendo estes problemas de importância capital para o futuro da sociedade, dever-se-á adoptar uma solução que passe pelo entendimento da comunidade no que se prende a aspectos técnicos, sociais, económicos e políticos.

Nesta linha surge, assim, um museu em mudança.

Considerando as transformações como um desafio para a Museologia, é feito desta forma um apelo à interdisciplinaridade e à participação social.

O museu torna-se num instrumento ao serviço da sociedade.

[6] Tinoco, Alfredo (2004): Seminário subordinado ao tema: Museografia.

Implica ruptura, experimentação. Não implicando, por outro lado, o fim dos muros convencionais ou especializados.

Sugere mudança de mentalidades, com recurso a especialistas de ciências sociais.

Reaviva a necessidade de afirmação dos museus locais.

> " A museologia deve procurar, num mundo contemporâneo que tenta integrar todos os meios de desenvolvimento, estender suas atribuições e funções tradicionais de identificação, de conservação e de educação, a práticas mais vastas que estes objectivos, para melhor inserir sua acção naquelas ligadas ao meio humano e físico." (Declaração de Quebec, Canadá – 1984)

A Nova Museologia, através da declaração do Quebec, evidencia a interdisciplinaridade que se contrapõe ao saber isolado, absoluto e redutor da acção museológica tradicionalmente instituída. Fazendo uma análise, Primo (2005) salienta que a investigação e a interpretação, consideradas um bem cultural na esfera museológica, são acções que permitem, de forma global, entender o que o objecto/património representam, conduzindo-nos, através de caminhos criados no contexto museológico, para os referenciais de memória, património e herança cultural.

> "La participación comunitaria evita las dificultades de comunicación, característica del monólogo museográfico emprendido por el especialista, y recoge las tradiciones y la memoria colectivas, ubicándolas el lado del conocimento científico."(Declaração de Oaxtepec, México – 1984)

Nesta declaração observa-se o facto de se estabelecer uma relação indissolúvel entre os indivíduos, o património e o território, apresentando-se como um mutualismo.

Poder-se-á, neste contexto, reconhecer o facto de que esta relação altera a nossa atitude no campo do património e da Museologia.

> "A função museológica é, fundamentalmente, um processo de comunicação que explica e orienta as actividades específicas do museu, tais como a colecção, conservação e exibição do património cultural e natural. Isto significa que os museus não são somente fontes de informação ou instrumentos de educação, mas espaços e meios de comunicação que servem ao estabelecimento da interacção da comunidade com o processo e com os produtos culturais." (Declaração de Caracas, Venezuela – 1992)

A declaração de Caracas traduz-se pela retoma dos princípios e pressupostos constantes na declaração de Santiago, elaborada vinte anos antes. Relativamente à comunicação dos museus, a mesma adverte para o facto de que não deve ser usada em excesso a linguagem escrita, podendo chamar a informação de outras formas. Assiste-se à passagem do museu integral para o museu integrado.

O primeiro ainda olha para a questão social numa perspectiva paternalista, em que o profissional do museu se revela o detentor do conhecimento que transmite à comunidade, passando este do museu para as pessoas.

O segundo reconhece antes a acção do museu com as pessoas, uma acção de dualidade, de troca em que as pessoas também podem apresentar propostas.

Observa-se ainda uma renovação no campo expositivo, através de exposições síntese em que pode estar a expor sem que haja impreterivelmente a necessidade de expor directamente o património.

Relativamente àquilo que têm em comum, as declarações denunciam as desigualdades económicas, sociais e culturais em que a sociedade latino-americana vive; questionam o papel da instituição museu na sociedade; ambas assumem que o museu é uma instituição ao serviço da sociedade; utilizam o património como recurso para estimular a consciência crítica; referem a responsabilidade política dos profissionais desta área; apelam para a formação profissional; e revêem o museu como instrumento de desenvolvimento.

Considere-se ainda o que nos diz o ICOM, nos seus Estatutos do ano de 1995, para além da definição de museu antes enunciada :

> (i) A definição de museu, acima dada, deve ser aplicada sem nenhuma limitação resultante do tipo da autoridade tutelar, do estatuto territorial, do sistema de funcionamento ou da orientação das colecções da instituição em causa;
> (ii) Além dos "museus" designados como tal, são admitidos como correspondendo a esta definição:
> (iii) Os sítios e os monumentos naturais, arqueológicos e etnográficos e os sítios e monumentos históricos que possuam a natureza dum museu pelas suas actividades de aquisição, de conservação e de transmissão dos testemunhos materiais dos povos e do seu meio ambiente;
> (iv) As instituições que conservam colecções e que apresentam espécimes vivos de vegetais e de animais tais como os jardins botânicos e zoológicos, aquários, viveiros;
> (v) Os centros científicos e os planetários;
> (vi) Os institutos de conservação e galerias de exposição que dependem das bibliotecas e dos centros de arquivo;
> (vii) Os parques naturais;
> (viii) As organizações nacionais, regionais ou locais de museu, as administrações públicas de tutela dos museus tal como foram acima definidas;
> (ix) As instituições ou organizações com fins não lucrativos que exercem actividades de investigação, educativas, de formação, de documentação e outras relacionadas com os museus ou a museologia;
> (x) Qualquer outra instituição que o Conselho Executivo, segundo opinião da Comissão consultiva, considere como detentoras de algumas ou da totalidade das características de um museu, ou que possibilite aos museus e aos profissionais de museu os meios de fazerem investigações nos domínios da museologia, da educação ou da formação." (Estatutos do ICOM. 1995:2-3)

1.5. O Museu Contemporâneo (o Novo Museu)

Considerando as características do museu contemporâneo, Primo (2005) salienta que este deverá promover a liberdade na utilização do património e a descentralização; deverá promover a pluralidade, manifestando-se esta no tempo e no espaço mediante museus disciplinares, mas sem dependência disciplinar relativamente ao papel que desempenha com as comunidades.

Destaca-se também o papel central das comunidades relativamente aos destinos do museu que deverá assumir-se como um local privilegiado de produção e comunicação de conhecimentos.

É um facto museológico a visão de uma inter-relação que se estabelece entre espaço, sujeito e bem cultural, conforme se poderá esquematizar:

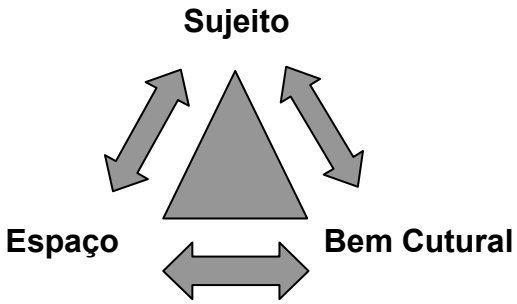


Figura 2 – Inter-relação do Sujeito com o Bem Cultural

É assim apresentada a inter-relação que o sujeito estabelece com o bem cultural num dado espaço. Este não tem de ser forçosamente o museu.

Esta inter-relação poder-se-á assim desencadear num dado contexto museal (dentro do museu) ou no espaço exterior, em qualquer lugar do nosso quotidiano, desde que se vá buscar aquilo que vai para além do evidente e que torna, no fundo, clara e cumulativamente peculiar, a verdadeira essência do bem cultural, considerado num todo, que não se pode alienar à sua história.

A tendência de conceitualização da nova Museologia remete-nos para a ascensão do conceito de museu descentralizado, para a musealização de instituições culturais e comerciais, como é o caso do economuseu e a racionalização da gerência dos museus.

Como princípios básicos da nova Museologia, é evidenciada a necessidade do reconhecimento das entidades e das culturas de todos os grupos humanos, e não voltar apenas o interesse para as classes mais privilegiadas, a utilização da memória colectiva como um referencial básico para o entendimento e a transformação da realidade.

Deverá ainda haver incentivo à apropriação e reapropriação do património, para que a identidade seja vivida na pluralidade. Relativamente a este princípio e face aos tempos sempre em mudança, sucede-se um fenómeno associado à recusa, muitas vezes consciente, relativamente a determinados bens patrimoniais que já desempenharam, de uma ou de outra forma, a sua função.

Esta recusa emana, em grande parte, das novas gerações que se voltam para outros referenciais, com os quais se sentem, na maioria das vezes, melhor identificados. Nasce deste novo fenómeno um processo de despatrimonialização, que deverá ser na medida do possível compreendido e aceite.

A compreensão da mudança e dos factores que levam a essa mudança devem ser estudados e analisados com atenção, com o intuito de tentar compreender as causas que a motivaram.

Reconhecendo o facto de que a memória colectiva é cambiável, que se transforma ao longo dos tempos, é conveniente desenvolver mecanismos que, embora reconhecendo essa realidade, se apresentem de forma inovadora e motivante, através de práticas que incidam nos elementos «património despatrimonializado».

Trata-se, desta forma, de um novo processo que se traduz numa nova patrimonialização, ou seja, mais concretamente numa repatriamonialização de determinado bem, considerando, apesar de tudo, a sua verdadeira essência, a sua história e percurso.

Reconhecendo em todo este processo uma revalorização do objecto, colocam-se algumas questões de considerável pertinência. Qual deverá ser o papel da Museologia perante todo este processo?

Estas situações revelam-se um pouco por toda a parte como um facto que se deverá considerar. De que forma poderá esta realidade ser aceite pela Museologia? E de que forma esta agirá no sentido de uma eficaz repatrimonialização?

Tratando ainda do processo de patrimonialização, Moreira (2004) [7] refere-o tendo em conta três vertentes.

Em primeiro lugar é conveniente ter em conta a forma de conceber o problema, relativamente ao objecto a patrimonializar. Seguindo por duas vias, o objecto apresenta-se como fruto de uma herança ou de uma escolha, que se manifesta de forma consciente, e talvez em termos sociais, admitida em função de um conjunto de interesses da comunidade.

Por uma outra vertente, o processo incide numa preferência, condicionada por factores complementares relativamente à identificação de um objecto com um papel representante da própria sociedade, uma consolidação da nossa imagem em relação ao exterior; à exemplificação que consiste na escolha de um objecto como testemunho de arte,

[7] Moreira, Fernando João, (2004). Seminário subordinado ao tema: Museologia e Pensamento Contemporâneo.

da história, da sagacidade do poder, factos considerados gloriosos em função de um objectivo; e à rememoração do mesmo.

Reconhecendo ainda uma terceira vertente, importa considerar a mediação em todo este processo, os agentes mediadores que têm a ver com o Estado ou associações normalmente ligadas ao Estado, que estabelecem critérios relativamente à comunicação para com a comunidade; à insubstituibilidade do objecto, não sendo possível a sua substituição por serem peças únicas; e ao seu valor económico, considerando-se que o que tem valor é aquilo que é mais caro, sendo por norma mais protegido, reflectindo normalmente as tendências naturais para essa atitude.

Primo (2005)[8] destaca ainda outros princípios da nova Museologia, considerando que esta se deverá voltar para o desenvolvimento de acções museológicas, como ponto de partida para a prática social e não para as colecções, considerando não ser verdadeiro objectivo a criação de colecções.

Deverá assistir-se ainda à sociabilização da função de preservação, promovendo uma consciencialização da comunidade, responsabilizando-a para a necessidade de preservar, sendo um dever de todos e até mesmo uma obrigação.

Deverá ser tida em conta a interpretação da relação entre os indivíduos e o património do seu meio ambiente, bem como a acção comunicativa dos técnicos e dos grupos comunitários, objectivando o entendimento, a transformação e o desenvolvimento social.

Ainda como princípio deverá a nova Museologia procurar interpretar a influência da herança cultural e natural na construção da identidade pessoal e colectiva. Tentar interpretar esta relação, tendo consciência da mesma, é contribuir para o exercício de uma cidadania activa e saudável.

Considerado um modelo inquietante, a comunidade deixou de ser um utilizador passivo para se tornar num utilizador activo, actuante neste novo processo, em todo o seu contexto.

A nova Museologia deverá ter ainda por princípios, a construção e análise da história das comunidades; a contribuição dada pelos cidadãos para que estes possam reconhecer-se na sua identidade cultural; e a utilização de novas técnicas museológicas para solucionar problemas sociais e urbanos, assumindo assim uma função social.

Encarando desta forma todo este processo, confrontamo-nos com a presença de dois movimentos de preservação de memória. Um deles voltado para o passado e o outro

[8] Primo, Judite, (2005). Seminário subordinado ao tema: Função Social do Museu

voltado para o presente, reflectem o nosso papel de politização, o nosso poder e a forma como são conduzidos os processos na adopção de caminhos diferentes.

Assim e conforme evidencia Primo (2005), a memória de poder caracteriza-se por um culto à saudade; à preservação de acervos considerados "valiosos e gloriosos"; espaço onde prevalece o discurso autoritarista; em que os objectivos tendem para a personificação do poder e a preservação material do património; por uma celebração ao poder intuitivo; o predomínio de um grupo em detrimento de outros; para a formação de colecções etnocêntricas, na exaltação do museu voltado para o passado, para os objectos, havendo desta forma um congelamento da memória. Podendo ser, assim, considerada uma relação passiva entre o sujeito e o artefacto.

Relativamente ao poder da memória, evidencia-se a sua instituição ao serviço do desenvolvimento e, como elemento de intervenção social, celebrando o poder instituído com o compromisso de ser um espaço de relação. O poder da memória exalta o museu para o presente, sendo, assim, uma memória que explode. Podemos, desta forma, considerar uma relação activa entre sujeito e artefacto, sendo a memória uma base para a mudança.

1.6. O Museu Virtual

Conforme evidenciamos anteriormente, relativamente ao objecto de estudo, sobre o qual se debruça a Museologia e, no sentido de vivificar os museus através do recurso a novos métodos de divulgação, deparamo-nos actualmente com um potente veículo de divulgação em massa, resultado das novas tecnologias e da forma como estas se apossaram do nosso quotidiano, transformando e introduzindo novos padrões relativos à percepção e comportamento das sociedades.

Durante estes últimos anos novas portas se abriram, trazendo consigo novas oportunidades e alternativas, com a introdução e desenvolvimento das novas tecnologias, conforme salientam Pereira e Ulbrich (2004)[9].

> "(…) A incorporação destas novas tecnologias modificam a forma de comunicação entre os seres humanos, reflectindo substancialmente os seus costumes.
>
> Novos espaços de conhecimento fazem parte da actualidade. (…)" (Pereira & Ulbrich, 2004)

[9] Pereira, Heloisa Carouline de Souza; Ulbrich, Vânia Ribas, 2004, Os Museus Virtuais. Artigo resultante do Congresso Nacional de Ambientes Hipermídia para Aprendizagem; Universidade de Santa Catarina, Florianópolis

A *Internet*, que possibilita a intercomunicabilidade entre computadores e que é a concretização de uma extensa rede interligada à escala mundial, accionou este fenómeno.

Esta realidade veio trazer novas formas de contacto com os museus, em que o internauta[10], poderá interagir e participar activamente em alguns casos, na construção da realidade do museu virtual.

Muitos museus têm vindo, assim, a investir e a aperfeiçoar novas formas de chegar a novos públicos, através da criação de sítios *web*, ou páginas *web*, que os apresentam, possibilitando ao utilizador/visitante experiências de interacção, que os torna muitas vezes, conhecedores e participantes deste novo cenário.

Esta realidade é reforçada por Oliveira[11] (2002), citando outros autores.

> "(…) Agora não é o viajante que se desloca ao Museu, mas sim as suas informações, enviadas a um endereço eletrônico. Para André Lemos, na "sociedade em rede é o espaço, não mais físico, mas de fluxos de informação, que passa a organizar o tempo". (LEMOS, 2001:17) O visitante vai ao museu sem sair do seu espaço geográfico, visita um museu cujo referencial é comum em um espaço sem limites, sem demarcações ou barreiras, um espaço não "extramuros" – como o fizeram o museum bus e o museu comunitário – mas simplesmente "sem-muros". Uma ótica que reflete na própria estética do mundo contemporâneo, a da velocidade, o que seria, portanto, a ótica do ciberespaço. (VIRILIO, 2000). (…)" (Oliveira, 2002)

Dentro destes espaços, os visitantes poderão até ser convidados a participar de uma forma mais aprofundada, que vai para além das visitas virtuais, das experiências interactivas, experimentais e lúdicas.

Como exemplo do que atrás foi exposto, poderemos referir o Museu da Pessoa, em que é possível a qualquer visitante, mediante um registo no *site* do museu, participar numa história comum, contribuindo com a sua história.

> "A **missão** do Museu da Pessoa é contribuir para tornar a história de cada pessoa valorizada pela sociedade.
> Visamos um mundo mais justo e democrático baseado na história de pessoas de todos os segmentos da sociedade." (http://www.museudapessoa.net)

Neste contexto, os visitantes são convidados a registar a sua história de vida, tornando-se assim construtores do acervo do museu e contribuindo para o seu enriquecimento.

[10] Internauta: turista, curioso, colecionador, pesquisador, artista, gente que quer ter a sua história no museu (segundo a definição de Oliveira, José Cláudio: Democracia da Memória e da Informação: Os Museus Totais; (2002)

[11] Oliveira, José Cláudio, 2002, Democracia da Memória e da Informação: Os Museus Totais; http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/seminario/joseclaudio.htm

Em termos educativos, salientamos ainda a mais-valia que este tipo de recurso poderá trazer para as escolas.

Conforme consideram Pereira e Ulbrich (2004), este contributo pode "incentivar a criação de um outro espaço, onde os alunos façam as suas próprias exposições virtuais, passíveis inclusivé de serem incorporadas ao acervo de um museu".

Desta forma advém um novo processo em que é evidenciada a participação e colaboração do visitante.

Conforme salienta Sabattini[12] (2003), o visitante passa a ser o centro, passando assim o enfoque do objecto museal, para o indivíduo.

> "(…) De forma que o grande diferencial do museu virtual, enquanto complementação, residiria na capacidade de estabelecer vinculações entre os objetos, dar a oportunidade ao visitante de enfocar seus tópicos de interesse e estabelecer um diálogo interativo com o museu e implicando a mudança de paradigma do enfoque na coleção - no objeto - para a audiência - as pessoas. Assim, além da capacidade de realizar interconexões entre os blocos de informação, um dos principais requisitos dos museus virtuais seria o reconhecimento de que o ambiente virtual é interativo e que, portanto, o enfoque se encontra no usuário.(…)" (Sabattini, 2003)

Segundo Pereira e Ulbrich (2004), os museus virtuais permitem que os utilizadores do ciberespaço experimentem uma interrelação com um espaço virtual oferecido por um museu, "de forma não estruturada espontânea e personalizada e sua aprendizagem se materializa através de exibições interactivas, de conferências, demonstrações, oficinas de experimentos, projecção de filmes e do uso da multimídia", sem momentos específicos ou condicionalismos que limitem o visitante "quebrando barreiras do tempo-espaço, dos horários de visita" (Oliveira, 2002), assim como outros condicionalismos que advêm da instituição museu, enquanto espaço físico.

Considerando este novo paradigma de acção museológica, debruçar-nos-emos de seguida sobre o Museu Virtual Total, que segundo Oliveira (2002), se enquadra e se assume numa vertente exclusivamente virtual.

> "(…) Os museus virtuais totais são aqueles criados, digitalmente, com funcionamento no próprio ciberespaço e que, portanto, não possuem uma "arquitetura presencial", edificada como conhecemos convencionalmente, com salas, circuitos, teto, parede e chão de concreto.(…)" (Oliveira, 2002)

[12] Sabattini, Marcello, 2003, Museus e centros de ciência virtuais: Uma Nova Fronteira para a Cultura Científica; Artigo, Consciência. Especial "Cultura Científica", n. 45, Julho de 2003; http://www.comciencia.br/reportagens/cultura/cultura14.shtml

Contrariamente ao museu que assenta num espaço físico, fundado num edifício arquitectónico, "os museus virtuais criados no ciberespaço desenvolvem aspectos que aproximam mais o observador do objeto de estudo e dos conteúdos informativos sobre os temas, e assim, com conteúdo, deixam de ser meros catálogos e o observador não é mais um sujeito passivo diante de informações e imagens." (Oliveira, 2002).

Estes museus não têm assim um espaço físico palpável, funcionando unicamente no ciberespaço. O Museu da Pessoa, que apresentámos anteriormente, é um exemplo de Museu Virtual Total.

O mesmo autor apresenta um quadro que compara as realidades museológicas em diferentes contextos, considerando os museus tradicionais, os museus comunitários e os museus virtuais totais.

Tendo em conta a forma simplificada mas ao mesmo tempo objectiva como são apresentadas as diferenças, considerámos pertinente fazer neste estudo, uma referência do mesmo.

Museus tradicionais	Museus Comunitários	Museus virtuais totais
Restrições nos horários	Restrições de horários e nem sempre disponível para o público distante	Sem restrições de horários
BDI[13] fixo	BDI fixo	BDI acessível em qualquer parte do mundo através da Net.
Colecções particulares, não-fixas quando há exposição itinerante.	Colecções de uma comunidade local	Não há colecções particulares, mas histórias e objectos compartilhados por pessoas comuns e famosas.
Alimentação do BDI a partir de técnicos, pesquisadores, cientistas,	Alimentação do BDI a partir dos trabalhos desenvolvidos pela comunidade local.	Alimentação do BDI a partir dos internautas e pesquisadores do próprio projecto.
Modelos tradicionais de aquisição: compra, troca, comodato, arremate, prospecção.	O acervo é basicamente fotográfico e fonográfico, colectado da própria comunidade.	Textos e imagens por e-mails ou correios tradicionais.

Tabela 2 - Os Museus Totais - Democracia da Memória e da Informação, Oliveira, José Cláudio (2002)

Desta forma são apresentados e comparados alguns aspectos que se prendem com as questões de acessibilidade, e com a forma como são constituídos e vão sendo administrados, tendo em conta a sua expansão em termos de acervo e acções museológicas.

Consideramos que todos estes factores, desencadeadores de um novo paradigma museológico, devem levar a uma reflexão atenta e continuada sobre esta realidade. Devem

[13] BDI – Apesar de o autor não referir concretamente no artigo o significado desta sigla, depreendemos com a leitura do mesmo, que ela aparece associada ao museu considerando os diferentes sectores museográficos, tendo em conta os serviços educativos, os serviços de conservação e restauro assim como as colecções do mesmo.

ser consideradas as suas reais potencialidades e mais-valias, mas nunca esquecidos os objectivos iniciais para que foram criados, conforme salienta Pinho (2007)[14], " informar, comunicar e dar a conhecer o museu e a colecção, de consolidar a projecção externa da instituição, face a outras instituições e face ao público individual, e de atrair novos visitantes quer virtuais quer presenciais" .

Estes novos locais de divulgação e apresentação, que funcionam assim como uma extenção da instutuição, não deverão, a nosso ver, sobrepor-se inteiramente ao museu como espaço físico, excluindo obviamente o caso dos museus virtuais totais.

A este respeito, sem desvirtuar as qualidades e experiências que os museus virtuais poderão proporcionar, Sabbatini (2003) adverte para esta realidade.

> "(…) o museu virtual deveria proporcionar experiências multimidiáticas autênticas em seu domínio, mas sem aspirar à autenticidade do objeto real, que por sua própria definição não pode ser mediada. Nunca haverá um "museu virtual" no sentido completo da palavra, uma vez que a visita virtual é fundamentalmente uma experiência mediática, e não uma experiência museística.(…)" (Sabattini, 2003)

1.7 Os Compromissos dos Museus com a Sociedade

Conforme alerta Moutinho (2004), o museu é uma instituição à qual estão associados compromissos assumidos pelo próprio, no dia-a-dia.

No texto, **Os compromissos dos museus com a Sociedade**[15], Moutinho (2004) destaca quatro tipos de compromissos "que limitam a liberdade de acção e de pensamento crítico, no desempenho da actividade museal (…)".(Moutinho, 2004; *nota 9)*

a) Compromissos para consigo próprio, relativamente às chefias (bens relacionados, redes de parentesco, progenituras político-partidárias);

Museu ●⟶ **Sujeito e Agente** (Museus públicos – museus de arte)

b) Compromissos relativamente à sua sobrevivência institucional, como afirma:

> "(…) Ora julgo eu que existem museus que poderiam põe uma questão de sanidade pública ser encerrados definitivamente, com um laudo de desculpa pelos

[14] Balsa Carvalho de Pinho, Joana Maria,(2007). Museus e Internet. Recursos *on-line* nos sítios *web*, dos museus nacionais portugueses, Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 8. Temática Variada. Disponible en http://www.cibersociedad.net

[15] Moutinho, Mário, (2004). Os Compromissos dos Museus com a Sociedade"

> malefícios culturais e outros que durante décadas contaminaram todos aqueles que algum dia por lá passaram. Museus que nasceram em dias felizes mas que o tempo e ausência de qualquer esforço intelectual de renovação, se encarregaram de congelar, empoeirar, degradar, podendo até mesmo provocar alergias, acidentes e outras coisas nos visitantes. (…)". (Moutinho, 2004, nota 9:50)

Tendo em conta a realidade do museu inserida nesta situação precária, poder-se-á considerar o museu indispensável?

Duarte (1994, p.8), a este propósito, reforça ainda que:

> "(…) Entrar num museu sem vida, e fechado à comunidade, sentir o cheiro do bolor e do objecto antigo, leva-nos ao passado, é certo, mas a um passado distante, longe de nós, quase como se não nos pertencesse e do qual não fazemos parte. A visita guiada, reporta nos à família tal e tal, ao rei, à rainha, nunca ao povo anónimo, á comunidade, ao imaginário coletivo(…)". (Duarte, 1994, p.8)

Numa outra vertente totalmente oposta, Moutinho (2004) refere:

> "(…) outros museus, pelo contrário, deveriam fechar ainda antes de serem inaugurados. Porque correspondem a gestos que visam grandes operações imobiliárias, a distribuição de chorudos contratos às referidas progenituras político/partidárias. São na verdade actos de sobrevivência de instituições que buscam poiso em qualquer país, em qualquer lugar, com o apadrinhamento de responsáveis locais, comprometidos apenas com a sua reeleição, e com o acesso a verbas perfeitamente astronómicas (…)" (Moutinho, 2004, nota 9:50)

Considerando estes dois extremos, poderemos questionar a pertinência da sua abertura ao público, se a sua verdadeira génese enquanto instituições for considerada meramente nestes moldes.

Segundo Moutinho (2004), o museu assume, por outro lado, compromissos com os seus "donos" considerando porventura a sua vertente de museus de memória, de poder ou eventualmente até de esquecimento, servindo muitas vezes o(s) poder(es) que o criaram e mantêm.

Desta maneira, torna-se um eventual veículo do poder ao serviço de interesses, quer eles sejam do domínio público ou privado.

> "(…) estes museus são claramente um veículo do poder e nessa condição servem o poder dos seus donos: públicos ou privados.
>
> São museus que transmitem condicionamentos culturais e políticos muitas vezes na perfeita harmonia com serviços pedagógicos bem montados, onde as teorias da aprendizagem formais e informais são sempre actualizadas.
>
> Mas são também museus onde mais que a memória se guiam pelo esquecimento (…)"(Moutinho, 2004, nota 9:50)

Neste cenário, são muitas vezes esquecidas as realidades indesejáveis ou consideradas (por alguém) como menos favoráveis, havendo porventura uma tendência para as pôr de parte, ignorando-as ou omitindo-as.

c) Os museus têm ainda um compromisso sociológico com a indústria cultural, quando são o cenário de acolhimento de grandes exposições ou outros eventos (hipoteticamente de grande calibre) e se desenvolvem com complexos trâmites à volta deste contexto.

Promotores do efémero, servem os eventos culturais em que, segundo Moutinho (2004), deverão ser consumidos no sentido de usados e consumidos no sentido de esgotamento de tempo de vida limitado"(Moutinho, 2004, nota 9:50)

O autor acrescenta:

> "(…) todos esses eventos, ao contrário das exposições permanentes, precisam de acabar para poderem dar lugar a outros eventos mais novos. Têm assim um tempo de vida útil durante o qual por necessidade própria ou alienadas de cada visitante (do público em geral) são adquiridos. A transitoriedade, o sensacional, o espectacular, a raridade dos eventos, funcionam como precepitadores do processo de produção e de circulação na indústria cultural (…)".(Moutinho, 2004, nota 9:50)

d) Resta referir o compromisso dos museus com o desenvolvimento e a cidadania em que importa considerar os processos clandestinos, concretizados e sustentados muitas vezes pela "carolice" e genialidade de quem trabalha neste círculo e se interessa pela saudável (sobre)vivência dos museus; devendo haver um reconhecimento por parte das entidades governativas, revelando um eventual interesse e preocupação relativamente às problemáticas que os museus actualmente enfrentam.

Nesta linha Moutinho (2004) faz alusão a um documento emitido pelo Governo Brasileiro, "Política Nacional de Museus" no sentido da essencialidade do trabalho da ideia de função social do Museu.

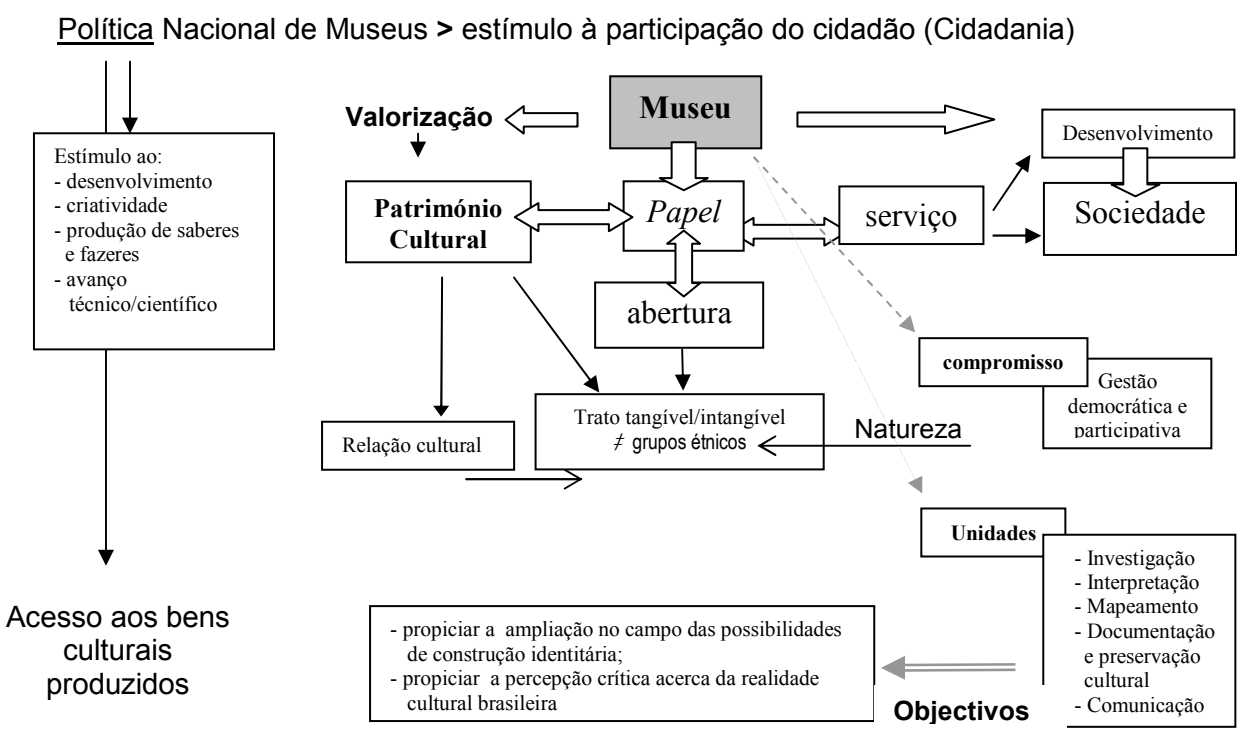


Figura 3 – Os Compromissos dos Museus com a Sociedade"
Adaptado do excerto "Política Nacional de museus", Brasil, citado por Mário Moutinho

Concluindo, Moutinho (2004) refere que:

> "(…) O que importa em nosso entender é reconhecer que "a parte da cultura" que existe em cada museu toma novas forma e lugares e por isso, a acção museológica assume novas formas que já não podem ser analisadas com as grelhas de definições dos nossos antepassados (…)".(Moutinho, 2004, nota 9:50)

O museu deve promover a educação, a investigação e a exposição às quais está inerente a conservação. Assim assume-se uma educação para a conservação, uma investigação que conduz à exposição e o acondicionamento da própria exposição, considerando as condições em que se realize, poderão contribuir para a conservação do objecto/valor.

Muitos objectos foram retirados das zonas visitadas pelo público por necessidade de conservação, até se encontrarem soluções que permitam restaurá-los. Objectos esses que, devido à sua constituição e características físicas peculiares, vão sofrendo desgaste de inúmeros agentes exteriores que muitas vezes demoram a ser identificados.

O museu, sendo de todos e para todos, não deveria assumir um cariz lucrativo, a não ser, eventualmente, com uma vertente de auto-subsistência, nomeadamente o chamado Economuseu.

2. Internet, E-learning e Comunidades Virtuais

2.1. Fundamentação e Potencialidades

Antes de procedermos a uma análise dos conceitos de E-learning e Comunidades Virtuais, achámos pertinente situá-los no contexto das novas tecnologias. Considerando um poderoso sistema de comunicação, a Internet não encontrou fronteiras e propagou-se rapidamente a nível mundial, abrindo muitas portas na área do conhecimento.

Relativamente à Internet muito se tem aclarado. Não é objectivo deste estudo apresentar análises aprofundadas nesta área. Pretendemos unicamente proceder a uma fundamentação breve sobre o tema, no sentido de situar o E-Learning, bem como o surgimento das Comunidades Virtuais, portadoras de novos conceitos e problemáticas no âmbito sociológico e que se têm vindo a multiplicar de ano para ano.

Neste âmbito, apresentaremos a plataforma Moodle que, pelas suas características, foi mundialmente adoptada por milhões de utilizadores, das mais diversas instituições, ou particulares.

Importa também salientar a importância e a potencialidade dos sítios *Web*, considerando neste estudo os *sites* institucionais e os blogues, assim como as possibilidades que oferecem, nos mais diversos campos e áreas, em particular no âmbito da Museologia.

2.1.1. Internet

A chamada rede das redes constitui a maior rede mundial de comunicações entre computadores, que permite o intercâmbio de informação entre milhões de utilizadores em todo o mundo, graças à interligação de múltiplas redes heterogéneas que partilham um protocolo comum de rede, o *Internet Protocol* (IP)[16].

Segundo o *Federal Networking Council* norte-americano foi aprovada em 1995, por unanimidade, uma resolução que define o termo *Internet*. Esta definição foi desenvolvida em consulta com membros da Internet e comunidades de direitos da propriedade intelectual dizendo o seguinte:

[16] O protocolo IP teve origem em 1970 no desenvolvimento da ARPANET. Esta rede foi, depois, interligada a outras formando em 1980 um vasto conjunto que passou a ser conhecido por *Internet*.

> "A Internet, ou simplesmente "a Net" é um sistema mundial de computadores em rede – uma rede de outras redes nas quais os utilizadores de cada computador conseguem, se tiverem autorização, retirar informação de outro computador (e por vezes falar directamente com os utilizadores noutros computadores). Foi concebida pela ARPA do Governo dos Estados Unidos, em 1969, e era conhecida como ARPANET.
>
> O objectivo principal era criar uma rede que permitisse aos utilizadores de um computador numa Universidade, ao pesquisarem, conseguissem "falar com" computadores de outras Universidades. O benefício da criação da ARPANET era esse, porque as mensagens poderiam ser encaminhadas ou reencaminhadas em mais do que uma direcção, a rede poderia continuar em funcionamento mesmo que partes dela fossem destruídas no caso de um ataque militar ou de outro desastre"[17] (http://www.bitpipe.com/tlist/Federal-Networking-Council.html)

Segundo Rincón (2003), "a Internet revolucionou o mundo das comunicações e da informática ao transformar-se no maior meio para dois ou mais computadores poderem partilhar de forma instantânea e com um custo mínimo um elevado número de informação, independentemente da localização geográfica dos utilizadores." Esta realidade contribuiu de forma determinante para a transmissão de todo o tipo de informações que se verificam acessíveis a qualquer pessoa, que a ela acedam, bastando para isso um computador ligado à rede.

Mediante os notórios avanços tecnológicos, que se fazem sentir aos mais diversos níveis e campos, a Internet tornou-se "num meio de difusão/acesso a informação de importância estratégica" (Pimenta, 2003; p.17), acessível a todos, constituindo-se como um instrumento poderoso de disseminação de informação. Compete, no entanto, ao utilizador a selecção e fruição dessa mesma informação. Devendo, por outro lado, agir conscientemente, tendo em conta os potenciais riscos relativos a conteúdos não desejados e nocivos que poderão comprometer a sua devida utilização (princípio da responsabilidade dos utilizadores).

Como observa Foley (2002), ao reforçar as potencialidades da *Internet*, também destaca um aspecto menos positivo que a rede poderá comportar, considerando aqui o eventual isolamento dos indivíduos.

> (…) A Internet possui uma série de características impressionantes. Ela é instantânea, imediata, de alcance mundial, descentralizada, interactiva, expansível até ao infinito em termos de conteúdo e de alcance, flexível e adaptável a um nível surpreendente. É igualitária, no sentido de que, qualquer pessoa que disponha do

[17] "The Internet, sometimes called simply "the Net," is a worldwide system of computer networks - a network of networks in which users at any one computer can, if they have permission, get information from any other computer (and sometimes talk directly to users at other computers). It was conceived by the Advanced Research Projects Agency (ARPA) of the U.S. government in 1969 and was first known as the ARPANET. The original aim was to create a network that would allow users of a research computer at one university to be able to "talk to" research computers at other universities. A side benefit of ARPANet's design was that, because messages could be routed or rerouted in more than one direction, the network could continue to function even if parts of it were destroyed in the event of a military attack or other disaster. *In* http://www.bitpipe.com/tlist/Federal-Networking-Council.html

> equipamento necessário e de uma modesta capacidade técnica, pode constituir uma presença activa no espaço cibernético, transmitir a sua mensagem para o mundo e reivindicar um seu auditório. Ela permite às pessoas o luxo de permanecer no anonimato, de desempenhar uma determinada função, de devanear e também de formar uma comunidade com as outras pessoas e de nela participar. Em conformidade com os gostos do utente, ela presta-se tanto à participação activa como ao isolamento passivo num «mundo narcisista, que tem a si mesmo como ponto de referência, feito de estímulos cujos efeitos são semelhantes aos dos narcóticos». A ela pode recorrer-se também para interromper o isolamento de indivíduos ou de grupos, ou para o exacerbar(…)". (Foley, 2008)

O ciberespaço assume, no entanto, uma importância decisiva na história da Humanidade, tendo condicionado o aparecimento da sociedade da informação, "foi o desenvolvimento das redes de computadores e a circulação de milhões de bits em múltiplos sentidos que nos fez atingir realidades nunca sonhadas. O computador pessoal, pela capacidade de conexão com outros computadores, abriu as portas à interactividade, sem limites espaciais ou culturais." (Neto, 2006; p.32).

Esta interactividade possibilitou um novo modelo de comunicação, resultante da interacção entre o indivíduo e a fonte de informação que é agora global e intemporal, abrangendo todos os campos.

> "A nova fonte de poder não é o dinheiro nas mãos de poucos, mas informação nas mãos de muitos." (John Naisbitt)

2.1.2. E-Learning

O conceito de E- Learning tem sido amplamente discutido, no sentido de se chegar a uma definição mais abrangente e mais objectiva. É defendida, por alguns autores, a urgência em aferir o conceito de E-Learning, assim como outros conceitos tais como «Educação à Distância».

Na medida em que se tem verificado, de dia para dia, uma constante produção quer ao nível da investigação quer ao nível da publicação, em torno destes temas, surgem muitas vezes equívocos relativamente a concepções pouco claras, confundindo-se conceitos.

> "É difícil de acreditar que estamos a falar sobre aprendizagem online (AL), treino baseado na WEB ou até de treino baseado no computador, há apenas um ano atrás.

> Desde a introdução do termo E-Learning, parece que ele começou a ser um termo único/unificado para descrever todas estas áreas."(www.learnativity.com)[18]

Esta citação é reveladora das ambiguidades associadas ao conceito de E-Learning. Também Romiszowski (2003) explicita a dificuldade em chegar a um consenso sobre esta temática:

> " Em 100 artigos sobre E-Learning, recentemente acessados online, o termo foi definido quase 50 vezes; e nestas, encontrei mais de 20 diferentes definições. Os outros 50 artigos não apresentaram nenhuma definição. Mas, dada a variedade existente no conceito, há pouca probabilidade do sentido dado ao termo por determinado autor bater, exactamente, com o conceito de E-Learning da maioria dos seus leitores, a não ser que o autor forneça a própria definição. (Romiszowski, 2003)

A definição de E-Learning surge para alguns autores como o "conjunto de metodologias e tecnologias que têm como objectivo promover o ensino e a aprendizagem através da utilização da Internet como dispositivo de: mediação entre os intervenientes, acesso a recursos pedagógicos ´conteúdos`, acesso a mecanismos de avaliação, acesso a funcionalidades de gestão dos processos ´gestão`", (Lopes, 2006).

Outros autores defendem ainda um conceito relacionado com a situação professor/aluno considerando "o processo pelo qual, o aluno aprende através de conteúdos colocados no computador e/ou Internet e em que o professor, se existir, está à distância utilizando o computador como meio de comunicação (síncrono ou assíncrono[19]), podendo existir sessões presenciais intermédias" (Leal & Amaral, 2003; p.4).

Observando a primeira definição, poderemos considerar de certa forma, um conceito de E-Learning voltado para o apoio tutorial em que o formador/tutor disponibiliza aos formandos diversos materiais que facultem e promovam a sua aprendizagem. Nesta definição é ainda aflorada uma prática de regime misto em que se poderá assistir a uma componente *on-line* e uma componente presencial, que deu origem a um novo conceito designado por *B-Learning*[20].

Na segunda definição, é salientado o conceito de educação/formação à distância, que se revela como um factor importante para uma definição de E-Learning. No entanto é

[18] "It is hard to believe we were talking about online learning (OLL), web-based training (WBT), or even technology-based training (TBT) just a short year ago. Since the introduction of the term E-Learning it seems that it's become the unifying term to describe all these fields." *In* www.learnativity.com)

[19] E-Learning síncrono, é quando os intervenientes se encontram a desenvolver uma interacção ao mesmo tempo. Exemplos de recursos síncronos: Telefone, Chat, Vídeo-conferência, *Web* conferência. No *E-Learning* Assíncrono, os intervenientes desenvolvem uma interactividade em momentos diferentes. Exemplos de recursos assíncronos: *e-mail* e fórum.

[20] B-Learning, de "Blended Learning" que compreende um ensino misturado ou combinado (por exemplo um regime de ensino/aprendizagem presencial, na sala de aula, e também virtual, através de um computador).

necessário ter em conta que não deverão ser confundidos o conceito de E-Learning com o conceito de Educação à Distância.

O E-Learning deve "ser considerado um modelo de formação à distância que designamos por 'interactivo' para melhor evidenciar as mais-valias que o E-Learning trouxe aos modelos clássicos de educação à distância" (Gomes, 2006; p.233). Segundo a mesma autora, para se considerar o conceito de E-Learning mais amplo que a educação à distância, este deveria integrar todos os modelos de educação à distância, realidade que não se comprova. Contrariamente, se considerarmos E-Learning como uma única modalidade de ensino à distância, esta "não é a abordagem mais proveitosa em termos de optimização do potencial técnico e pedagógico das tecnologias subjacentes ao E-Learning." (Gomes, 2006; p.234), revelando-se de certa forma redutora.

É defendida pela autora a ideia de que, provavelmente, os diversos pontos de vista, por parte de especialistas que se tem debruçado nesta área, diferem, tendo em conta a sua formação e práticas mais específicas. A mesma coloca em evidência, citando o Jornal Oficial das Comunidades Europeias [JOCE], a ideia da "utilização das novas tecnologias multimédia e da Internet, para melhorar a qualidade da aprendizagem, facilitando o acesso a recursos e a serviços, bem como o intercâmbio e colaboração à distância" (JOCE, 2002; c179/16) e advoga uma aproximação mais explícita, relativamente a um panorama em que a "formação à distância", assenta na "comunicação e na colaboração" e por conseguinte, ao conceito de E-Learning.

O E-Learning, em termos tecnológicos, tem por base a Internet e todos os potenciais informativos e comunicativos que esta proporciona, e em termos pedagógicos, permite uma vertente colaborativa entre diversos intervenientes, possibilitando a interacção entre aprendiz/aprendiz, aprendiz/conteúdos e aprendiz/orientador.

O E-Learning surge-nos em termos de aprendizagem com uma componente diversificada e enriquecedora, num contexto colaborativo de ensino/formação, conforme salienta Gomes (2006, p.235)

> "(…) É de facto na sua vertente de ensino/formação (Colaborativa) à distância, que o E-Learning pode maximizar o seu potencial ao servir de suporte ao desenho de cenários de educação, formação e de criação de situações de aprendizagem baseadas na **E**xploração de uma imensa quantidade e diversidade de recursos disponíveis na Internet, na partilha de **E**xperiências entre todos os participantes, independentemente da sua situação geográfica, no **E**nvolvimento decorrente da participação numa comunidade de aprendizagem no espaço virtual, numa perspectiva **E**mpreendedorista do papel do aluno, tudo isto facilitado por uma relação (metaforicamente) empática com a utilização da Web enquanto tecnologia de suporte, constituindo uma alternativa viável à concepção de ambientes de Educação que facilitem a promoção de uma dimensão Europeia da Educação.(…)" (Gomes, 2006, p.235)

Tendo em conta estes factores de aprendizagem, consideramos pertinente apresentar um esquema relativo às acepções possíveis do "E" de E-Learning, resumindo o exposto pela autora acima citada.

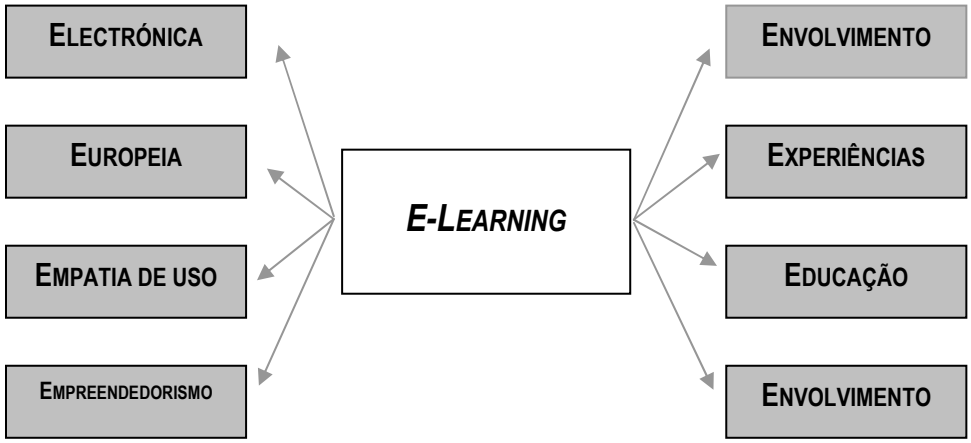


Figura 4 – Acepções possíveis do "E" de E-Learning (Adaptado de Gomes, 2005b)

Para que o E-Learning se apresente vantajoso, tem que ser encarado como uma racionalização de recursos, flexibilização, acessibilidade, interactividade e outros, o que nos permite obter os melhores resultados pedagógicos devendo ser sempre construído a partir da experiência.

O E-Learning, pela sua capacidade de ultrapassar as barreiras temporais e espaciais pode constituir um excelente recurso para criar condições acrescidas de "promoção da mobilidade" (Gomes, 2006; p.236).

Por outro lado, é de considerar o desenvolvimento de competências de aprendizagens através de ambientes mediatizados e em rede, como os que tipicamente servem de suporte aos cenários de educação/formação em modalidade de E-Learning, onde o estudante desempenha um papel central.

O potencial das tecnologias e serviços que suportam as práticas de E-Learning, torna irrelevantes as distâncias físicas, geográficas e temporais, criando oportunidades únicas de assegurar formas de "mobilidade" (Gomes, 2006; p.236) e de intercâmbio cultural através do espaço virtual, independentemente das implicações, encargos e limitações associadas à necessidade de deslocações geográficas, constituindo uma potencial alternativa à promoção destas actividades.

2.1.3. Comunidades Virtuais

Face aos avanços tecnológicos, como temos vindo a evidenciar, é importante reflectirmos numa outra temática, o surgimento das comunidades virtuais. Relativamente a este assunto, iremos apresentá-lo e desenvolvê-lo numa vertente mais específica, num contexto mais voltado para os ambientes virtuais de aprendizagem. Assim, "o uso crescente de redes como a Internet resultou na criação de um novo tipo de organização social, a sociedade em rede, que permite a formação de comunidades virtuais, grupos humanos constituídos pela identificação de interesses comuns" (Corrêa, 2004).

É notório que a sociedade actual enfrenta, para além de tantos outros, diversos problemas emergentes de uma vida moderna mais voltada para o indivíduo, mais competitiva, envolta de mudanças constantes e instabilidade. Os espaços de lazer e de convívio tendem a desintegrar-se.

Segundo alguns autores, o ser humano dispõe no seu quotidiano de três espaços fundamentais que contribuem de forma decisiva para a sua interacção com outros indivíduos, sendo estes o seu lar, o seu local de trabalho e os "terceiros lugares" (Corrêa, 2004) que se traduzem, por exemplo, em bares, praças, cafés e outros espaços onde for possível o encontro e o convívio.

Reconhecendo ainda que uma dada comunidade, num determinado contexto geográfico, condicionada por uma identidade própria e assente numa dada cultura, se apresenta aos indivíduos de forma imposta, é evidente a impossibilidade de escolha por parte dos mesmos, que muitas vezes experimentam um desfasamento em relação a essa identidade comum, contribuindo isso para a chamada "crise de identidade", "inserida numa conjuntura mais ampla de mudança, que desloca as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abala os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social." (Hall, 2001; p.21).

Esta busca de novas identidades, que se revelam como um veículo que permite distinguir os indivíduos pela diferença, manifestou-se numa tendência para o sujeito tender para uma procura de novos referenciais que lhe permitam uma partilha de interesses em comum, "acção que se repete, uma vez que é da natureza humana se relacionar socialmente." (Corrêa, 2004)

A formação de comunidades virtuais revela-se, assim, como uma estratégia do indivíduo, inserido numa sociedade em rede, para "se fazer reconhecer por meio de uma ou várias identidades" (Corrêa, 2004). A forma como essas novas identidades são atribuídas a um dado indivíduo, baseia-se sempre numa escolha pessoal, espontânea e, normalmente, ao encontro dos seus interesses, residindo, neste caso, a principal diferença relativamente a

um "modelo tradicional de atribuição de características identitárias, como é o caso das identidades culturais, resultado de um processo de imposição" (Corrêa, 2004).

Tentando definir o conceito de comunidade virtual, deparamo-nos com um conceito inicial que se refere a "agregações sociais que emergem na Internet quando uma quantidade significativa de pessoas promove discussões públicas num período de tempo suficiente, com emoções suficientes, para formar teias de relações pessoais no ciberespaço" (Rheingold, 1998). Este conceito relaciona-se de certa forma, com um sítio onde orbitam múltiplas informações, sendo também um sítio de comunicação, existindo de forma virtual em oposição ao real (Corrêa, 2004).

Sempre voltadas para um determinado interesse partilhado por um dado conjunto de indivíduos, é reforçado o conceito de comunidades virtuais como "redes electrónicas de comunicação interactiva autodefinida, organizadas em torno de um interesse ou finalidade compartilhados. Esse novo sistema de comunicação pode abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos, isso tudo devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade." (Schlemmer, 2001).

Compete ao indivíduo a selecção e escolha, movida pela sua motivação e interesses particulares, relativos a um ou vários assuntos, com os quais se sente identificado, e "encontra pessoas com quem possa compartilhar ideias e promover discussões públicas, uma vez que a interacção mútua, relação recíproca que ocorre entre as pessoas *mediadas* pelo computador, é fundamental para o estabelecimento e consolidação de comunidades virtuais" (Primo, 1998; p.21).

A *Internet*, tendo em conta as suas potencialidades, permite, de uma forma amplificada, a comunicação e a criação. Assim, "os comportamentos são amplificados pelos meios tecnológicos, fazendo com que indivíduos localizados em diferentes partes do globo e munidos de equipamentos adequados possam conectar ideias, crenças, valores e emoções" (Corrêa, 2004).

Desta partilha, motivada por interesses agregados aos seus participantes, dever-se-á observar uma troca de entendimentos, de conhecimentos e opiniões que irão contribuir de forma decisiva para a formação de novos saberes, resultantes desta interacção.

Vinculado a uma dada comunidade, dever-se-á verificar por parte do indivíduo uma atitude de generosidade, considerando-se que "existem comunidades voltadas para o aprendizado ou para a troca de dicas e informações. Nelas, não faz sentido 'esconder o leite', pelo contrário, o paradigma reinante é o do intercâmbio. As pessoas são valorizadas pelo seu conhecimento e interesse em compartilhar" (Kassoy, 2005).

O desenvolvimento de comunidades virtuais encontra-se assim apoiado na "interconexão" conforme evidencia Schlemmer, (2001), citando outros autores.

> "Uma comunidade virtual é formada a partir de afinidades de interesses, de conhecimentos, de projectos mútuos e valores de troca, estabelecidos num processo de cooperação. Elas não são baseadas em lugares e filiações institucionais.
>
> Lévy (1999) afirma que, nessas comunidades virtuais de aprendizagem, as relações online estão muito longe de serem frias. Elas não excluem as emoções. A responsabilidade individual, a opinião pública e seu julgamento aparecem fortemente no ciberespaço.(...)" (Schlemmer, 2001)

O factor sentimento também se consegue fazer notar no contexto de comunidade virtual. Recuero (2001, p.10) evidencia esse sentimento através de vários autores, sublinhando que *"*os participantes de chats reconhecem-se como parte de um grupo e responsáveis pela manutenção das relações (Primo 1997)". Este factor é visto por alguns autores como condição necessária para a existência das comunidades no ciberespaço, acreditando que uma comunidade para ser caracterizada necessitaria, antes de tudo, de um "sentimento de pertença" ou de ter algo em comum. A autora considera ainda que é preciso que os indivíduos tenham consciência de que são partes de uma comunidade e se sintam responsáveis por ela, como "partes de um mesmo corpo (Beamish 1995)". Surge pois uma vantagem, sempre ligada à possibilidade de escolha, da competência do indivíduo, conforme evidencia Palácios (1998), em que "o indivíduo só pertence se, quando e por quanto tempo estiver, efectivamente, interessado em fazê-lo."

> "(…) A comunidade virtual é um elemento do ciberespaço, mas é existente apenas enquanto as pessoas realizarem trocas e estabelecerem laços sociais. O seu estudo faz parte da compreensão de como as novas tecnologias de comunicação estão influenciando e modificando a sociabilização das pessoas.(…)" (Recuero, 2001)

2.1.4. Comunidade Virtual de Aprendizagem

As comunidades virtuais, quando voltadas para um objectivo de cariz educacional, terão que evidenciar princípios de comportamento que favoreçam a aprendizagem; como por exemplo a construção colectiva, a existência de interesse mútuo, regras de resolução de conflitos permitindo que as agregações electrónicas de pessoas se tornem Comunidades Virtuais de Aprendizagem.

No sentido de uma busca constante de conhecimentos e interesses em comum, a criação das comunidades virtuais de aprendizagem visam, numa perspectiva de partilha de

conhecimentos, o desenvolvimento de "habilidades e competências", bem como atingir objectivos relacionados com a formação geral ou profissional de determinado grupo, "agrupando e oferecendo dispositivos de informação e comunicação para seus integrantes travarem relações com o objectivo comum de aprenderem" (Sartori, A., & Roesler, J., 2003; p.7).

Assim, dever-se-ão verificar algumas aptidões fundamentais para que o processo de troca de experiências e conhecimentos aconteça de forma proveitosa e eficaz, possibilitando, como refere Kenski (2005, p.109), uma oportunidade para que a aprendizagem aconteça.

> "A redefinição de uma comunidade virtual orientada especificamente para 'aprendizagem' é difícil. Na verdade, as múltiplas e incessantes trocas que ocorrem em qualquer tipo de comunidade virtual refletem-se em inúmeras e diferenciadas aprendizagens para seus membros [...] Três possibilidades, no entanto, são importantes nas comunidades que possuem fins educativos: a interação, a cooperação e a colaboração on-line". (Kenski, 2005, p. 109)

Tendo em conta esta interactividade, cooperação e colaboração, todos os participantes dessa mesma comunidade terão direito a participarem e interagir mediante a aceitação de eventuais normas ou regras definidas no seio dessa comunidade, que servirão para situar os seus membros orientando-os num dado contexto.

Assim, é corroborada por Mussoi (2007, p.6) a ideia de que "as comunidades virtuais de aprendizagem realizam comunicações interactivas, onde as normas, os valores e os comportamentos são definidos na própria comunidade". Os indivíduos assumem, deste modo, o papel activo na construção dos seus conhecimentos tendo em conta as temáticas propostas por essa comunidade. Para Levy (2000, p.65) "a direcção mais promissora, que por sinal traduz a perspectiva da inteligência colectiva no domínio educativo, é a da aprendizagem colaborativa".

Considerando ainda as comunidades virtuais como "redes electrónicas de comunicação interactiva, organizada em torno de um projecto mútuo" (Mussoi, 2007; p.6), devendo-se a génese da sua constituição à verificação de interesses comuns de conhecimento, que se deverão estabelecer através de um processo colaborativo, a autora acrescenta que, para se reunirem as condições para que a aprendizagem se concretize de forma saudável entre indivíduos, são necessárias algumas atitudes por parte dos indivíduos, nomeadamente a abertura, a partilha de informação que possa contribuir para o enriquecimento de todos, assim como a participação nos espaços de interacção social; a flexibilidade, no sentido de envolver todos os participantes no processo de partilha e aprendizagem, reconhecendo as responsabilidades inerentes, e promover a reflexão, dando

a possibilidade a que todos participem; a honestidade, considerando uma prontidão para dar e receber *feedback*, compartilhando com os demais, através de uma comunicação séria e honesta, respeitando os pontos de vista e contributos dos outros elementos da comunidade; o desejo de ser responsável pela formação da comunidade, através da integração dos indivíduos, nas discussões e em outras actividades de aprendizagem, através de actividades que permitam a rotatividade em termos de liderança, nos grupos eventualmente formados na comunidade*;* o desejo de trabalhar em conjunto, considerando ainda, a pertinência, o respeito, a franqueza e a autonomia, no sentido de uma convivência *on-line* saudável, propiciadora de progressos e avanços nas aprendizagens entre todos.

É pertinente referenciar uma ideia relativamente à denominação de "comunidade virtual de aprendizagem" levantada por Mussoi (2007, p.9), na qual a autora nos cita uma revisão importante relativa ao conceito.

> " (…) Costa (2005) vai além, o autor propõe a transmutação do conceito de 'comunidade' em redes sociais. Para ele, o conceito de redes sociais responde a uma compreensão da interacção humana de modo mais amplo que o de 'comunidade', ampliando o horizonte em direcção às redes pessoais, onde cada indivíduo que está apto a construir a sua própria rede de relacções, sem que essa rede possa ser definida precisamente como comunidade.
>
> 'Uma rede de pessoas interessadas pelos mesmos temas é não só mais eficiente do que qualquer mecanismo de busca, mas do que a intermediação cultural tradicional, que sempre filtra demais, sem conhecer no detalhe as situações e necessidades de cada um.' (Lévy,2002)." (Mussoi, 2007, p.9)

No sentido de facilitar a criação destas comunidades, surgiram na Internet diversos *softwares* visando a agregação de pessoas.

Alguns surgiram num contexto mais voltado para o entretenimento ou para a divulgação de notícias, outros concentraram-se em aspectos focados no sistema de ensino/aprendizagem apoiado pela *Internet*.

Estes *softwares* permitiram apontar na direcção de discussões pedagógicas para o desenvolvimento de metodologias educacionais, utilizando canais de interacção *web*.

Efectivamente, *softwares* relacionados com plataformas de aprendizagem, como o Moodle, Webcat, Claroline, Blackboard, Atutor, entre outros, os quais iremos expor mais adiante, ganham espaço no quotidiano virtual, pelo facto de possibilitarem o fácil manuseio e controlo de aulas, discussões, apresentações e muitas outras actividades educacionais de forma virtual.

Os sítios *web* ou *sites* também facultam a possibilidade de criação de comunidades virtuais, considerando as características de alguns *sites* institucionais, e outros, designados de blogues, que iremos também abordar mais à frente de uma forma pormenorizada.

Segundo Bianconcini de Almeida (2005),

> (…) "Ambientes digitais de aprendizagem são sistemas computacionais disponíveis na internet, destinados ao suporte de atividades mediadas pelas tecnologias de informação e comunicação. Permitem integrar múltiplas mídias, linguagens e recursos, apresentar informações de maneira organizada, desenvolver interações entre pessoas e objetos de conhecimento, elaborar e socializar produções tendo em vista atingir determinados objetivos."(…) (Bianconcini de Almeida, 2005)

Os ambientes virtuais de aprendizagem deverão caracterizar-se como espaços em que "ocorre a convergência do hipertexto, multimédia, realidade virtual, redes neutrais, agentes digitais e vida artificial" (Bianconcini de Almeida, 2005), desencadeando um raciocínio partilhado de presença, de espaço e de tempo.

Deverá possibilitar também "a criação do que Derrick Kerckhov considera como um 'entorno vivo, quase orgânico de inteligências humanas trabalhando em muitas coisas que tenham relevância potencial para os demais', a webness. A expressão webness designa o modelo edializado de processo cooperatico, característico de uma sociedade digital" (Bianconcini de Almeida, 2005).

As características tecnológicas do ambiente virtual deverão ainda assegurar o sentimento de «tele-presença», isto é, segundo a mesma autora, mesmo que os usuários estejam em espaços distanciados a aceder ao mesmo ambiente, em dias e horários diferentes, eles devem sentir-se como se estivessem fisicamente juntos, trabalhando no mesmo lugar e ao mesmo tempo. Para que essas funcionalidades aconteçam, é necessário que se instale uma nova pedagogia, visando ir muito para além das tecnologias disponíveis e dos conteúdos a serem trabalhados, numa dada área do saber ou em qualquer projecto educativo.

As primeiras versões de ambientes virtuais de aprendizagem para Educação foram modeladas com base em quatro estratégias, com relação às suas funcionalidades:

> (…) "Incorporar elementos já existentes na web, como correio eletrónico e grupo de discussão; Agregar elementos para actividades específicas de informática, como gerenciar arquivos e cópias de segurança; Criar elementos específicos para a actividade educacional, com módulos para o conteúdo e a avaliação; Adicionar elementos de administração académica sobre o curso, alunos avaliações e relatórios" (…). (Kenski, 2005, p.77).

Desta forma, e por nos parecer pertinente, iremos tentar esclarecer no próximo subcapítulo, alguns aspectos relacionados com os ambientes virtuais de aprendizagem, especificando mais em concreto uma plataforma de E-Learning designada de Moodle, por estar directamente ligada ao nosso objecto de estudo, relacionando-a com os blogues, salientando diferenças e aspectos em comum, com o objectivo de averiguar a pertinência e eficácia que representam na formação destas comunidades e nas mais-valias que estas poderão significar na construção de conhecimentos comuns entre indivíduos.

2.2. O Moodle (criação de uma Comunidade Virtual de Aprendizagem, no âmbito da Museologia)

2.2.1. Fundamentação

Tendo em conta o nosso estudo, optámos por escolher a plataforma de E-Learning designada por Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Evironement).

O Moodle é um sistema de gestão de aprendizagem (LMS)[21], vocacionado para uma filosofia de trabalho colaborativo, disponível através da *Internet*.

Esta plataforma de E-Learning permite que sejam criados cursos *on-line*, páginas de disciplinas, grupos de trabalho e comunidades de aprendizagem, encontrando-se actualmente disponível em 75 línguas diferentes.

A sua distribuição encontra-se livre, na forma de *Open Source*[22], sob a licença de *software* livre *GNU Public Licence*.

Constituído por um *software* que se pretende de fácil utilização, o Moodle tanto pode resultar num espaço utilizado por um único administrador, que gere apenas um curso, como num espaço de aprendizagem virtual de uma instituição de ensino, podendo gerir dezenas de cursos, frequentados por milhares de utilizadores/participantes.

Situa-se a sua génese durante nos anos noventa por Martin Dougiamas[23], que ainda se encontra actualmente a dirigir um projecto que não tem conhecido paragens.

> "(…) Venho trabalhando nele, de uma forma ou outra, desde há vários anos. Começou nos anos 1990s, quando eu era *webmaster* na *Curtin University of Technology* e administrador de sistemas da instalação deles do WebCT. Encontrei muitas frustrações com esse bicho do WebCT e fui adquirindo uma coceira que precisava aliviar - tinha que ter uma forma melhor…
>
> Também conheço muita gente em escolas e pequenas instituições (e algumas grandes!) que querem fazer um melhor uso da Internet, mas não

[21] Os Sistemas de Gestão do Aprendizado ou *Learning Management System* (LMS) disponibilizam uma série de recursos, que dão suporte ao processo de aprendizagem, permitindo o seu planeamento, implementação e avaliação. Basicamente um LMS provê uma maneira de criar e disponibilizar conteúdo, monitorizar a participação do estudante e avaliar a sua performance. A aprendizagem via LMS tem trazido vantagens tais como: A Redução de custos; Disponibilidade a qualquer hora e local; Rápida distribuição e alteração dos conteúdos; Possibilidade de o aprendiz fazer seu próprio percurso; Disponibilização de recursos interactivos tais como e-mail, fórum, sala de discussão e vídeo-conferência.

[22] Relativo a Software, chamado de código aberto, ou *open source* em inglês, é um tipo de software cujo código fonte é visível publicamente respeitando um conjunto de dispostos criados pela *Free Software Foundation*, que se dedicada à eliminação de restrições sobre a cópia, redistribuição, entendimento e modificação de programas de computadores.

[23] Martin Dougiamas, criador da plataforma Moodle, uma experiência iniciada sob a forma de comunidade virtual (Moodle.org) que envolve administradores de sistema, professores, pesquisadores, designers, e programadores. A filosofia do projecto apoia-se no modelo pedagógico do Construtivismo Social e na militância por programas gratuitos de código aberto.

> sabem por onde começar, no labirinto de tecnologias e pedagogias que andam por ai. Eu sempre tive a esperança de que houvesse uma alternativa Aberta (Free) que estas pessoas pudessem usar para lhes ajudar a disponibilizar suas capacidades tecnológicas no ambiente da rede.
>
> Minha firme convicção no potencial ainda não realizado das possibilidades da educação baseada na Internet, me levaram a completar um Mestrado e depois um Doutorado em Educação, combinando minha carreira anterior em Ciência da Computação com o recém construído conhecimento sobre a natureza da aprendizagem e da colaboração. Em especial, eu fui particularmente influenciado pela epistemologia do construcionismo social - que não só trata a aprendizagem como uma atividade social, mas focaliza a atenção na aprendizagem que acontece enquanto construímos ativamente artefatos (como textos, por exemplo), para que outros vejam ou utilizem.
>
> Para mim é crucial que esta plataforma seja fácil de usar - de fato, deveria ser tão intuitiva quanto possível.
>
> Eu estou comprometido com a continuidade de meu trabalho no Moodle, e em mantê-lo Aberto e Gratuito. Tenho a profunda convicção da importância do acesso irrestrito à educação e do ensino enriquecido (empowered teaching); e o Moodle é a principal forma em que eu posso contribuir para a realização desses ideais. (…) (Dougiamas, 2005*)*

Encontrando-se em constante desenvolvimento, por uma comunidade virtual que o sustenta, formada por programadores e *designers*, administradores de sistema, bem como por professores e animadores do mundo inteiro, o Moodle evoluiu no sentido de se adequar às necessidades dos seus utilizadores.

Tem ainda como filosofia uma abordagem social construtivista[24], em termos educativos.

Conforme salienta Fernandes (2007), "em Inglês a palavra deriva do verbo to noodle, que descreve acção que, com frequência conduz a resultados criativos, de deambular com preguiça enquanto se faz com gosto o que for aparecendo para fazer".

É importante salientarmos o impacto que o Moodle tem revelado relativamente à sua projecção mundial, contando com cerca de 25 000 *sites* registados em 175 países, actualmente com mais de 10 milhões de utilizadores.

Segundo fontes da plataforma Moodle *Org*.[25], de Junho de 2003 a Maio de 2005, o crescimento revelou-se tímido contando com a criação de aproximadamente 4 000 *sites*. A

[24] Corrente teórica que explica o desenvolvimento da inteligência humana, através da interacção entre o individuo e o meio que o envolve. Desta forma e influenciado pelo meio, o mesmo reage a estímulos externos, agindo sobre eles para construir e organizar o seu próprio conhecimento, de forma cada vez mais elaborada. Segundo Coll (2001), numa perspectiva educacional, "A concepção construtivista da aprendizagem encara o ensino como um processo conjunto, compartilhado, em que o aluno, auxiliado pelo professor, tende a tornar-se progressivamente autónomo na resolução de tarefas, no emprego de conceitos, na prática de determinadas atitudes. Esta construção inclui o contributo activo do aluno, a sua disponibilidade e conhecimentos prévios, no quadro de uma situação interactiva, em que o professor actua como guia." (C. COLL et al., 2001). O Construtivismo na Sala de Aula. Edições Asa.

Pereira Neto (2006), refere ainda que "Os trabalhos desenvolvidos por Piaget mostram-nos que o conhecimento se constrói mais do que se transmite e que a tarefa de aprendizagem exige uma mobilização daquilo que já se conhece, cuja importância é bem maior do que a daquilo que tem de se adquirir. É comummente aceite que a aprendizagem é mais fértil se assente na construção das significações.(...)" Pereira Neto, Cidália Rodrigues, 2006, O Papel da Internet no Processo de Construção do Conhecimento.

partir daí, estes valores subiram em flecha, até Março de 2007, em que se identificaram registados quase 24 000 *sites*, continuando o número a subir.

O Moodle é utilizado com grande intensidade pelos estabelecimentos de ensino, desde o Ensino Básico ao Ensino Superior, sendo utilizado ainda pelos mais diversos grupos sociais, tais como empresas de formação, tertúlias, igrejas, comissões de festas assim como outras organizações sociais.

Parece-nos ser importante referenciar, a título de exemplo, um estudo que teve início em 2000, relativamente a um projecto-piloto "DAR II – Campus Virtual", por iniciativa da FCCN[26] visando promover a "Federação das Plataformas de E-Learning" das instituições de Ensino Superior.

O mesmo estudo apresenta o Moodle como a plataforma mais utilizada por essas instituições, com um valor de 61%. Seguem-se outras plataformas como a "*Blackboard*" e a "*WebCT*", com valores percentuais muito mais baixos. O estudo acrescenta ainda que muitas das instituições que não utilizam o Moodle pretendem efectuar uma mudança para esta plataforma.

Desta forma, iremos de seguida expor mais detalhadamente algumas características do Moodle, de forma a podermos compreender mais claramente as razões pelas quais é o mais adoptado.

2.2.2. Principais Características

O Moodle é um produto activo e em contínua evolução.

Conforme evidenciámos anteriormente, o Moodle promove uma pedagogia social construtivista, fomentando a colaboração em actividade, reflexões críticas, numa constante aquisição e partilha de saberes; revela-se de forma simples, leve, eficiente, compatível, constituído por uma *interface*[27] baseada em navegadores de tecnologia simples.

---

[25] Moodle Org. é um sítio na Internet, criado com o intuito de ser estabelecido um ponto central para informação, discussão e colaboração entre usuários Moodle, do mundo inteiro, sendo este uma importante característica do projecto Moodle. Sempre em evolução, avança no sentido de corresponder e se adequar às necessidades dos usuários. (http:// moodle.org/)

[26] FCCN, Fundação para a Computação Cientifica Nacional. "Como principal actividade a FCCN tem o planeamento, gestão e operação da Rede Ciência, Tecnologia e Sociedade (RCTS), uma rede de alto desempenho para as instituições com maiores requisitos de comunicações, constituindo-se assim uma plataforma de experimentação para aplicações e serviços avançados de comunicações. (http://www.fccn.pt/)

[27] Numa perspectiva de **interface do utilizador,** refere-se a um conjunto de características com as quais os utilizadores interagem com as máquinas, dispositivos, programas de computador, ou alguma outra ferramenta complexa, relacionado com os aspectos de navegação.

Fácil de instalar em qualquer plataforma que suporte programação em *PHP*[28], exige apenas uma base de dados que pode ser compartilhada.

Possui código aberto e é gratuito (*free dowload*), considerando-se esta última uma importante vantagem, que responde às contingências orçamentais das instituições.

Dentro do ambiente da plataforma, o usuário tem acesso a uma lista de cursos (disciplinas, actividades…), onde são apresentadas as descrições dos mesmos.

Os cursos poderão ser organizados por categorias, possibilitando a sua posterior pesquisa. O Moodle pode suportar milhares de cursos. Os aspectos relacionados com a segurança também se verificam, havendo o cuidado de examinar todos os formulários, validar todos os dados a inserir, e os *cookies*[29] surgem codificados.

Relativamente à administração da plataforma, esta é administrada por um usuário designado por "administrador", definido durante a instalação da plataforma.

A extensão (*plug-in*)[30] «Temas», permite que o administrador ajuste as cores, as fontes e a aparência do *site*. Para atender as preferências de cada um, as extensões (*plug-in*) com "módulos de actividade" podem ser adicionadas a instalações existentes do Moodle, as extensões (*plug-in*) com «pacotes de idioma» permitem total compatibilidade com qualquer idioma. Estes podem ser editados usando um editor embutido baseado em *web*. Actualmente, existem pacotes com mais de 60 idiomas.

O código é em *PHP*, escrito de forma clara sob licença *GPL*[31], revelando-se fácil de modificar, para se ajustar a quaisquer necessidades dos usuários.

Quanto à administração dos usuários, o Moodle rege-se por um padrão de *e-mail*, ou seja, ao ser criada uma conta de utilizador por parte de um usuário, este terá de se registar com o seu *e-mail*, que é imediatamente verificado pelo servidor, por confirmação, com o objectivo de garantir uma maior segurança.

Cada pessoa necessita apenas de uma conta para todo o servidor, podendo esta comportar diferentes acessos.

---

[28] PHP (um acrónimo recursivo para "*PHP: Hypertext Preprocessor*") é uma linguagem de programação de computadores, sendo livre é muito utilizada para gerar conteúdo dinâmico na World Wide Web, como por exemplo a Wikipédia.

[29] Um cookie é um grupo de dados trocados entre o navegador e o servidor de páginas, colocado num arquivo (ficheiro) de texto criado no computador do utilizador. A sua função principal é a de manter a persistência de sessões HTTP. Um exemplo, é aquele *cookie* que um *site* cria para que não se precise de digitar uma senha novamente, quando se pretender aceder novamente ao site.

[30] Um *plugin* ou *plug-in* é um programa de computador (geralmente pequeno e leve), que serve normalmente para adicionar funções a outros programas maiores, provendo alguma funcionalidade especial ou muito específica.

[31] GPL, sigla de *General Public License* (Licença Pública Geral), a licença para programas da Free Software Foundation.

Os usuários são encorajados a colocar um perfil *on-line* incluindo fotos e descrição, reforçando a "componente social desta plataforma" (Legoinha & Fernandes, 2006; p.2), podendo os endereços de *e-mail* ser protegidos contra exposição, se solicitados.

Os administradores, por questões de segurança, poderão acrescentar uma «chave de inscrição» à plataforma, não permitindo a participação de pessoas não inscritas, podendo ser fornecida a chave a quem queira participar, havendo neste caso, um controle de participantes.

Podem ser incluídos ou excluídos os usuários de forma simples, ou, no caso de um determinado período de inactividade, o sistema poderá fazer a exclusão de uma forma automática, podendo os mesmos ser avisados da situação.

Cada usuário pode escolher o idioma a ser usado na interface do Moodle.

Considerando a Administração de um dado «curso», os seus professores/administradores têm total controlo sobre todos os parâmetros do mesmo, podendo editar os seus conteúdos, escolher os formatos dos cursos, formato semanal, por tópicos os social.

O formato semanal, em que o curso se organiza semana por semana, com datas de início e fim bem definidas.

Cada semana inclui actividades para essa semana. Algumas delas, como os trabalhos, podem estender-se por mais do que uma semana, ficando inactivas nas semanas seguintes.

O formato por tópicos, sendo bastante semelhante ao formato semanal, excepto que cada «semana» é substituída por um tópico.

Os tópicos não têm limite de tempo.

Não é preciso especificar quaisquer datas.

O formato social, estando orientado à volta de um fórum principal, o fórum social, que é apresentado na página principal.

É útil para situações em que se precisa de um formato mais livre. Podem inclusivamente não ser disciplinas. Por exemplo, pode ser usado para publicar avisos de um departamento.

Existe ainda a possibilidade de uma composição flexível das actividades do curso, considerando os Fóruns, Jornais, Questionários, Recursos, Pesquisas de opinião, Pesquisas, Tarefas, *Chats*, entre outros, que poderão ser vistos na totalidade através de uma nota que se estende a uma única página. (ver Anexo I, no Volume II)

É possibilitado o total acompanhamento e rastreio dos usuários, através de relatórios de actividade individual.

Estes estão disponíveis com gráficos e detalhes sobre cada módulo considerando o último acesso, o número de vezes que explorou as actividades ou recursos propostos, facultando assim uma história detalhada das acções de cada usuário.

Esta possibilidade torna-se muito vantajosa, pois permite uma posterior avaliação do grau de envolvimento dos usuários na plataforma.

O Moodle como sistema de gestão de ensino e aprendizagem "apresenta funcionalidades com forte componente de participação, comunicação entre formandos, formadores e pares" (Legoinha & Fernandes, 2006; p.2).

Actualmente, o Moodle oferece unicamente inquéritos específicos (versões futuras permitirão aos utilizadores criar os seus próprios tipos de inquérito).

Os inquéritos disponíveis foram seleccionados por serem particularmente úteis para avaliação de cursos via *Web* que usam uma pedagogia construtivista. São úteis para identificar certas tendências entre os seus participantes.

Assim, estão disponíveis um género de inquéritos designados de *COLLES*[32] - Inquérito de Ambiente de Aprendizagem em linha construtivista, que inclui 24 declarações agrupadas em seis escalas, cada uma destinada a uma questão chave sobre a qualidade do ambiente de ensino via *web*:

Relevância	Que relevância tem o ensino via *web* para as práticas profissionais dos alunos?
Reflexão	O ensino via *web* estimula a reflexão crítica dos alunos?
Interacção	Em que medida os alunos do ensino via *web* se envolvem em diálogos com interesse educativo?
Apoio Tutorial	Os tutores facilitam a participação dos alunos no ensino via *web*?
Apoio dos Colegas	Os colegas fornecem apoio encorajador e amável via *web*?
Interpretação	Alunos e professores conseguem entenderem-se nas comunicações via *web*?

Tabela 3 – COLLES, Inquérito de Ambiente de Aprendizagem em Linha Construtivista
Adaptado (Itens informativos da plataforma Moodle da Escola Superior de Educação Torres Novas, 2008)

A ênfase na visão dinâmica da aprendizagem constitui uma nova teoria do conhecimento: o construtivismo social, sendo este um sistema de conhecimento dentro do

[32] COLLES - Constructivist On-Line Learning Environment Survey

qual os sujeitos que aprendem e colaboram na construção de novas formas de entender, especificamente no contexto de pesquisa mútua baseada nas suas próprias experiências.

Um ponto central para essa colaboração é o desenvolvimento das competências comunicacionais, considerando a capacidade de participar em discurso aberto, devendo estar orientado para a construção de um entendimento recíproco, e uma atitude crítica em relação a suposições implícitas.

Um outro género de inquéritos designados de *ATTLS - Attitudes to Thinking and Learning Survey*, encontra-se centrado na teoria das "formas de saber", originada no campo da «investigação de géneros» (Belenky et al., 1986), fornecendo-nos uma ferramenta para avaliar a qualidade do discurso em ambientes colaborativos.

O Inquérito de Atitudes de Aprendizagem e Pensamento (ATTLS) é uma ferramenta desenvolvido por Galotti et al. (1999) para medir o grau em que uma pessoa é um «conhecedor conexo» (*connected knower, CK*), ou um «conhecedor isolado» (*separate knower, SK*).

Pessoas com altas pontuações de *CK* costumam desfrutar mais do processo de aprendizagem, e são geralmente mais cooperativos, afáveis e mais dispostos a elaborar nas ideias dos outros; enquanto que aqueles com pontuações *SK* elevadas tendem a assumir uma posição mais crítica e argumentativa perante a aprendizagem.

Os estudos mostram que estes dois estilos de aprendizagem são independentes (Galotti et al., 1999; Galotti et al., 2001). De salientar que estes estilos se reflectem unicamente nas atitudes perante a aprendizagem e não nas capacidades de aprendizagem nem na capacidade intelectual.

2.2.3. O Moodle e outras Plataformas de E-Learning

Tendo em conta algumas das características do Moodle e comparando-o a outras plataforma de E-Learning, não podemos afirmar que esta seja a melhor.

São reconhecidas as dificuldades para definir o melhor LMS, no entanto "ambientes virtuais como o TelEduc, Aulanet, Atutor (…) possuem recursos básicos semelhantes e também são construídos sob alicerces pedagógicos. Mas o Moodle se impôs e não há como negar que o Moodle é a escolha da actualidade." (Voigt, 2007; p.5)

Alguns especialistas mais familiarizados com plataformas, observam em fóruns de discussão que o Moodle apresenta diversas vantagens em relação a outras plataformas. Farias (2005) estabelece algumas comparações com a plataforma Claroline.

> "(…) Conheço os dois (Moodle e Claroline), e outros pagos (Blackboard), são os melhores. Mas o Moodle é imbatível para ensino que envolve processos interacionais mais sofisticados.
>
> O Moodle tem mecanismos de controle das interações bem mais sofisticado também. Para quem vai administrar, é uma mão na roda, pois oferece alguns mecanismos que facilitam a vida: backup automático, upload de usuários em batch, inscrição automática de usuários com auto-cadastramento, etc. (…)" (Farias, 2005).

Após uma intensa pesquisa na Internet, numa tentativa de averiguarmos mais objectivamente as vantagens e desvantagens do Moodle, comparando-o com outras plataformas de E-Learning, verificámos a existência de alguns estudos que colocam o Moodle em destaque relativamente a outras plataformas. Graf e List, (2005) evidenciam num estudo a avaliação de plataformas *open source*. O resultado demonstra que o Moodle tem uma performance superior a todas as outras plataformas e tem maior capacidade de adaptação a diferentes necessidades e contextos pedagógicos. No estudo é salientada a vertente educacional do Moodle, considerando que "os pontos fortes do Moodle são a realização de instrumentos de comunicação e a criação e administração de objectos de aprendizagem" (Graf & List, 2005). Assinalando outros pontes fortes, o estudo aponta para "os conceitos didácticos abrangentes e também o rastreio de dados" (Graf & List, 2005), considerando ainda, em termos de acessibilidade, uma avaliação máxima na categoria de usabilidade.

No entanto, são assinalados valores superiores para outras plataformas. "No que respeita a outras plataformas, ILIAS obteve os melhores valores nas categorias de aspectos técnicos, administração e gerência de cursos." (Graf & List, 2005).

Um outro estudo comparativo, baseado na opinião de utilizadores das plataformas Blackboard e Moodle, conclui que este último é mais eficaz**.**

Segundo Machado e Tao, (2007), autores desse estudo, os resultados não permitiram uma conclusão muito *"sólida"*, não havendo um *"vencedor claro"*, relativamente à melhor plataforma, *"os estudantes do projecto piloto preferiram o Moodle em relação ao Blackboard",* considerando a sua utilização em futuros cursos.

Os mesmos autores salientam ainda que esta é a melhor plataforma para principiantes, classificando-a como a "mais fácil de usar".

Winter (2006) apresenta um estudo sobre a utilização e adequação das plataformas E-Learning LMS, adaptáveis ao ensino, nos locais de trabalho, na Nova Zelândia. O estudo conclui que o Moodle é a melhor solução. O autor defende que os «nstrumentos colaborativos» do Moodle foram vistos como sendo os melhores, comparativamente à plataforma Blackboard. São salientadas vantagens relacionadas com uma maior flexibilidade na organização de conteúdos e recursos, quer de forma temática,

quer de forma hierárquica. Assim, é considerado no estudo, que o Moodle *"*parece ser uma boa opção porque é fácil de usar e o produto em si mesmo é gratuito, possibilitando uma compensação ao nível dos gastos, relativamente ao suporte técnico." (Winter, 2006; p.28)

Num artigo apresentado por Terherst (2005), são apresentadas as intenções e razões da substituição da plataforma Blackboard pela plataforma Moodle *na San Francisco State University*.

O autor salienta que "a arquitectura do Moodle e a sua interacção são ambas baseadas da filosofia construtivista centrada para a aprendizagem. Um dos seus fortes é o foco na interacção social". Em contraste, o Blackboard apresenta "características sociais e colaborativas, tendo sido inicialmente projectado em volta de um modelo transmissivo". Ainda segundo o autor, "a linguagem no Blackboard, segundo artigos recentes, indica algum conflito entre as duas filosofias que defende." (Terherst, 2005).

Parece-nos, que estes estudos se encontram pouco divulgados, revelando-se notória a preocupação manifestada por muitos cibernautas relativamente à escolha da melhor plataforma.

Surgem-nos, com bastante frequência, questões sobre «qual a plataforma a escolher?», em grande parte apresentadas em fóruns e blogues, por parte de quem quer iniciar um trabalho com uma plataforma de E-Learning. As respostas apresentam-se de forma diversificada, provenientes de usuários com um maior ou menor grau de experiência na área do E-Learning.

Segundo os usuários mais familiarizados com estas áreas, é importante ponderar o que se pretende, através da elaboração de uma lista de características, de funcionalidades, no sentido de se estabelecerem critérios, que se considerem mas relevantes para uma plataforma. Deverão de seguida ser atribuídos valores, para esses mesmos critérios (eventualmente através de inquéritos), devendo ser posteriormente analisados e comparados todos os resultados, tendo em vista o que se pretende mais especificamente. Segundo esta vertente, as plataformas apresentam vantagens e desvantagens que terão de ser ponderadas e analisadas atentamente por parte de quem as pretenda implementar.

Aparentemente não se verificam vantagens funcionais de uma forma clara e objectiva. Apresentando um conjunto significativo de funcionalidades, cada plataforma fornece também opções exclusivas, de forma equilibrada. A verdadeira análise e comparação terá de partir por parte de quem já tenha experimentado e utilizadas várias plataformas para assim poder estabelecer comparações.

2.2.4 - A Comunidade Moodle PT[33] (um exemplo de sucesso, na formação de uma comunidade virtual de aprendizagem em ambiente Moodle)

Desde a sua criação a 11 de Maio de 2006, a comunidade virtual Moodle de Língua Portuguesa, tem sido um sucesso. Relativamente ao número de utilizadores registados, conta actualmente com 9 681 utilizadores e administra um total de nove cursos, repartidos por quatro categorias designadas por «grupos de disciplinas». Considerando o primeiro grupo voltado para a comunidade, nele constam as mensagens de acolhimento e uma lista de eventos do interesse da comunidade; um segundo grupo reporta-se às funcionalidades do Moodle, segundo o ponto de vista do aluno, do professor e do administrador. Em cada uma destas disciplinas ou cursos, são fornecidas várias informações, estabelecidas diversas discussões, sempre valorizando a actividade de fórum, e são partilhados recursos, entre outras informações do interesse.

O tipo de utilizadores varia sendo constituído essencialmente por professores, formadores, e outras pessoas interessadas nesta área. A plataforma tem vindo a desenvolver-se mediante um processo de troca de informações resultante de uma entreajuda, que estabelece como espaço privilegiado os fóruns, onde são expostos e discutidos assuntos relativos ao Moodle e à sua implementação, tendo em conta todas as suas potencialidades.

Sendo esta plataforma apresentada segundo um formato de tópicos, a mesma começou inicialmente por disponibilizar duas secções, considerando o “Moodle para alunos”, constituindo uma secção que poderá ser acedida por convidados, pretendendo ser uma ajuda para os «alunos» que estão a começar a trabalhar com o Moodle. Uma outra secção, «Partilha de Cursos Moodle», pretende ser um espaço destinado à partilha de cursos (disciplinas) entre a comunidade.

Uma outra secção criada posteriormente, «Eventos E-Learning em Portugal» destina-se a divulgar eventos relacionados com o E-Learning e a utilização de novas tecnologias na sala de aula.

À medida que o projecto tem vindo a avançar, têm sido criados novos cursos, contando com cerca de nove cursos actualmente,

Considerando as gestões que se prende com a ética e liberdades inerentes às comunidades virtuais, atrás apresentadas, foi adicionado na página inicial da plataforma MoodlePT um «Guia de Conduta para a Utilização dos Fóruns».

[33] http://web.educom.pt/moodlept/

> "(…) Este guia não visa limitar a participação dos membros. Pelo contrário, um dos objectivos é aumentar a participação dos membros.
>
> Podem ver esse guia em:
>
> http://web.educom.pt/moodlept/mod/resource/view.php?id=819
>
> Este pequeno documento indica alguns pontos a que todos os membros da comunidade Moodle portuguesa deverão tomar em atenção.
>
> Podemos chamar a estes Pontos "Os 10 Mandamentos dos Fóruns do MoodlePT":
>
> 1. Tratarei os membros da comunidade (e as suas intervenções) com **respeito.**
> 2. Certificar-me-ei de que a dúvida que pretendo colocar nos fóruns **não foi colocada anteriormente** (e respondida) por outros membros. Para isso usarei o Bloco "Pesquisar nos Fóruns".
> 3. Verificarei se **nos diferentes recursos do site existe a solução** para o meu problema, antes de colocar uma dúvida nos fóruns.
> 4. Colocarei as minhas dúvidas na **Secção/Fórum mais indicado**.
> 5. Certificar-me-ei que **conheço o Moodle do ponto de vista de aluno**, antes de utilizar os Fóruns do "Moodle para Professores".
> 6. Certificar-me-ei que **conheço o Moodle do ponto de vista de professor** antes de utilizar os Fóruns do "Moodle para Administrador".
> 7. Abrirei apenas **uma** nova discussão para cada dúvida.
> 8. Responderei **sempre** às questões colocadas pelos outros membros, a não ser que não consiga contribuir para a solução.
> 9. **Ajudarei os restantes membros**, respondendo às suas questões, dando possíveis soluções ou partilhando a minha experiência pessoal com o Moodle.
> 10. Tomarei especial atenção aos **mandamentos 8 e 9.** (…)"
>
> Nunes, C. (2007), MoodlePT, Fóruns, Notícias, Conduta de Fóruns.

2.2.5. Moodle e Museus (Um Projecto)

Durante o decurso das nossas pesquisas, pudemos tomar contacto com um projecto no campo do Moodle que comprova a sua aplicabilidade à Museologia.

Desenvolve-se num espaço de uma plataforma Moodle designada de «expressivespace.org.» e tem por nome «Formações Discursivas – Lugar e Digitalidade no Museu do Futuro»[34].

De forma sintetizada, o projecto é apresentado fazendo uma referência às transformações pelas quais os museus passaram, principalmente na década de 80, em que se tornaram um novo tipo de espaço público, atraindo um grande número de visitantes.

[34] Discursive Formations - Place, Narrative and Digitality in the Museum of the Future in ExpressiveSpace.Org, Collaborative Projects, University of Cambridge *in* http://moodle.expressivespace.org/

É feita uma referência às grandes transformações que se verificaram a nível tecnológico, o que forçou de certa forma os museus a reavaliarem a relação com o público.

Apesar da obra de arte, apresentada pelos museus, poder ser fielmente reproduzida em termos digitais e poder ser divulgada pelas suas páginas *web* integrando as colecções virtuais, não se pode de forma alguma substituir a experiência de se estar num museu cara a cara com a obra de arte. No entanto, como se afirma no projecto *"*a era da digitalidade pode desempenhar um papel importante complementando a experiência museológica através de guias on-line" [35].

Esta experiência no Moodle revela-se através de *workshops* que visam tratar a convergência entre a digitalidade e o museu do futuro com ênfase no papel da imagem em movimento.

2.3. Os Sítios *Web*

2.3.1. Fundamentação (Principais Características)

O termo *website* (ou *web site*) deriva do Inglês e é utilizado para referenciar um sítio virtual ou um conjunto de páginas de Internet. O termo *website* ganhou uma forma abreviada de *site*, passando esta a ser a nova acepção, relativamente ao termo original.

Por uma questão de aferição do conceito, salientamos que em português, surgiram duas vertentes para a tradução de *site*. A mais difundida em Portugal traduz *site* por *sítio*; a segunda vertente, mais comum no Brasil, adoptou simplesmente o estrangeirismo *site* para se referir aos sítios virtuais.

Um *site* ou sítio*,* em português, é um conjunto de páginas *Web* ou de hipertextos[36] acessíveis geralmente pelo protocolo *HTTP*[37]*,* na Internet.

O conjunto de todos os *sites* públicos existentes compõe a *World Wide Web*[38].

[35] Ibid, Ibidem

[36]A noção de Hipertexto relaciona-se com um texto suporte, que possibilita o acesso um conjunto de outros textos, ou seja , é possível através desse texto, encontrarmos notas ou referencias que nos permitem aceder a outros textos (através de links). O objectivo consiste em accionar a construção de sentido, estendendo e complementando o texto principal.

[37] HTTP refere-se a um acrónimo, que se traduz em Hypertext Transfer Protocol, em português, Protocolo de Transferência de Hipertexto, consistindo num protocolo de comunicação, utilizado para transferir dados através de redes de computadores, pela World Wide Web.

[38] A World Wide Web traduz-se numa "rede de alcance mundial", também conhecida por WWW. Apresenta-se como um sistema de documentos em hipermídia, que são interligados e executados na Internet. Os documentos podem estar na forma de vídeos, sons, hipertextos e figuras.

As páginas num *site* são organizadas a partir de um endereço básico (por exemplo http), que nos direcciona para uma página principal.

As páginas de um *site* são organizadas numa hierarquia observável, através de ligações que permitem aceder a outros conteúdos, partindo da página principal. Desta podemos ser, assim, conduzidos para uma ampla rede informativa, conforme salienta Levy (1999).

> "(…) A página web é um elemento, uma parte do corpus incompreensível da totalidade dos documentos do 'World Wide Web'. Nesse sentido, não se restringe à função de registro e de restituição da informação. Preenche também uma missão de orientação, pois remete selectivamente a outras páginas através de vínculos com o resto da rede, aos quais se tem acesso com um simples clique de 'mouse'. Bem-concebida, uma página Web é uma encruzilhada, uma bifurcação, um instrumento de seleção ou de navegação, ou agente estruturador, um microfiltro do gigantesco rio da cheia de 'World Wide Web'. (…)" Lévy, 1999)

Podemos considerar diversos tipos de *sites*, cada um especializado num determinado serviço ou uso em particular.

Conscientes dos riscos inerentes relativamente aos conteúdos revelados pela Wikipédia[39], atrevemo-nos a apresentar uma classificação dos tipos de *sites*, por ela divulgada. Em primeiro lugar, por termos conseguido referências do autor que editou pela última vez, a informação disponibilizada, possuindo o próprio formação na área em questão, e, em segundo lugar, por nos parecer pertinente para o estudo, e considerarmos ser o reflexo da realidade dos sítios *web* apresentados na Internet.

Assim e segundo Kanno[40] (2007), em termos actuais e quanto ao conteúdo, podemos considerar os seguintes tipos de *sites*:

> **Institucionais:** Servem como ponto de contacto entre uma instituição e seus utilizadores. No caso de instituições comerciais, são usados geralmente para comércio electrónico, recrutamento de funcionários, etc. No caso de instituições sem fins lucrativos, servem principalmente para divulgarem os seus trabalhos, e transmitirem todo o tipo de informações úteis inerentes à instituição. É o tipo de *site* mais comum na Internet. Podem ainda ser *sites* pessoais, geralmente mantidos por profissionais liberais.

[39] A **Wikipédia** é uma "enciclopédia online de conteúdo aberto, isto é, uma associação voluntária de indivíduos e grupos que estão desenvolvendo uma fonte comum de conhecimento humano. Sua estrutura permite que qualquer indivíduo com uma conexão à Internet e um navegador web altere o conteúdo aqui encontrado.(…)"
Esta fonte adverte para o facto de "que nenhum conteúdo aqui encontrado foi necessariamente revisado por profissionais capacitados especificamente nas áreas de conhecimento necessárias, de modo a poder providenciar informações completas, precisas e confiáveis sobre qualquer assunto na Wikipédia. Isso não quer dizer que não encontre muitas informações precisas e valiosas na Wikipédia; no entanto, esteja ciente que a Wikipédia NÃO PODE garantir, de maneira nenhuma, a validade das informações aqui encontradas. (…)"
In http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Aviso_Geral

[40] Maurício Kanno é formado em Jornalismo na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil. Trabalha na Rede de Pesquisas em Nanotecnologia, Sociedade e Meio Ambiente, sendo ainda colaborador do Portal Japão, da Associação Brasil-Japão de Pesquisadores (SBPN). É colaborador na Wikipédia.

Mediáticos: São *sites* informativos com actualizações frequentes e periódicas. Nem sempre o conteúdo é baseado em texto puro, podendo conter variados elementos multimédia. Muitos deles permitem uma assinatura com o intuito de obter a actualidade informativa e muitos deles incluem espaços para comentários dos leitores. Nesta categoria também se incluem *sites* não necessariamente vinculados à informação, como *sites* de entretenimento e *sites* de conteúdo adulto. Estes podem classificar-se em cinco tipos:

Noticiários: São *sites* de jornais, revistas e agências de notícia, com conteúdo constantemente actualizado.

Blogues: Em geral são mantidos por apenas uma pessoa, com ou sem colaboradores, cujo conteúdo pode incluir dissertações, poesias, relatos pessoais, comentários sobre assuntos diversos entre outros.

Flogs: Semelhante aos blogues, mas com fotos em vez de texto. Na maioria das vezes, são produzidos como forma de entretenimento por jovens ou modelos fotográficos, ou usados para divulgar trabalhos de artes plásticas, como fotografia e pintura.

Podcasts: Distribuem conteúdo de áudio, funcionando de maneira semelhante a estações de rádio.

Vlogs: Distribuem conteúdo de vídeo, funcionando de uma maneira similar às emissoras de TV.

Aplicativos: São *sites* interactivos cujo conteúdo consiste em ferramentas de automatização, produtividade e partilha. Podem ser processadores de texto, folhas de cálculo, editores de imagem, softwares de correio electrónico, agendas, entre outros.

Bancos de dados: Servem para catalogar registos e efectuar buscas, podendo incluir áudio, vídeo, imagens, softwares, mercadorias, ou mesmo outros *sites*. Podem ser de dois tipos:

Estáticos: As entradas são realizadas em via única, disponíveis apenas para consulta.

Dinâmicos: As entradas são realizadas em via dupla, tanto para consulta quanto para edição. Nessa categoria se enquadram os *wikis*.

Comunitários: São os *sites* que servem para a comunicação de usuários com outros usuários da rede. Nesta categoria se encontram os *chats*, fóruns e *sites* de relacionamento.

Portais: Servem para congregar conteúdos de diversos tipos, geralmente fornecidos por uma mesma empresa. Recebem esse nome por congregarem a grande maioria dos serviços da Internet num mesmo local.

Quanto à forma de acesso os *sites* podem ser:

Abertos: Permitem o acesso livre a qualquer usuário.

Restritos: Só é permitido o acesso, mediante o eventual pagamento de uma assinatura. Originalmente compostos quase sempre por *sites* de conteúdo pornográfico, também incluem hoje em dia *sites* jornalísticos, revistas virtuais e serviços de consultoria.

Por Registo: É normalmente permitido o acesso, mas é necessário o registo que normalmente é gratuito para se ter acesso ao conteúdo. É o caso de quase todos os *sites* de aplicativos.

Fechados: Só é permitido o acesso a algumas pessoas devidamente autorizadas pelo proprietário do *site* e não permitem que outras pessoas se registem.

> **Mistos:** São os *sites* com partes de conteúdo cuja modalidade de acesso pode variar, apresentam-se com algumas áreas de acesso livre.
>
> Kanno, Maurício (2007), (texto Adaptado), http://pt.wikipedia.org/wiki/Site

O mesmo autor aponta ainda para os *sites* como instrumentos de promoção publicitária salientando que "o site é um dos instrumentos de publicidade mais eficientes que existem. Servem de apoio a campanhas de publicidade de outros meios de comunicação como o rádio, televisão, jornal, placas, folhetos, etc., podem constituir um empreendimento completo ou parcial prestando serviços, vendendo produtos ou simplesmente informando com custos reduzidos em relação ao negócio 'não virtual'. (…)" (Kanno, 2007)

A rede de *sites* que constitui a *Web "*converteu-se num espaço interplanetário, caracterizado pela democraticidade e liberdade, características estas irreversíveis. Qualquer tentativa de limitar o uso deste meio como veículo de ideias é, por isso, impossível no plano técnico e socialmente inaceitável." (Neto, 2006; p.124).

Considerando a crescente complexidade inerente à navegação na Internet e tendo em conta a elevada quantidade e diversidade de informação disponibilizada na vasta rede de *sites* e páginas apresentadas, é imprescindível o cuidado especial que os utilizadores devem ter e, por outro lado, a consciência educativa e espírito de selecção com vista a usufruir correctamente das potencialidades oferecidas.

2.4. Os Blogues

2.4.1. Fundamentação (Principais Características, Vantagens e Desvantagens)

Tento em conta os contributos que já se fazem sentir por parte deste tipo de *sites* no âmbito da Museologia, parece-nos pertinente fundamentar mais objectivamente quais as características dos blogues, com o intuito de aclarar posteriormente o «estado da arte», relativamente à blogosfera ligada à Museologia. Para além disso, o trabalho cooperativo dela emanado, relativo à criação de comunidades virtuais, é um factor que se encontra notoriamente ligado aos objectivos deste estudo tendo em conta a criação e gestão de uma plataforma de E-Learning.

Os *weblogs,* palavra que resulta da contracção de *web* (rede) e *log* (registo / diário de bordo), são páginas na Internet que se assumem com um carácter de diário, regularmente actualizadas, onde os autores podem recorrer a uma tecnologia de fácil utilização para divulgar ou escrever sobre vários assuntos. O *weblog* pode "ser utilizado como uma ferramenta de ampliação de interactividade e de troca de informações com o

menor número possível de restrições." (Osório & Puga, 2007; p.44). Posteriormente, este termo derivou para um termo mais simples, designado de *blog*, ou blogue, em português.

A característica mais evidente dos blogues consiste na possibilidade de poderem ser feitos comentários por parte dos leitores ou utilizadores (designados de *bloggers*). Os textos designados de «*posts*» ou «entradas», apresentam geralmente uma curta extensão, "sendo comummente apresentados por ordem cronológica inversa, dos mais recentes para os mais antigos, sublinhando assim a importância do imediatismo, sendo normalmente mantidos em arquivo por data de publicação, de periodicidade semanal ou mensal." (Vicente, 2005)

Os blogues assumem, desta forma, uma vertente social e colaborativa, que se apresenta facilmente acessível e imediata, salientando-se como "uma ferramenta de comunicação pessoal ímpar, um meio de expressão pessoal sem paralelo na história, vivendo-se um momento similar àqueles em que novas ferramentas de comunicação tiveram a sua génese, como o livro impresso, o jornal, o telefone, a rádio, a televisão, a própria Internet." (Vicente, 2005)

Guerreiro (2003) adianta que é difícil apresentar uma caracterização objectiva dos blogues devido à sua natureza e multiplicidade de conteúdos.

> "(…) Não se pode, obviamente, caracterizar os blogs em geral porque, tratando-se de um meio que dispõe de uma enorme liberdade, há-os de todos os géneros e sobre as mais variadas matérias: os que reivindicam o mero direito à expressão, os de agitação política, os paródicos, os pornográficos, os literários, os que servem um saber, um gosto, uma causa, uma obsessão. Potencialmente, nenhum território lhes é interdito porque não há limites para o seu poder de penetração. Os limites são os do próprio meio, eficaz nas mensagens curtas e no registo do imediato, mas inadequado a tudo o que requer outro ritmo e outra temporalidade. (…)" (Guerreiro, 2003).

Os blogues possibilitam ainda o acesso a uma rede vasta de outros blogues, denominada de *blogosfera*, assim como para outro tipo de *sites*, com os quais os *bloggers* se sentem muitas vezes identificados e que são reflexo dos seus interesses, conforme salienta Osório & Puga (2007).

> "(…) Provavelmente a maior diferença entre os blogs e a mídia tradicional é que os blogs compõem uma rede baseada em ligações - os links, propriamente. Todos os blogs por definição fazem ligação com outras fontes de informação, e mais intensamente, com outros blogs. Muitos blogueiros mantêm um "blogroll", uma lista de blogs que eles frequentemente lêem ou admiram, com links diretos para o endereço desses blogs. Os blogrolls representam um excelente meio para observar os interesses e preferências do blogueiro dentro da blogosfera; os blogueiros tendem a utilizar seus blogrolls para ligar outros blogs que compartilham os mesmos interesses. (…)" (Osório & Puga, 2007)

Segundo Gomes (2005, p.312), o conceito de blogue encontra-se em expansão.

A autora classifica-os considerando a existência de blogues pessoais que funcionam como que um diário electrónico e que possibilitam a partilha mais íntima dos interesses do seu autor; a existência dos blogues informativos, que poderão ter o propósito de difundir informações com intuitos comerciais ou informações relacionadas com uma determinada organização ou instituição; e ainda os blogues, criados por grupos comunitários, como forma de partilharem interesses em comum.

Enquanto estratégia pedagógica, "os blogues podem assumir a forma de um portfólio digital, um espaço de intercâmbio e colaboração, um espaço de debate, um espaço de integração." (Gomes, 2005; p.313).

Quanto à origem dos blogues, Canavilhas (2005, p.2) refere que o conceito, enquanto sinónimo de página ordenada cronologicamente e com ligações a outras páginas, foi utilizado pela primeira vez em 1997 por Jon Barger.

Em 1999 surge uma aplicação informática que possibilita a criação de blogues de uma forma fácil e que, por isso mesmo, desempenhou um papel fundamental no crescimento da blogosfera.

> "Para o sucesso deste fenómeno faltava um servidor gratuito para alojar as páginas, o que veio a acontecer em 2000, ano em que a Pyra lançou o Blogspot. A conjugação destes factores fez com que em Novembro desse ano existissem já mais de 10 mil blogues alojados nesta plataforma. A partir deste momento dá-se uma explosão na blogosfera: em Novembro de 2002 blogues nasciam 2000 blogues por dia e seis meses depois eram já 15 mil por dia." (Canavilhas, 2005, p.2)

Conforme evidencia Osório e Puga (2007), referenciando o estudo - *State of Blogosphere*, o número de blogues criados diariamente tem vindo a subir vertiginosamente.

> "(…) Atualmente existem cerca de 70 milhões de blogs e cerca de 120 mil são criados diariamente, de acordo com o estudo State of Blogosphere. O estudo revela que a blogosfera aumentou em 100 vezes nos três últimos anos e que atualmente ela tende a dobrar a cada seis meses. Esse aumento significativo no número de blogs ao longo dos anos, fez com que a grande mídia desse maior importância ao fenômeno: entre 1995 e 1999 apenas onze artigos jornalísticos sobre blogs foram publicados. No ano de 2003, estima-se que 647 artigos foram publicados.(…)" (Osório & Puga, 2007)

Relativamente ao panorama português, verifica-se o surgimento dos blogues a partir do ano de 1999, no entanto só no ano de 2003 é que se verificou a ocorrência de uma grande explosão da blogosfera. "Esta exposição mediática deu um forte impulso ao crescimento que a blogosfera portuguesa já registava e no final de 2004 estimava-se que

existissem cerca de 90.000 blogues feitos por portugueses, muitos dos quais entretanto desactivados." (Canavilhas, 2005; p.2).

São destacados em muitos fóruns de discussão aspectos que se prendem com algumas vantagens e desvantagens dos blogues. Salientam-se como aspectos positivos, o facto de permitirem uma apresentação visual muito amigável, considerando aspectos relacionados com a possibilidade cromática e de imagens, disponíveis para a sua concretização; o facto de se poderem adicionar fotos, vídeos e outros recursos análogos; o facto de apresentarem fácil edição, e fácil manuseamento por parte dos seus utilizadores.

Como aspectos negativos é salientado o facto de uma vez criados os temas, não se podem modificar; a criação e edição desses mesmos temas só podem ser feitas por uma pessoa, o autor do blogue, competindo ao mesmo a possibilidade exclusiva de adicionar fotos e editar formatos de letras e tipos de cores, considerando o aspecto visual do blogue.

De qualquer forma, os blogues evidenciam uma incontestável aceitação por parte dos utilizadores da Internet. "O seu carácter de publicação dinâmica (com frequentes actualizações), associado ao espírito comunitário que potencia – um "ponto de encontro diário" entre quem escreve e quem lê (agregando pessoas com interesses comuns) – será porventura o principal factor distintivo de outras páginas na Internet." (Vicente, 2005)

3. A Qualidade

3.1. Definir Qualidade

> "(…) Muitos dirão que a onda da qualidade já passou, que a qualidade já morreu. Eu digo que a qualidade está muito viva, ganhou velocidade, virou a esquina e, por isso, poucos a enxergam. (…)" Faria, Carlos Alberto (2007)

A palavra "qualidade" deriva do latim *qualitate*, adquirindo um valor específico quando utilizada em diferentes contextos.

Podemos referenciar a qualidade quando nos reportamos ao bem-estar de um grupo de indivíduos, considerando a sua qualidade de vida, a qualidade da água que bebem ou do ar que respiram, a qualidade de um serviço prestado ou, ainda, quando nos referimos à qualidade de um produto concreto.

Tendo em conta a sua multiplicidade e possibilidades de utilização, nem sempre é fácil estabelecer a sua significação em termos consistentes.

Quando se fala de Qualidade e se pretende definir o conceito, este poderá revelar-se de algum modo indistinto. "A qualidade é subjectiva e objectiva", uma vez que o conceito

se encontra relacionado de um modo directo com a percepção de cada indivíduo conforme salienta Gomes (2004, p.7).

> "(…) Fácil de reconhecer… difícil de definir". Assim começa a resposta da associação de bibliotecas do Reino Unido à questão "o que é a qualidade?" (Library Association, 1994). A qualidade é considerada universalmente como algo que afecta a vida das organizações e a vida de cada um de nós de uma forma positiva. Referimo-nos a um produto como produto de qualidade se este cumpre a sua função da forma que desejámos. Um serviço tem qualidade se vai ao encontro ou se supera as nossas expectativas. Estamos constantemente a ser exortados para procurar melhorar a qualidade do nosso trabalho – No entanto, nem sempre partimos de uma definição clara do que é a qualidade.
>
> É mais fácil começar por definir um objecto por aquilo que esse objecto não é.
>
> Quando nos deparamos com situações em que, como utilizadores de um bem ou serviço, as nossas necessidades não são satisfeitas ou as nossas expectativas são frustradas, sabemos que de uma forma ou de outra a qualidade foi negligenciada. (Gomes, 2004, p.7)

É importante ter ainda em conta que determinadas variantes, tais como os valores culturais, os modelos mentais ou, mais concretamente, se nos referirmos a um tipo de produto ou serviço prestado, assim como as necessidades e expectativas de um determinado grupo de indivíduos, influenciam directamente a tentativa de definir o conceito.

> "(…) O conceito de qualidade constitui uma grande confusão na literatura. Ora se relaciona o tema qualidade com os procedimentos, ora se entende qualidade como a capacidade de servir determinados fins, ora faz-se significado de excelência duma organização. Mas existem outros significados para a qualidade, fazendo-a coincidir com eficiência, eficácia e produtividade. (…)" (Oliveira Rocha, 2006, p.15)

A construção do conceito de qualidade implica que esta seja considerada segundo uma nova visão, transformando-se num valor, "fazendo com que as pessoas passem a acreditar que, efectivamente a qualidade é importante para a sobrevivência da organização e delas próprias" (Carvalho & Paladini, 2006; p.31)

As pessoas, as empresas ou instituições que optarem pela qualidade devem criar uma mentalidade positiva de mudança.

Qualquer que seja essa melhoria, de maior ou de menor intensidade, é bem-vinda. Toda a inovação deve ser do conhecimento de todos, testada e, se possível, aplicada por todos.

3.2. Abordagens da Qualidade

Destacaremos de seguida algumas definições mais objectivas do conceito de qualidade tendo em conta diferentes abordagens e diversas definições de vários especialistas ao longo do tempo, no sentido de compreender melhor o conceito.

Dependendo do contexto em que é aplicado o conceito de qualidade, depende também da percepção de cada indivíduo, conforme já foi referido.

Considerando que a "qualidade é adequação ao uso" (Juran, 1974; p.103), o autor salienta que as organizações terão que adequar a sua estrutura às necessidades do mercado. Juran, refere ainda que a qualidade consiste numa revolução contínua, devendo ser encarada como um processo que precisa de ser bem gerido, de forma a ter sucesso. Esta gestão assenta em três processos básicos, devendo ter em conta, o planeamento, o controlo e o melhoramento da qualidade.

Segundo Garvin (1992), citado por Oliveira (2004, p.9), são identificadas cinco abordagens para a qualidade.

A abordagem transcendental, que evidencia a qualidade como "sinónimo de excelência absoluta e universalmente reconhecível" (Oliveira, 2004; p.9).

Garvin salienta que "embora não se possa definir qualidade, sabe-se o que ela é".

Esta visão de qualidade pressupõe o reconhecimento da mesma como que um aspecto inerente a uma determinada situação, que sendo subjectivo e de difícil definição, "aprendemos a reconhecê-la apenas pela experiência" (Oliveira, 2004; p.9).

Ainda que seja difícil ou não se possa definir, sabe-se que ela está lá, porque se sente.

Para além de gerar uma enorme confusão em termos de compreensão, esta abordagem não oferece uma orientação prática e clara, sustentando-se na ideia de que qualquer pessoa saberá reconhecer a qualidade quando com ela se confrontar.

A abordagem fundamentada no produto, evidencia a qualidade como uma variável precisa e mensurável até certo ponto (Oliveira, 2004; p.9). Segundo o autor, as primeiras pesquisas relacionadas com a qualidade, tendo em conta o produto como referencial, debruçaram-se no atributo da sua durabilidade, factor que se considera de fácil mensuração.

Por outro lado, torna-se muito difícil a mensuração de outros atributos como por exemplo o valor estético, uma vez que este é um atributo dependente de variáveis inerente à percepção de cada ser humano, variáveis que são obviamente diferentes.

De qualquer forma, e para que haja uma classificação rigorosa, importa observar os atributos de um dado produto pelos mesmos critérios e, preferencialmente, pelos mesmos usuários.

Assim *"*na análise final de mercado, a qualidade de um produto depende até que ponto ele se ajusta aos padrões das preferências do consumidor" (Kuehn 1962; p.101). Sendo este um importante factor de sucesso para um determinado produto, importa que este transmita ao cliente/consumidor a mensagem desejada de qualidade, baseada em sentimentos positivos e de confiança que o levem a sentir-se atraído pelo bem ou serviço, revelando-se assim um "conceito universal aplicável a todos os produtos e serviços." (Selig, 2006).

A abordagem fundamentada no usuário/cliente poderá indicar, de uma forma muito simples, que "a qualidade é tudo o que o cliente diz que é. Uma definição simples e elegante." (Gerson, 2001; p.7). Desta forma, um produto com qualidade é aquele que melhor atende às expectativas e necessidades do público-alvo.

Medindo a qualidade segundo esta definição, pretende-se averiguar o que o cliente pensa ser qualidade e como é que define satisfação, devendo, de seguida, ser estudadas as técnicas de medição em torno dessa mesma definição, traçando depois objectivos no sentido de " satisfazer as necessidades do cliente em primeiro lugar" (Deming, 1990,).

Considerando-se as diferenças de cada consumidor, relativamente aos seus desejos e necessidades, o conceito de qualidade irá reflectir-se de uma forma subjectiva, atendendo aos gostos pessoais de cada consumidor. Uma condicionante básica coloca a qualidade "diante dos olhos de quem a observa" (Oliveira, 2004; p.10), admitindo-se que cada consumidor tenha diferentes desejos e necessidades e que o produto que atenda melhor às suas preferências seja o que ele considera como o de melhor qualidade" (Oliveira, 2004; p.10).

O conceito segundo o mesmo autor enfrenta ainda dois problemas:

> " (…) Como agregar preferências individuais variáveis ao produto de forma a que se possa definir qualidade para o mercado, e, como distinguir atributos do produto que sejam um sinal real da qualidade daqueles que simplesmente maximizam intuitivamente a satisfação do cliente.(…)" (Oliveira, 2004, p.10)

Reconhecendo ainda a qualidade como a necessidade de "satisfazer radicalmente o cliente, para ser agressivamente competitivo" (Ishikawa), aceita-se que um produto que maximize a satisfação é preferível a um que seja alvo de menor satisfação, no entanto não se tem a certeza de que esta se manifeste inevitavelmente melhor.

Conforme enfatiza Oliveira (2004, p.10), dando um exemplo desta constatação,

> "(…) Os livros da lista dos mais vendidos são claramente preferidos pela maioria dos leitores, muito embora pouca gente argumente que representam o que há de mais elevado na literatura.(…)" (Oliveira, 2004, p.10)

A abordagem fundamentada na produção pressupõe uma filosofia que assenta no fazer bem à primeira vez.

Por esta perspectiva salientam-se as vantagens obtidas na redução dos custos de produção que, decorrendo de forma irregular, acarreta inevitáveis quebras na qualidade.

Assim, a qualidade deverá estar presente em todas as etapas do processo de produção, considerando a "composição total das características de marketing, projecto, produção e manutenção dos bens e serviços, através dos quais os produtos atenderão às expectativas do cliente." (Feigenbaum, 1999).

Esta abordagem deverá ser levada em conta de forma igual, no que diz respeito à prestação de serviços.

Crosby (1988; p.31), defendendo que a "qualidade é a conformidade às especificações", a sua focagem básica verifica-se internamente, porque "supõe que um produto ou serviço que se desvie das especificações, provavelmente será mal feito e não confiável, proporcionando menos satisfação ao consumidor" (Oliveira, 2004; p.10).

A abordagem fundamentada no valor considera a qualidade em termos de custo e preço. Desta forma a "qualidade é o grau de excelência a um preço aceitável e o controle da variabilidade a um custo aceitável" (Broh, 1982, p.3).

Assim, um determinado produto de qualidade deve oferecer desempenho ou conformidade a preço ou custo aceitáveis, considerando sempre a variação ou mutação das necessidades de cada cliente. A "Qualidade quer dizer o melhor para certas condições do cliente. Esses condições são o verdadeiro uso e o preço de venda do produto". (Feigenbaum, 1961).

Um certo preço por um determinado produto deverá ser praticado de forma equilibrada tendo em conta "aquilo que o cliente esta disposto a pagar, por um lado, e a maximização dos lucros para quem vende o mesmo, por outro" (Fernandes, 2000; p.125).

Assim, a qualidade deve ser oferecida a um preço competitivo, sem que o cliente ou utilizador se sinta defraudado perante o valor que lhe for apresentado.

Do ponto de vista do cliente, a qualidade está associada ao valor e à utilidade reconhecidas ao produto, assumindo o factor preço, em muitos casos, uma condição decisiva.

Encarando a qualidade deste ponto de vista, é notória a sua ambiguidade, manifestando-se muitas vezes difícil a sua aplicação prática.

Ao conceito de qualidade, segundo a perspectiva de Crosby (1989), estão inerentes cinco pressupostos a evitar, pois causam problemas na comunicação dentro das instituições ou empresas, dificultando a implementação da qualidade.

a) A qualidade como sinónimo de virtude, luxo, brilho ou peso;

Considerando esse ponto de vista, é atribuído um determinado valor a um produto ou serviço, interpretando-se assim o conceito como um adjectivo o que se revela muito subjectivo.

b) A qualidade é intangível e, por conseguinte, incomensurável;

Segundo Crosby (1989), esta abordagem é um equívoco, pois a qualidade pode ser medida com precisão pelo seu custo.

c) Que existe a economia da qualidade;

Considerando este ponto de vista, não existe razão para economizar quando se fala em termos de qualidade, o que deverá ser tido em conta é que um programa de qualidade, adoptado com eficácia desde o início da fase de produção, irá minimizar os custos de todo o trabalho.

d) Os problemas da qualidade têm origem nos operários ou funcionários, na fabricação ou prestação de serviços;

Segundo o autor, os problemas da qualidade são abrangentes a todos os intervenientes em contacto directo ou indirecto com os produtos, neste caso isso abrange outros departamentos que não estejam directamente ligados ao departamento de produção.

e) A qualidade é exclusivamente originária do departamento de qualidade;

Neste último pressuposto, o departamento que está directamente ligado aos assuntos da qualidade não deverá assumir uma atitude de que a qualidade é uma pertença exclusivamente sua ou assumir-se como o único responsável por todo o processo.

Deverá antes atentar para que o conceito de qualidade seja uma prática de todos, através do esclarecimento e do compromisso.

O sucesso das empresas e instituições, tendo em conta os aspectos relacionados com a qualidade, só será possível se as pessoas se envolverem e se comprometerem.

Ainda sobre este assunto e tendo em conta o que refere Amboni (2002, p.58), o compromisso colectivo é essencial.

> "(…) somente o elemento humano é capaz de proporcionar as transformações. Não serão as máquinas, equipamentos modernos, computadores, automação etc. que executarão tal tarefa. O homem é o elemento chave; sem a sua sabedoria e competência nada acontecerá. Entretanto, o seu trabalho isolado torna-se inútil. (…)" (Amboni, 2002, p.58)

O conceito de qualidade, segundo Deming, tem em conta as exigências e as necessidades do consumidor.

Encontrando-se estas em "mudança permanente, as especificações de qualidade devem ser alteradas constantemente" (Teixeira dos Santos, 2000; p.39).

Deming, no entanto, considera não ser suficiente cumprir as especificações. É preciso utilizar os instrumentos de controlo estatístico de qualidade, em vez da mera inspecção de produtos.

Segundo o autor, a inspecção, por si só, não melhora a qualidade nem a garante, admitindo, até, um certo número de defeitos. O autor recomenda igualmente uma selecção criteriosa dos fornecedores com que a empresa trabalha.

> "(…) Deming criticou o sistema empresarial norte-americano por não apostar na participação dos trabalhadores no processo de decisão.
>
> Ele argumenta que os gestores são responsáveis por 94% dos problemas de qualidade. O seu principal papel é remover as barreiras na empresa que impedem a realização de um bom trabalho. "Os executivos devem fazer os outros trabalhar melhor, e não apenas mais", é uma das suas frases famosas. (…)" (Cardoso, 1996)

(Ver em Anexo II, no Volume II, os 14 pontos recomendados por Deming para a melhoria da qualidade e as «sete doenças mortais» da qualidade que se tornaram uma referência universal no ensino e na prática da qualidade.)

3.3. Contexto Histórico da Qualidade

Segundo diversos autores, e tendo em conta uma perspectiva associada aos sistemas de produção, a evolução da qualidade, fundamenta-se de modo geral em três fases essenciais.

Oliveira (2004, p.4) referencia a era da inspecção, a era do controlo estatístico e a era do controlo total. Nas inúmeras fontes que analisámos, encontrámos algumas diferenças quanto à classificação das eras da qualidade, essencialmente em termos cronológicos e em termos de acontecimentos relativos à implantação dos sistemas de qualidade.

3.3.1. Era da Inspecção

Até à Revolução Industrial, em finais do século XIX, o domínio completo de todo um ciclo de produção de um determinado produto era da competência do artesão, sendo ele também o responsável pela selecção da matéria-prima a ser utilizada e pela sua concepção

desde o projecto ao produto final, que era finalmente verificado minuciosamente também pelo próprio, antes de ser comercializado. “O artesão se envolve em todas as etapas da produção, da compra dos materiais e insumos até ao acabamento e entrega do produto ao cliente. O artesão é o único responsável pela qualidade.” (Mello e Barros, 1997). Comprovamos neste sistema o foco da qualidade centrado no produto.

3.3.2. Era do Controlo Estatístico

Logo após a Revolução Industrial, os trabalhadores perderam o controlo integral do processo produtivo, uma vez que passaram a trabalhar para um patrão (na qualidade de empregados ou operários), perdendo a posse da matéria-prima, do produto final e do lucro.

Assistimos a uma produção em massa.

Não existe, assim, a possibilidade de haver um controlo individual de cada produto, como anteriormente, passando a ser utilizada a técnica da amostragem em que “certo número de produtos era seleccionado aleatoriamente para ser inspeccionado, de forma a que representasse todo o grupo e, a partir deles, verificava-se a qualidade de todo o lote” (Oliveira, 2004; p.4).

A divisão do trabalho, tendo em conta a produção em série, cria a figura do inspector da qualidade, sendo este o responsável pela qualidade.

A produção em larga escala e dividida em etapas iria distanciar cada vez mais o trabalhador do produto final, já que cada grupo de trabalhadores passava a dominar apenas uma etapa da produção.

Conforme salienta Guimarães (2006), “a implementação das técnicas estatísticas ao controlo da qualidade implica, no entanto, uma grande confiança no produto e sistema de produção. Abandona-se estão o sistema de pós-controlo e passa-se a apostar nas acções correctivas e preventivas como meio de reduzir a ocorrência de falhas. “

A partir da década de 20, a preocupação com a implementação da qualidade, num sentido mais amplo, foi aprimorado por W.S. Shewhart, que desenvolveu um sistema de mensuração relacionado com as variabilidades relacionadas com os bens e serviços, tendo este ficado conhecido como controlo estatístico do processo ou comummente mais conhecido por CEP (Longo, 1996). Este consiste numa técnica estatística que, através de levantamentos, procura detectar tendências de erro ou acerto no processo, além de fornecer outros parâmetros importantes como capacidade de processo e de máquinas. Esta técnica estima a competência da fabricação.

Neves (2000) salienta a importância do uso da estatística como um meio de assegurar a qualidade ao nível da produção e, consequentemente, ao nível dos produtos obtidos.

> "(…) Na década de 40, o uso da estatística como ferramenta para o controlo da qualidade se consolidou como prática indispensável, principalmente devido às condições impostas pela economia de guerra.
>
> A necessidade de massificar a produção levou a uma inevitável deteorização da qualidade dos produtos. Esse facto obrigou o sistema produtivo a utilizar, em escala sem precedentes, as técnicas estatísticas que já haviam sido desenvolvidas para o controlo dos produtos.
>
> Nesse período, intensivos programas de treinamento, orientados para a utilização destas técnicas. Foram implementados, com o objectivo de: minimizar perdas, reduzir o custo de produção e, principalmente, assegurar a qualidade dos produtos.(…)" (Neves, 2000)

Esta é uma época em que se verifica uma grande evolução no conceito de controlo da qualidade com o surgimento dos gráficos de controlo (criados por A. Shewhart), com o desenvolvimento do sistema de medidas, das ferramentas de controlo estatístico do processo, com normas específicas na área da qualidade.

Desta forma, o uso dos procedimentos estatísticos no controlo da qualidade estavam praticamente implantados nas indústrias do mundo inteiro. E começava também a ser adoptado o controlo da qualidade orientado para os processos, englobando toda a produção, desde o projecto até ao acabamento (Quint, 2000).

No período da pós-guerra deu-se um acontecimento marcante relacionado com a revolução japonesa na área da qualidade.

As origens dessa revolução remontam ao início da década de 50, quando Deming, em missão oficial no Japão, foi convidado a proferir uma série de seminários sobre o controlo estatístico da qualidade, destinados a engenheiros e chefes de produção.

Deming prontificou-se para tal intervenção, mas perseverou em envolver também os gestores de topo dessas mesmas empresas. "A sua experiência com a implementação de técnicas de qualidade dizia-lhe que não era suficiente envolver os trabalhadores da área de produção na aplicação destas técnicas, tinha de envolver também a gestão" (Gomes, 2004).

Os japoneses iniciaram, assim, o desenvolvimento de programas de melhoria da qualidade, através de novas técnicas e sistemas de produção que permitiram atingir "um elevado grau de qualidade, associado a níveis de falhas e de perda ínfimas, medidas em ppm (partes por milhão) aproximando-se, na prática, do ideal de produção, com 'zero erro' " (Lins, 2000), proposto por Crosby em 1957.

Segundo esta teoria, parte-se do princípio de que "o ser humano tem capacidade para executar tarefas sem a incidência de erros, o que está estritamente relacionado com o treino técnico e capacidade psicológica do funcionário. (…)" (Oliveira, 2004; p.5)

Apesar da evolução, durante esse período verifica-se que o foco da qualidade ainda se centra na inspecção do produto.

3.3.3. Era da Garantia da Qualidade

Na era do controlo estatístico existem autores que estabelecem uma classificação mais específica, reconhecendo ainda os "sistemas orientados para a garantia da qualidade" e o "controlo da qualidade orientado para toda a organização" (Oliveira Rocha 2006; p.18).

Também Carvalho e Palladini (2006) referenciam a «era da garantia da qualidade», através de uma classificação temporal proposta por Garvin, considerando-a como uma fase que se seguiu ao controle estatístico do processo, em que o interesse principal se centra na coordenação da qualidade, como um problema a ser resolvido, mas que é enfrentado proactivamente.

Aqui, a visão de qualidade dá ênfase a todo um ciclo de produção, desde o projecto até ao mercado, com a contribuição de todos os grupos funcionais para impedir falhas de qualidade. Os métodos deverão assentar na elaboração de programas e sistemas, devendo haver por parte dos profissionais da qualidade um devido planeamento, medição da qualidade e desenvolvimento dos programas. Conforme salienta Oliveira Rocha (2006, p.18), "o objectivo não é mais o produto final, mas o processo de produção, de forma a melhorar a qualidade do produto e alargá-lo à necessidades dos consumidores".

Os responsáveis pela qualidade deverão ser todos os departamentos com alta administração, não sendo a qualidade "apenas consequência do controlo do produto, mas também do planeamento, do domínio dos processos" (Guimarães, 2006).

3.3.4. Era da Gestão Total da Qualidade

Posteriormente, avançou-se para uma estratégia de administração orientada para a criação de uma consciência de qualidade em todos os processos organizacionais, considerando-se assim a Gestão da Qualidade Total *(*TQM pelas siglas em inglês).

O TQM (*Total Quality Management*), uma nova abordagem das práticas de qualidade, a partir dos anos 80 até aos dias de hoje, tem sido amplamente utilizado em indústria, educação, governo e serviços.

Chama-se «Total» porque tem como objectivo a implicação da empresa inteira, incluindo todos os funcionários e todos os sectores, fornecedores, distribuidores, abrangendo, eventualmente, outros parceiros de negócios.

Segundo Longo (1966), este atributo de totalidade refere-se ainda a um conjunto de seis características ou atributos básicos: a dimensão de **qualidade intrínseca**, e que se refere à capacidade que um determinado produto tem de cumprir os propósitos a ele destinados; a dimensão **custo**, que se relaciona com o equilíbrio entre o valor do serviço ou bem em termos de custo para a organização e em termos de custo para o cliente; na dimensão de **atendimento** deverão ser considerados três parâmetros: o local, prazo e quantidade, demonstrando estes, uma grande importância na produção de bens e prestação de serviços de excelência; a dimensão relacionada com **a moral e segurança** de todos os trabalhadores (clientes internos da organização) também são factores de grande importância na produção de bens e prestação de serviços de excelência, "funcionários desmotivados, mal treinados, inconscientes da importância dos seus papeis na organização não conseguem produzir adequadamente" (Longo, 2006; p.10).

Quanto aos clientes externos, a segurança aparece relacionada ao impacto nos serviços prestados e no meio ambiente em geral; em último lugar, é referenciada a dimensão voltada para a *ética*, representada pelos códigos ou regras de conduta e valores, devendo haver uma valorização, de todos os que se esforçam por seguir os modelos e disposições no sentido de promover os sistemas de qualidade, reflectindo-se essa realidade no funcionamento e evolução do trabalho das organizações.

O TQM deve possibilitar e promover a formação de todos os intervenientes directamente ligados a uma empresa ou instituição, considerando o "seu contínuo desenvolvimento e aprimoramento" (Oliveira, 2004; p.6), a formação deverá incidir em diversas áreas, nomeadamente o planeamento, a organização, o controlo e a liderança, apostando num maior nível de qualificação individual. "Devem-se praticar remunerações justas que motivem os funcionários a buscarem melhora pessoal e profissional, dando-lhes condições de contribuir para os propósitos do sistema da qualidade implantado" (Oliveira, 2004; p.6)

Começando pelas chefias, cada subordinado é participante no processo de qualidade, sendo directamente responsável pela efectivação dos objectivos da empresa ou instituição.

> "(…) A Gestão Total da Qualidade corresponde a uma cultura empresarial onde todos se empenham ao máximo para obter excelência no trabalho, e pressupõe um compromisso individual de cada elemento com vista à produção de resultados com qualidade elevada. As pessoas constituem neste processo o capital mais importante e a importância que lhes é conferida é fundamental para a sua motivação, aumento da criatividade e da produtividade individual. (…)" (Delgado, 1996)

Dado que o cliente constitui a peça chave de todo o processo organizacional da empresa ou instituição, é importante que todas as decisões e tarefas operacionais, "levem em conta as necessidades e expectativas do consumidor e tentem superá-las, para atender ao requisito de satisfazer completamente o cliente" (Oliveira, 2004; p.5).

A Gestão da Qualidade Total deverá "valorizar o ser humano no âmbito das organizações, reconhecendo a sua capacidade de resolver problemas no local e no momento em que ocorrem, e busca permanentemente a perfeição" (Longo, 1996; p.10).

É importante que seja assimilada, por parte de todos, uma filosofia voltada para uma nova maneira de pensar, antes de agir ou de produzir, tendo implicações ao nível de gestão superior, relativamente aos seus modos de liderar, considerando-se ainda como um forma moderna de entender o sucesso das organizações (Longo, 1996).

3.4. Filosofias da Qualidade

Salientaremos, de seguida e de forma muito simples, um aspecto que, embora pouco relevante, nos parece pertinente ao analisarmos o conceito de qualidade e que se prende com as filosofias da qualidade.

Segundo Oliveira Rocha (2006, p.31), são apontadas três filosofias dominantes, referentes à qualidade.

A filosofia americana, a japonesa e a europeia.

A primeira defende, de forma sustentada, a estandardização dos processos e procedimentos, bem como a estandardização no controlo, como função exterior ao processo de produção.

Sendo a estandardização "parte integrante dum movimento de diferenciação orientado para a excelência e a qualidade" (Lucas, 2008), ela garante para as empresas o alcance de níveis mínimos de qualidade.

Desta forma, compete a todos os gestores, líderes e equipas colaboradoras a possibilidade para inovarem e criarem melhores produtos e serviços, melhores ambientes de trabalho e, por conseguinte, melhores resultados que satisfaçam os consumidores, os trabalhadores e os investidores de forma sustentada.

A filosofia japonesa foca-se nos consumidores/clientes em primeiro lugar.

Desta forma assiste-se a uma outra visão do processo de produção, que começa pela auscultação dos clientes. Manifesta-se na "*especificação dos produtos e serviços, os quais são avaliados de forma sistemática, tendo em conta os gostos dos consumidores"* (Oliveira Rocha, 2006; p.31).

A filosofia europeia observa a produção e o fornecimento, através de um sistema designado por Modelo EFQM (European Foundation for Quality Management)

O Modelo de Excelência EFQM, de gestão empresarial, foi introduzido em 1991, e destina-se a permitir a auto-avaliação da qualidade organizacional e a constituir a base de apreciação das candidaturas ao *European Quality Award* (EQA) – Galardão Europeu da Qualidade.

Neste modelo, a EFQM assumiu uma visão que consiste em ajudar a criar organizações europeias fortes, que pratiquem os princípios da Gestão da Qualidade Total, na forma como conduzem os seus negócios e no relacionamento que têm com os seus empregados, accionistas, clientes e com as comunidades onde operam.

O Modelo é constituído por um conjunto de cinco critérios ou modos de fazer, designados de «Factores»; sendo eles a Liderança, a Política e a Estratégia, as Pessoas, as Parcerias e os Recursos, e os Processos.

Apresenta ainda quatro critérios ou metas designados de "Resultados": os Resultados dos Clientes, das Pessoas, da Sociedade e os Resultados Chave de Desempenho.

Cada critério é ainda subdividido em vários sub-critérios, num total de 32 para o conjunto do Modelo.

Figura 5 – Representação esquemática do modelo EFQM – Critérios e respectivos Pesos
http://www.solvay.pt/policyandstrategy/tqm/efqm/0,,1201-5-0,00.htm

Desta forma, os meios condicionam os resultados que por sua vez, depois de analisados, possibilitam novas aprendizagens conduzindo à inovação.

3.5. Implementação da Qualidade

Actualmente, tem-se revelado patente a preocupação com a implementação de sistemas de gestão da qualidade, estejam elas voltadas para os serviços ou para os sistemas produtivos.

A consciencialização para a qualidade e o reconhecimento da sua importância tornaram a certificação de sistemas de gestão da qualidade indispensável para as empresas ou instituições que os adoptaram, revelando estas maior capacidade para enfrentar os desafios e a crescente competitividade resultante dos tempos actuais.

Segundo Mello e Barros (1997), os principais passos e estratégias para a implementação de um programa de qualidade centram-se na busca de um consenso relativamente ao conceito de «visão de futuro», considerando o modo como essa instituição se revê em termos futuros. Nesta fase deverá ser ainda definida a missão da organização, devendo ser estabelecidos caminhos no sentido de garantir a concretização da *visão*.

O segundo passo assenta na sensibilização, relativamente à importância da qualidade, dando esclarecimentos acerca dos compromissos assumidos pela empresa. A este ciclo de palestras ou acções é dado o nome de sensibilização para a qualidade, devendo ser aferidos todos os conceitos e acções ligadas à mesma, nivelando-os a todas as secções ou departamentos.

Segue-se a preparação de toda a hierarquia da empresa, onde estão incluídos os directores, gerentes, chefes, supervisores, funcionários, entre outros, em técnicas de liderança, motivação e comunicação para a qualidade. Segundo os autores, esta actividade ajudará a sustentar o processo de gestão da qualidade da empresa, principalmente no que se refere à administração dos funcionários.

Após todos estes procedimentos, dever-se-ão iniciar as práticas tendo em conta as técnicas e ferramentas da qualidade. O objectivo consiste em facultar instrumentos a todos os intervenientes, no sentido de pôr em prática as acções de melhoria, baseado no trabalho de equipa.

Poderão ser utilizadas como ferramentas da qualidade os histogramas, os diagramas, a análise de Pareto, as cartas de controlo, o *Brainstorming*, entre outras.

Nesta fase é imprescindível implementar uma consciência relativa à participação activa num programa de qualidade e deverá ser feito um trabalho tendo por base actividades do tipo *Kaisan*[41], no sentido de ser estimulada a busca contínua de melhoria.

Accionado todo este processo, deverá ser planeada a aplicação de actividades que se ajustem ao programa de qualidade que está a ser implementado. Poderão para isso ser usadas técnicas de *Benchmarking*[42], para aperfeiçoamento das acções e motivação das equipas.

Depois de alcançados todos estes passos, Mello e Barros (1997) consideram que resta à empresa centrar-se na organização de procedimentos, nas instruções de trabalho, no manual de qualidade e nos registos, aconselhando ao planeamento para a certificação ISO 9000, tendo em conta que "esta acção sobre o sistema da qualidade complementa todo o processo de mobilização e capacitação dos funcionários em direcção à qualidade total" (Mello & Barros; 1997)

Os autores advertem para o facto de que esta estratégia apresentada, se encontra apresentada em traços gerais, devendo ser detalhada e aperfeiçoada conforme as características culturais e necessidades de cada empresa.

> "(…) Para dar início a um programa de qualidade é preciso antes de tudo realizar um plano de acção, com as seguintes informações:
> - Decisão sobre etapas do programa;
> - Definição do público-alvo a ser atingido;
> - Definição da coordenação do programa (consultoria interna ou externa?)
> - Previsão de investimentos;
> - Definição do cronograma, responsabilidade e plano estratégico de acções (…)"
> (Mello & Barros, 1997)

3.6. A Certificação da Qualidade

A Certificação da Qualidade, para além de aumentar a satisfação e a confiança dos clientes, reduzir custos internos, aumentar a produtividade, melhorar a imagem e os processos de forma contínua, possibilita ainda um fácil acesso a novos mercados.

[41] Kaizan – Técnica japonesa que visa proporcionar uma melhoria contínua numa empresa, tornando-a uma eterna fonte de descobertas e melhoramentos. Baseia-se no facto de que nada está bom, apenas ficou melhor.

[42] Benchmarking - Actividade de comparar produtos, serviços, estratégias, processos, operações e procedimentos com líderes reconhecidos para a identificação de oportunidades de melhoria da gestão. O termo indica os "melhores resultados do mundo" de entre as organizações do sector, em determinados itens de controlo. Observa-se actualmente a tendência de se ir além da análise do sector e procurar apresentar um desempenho ainda melhor como referencial. O objectivo do benchmarking é conhecer e, se possível, incorporar o que os outros estão fazendo de melhor.

Segundo alguns autores, "a certificação é apenas um meio de provar que há um sistema de qualidade externamente reconhecido. Mas dentro da empresa, toda a organização, deve orientar-se para a excelência, porque só ela pode conquistar a liderança de mercado." (Teixeira dos Santos, 2000; p.45)

Esta certificação permite avaliar as conformidades determinadas pelas organizações e empresas através de processos internos, garantindo aos clientes/consumidores a uniformização de produtos ou serviços concebidos segundo determinados padrões, procedimentos e normas, oferecendo, assim, melhores garantias de satisfação e, por conseguinte, um maior sucesso.

3.7. As Normas ISO

A *International Organization for Standirzacion* é um organismo internacional das Nações Unidas, por conseguinte não governamental, fundado em 1947 por 25 países. Está sedeado em Genebra.

O seu objectivo principal é a fixação de normas que evitem abusos económicos e/ou tecnológicos por parte dos países mais desenvolvidos. Formulando uma similaridade, a ISO proporciona a todos, indiscriminadamente, o conhecimento das regras do jogo. Desta forma, todos podem jogar, uma vez que as regras (normas) são de conhecimento universal. "De facto, a publicação de uma norma é uma reunião de consensos de várias entidades. A norma visa especificar, unificar e simplificar" (Teixeira dos Santos, 2000; p.43)

As origens das ISO encontram-se no *International Electritechnical Committee* (IEC), fundado em 1916 para criar normas e técnicas destinadas a compatibilizar os interesses entre usuários e fornecedores e nortear contratos comerciais.

O prefixo ISO, utilizado em todas as normas, deriva do prefixo grego *isos* que significa mesmo ou igual.

A norma ISO, série 9000, consiste numa norma *standard*, reconhecida internacionalmente, destinada "ao apoio das organizações, de qualquer tipo e dimensão, na implementação e gestão de sistemas de qualidade eficazes a garantir a qualidade" (Victor, 2005).

A primeira versão da ISO 9000 foi editada em 1987.

> "(…) A mesma aponta directrizes para selecção e uso de uma série de normas sobre sistemas de qualidade, que podem ser utilizadas para gestão de qualidade interna (9004), e para garantia de qualidade externa (9001, 9002, 9003). Destina-se a todas as organizações que procuram bens ou serviços (…)" (Amboni, 2002, p.51)

Na sua essência, a ISO 9000 é uma norma que visa estabelecer critérios para uma adequada gestão do produto a negociar, tendo como foco principal a satisfação dos clientes e consumidores. Para isso a organização precisa de estar totalmente comprometida com a qualidade, desde os cargos mais elevados das direcções aos funcionários ou operadores.

Será necessária uma adequada gestão dos recursos humanos e materiais necessários para as operações dos negócios, bem como a existência de procedimentos, instruções e registos de trabalho, em que deverão ser formalizadas todas as actividades que afectam a qualidade, assim como a devida supervisão dos processos através de indicadores e tomada de acções, quando os objectivos pré-estabelecidos não forem alcançados.

Em 1994, a série seria alvo de uma revisão, porém sem grandes modificações, apenas com uma pequena ampliação e alguns esclarecimentos relativos aos seus requisitos, mantendo a mesma estrutura, ou seja, três normas voltadas para a certificação.

Em Dezembro de 2000, a série foi totalmente revista.

Além das alterações na sua estrutura, passou-se apenas para uma norma promotora da certificação, a ISO 9001:2000.

Esta norma visa apurar a capacidade que uma organização deverá ter para fornecer, de forma consistente, produtos ou serviços com qualidade suficiente para satisfazer os seus clientes, concedendo-lhes especial atenção, identificando as suas necessidades e medindo o seu grau de satisfação; sendo o factor comunicação essencial. Esta preocupação com a satisfação não se deverá cingir apenas aos clientes, mas a todos os trabalhadores e fornecedores dessa organização, bem como a toda a sociedade em geral que, de forma mais ou menos próxima, a ela se encontra ligada (Oliveira Rocha, 2006, p.76).

A norma ISO 9904:2000 fornece recomendações para todas as organizações que pretendam ir além dos requisitos da ISO 9001:2000 e que queiram considerar “tanto a eficiência como a eficácia de um sistema de gestão da qualidade. O objectivo desta norma é a melhoria do desempenho da organização e a satisfação dos clientes e das outras partes interessadas” (Victor, 2005). Apesar de não ser certificável, o modelo de auto-avaliação no anexo da ISO 9004:2000 pode ser utilizado como base para uma avaliação de maturidade.

A ISO 19011:2003 pode ser utilizada pelas organizações que pretendam desenvolver os seus programas de auditorias internas e/ou programas de avaliação de fornecedores, embora a sua aplicação não seja um requisito da ISO 9001:2000. No entanto, para os organismos de certificação, é requerido que sejam seguidas as partes adequadas da ISO 19011 quando realizam auditorias de terceira parte aos sistemas de gestão.

3.8. Ferramentas da Qualidade Total

As ferramentas básicas da qualidade, têm sido amplamente difundidas, porque possibilitam que as pessoas envolvidas no controlo de qualidade possam observar e compreender a razão de muitos problemas, podendo assim determinar mais facilmente soluções para os eliminar.

Assim, as ferramentas da qualidade deverão ser sempre encaradas como um meio para atingir as metas ou objectivos (Yoshinaga 1988).

Os meios, neste caso, poderão corresponder às ferramentas que podem ser usadas para identificar e melhorar a qualidade, enquanto que as metas se referem aonde queremos chegar.

A finalidade das ferramentas da qualidade consiste em eliminar ou reduzir as fontes de variação controláveis em produtos e serviços.

As sete ferramentas clássicas, utilizadas na implementação das práticas de qualidade total, contemplam os Diagrama de Pareto, os Diagramas de Causa-Efeito, os Diagramas de Dispersão, os Histogramas, os Fluxogramas, as Folhas de recolha de dados e as Cartas de Controlo.

(Ver mais especificamente as ferramentas básicas da qualidade em Anexo III, no Volume II)

3.9. Qualidade e Satisfação do Cliente

Nas décadas de 80 e 90, cresceu no meio empresarial a consciência de que tão ou mais importante do que produzir com qualidade é oferecer ao cliente o que ele deseja, é atender às suas necessidades.

Assim como o «parceiro» mais importante do negócio passou a ser o foco das atenções, atender às expectativas do cliente e, se possível, superar essas expectativas passou a ser a política dos negócios de sucesso (Neves & Neves, 2000; p.13). Mais do que procurar uma definição concreta de qualidade, existem determinados princípios a ela inerentes que não poderão ser ignorados. Por exemplo, é importante que a qualidade se oriente no sentido da satisfação dos clientes, pois “clientes satisfeitos são clientes fiéis e só com uma base de clientes fiéis se garante uma posição confortável no mercado” (Fernandes, 2000; p.32).

É relevante reconhecer ainda que um cliente satisfeito poderá elogiar o facto até três pessoas, enquanto que, se apresentar insatisfação, normalmente não reclama mas irá

comentar certamente o facto com outros, podendo divulgar a sua insatisfação até a um número de onze pessoas. Esse cliente "não voltará mais" (Mello & Barros, 1997; p.4).

Ao ser atingida a meta de se conseguir uma base confortável de clientes fiéis, é necessário repensar a forma de melhorar essa oferta de produtos e serviços no sentido de que as expectativas do cliente sejam superadas.

É importante ter ainda a consciência de que a qualidade implica uma melhoria contínua, sendo um processo cíclico e progressivo que nunca se completa (Fernandes, 2000). A qualidade deverá implicar ainda o cuidado de se fazer certo o que foi combinado com um dado cliente, facultando-lhe um produto ou serviço adequado para o seu uso. Sempre que o cliente fica satisfeito com o produto ou serviço, a qualidade foi alcançada (Mello & Barros, 1997).

O facto de se ignorar essa realidade poderá conduzir a procedimentos e custos desnecessários, conforme ilustra o esquema seguinte, apresentado por Fernandes (2004), relativamente à implementação de um produto que diz respeito à criação de sistemas informáticos.

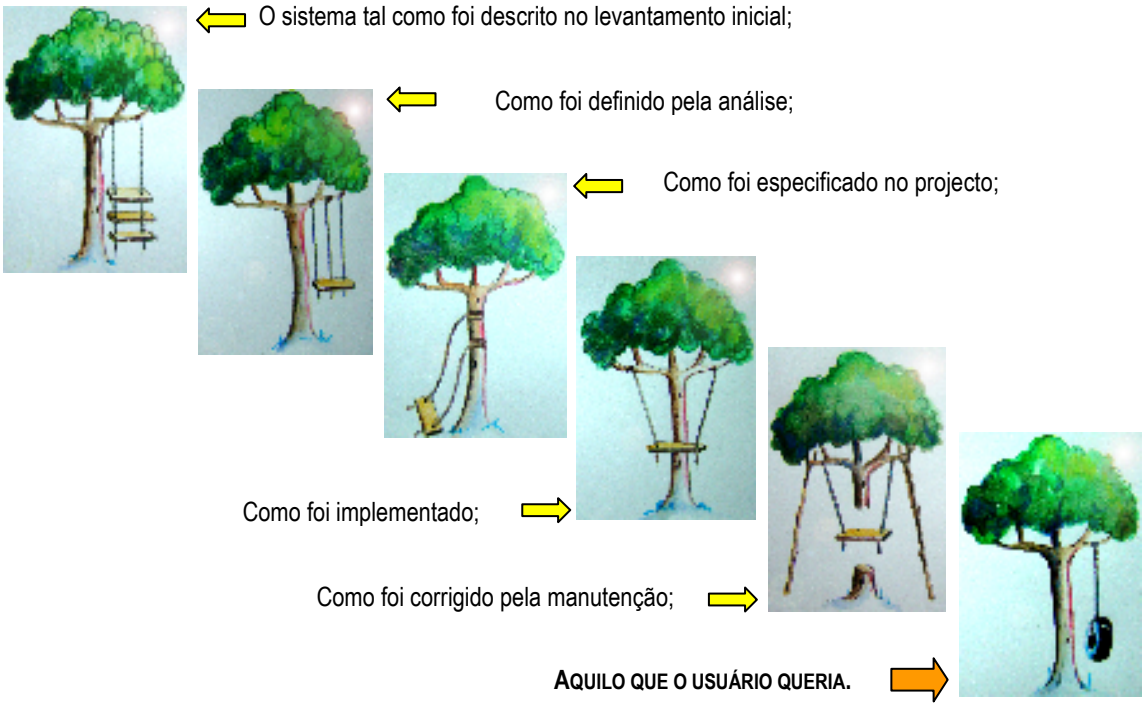


Figura 6 – O Problema da Qualidade na Informática,
As Fases do Desenvolvimento de Sistemas.
(ADAPTADO) - Fernandes, Jorge, 2004 , QUALIDADE EM ENGENHARIA DE SOFTWARE

Segundo Delgado (1996), no processo do aumento global da Qualidade que se tem feito sentir mais intensivamente nas duas últimas décadas, os consumidores têm tido um papel fundamental.

Um estudo efectuado pela Sociedade Americana para o Controlo da Qualidade revelou que a Performance/Desempenho, a Durabilidade, a Facilidade de utilização e fiabilidade do serviço de assistência pós venda, o Preço, o Design e a Marca, são factores determinantes que as pessoas consideram mais importantes quando compram um produto, notando-se assim que as pessoas, muitas vezes, não se importam de pagar mais quando se apercebem que um determinado produto tem mais qualidade (Delgado, 1996).

O mesmo autor refere ainda que esse mesmo estudo aponta para a amabilidade/simpatia, a prontidão/disponibilidade, o sentido básico de que as suas necessidades foram satisfeitas, a atitude de quem presta o serviço, como factores que contribuem para uma maior qualidade para a área dos serviços.

Actualmente, as empresas concentram-se nos clientes de uma forma considerada há algum tempo como impensável ou impossível. A importância de se ir mais além do que o simples objectivo de um cliente satisfeito, para um cliente leal ou encantado, tem sido demonstrado por inúmeras empresas ou instituições (Godfrey 1996).

Segundo as pesquisas deste mesmo autor, algumas desenvolveram modelos estatísticos para perceber o comportamento do cliente como uma função da satisfação de clientes. Essas empresas ou instituições descobriram que um cliente encantado está cinco vezes mais inclinado a adquirir outros produtos financeiros do que um cliente meramente satisfeito. Mais importante ainda, esses clientes encantados terão quatro vezes menos probabilidades de as deixar quando comparados aos clientes simplesmente satisfeitos. Houve alguma surpresa ao constatar que existe uma diferença muito ténue entre os clientes que se encontram satisfeitos e aqueles que são neutros ou mesmo insatisfeitos. Por outro lado, os clientes muito satisfeitos, ou até mesmo os encantados, são os verdadeiros fornecedores de lucros, os leais.

O autor salienta ainda as parcerias com clientes no sentido em que, muitas vezes, são eles a dar novas ideias para a concepção de novos produtos, trabalhando assim em parceria com as instituições ou empresas.

Para Sam Walton, um famoso empresário norte-americano, a qualidade significa “dar aos clientes aquilo que eles querem”. Ele próprio tentava colocar-se na posição dos clientes para perceber essa realidade.

> "(…) Se nos pusermos no lugar do cliente, constatamos que queremos tudo: uma ampla variedade de mercadoria de boa qualidade; os preços mais baixos possíveis; satisfação garantida naquilo que compramos; um serviço eficiente e simpático; horários convenientes; estacionamento gratuito; e uma experiência de compras agradável. (…)" Sam Walton, 1992, Made in América.

3.10 - Qualidade e Avaliação

A atitude inerente à avaliação é intrínseca ao ser humano. As comparações são inevitáveis, embora seja necessário ter em mente que avaliar, por si só, não nos leva a nada. "É necessário avaliarmos para que os resultados obtidos sejam utilizados como importantes *feedbacks,* que sirvam de retro alimentação para todo o processo. A avaliação não pode ser um fim em si mesma, pois esvaziaria a sua relevância" (Pereira, 2006; p.228)

A avaliação aponta para o auto-conhecimento de uma dada empresa ou instituição tendo por objectivo, auxiliá-la a monitorizar o seu próprio desempenho, de forma a alcançar um nível de excelência no que diz respeito à sua gestão, constituindo-se, portanto, num instrumento adequado à consecução de resultados e supervisão do processo para uma correcta implementação da Gestão da Qualidade.

3.10.1. Estrutura Comum de Avaliação (CAF)

A CAF "consiste numa ferramenta que foi construída para ajudar as administrações públicas da União Europeia a utilizar as técnicas de gestão da qualidade de modo a melhorarem o respectivo desempenho. Trata-se de uma ferramenta simples de fácil utilização que permite a auto-avaliação das organizações públicas" (Victor, 2005; p.3).

Esta ferramenta que em português se designa "estrutura comum de avaliação" apresenta, segundo os autores Saraiva, Alas e Nogueiro (2007; p.3173), algumas vantagens ao ser aplicada aos serviços da administração pública com vista à melhoria do sistema de gestão; à melhoria do conhecimento real da instituição, dos seus pontos fortes e fracos; à partilha de informação; à criação de indicadores de controlo da qualidade; à definição de orientações estratégicas a nível institucional; à sistematização de tarefas e compreensão da sua importância no contexto da organização e ao aumento da sensibilização para as questões da qualidade.

Uma outra vantagem consiste na gratuitidade desse instrumento que qualquer organização pode adoptar sem pedir autorização ou pagar quaisquer taxas de utilização como acontece, por exemplo, com as normas ISO.

Portanto, sendo gratuito possibilita um fácil acesso a qualquer organização que não tenha verbas disponíveis para dispêndios. Implica algum empenho da parte das pessoas, sobretudo da liderança, no sentido de conhecerem e dominarem essa ferramenta (Ferreira, 2005).

A CAF assume-se, assim, com três objectivos principais que consistem em servir como instrumento para os gestores públicos que queiram melhorar o desempenho dos organismos que dirigem; servir de «ponte» entre os vários modelos utilizados na gestão da qualidade pelas administrações públicas da UE; e, finalmente, "permitir a realização do *Benchmarking* entre as várias organizações públicas" (Oliveira Rocha, 2006; p.86).

Desta forma, a CAF apresenta ainda uma visão que mostra que "toda a qualidade é mensurável e pode ser aumentada, através da reflexão crítica e envolvimento de todas as pessoas da organização. Valoriza o aprendizado através do erro. Favorece a mudança e inovação. Promove a gestão criativa dos conflitos. Permite a monitorização permanente do sistema e o controlo dos processos e resultados" (Victor, 2005; p.2).

Foram adoptados nove critérios: cinco correspondem a critérios de meios referentes àquilo que a organização faz, ou seja, ao modo como a organização desenvolve as suas actividades chave, e quatro a critérios de resultados, relacionados com os resultados que estão a ser alcançados pela organização.

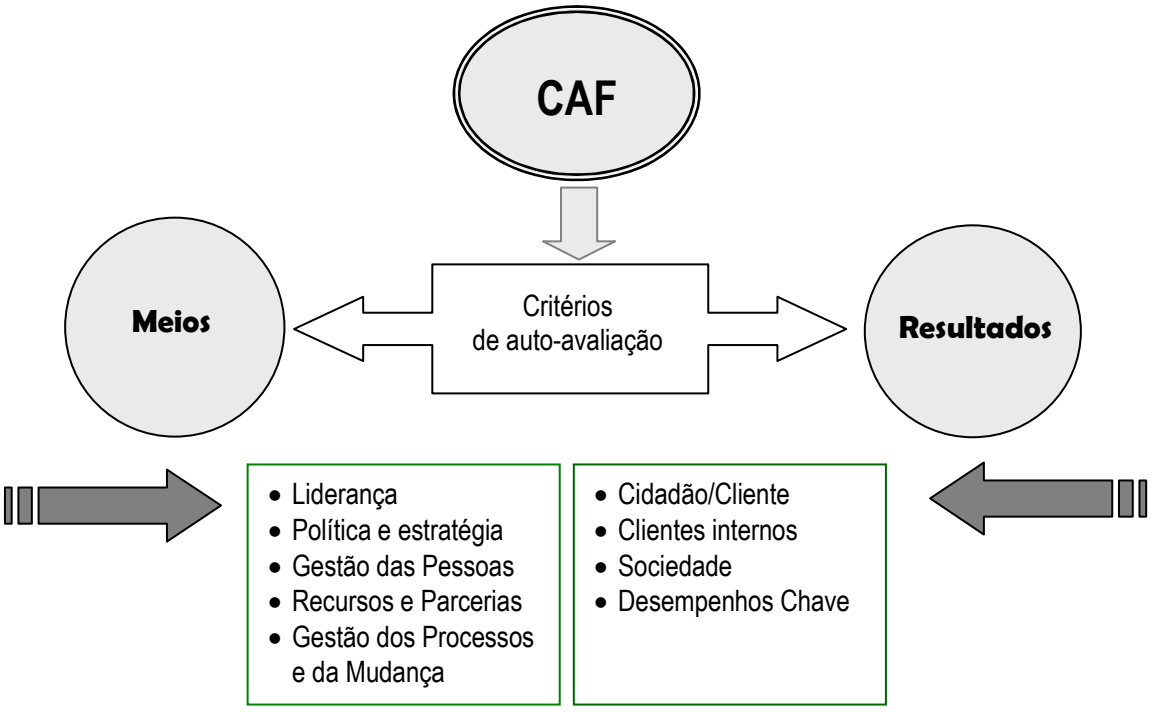


Figura 7 – Critérios da Estrutura Comum de Avaliação (CAF)

Tendo sido criada para ser utilizada por todos os sectores da administração pública, bem como pelos diversos níveis de administração nacional, regional e local, a CAF pode também ser utilizada em diversas circunstâncias, designadamente como parte de um programa de reforma ou como ponto de partida para a melhoria contínua de uma dada organização.

Em determinadas situações, e sobretudo em grandes organismos, a auto-avaliação também pode ser levada a cabo apenas numa parte da organização, por exemplo num departamento ou divisão seleccionada para o efeito.

3.11. Os Custos da Qualidade

Conforme é referido por alguns autores, os verdadeiros custos não provêm da qualidade, mas sim da não qualidade (Delgado 1996)

Apesar de poderem parecer elevados, os custos de implementação de um sistema de qualidade irão conduzir a uma diminuição de custos de produção e, por conseguinte, favorecer o aumento da produtividade. Em muitos casos basta apenas reformular o processo e métodos de trabalho para que sejam economizados custos que pareciam fixos (Delgado, 1996).

Realçando o aspecto ligado aos custos da qualidade, “nem sempre esses custos estão associados à obtenção de bens e serviços. Assim, esses custos são, na verdade, gastos com a qualidade, seja para obtê-la ou em função de resultado negativo pela falta dela” (Rotondaro, 2006). Apesar de tudo, todo o processo deverá apostar numa melhoria contínua.

A gestão dos custos da não qualidade não é um ciclo finito de operações. Uma vez atingidos os resultados esperados, uma dada equipa deverá reavaliar as medidas de custos e custos da não qualidade dos processos e partir para um novo ciclo de melhorias. Novas metas devem ser estabelecidas para o aperfeiçoamento contínuo do processo. Da mesma forma, novas equipas podem ser formadas para novos projectos em outros processos (Coral, 1996).

Os custos da qualidade poderão ser classificados segundo três aspectos que se prendem com os custos da prevenção, custos da avaliação e custos de falhas.

Os custos da prevenção desempenham um papel muito importante, uma vez que se apostou em determinados procedimentos, com a finalidade de evitar problemas: assim, os custos associados aos programas de Manutenção Preventiva bem estruturados têm um alto impacto na redução dos custos de exploração e no aumento da Qualidade (Delgado 2006). Estes custos visam prevenir a falta de qualidade em produtos e serviços. “Geralmente esses

gastos são menores que as perdas com falhas mas são essenciais para evitar que estas ocorram" (Rotondaro, 2006)

Os custos de avaliação dizem respeito à verificação do nível de qualidade obtido por um determinado produto, considerando os custos relativos às inspecções e aos ensaios requeridos para garantir que esse produto esteja em conformidade com as especificações e os requisitos do desempenho, tendo em conta as exigências do cliente (Rotondaro, 2006).

Os custos das falhas subdividem-se em falhas de controlo internas, considerando-se os custos resultantes das falhas ocorridas no ambiente interno das indústrias antes de serem transferidos para o cliente, nomeadamente erros, defeitos ou anomalias de produção, entre outros. E falhas de controlo externas, como sendo aquelas que se verificam depois dos produtos terem sido transferidos para o cliente, ou seja, são falhas que se encontram no ambiente externo da fábrica tais como a assistência técnica, as garantias e devoluções, a investigação das reclamações dos clientes, as substituições, entre outras (Delgado 2006).

Esta ineficiência tanto ao nível interno como externo é considerada de "custos da não qualidade", os quais são incomparavelmente maiores do que os que asseguram a qualidade (Teixeira dos Santos, 2000; p.48).

Delgado (1996) refere que, quando se pretende diminuir os custos da não qualidade, deverá haver uma sensibilização de todas as pessoas envolvidas de forma a solucionar os problemas e as suas possíveis causas; é importante criar em todos os intervenientes o desejo de resolução mútua do problema; deverão ser lançadas acções correctivas; deverá haver um acompanhamento da evolução e dos resultados dessas acções; deverá, ainda, ser avaliado o impacto das medidas e divulgar os seus resultados, para que todos se sintam co-autores dessas melhorias.

Deverá, de certa forma, ser dado ênfase ao papel das pessoas, pois são elas o factor crucial para o sucesso de qualquer política de melhoria.

Assim, é importante uma postura atenta por parte de quem presta um determinado serviço, pois é-lhe associada a perda de clientes ou usuários, constituindo esta a maior de todas as perdas.

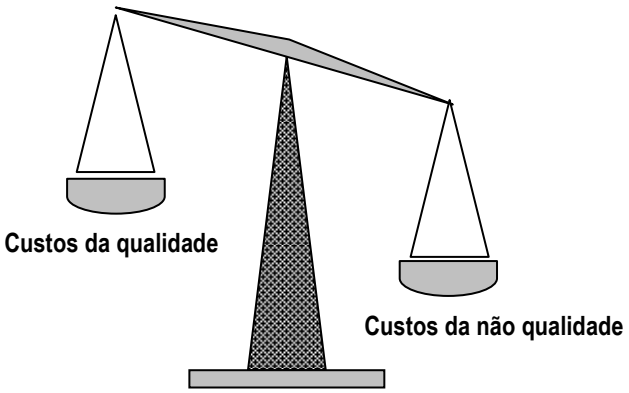


Figura 8 – Custos da qualidade e não qualidade (Teixeira dos Santos, 2000, p.49)

4. Considerações Finais

Observámos que a Museologia se assume, também, como um recurso à comunicação devendo ser consideradas três dimensões, sendo elas a transmissão de informação, a educação pela imagem e a necessidade de existirem recursos que ajudem à comunicação através de um novo olhar. Tendo em linha de conta esta última, o museu deve assim ser um construtor do dia-a-dia, gerando no visitante uma possibilidade de diálogo e parceria.

O reconhecimento de outras esferas de actuação, nomeadamente os conceitos de Gestão de Qualidade (aplicados desde há muito às empresas), têm vindo a suscitar interesse relativamente à sua aplicação em novas áreas, designadamente os museus. Estes conceitos de Qualidade e as suas ferramentas irão contribuir certamente para uma mudança profícua relativamente aos modos de organização e de actuação das instituições numa perspectiva do indivíduo.

Quando uma instituição inicia um processo de qualidade nunca o terminará, e o caminho que irá percorrer é sempre maior do que a distância que já percorreu.

Todavia, essa instituição sabe, à partida, que se trata de uma «estrada certa». O caminho de uma instituição poderá não ser o caminho de outra, pois cada organização deverá ajustar o processo de melhoria às suas necessidades. No entanto, e apesar das diferenças nos rumos que seguirem, torna-se importante que se promovam através da partilha. Esses *modus operandi,* numa operação de *benchmarking,* deverão seguir no sentido de uma avaliação relativa do impacto dos museus na sociedade e com o objectivo da criação e desenvolvimento de uma linguagem comum que permita comparar sem preconceitos, incentivando a uma maior transparência nas instituições (Victor, 2008, p.140).

Segundo Furtado (2006), não há modelo ideal ou padrão que se deva seguir. O que existe são modelos que se adaptam às necessidades da organização e, ao mesmo tempo, estão alinhados com os seus aspectos culturais. É preciso que ao nível dos corpos gerentes haja uma capacitação no que consiste em identificar o melhor caminho para a busca da melhoria dos processos e produtos e, por conseguinte, dos resultados.

Crê-se, no entanto, que se verificam diversos pontos comuns entre todas as organizações e o caminho que uma instituição poderá percorrer pode ser seguido, com algumas adaptações, por outras instituições. São, assim, excluídos os primeiros anseios e os diversos obstáculos que podem surgir ao longo desse caminho (Saraiva, Alas & Nogueiro, 2007, p.3173.)

O museu, querendo ser inclusivo e optando pela Qualidade, deverá estar aberto à participação e à mudança. Terá de assumir uma postura optimista, envolvendo a

comunidade interna, que aí trabalha, e a comunidade externa, constituída pelo público em geral.

Conforme salienta Victor[43] (2005), "O Museu assim perspectivado (considerando o indivíduo) é ele mesmo um dos processos-chave no planeamento estratégico da comunidade em que está inserido e é, essencialmente, nessa dimensão que se efectiva a sua própria Qualidade."

O museu inspirador, que pretende ser um elemento de referência, útil e com um sentido existencial centralizador de sensações e memórias, revela-se também, quando voltado para o indivíduo, um museu inspirado. Isso porque o museu também precisa de inspiração para o melhoramento e alargamento das suas ofertas, aprimorando o seu sentido de missão junto da sociedade. O museu precisa, inevitavelmente, das pessoas e dos públicos. Precisa de se inspirar nos mesmos, nas suas histórias, experiências, no seu modo de sentir e de ver «como olhos de ver».

Inspirado no indivíduo e nas percepções deste, mais facilmente passará a fazer parte da sua vida e do seu dia-a-dia, tornando-se actualizado, numa frente de vanguarda. É neste campo que joga o processo de participação, "numa relação de intensidade que tem a ver com profundidade, perfeição e criação, implicando mais para o «ser» do que para o «ter»" (Demo, 1999; p. 11)

A relação entre a Escola e o Museu constitui um factor determinante na abertura dos horizontes culturais das crianças e adolescentes e, consequentemente, na promoção de um maior sucesso escolar.

Os princípios e valores orientadores do Currículo Nacional do Ensino Básico e o estabelecimento de competências essenciais, a adquirir pelos alunos no seu percurso pelo ensino básico, prevêem uma participação activa da escola na sua relação com o meio, com as suas raízes e o seu património. Efectivamente a Escola deverá ser, por um lado, impulsionadora do contacto com diferentes realidades e, por outro, motor do conhecimento do meio envolvente, das realidades a ele inerentes, participando conjuntamente com outros actores de forma a enriquecer as aprendizagens e os valores a transmitir aos alunos.

A construção e a tomada de consciência da identidade pessoal e social, a participação na vida cívica de forma livre, responsável, solidária e crítica, e o respeito e a valorização da diversidade dos indivíduos e dos grupos quanto às suas pertenças e opções são competências que a escola deverá garantir para o desenvolvimento dos alunos durante a sua passagem pelo Ensino Básico.

[43] VICTOR, Isabel (2005), Os Museus e a Qualidade. Como distinguir entre Museus com "qualidades" e a Qualidade em Museus.

A par da Escola, os museus deverão desempenhar, à sua maneira, um papel de afirmação, no que diz respeito à educação das comunidades onde se encontram inseridos, e dos públicos em geral, numa perspectiva de «museu integrado», em que a sua acção se encontra voltada para as pessoas, numa acção de dualidade, através de uma abertura às suas opiniões e críticas.

A união de esforços entre o Museu e a Escola, no sentido de uma actuação simultânea e recíproca, junto dos públicos mais jovens, atendendo a uma maior qualidade como um processo de construção e participação colectiva e, desta forma, produzir-se-á, a devido tempo, um efeito de *feedback* que interessa às instituições Museu e Escola.

A Qualidade manifestar-se-á, assim, através de uma questão resultante da competência humana, implicando "consciência crítica e capacidade de acção, saber e mudar. Diante da sociedade pode ser resumida em dois desafios principais: o construtivismo e o participativo" (Demo, 1999; p.19).

Esta tomada de consciência irá, por seu lado e de forma óbvia, apurar a visão e actuação tanto dos museus como das escolas, numa perspectiva de melhoria, colmatando equívocos e práticas menos adequadas ou obsoletas, abrindo-se até para "o princípio elementar do aprendizado do erro que pressupõe abrir-se a novos modelos de participação/acção/avaliação, em prol da melhoria contínua e da mudança" (Victor, 2008; p.143).

Muitas das crianças e adolescentes entram pela primeira vez num museu com as suas escolas sendo este, muitas vezes, o seu primeiro contacto com estas instituições. Estas experiências representam um assimilar de conceitos que se reflectirão positivamente na sua vida adulta, produzindo frutos dos quais ainda não conhecemos o sabor, mas que certamente os tornará mais atentos, sensíveis e participativos. Uma relação sólida entre Escola e Museu permitirá uma aprendizagem baseada no diálogo, conducente "ao acto criativo e à procura pela originalidade" (Ornelas, 2008; p.12).

Paralelamente a todas estas problemáticas, destaca-se o universo colateral do virtual que, não podendo passar à margem destas realidades, deverá ser reconhecido e explorado devido ao seu potencial.

As solicitações da realidade actual exigem uma necessidade de mudanças rápidas e constantes, às quais a sociedade não pode ficar alheia. Nunca a afirmação "Informação é poder" foi tão significativa. Com o advento das novas Tecnologias de Informação e Comunicação, tornaram-se emergentes um novo olhar e uma outra leitura do mundo. Ao usarmos a tecnologia com o intuito de redimensionar valores humanos, aprofundam-se as habilidades de pensamento.

O foco da questão não está propriamente no uso da tecnologia, mas em como utilizá-la para o crescimento individual e colectivo. Este crescimento deve estar em consonância com o desenvolvimento da autonomia e da criatividade do ser humano. Existe, pois, a necessidade de aliar o conhecimento e desenvolvimento tecnológico com o desenvolvimento social, criando uma realidade contemporânea orientada para o princípio da participação activa e da modernidade.

As novas tecnologias da multimédia e da engenharia de *software* permitem criar novos tipos de materiais pedagógicos, enquanto a Internet proporciona a infra-estrutura para a comunicação e para a colaboração *on-line*.

A educação à distância vem sendo cada vez mais concebida como um dos recursos indispensáveis para enfrentar os grandes desafios do campo educacional no mundo inteiro. As vantagens proporcionadas pelo *software* colaborativo deixam-nos sonhar com um sistema acessível e, ao mesmo tempo, suficientemente flexível, que permita a adequação individual.

Muito mais do que quebrar a distância, o *software* colaborativo e consequentemente o desenvolvimento tecnológico têm a oportunidade de protagonizar uma nova forma de ensinar e aprender.

Sendo evidente uma dinâmica em termos de mudança social, cultural e económica a nível global, logo a consequência imediata é ou deve ser a adaptação de todos a esta realidade, para que sejamos intervenientes activos na sociedade.

As novas Tecnologias de Informação e Comunicação estão a possibilitar e a contribuir em muito para a globalização, ou mundialização, traduzindo pois a crescente interligação e interdependência entre as nações em resultado da liberalização dos fluxos internacionais de comércio, de capitais, de tecnologias, de informação e do aumento crescente da mobilidade entre os seres humanos.

Desta forma, deparamo-nos com mais um trunfo, promotor da disseminação, facilitador da percepção e gerador de participação.

Sem pretender «endeusar» o poder das novas tecnologias, é importante saber usufruir das mesmas, avaliando a forma como se poderão traduzir numa mais-valia para as instituições, por um lado, e, por outro, incitar e investir na educação das pessoas em geral uma correcta utilização desses meios, "dos modos como se processa a circulação de informação, dos interesses daqueles que a alimentam, das suas limitações, do relativismo que os caracterizam" (Neto, 2006; p.136).

"O mundo está cheio de respostas. O que demora é o tempo das perguntas."
José Saramago, Memorial do Convento (1982)

CAPÍTULO II – METODOLOGIA

CAPÍTULO II – METODOLOGIA

1. Métodos e Procedimentos

Depois de termos definido e equacionado a problemática do nosso estudo, assim como a exposição, segundo uma vertente geral e específica, dos objectivos a alcançar, passando pela análise da sua relevância, tendo ainda em conta, a fundamentação teórica que sustentará todo o estudo, avançaremos para uma próxima fase que visa caracterizar os métodos e procedimentos utilizados. Trata-se de uma etapa que se traduz num plano de investigação que "representa o elemento organizativo e o esquema global de orientação dos trabalhos, indicando o que fazer e quando fazer, bem como vários outros aspectos a considerar no momento da recolha e tratamento de dados" (Almeida & Freire 1997, p.71)

Assim serão seguidamente expostos, de forma específica, a classificação da investigação, bem como os métodos utilizados para a construção teórica atrás apresentada, que irão sustentar o estudo.

Serão também expostos os métodos e procedimentos concernentes aos inquéritos por entrevista que serão apresentados mais à frente.

Serão apresentados ainda todos os procedimentos relativos à criação da disciplina «Gestão da Qualidade em Museus», objecto principal e razão de ser do nosso estudo, desde a sua planificação à sua concepção, considerando todas as etapas que foram necessárias para essa concretização.

Resultado de uma dessas etapas, surgiu a necessidade de nos concentrarmos num breve estudo de carácter exploratório, relacionado com os *sites* dos museus, tendo em conta aspectos da qualidade na perspectiva do utilizador.

Conforme já referimos anteriormente, este é um estudo de carácter exploratório.

Gil (1999, p.43) afirma que as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planeamento.

Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso.

Procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de colecta de dados não são costumeiramente aplicados nestas pesquisas. Pesquisas exploratórias são

desenvolvidas com o objectivo de proporcionar uma visão geral de tipo aproximativo acerca de determinado facto.

Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

O estudo de caso exploratório é uma espécie de estudo piloto que pode ser feito para testar as perguntas norteadoras do projecto, hipóteses e principalmente os instrumentos e procedimentos. Concluindo o estudo exploratório, haverá perguntas que serão modificadas, retiradas ou acrescentadas, instrumentos que serão refinados, ou hipóteses que serão reformuladas com base no que funcionou ou deixou de funcionar. Mesmo sendo exploratório, haverá um planeamento cuidadoso, o mais detalhado possível, para que não haja desperdício de tempo, nem do pesquisador nem dos sujeitos envolvidos. (Leffa, 2006, p.24)

Por outro lado, as pesquisas exploratórias deverão ter como papel principal "a finalidade de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista, a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores" (Gil, 1999, p.43).

Um estudo de caso exploratório traduz-se ainda, segundo Leffa (2006, p.24), por "uma espécie de estudo piloto que pode ser feito para testar as perguntas norteadoras do projecto, hipóteses e principalmente os instrumentos e procedimentos".

2. Pesquisa Documental

A pesquisa documental "visa seleccionar tratar e interpretar informação bruta existente em suportes estáveis (*scripto*, áudio, vídeo e informo) com vista a dela extrair algum sentido" (Carmo e Ferreira, 1998)

N. Braga (2005) salienta que qualquer que seja o documento ou a sua natureza, este não é "lugar de pureza" (até um documento escrito poderá carecer de veracidade). Está impregnado por uma determinada visão de uma dada época, sofrendo assim influências sociais, económicas, políticas e até religiosas. Logo, o documento não é puro, competindo ao historiador ou investigador lapidar a verdade, tentando discernir o verdadeiro sentido num dado contexto e trazer «à tona» os acontecimentos através de uma rigorosa análise crítica.

No âmbito do nosso estudo, a nossa pesquisa documental derivou de dois tipos de fontes documentais. Um primeiro tipo, relacionado com uma recolha bibliográfica específica, tanto ao nível das temáticas assim como das metodologias a serem desenvolvidas.

Desta forma, e depois de ter sido feita uma leitura atenta de um dado conjunto de elementos bibliográficos, devidamente referenciados na bibliografia, fizeram-se anotações em fichas bibliográficas e compararam-se os diversos pontos de vista dos vários autores relativamente às diversas áreas constituintes deste estudo, tendo em vista a adequada fundamentação do mesmo.

O segundo tipo de fonte prende-se com uma pesquisa documental feita através da Internet, tendo em conta os artigos e estudos disponibilizados.

Estamos conscientes da dimensão da Internet, dos modos como se processa a circulação de informação, dos interesses daqueles que a alimentam, das suas limitações, do relativismo que a caracteriza, entre outros aspectos. Achamos deveras pertinente muita da informação aí disponibilizada, muito embora tenha sido necessário da nossa parte um especial cuidado na selecção dessa mesma informação.

Michel Elie, responsável pelo *Observatoire des Usages d'Internet*, constata, citando Henno (2003), que "o processo de navegação na Internet exige uma triagem e síntese da informação obtida, sob pena de 'um amplificador de saber-fazer e de inteligência' se tornar instrumento de 'malevolência e idiotice'". Não podemos esquecer os riscos inerentes à imprecisão, inexactidão ou até superficialidade ou falta de rigor científico, caracterizadores dessa mesma informação. Para além disso, factores de credibilidade das fontes também foram tidos em conta, sendo essencial um especial sentido crítico relativo à informação disponibilizada, confrontando-a e cruzando-a com outras fontes informativas.

A este respeito é importante referir que tivemos em conta algumas advertências, referenciadas por Neto (2006, p.140), na análise dessas mesmas fontes quanto ao seu grau de fiabilidade. Como referência para essa mesma análise, encarámos três critérios: a autoridade, a correcção/exactidão e a actualidade.

Relativamente ao critério da autoridade, é de grande importância verificar a identificação do autor responsável pela página ou pelo artigo a consultar, assim como as suas qualificações que lhe conferem autoridade para a exposição do tema em causa.

Quanto ao critério da correcção exactidão, tivemos em conta o facto de que toda a informação apresentada se considere como factual, devendo a mesma ser comprovada numa outra fonte. A falta de referências quanto às fontes foi factor que nos impossibilitou utilizar essa informação.

O critério relacionado com a actualidade também se revela um factor importante na medida em que facilmente uma página da Internet fica desactualizada. Neste sentido é importante termos a indicação que o conteúdo da mesma seja actual.

3. Pesquisa de Campo

A nossa pesquisa de campo consistiu na elaboração de duas entrevistas com o objectivo de recolher informações relacionadas com o E-Learning e as suas aplicações práticas, tendo em conta o contexto educativo, a formação de comunidades virtuais e a sua aplicação a novos contextos. Neste caso, considerou-se a criação de uma comunidade virtual no âmbito da Museologia. Por outro lado, relativamente a uma outra entrevista, tínhamos por objectivo verificar a importância de outros tipos de recurso, nomeadamente os blogues, que se apresentam neste caso na mesma linha de actuação, tendo em conta a sua potencial eficácia em termos de disseminação das práticas e da acção museológica.

Este método revelou-se adequado uma vez que nos permitiu perceber como é que os entrevistados actuam nas suas práticas, e possibilitou-nos efectuar uma análise mais específica, reconstituindo um processo de acção tendo em conta as suas experiências.

Para além das entrevistas recorremos também ao inquérito por questionário, aplicado a quatro turmas de segundo ciclo e a todos os professores do Agrupamento de Escolas de Samora Correia, com o objectivo de averiguar qual é a percepção que a escola tem de museu, conforme iremos expor mais à frente.

4. O Inquérito por Entrevista

Segundo Braga (2005), a entrevista é um momento chave na construção de uma relação sólida e consistente, e que deve ser marcada com determinada antecedência para colocar o entrevistado, de certa forma, o mais «à vontade» possível. O ambiente onde ocorre assinala-se assim de grande importância, pois o entrevistado vai dando novas pistas ao longo do processo expositivo, indicando eventualmente novas fontes, outras pessoas, que poderão ser de alguma forma referenciais, visto estarem a ser por ele evidenciados, o que poderá conduzir a uma nova sucessão de caminhos que importa considerar.

A entrevista não deverá demorar mais de duas horas.

O investigador, numa entrevista, não deverá assumir um comportamento jornalístico (cortando a conversa, conduzindo a conversa ou até mesmo «colocando na boca» do entrevistado o que este não disse ou não pretendia dizer…)

Compete ao entrevistador uma clara delicadeza, tacto e ética entre o que regista e o que transmite. É preciso que seja criada uma estreita relação entre ética, confiança e respeito para com o entrevistado. Dessa relação poderá o entrevistador ter tudo ou não ter nada.

A posição do entrevistador deverá, assim, ser mais de escuta do que de fala.

Tinoco (2005) refere que em todo este processo da entrevista, o papel do investigador torna-se decisivo, cabendo-lhe delimitar o universo, definir o alcance e definir a natureza do material existente e sobre o qual se pretende obter e registar a informação.

O autor considera ainda que o contacto inicial com os entrevistados também se revela de grande importância, devendo ser-lhes explicados os objectivos da entrevista (vampirismo) e fazer com que o actor participe e se integre no projecto. Parte-se de seguida para a recolha dos depoimentos.

Quer esta seja feita através de som e/ou imagem é necessário ter testado os materiais prevendo alguma eventual falha técnica.

O objectivo de utilizarmos o método da entrevista como técnica de investigação, foi o de obtermos informações que nos permitissem extrair "elementos de reflexão ricos e matizados" (Quivy e Campenhoudt, 1992; p.192), inerentes ao tema que pretendemos estudar. Assim, a utilização deste instrumento constitui apenas o início de um percurso, onde procuramos diagnosticar dados pertinentes que possam enriquecer o nosso estudo e contribuir para um maior rigor do mesmo.

Neste sentido, e considerando a entrevista como uma "conversa intencional, geralmente entre duas pessoas, embora por vezes possa envolver mais pessoas, dirigida por uma das pessoas, com o objectivo de obter informações sobre a outra" (Bogdan e Biklen, 1994; p.134), este método permitiu-nos, desde logo, obter um conjunto de informações concretas a nível de testemunhos, percepções e interpretações, respeitando ao mesmo tempo a linguagem e as categorias mentais do entrevistado.

4.1. Procedimentos (Tratamento dos dados recolhidos nas Entrevistas)

Optámos pela entrevista semi-directa, "no sentido em que não é inteiramente aberta nem encaminhada por um grande número de perguntas precisas. Geralmente o investigador dispõe de uma série de perguntas-guias, relativamente abertas, a propósito das quais é imperativo receber uma informação por parte do entrevistado" (Quivy e Campenhoudt, 1992; p.193).

Considerámos este tipo de entrevista o mais adequado ao nosso objecto de investigação, visto não ser completamente aberta e de não requerer questões precisas.

Neste sentido, as entrevistas que realizámos foram estruturadas de forma flexível, o que nos possibilitou a aplicação de questões aos entrevistados sem a pretensão de lhes impormos questões rígidas e limitativas, havendo assim uma maior abertura, uma maior

fluidez de informação e um aprofundamento do tema e, consequentemente, uma maior recolha de informação.

Com a realização das entrevistas pretendemos atingir determinados objectivos, tendo em conta a perspectiva dos entrevistados relativamente à sua experiência profissional, dentro das temáticas relacionadas com o nosso objecto de estudo.

Assim, foram elaborados os guiões de entrevista, que mais à frente se poderão consultar em anexo[44].

No que diz respeito ao tratamento dos dados recolhidos nas entrevistas, recorremos ao método "*verbatim*".

Conforme refere Tinoco (2004), a transcrição verbatina consiste em escrever tudo o que se disse, pelo menos no que se refere à linguagem verbal, tendo em conta neste caso, o conteúdo da gravação.

Segundo o autor, as hesitações, repetições e falsas entradas, enganos e bordões de linguagem permitem mais tarde uma melhor interpretação e análise do discurso.

5. O Inquérito por Questionário

Por inquérito por questionário entende-se "as formas de inquirir em que as questões são formuladas antecipadamente" (Ghiglione & Matalon, 2005, p.63), que, segundo Quivy & Campenhoudt (1990, p.190), consiste numa "série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimento ou de acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse os investigadores", sendo a "técnica de construção de dados que mais se compatibiliza com a racionalidade instrumental e técnica que tem predominado nas ciências e na sociedade em geral" (Silva e Pinto, 2003; 167).

Nesta perspectiva, Carmo e Ferreira (1998, p.137) consideram que, para a elaboração de um inquérito por questionário, se deve ter em conta dois aspectos fundamentais: a formulação das questões e os cuidados a ter nos contactos com os inquiridos.

Quanto às questões, estas podem ser de diversos tipos: perguntas de identificação (destinam-se a identificar o inquirido, quer profissionalmente quer pessoalmente), perguntas de informação (têm como objectivo recolher dados e opiniões), perguntas de descanso (têm

[44] Ver anexos II e III, referentes aos guiões de entrevista

como função fazer uma pausa/mudar de assunto) e perguntas de controlo (verificam a veracidade de outras questões).

Relativamente aos cuidados a ter nos contactos com os inquiridos, estes requerem cuidados especiais por parte do investigador, nomeadamente a nível dos " canais de comunicação seleccionados, às técnicas utilizadas para evitar recusa ao fornecimento de respostas e ao esforço para garantir a sua fiabilidade" (Carmo & Ferreira, 1998; p.138). Neste sentido, estes mesmos autores (Carmo & Ferreira, 1998; p.140) referem que " a tecnologia do inquérito por questionário é bastante fiável desde que se respeitem escrupulosamente os procedimentos metodológicos quanto à sua concepção, selecção dos inquiridos e administração no terreno".

5.1. Breve Caracterização dos Questionários

Tendo em conta os aspectos relacionados com a problemática do estudo anteriormente apresentada, voltamos a apresentar a pergunta inicial que motivou a aplicação dos questionários aos alunos e professores, que já foi dada a conhecer na introdução deste estudo, assim como as duas hipóteses gerais e o objectivo geral do estudo:

- Como é que os museus são vistos pela escola?

Hipóteses Gerais:

- **Hipótese 1 –** Os alunos interessam-se, de forma geral, pelas instituições «Museu», reconhecendo-as como um espaço de descoberta aprendizagem e de contemplação;

- **Hipótese 2 –** Os professores acreditam que os museus poderão desempenhar um importante papel na transmissão de conhecimentos, articulando a sua missão com a acção educativa das escolas;

Objectivo geral:

- Compreender a relação disseminação/percepção da imagem do museu (neste caso, em relação à escola)

Partindo então deste objectivo geral, designámos os objectivos específicos da nossa investigação:

a) Compreender a percepção que os alunos têm de Museu;
b) Verificar se os alunos visitam os museus com frequência;
c) Averiguar de que forma se revelam, para os alunos, as acessibilidades aos museus;
d) Observar se os alunos costumam visitar museus pela Internet;
e) Perceber se é mais interessante, para os alunos, a visita virtual aos museus através dos seus sítios Internet ou se a visita ao próprio museu;
f) Perceber o que é, para os alunos, um museu do século XXI;
g) Compreender a percepção que os professores têm de museu;
h) Averiguar se os professores organizam ou já organizaram visitas de estudo aos museus;
i) Compreender os aspectos que dificultam, actualmente, as visitas de estudo aos museus;
j) Verificar se os museus se revelam atractivos e adequados para os alunos;
k) Observar se os professores costumam visitar os museus pela Internet;
l) Perceber o que os professores consideram ser mais pertinente num *site* de um museu;
m) Aferir os aspectos positivos e negativos que os professores associam aos museus.

Após aferidos os objectivos gerais e as hipóteses gerais, formulámos as hipóteses específicas às quais procuraremos dar resposta mais à frente, aquando da análise às respostas dos questionários.

Entendemos por hipótese "a explicação ou solução mais plausível de um problema" (Almeida & Freire, 1997; p.43), considerando-se numa "proposição testável, que pode vir a ser a solução do problema" (McGuigan citado por Almeida & Freire, 1997; p.43).

Ainda, segundo estes autores, as hipóteses são "básicas e fazem a ponte entre a teoria e a observação/realidade, orientando toda a investigação subsequente", dirigindo, assim, a formulação das hipóteses para a entrada "decididamente na definição de um plano de investigação" (Almeida & Freire, 1997; p.44).

Neste sentido, considerámos as seguintes hipóteses para o nosso estudo:

- **Hipótese a)** O contacto dos alunos com os museus revelou-se através da escola;

- **Hipótese b)** Os alunos têm uma percepção de Museu, encarando-o como um espaço que transmite sensações positivas e negativas;

- **Hipótese c)** As acessibilidades aos museus revelam-se como um factor de grande importância para as visitas aos museus;

- **Hipótese d)** Os museus revelam-se como um espaço onde os alunos gostariam de vir a trabalhar um dia;

- **Hipótese e)** Os alunos costumam visitar os museus pela Internet;

- **Hipótese f)** Os *sites* dos museus podem levar a que os alunos não visitem os museus;

- **Hipótese g)** Os alunos conseguem formular uma aposta para um museu do século XXI;

- **Hipótese h)** Os alunos conseguem definir ideias para um museu mais atractivo;

- **Hipótese i)** Os professores costumam visitar museus;

- **Hipótese j)** As vistas de estudo são uma das actividades extracurriculares em que os professores apostam;

- **Hipótese k)** As visitas de estudo revelam-se como uma actividade extracurricular exigente em termos de organização;

- **Hipótese l)** Os museus apresentam-se preparados para receber alunos de diferentes faixas etárias;

- **Hipótese m)** Os *sites* dos museus assumem grande importância como complemento para preparação das visitas;

- **Hipótese n)** Os professores consideram os museus importantes e como um eventual complemento das aprendizagens curriculares;

A partir do momento em que definimos as hipóteses da nossa investigação, estivemos no fundo, a "identificar as variáveis e a definir as suas relações, ou seja o respectivo papel na investigação" (Almeida & Freire, 1997, 49).

Neste sentido, considerámos que as variáveis dependentes no nosso estudo são as respostas dos alunos e dos professores aos inquéritos por questionário.

Relativamente às variáveis independentes, considerámos os ciclos de ensino, o sexo, as idades, as habilitações académicas dos professores e a sua situação profissional.

Após equacionarmos e definirmos a nossa problemática, bem como os seus objectivos e subsequentemente a formulação das hipóteses e variáveis que lhe assistem, passámos à fase seguinte que se traduz no plano de investigação que "representa o elemento organizativo e o esquema global de orientação dos trabalhos, indicando o que fazer e quando fazer, bem como vários outros aspectos a considerar no momento da recolha e do tratamento de dados" (Almeida & Freire 1997, 71).

5.1.1. O Questionário Apresentado aos Alunos

O questionário reporta-se a um conjunto de dez questões, em que os objectivos essenciais visam compreender a ideia que os alunos têm dos museus, como percepcionam o museu e como é que gostariam que fosse um museu.

De forma a permitir uma liberdade de resposta aos alunos, o tipo de questões foi previamente preparado, tendo-se optado essencialmente por questões semi-abertas, as quais permitem alguma facilidade e rapidez no apuramento dos dados, possibilitando a apresentação de justificação da resposta. Deste tipo fazem parte as questões 1, 3, 6, e 7.

Optou-se também por incluir questões abertas que, apesar de constituírem maiores dificuldades no decurso do tratamento estatístico, possibilitaram que fosse dada total liberdade aos inquiridos, de forma a expressarem as suas ideias livremente, sendo este um dos objectivos do questionário. Neste tipo estão incluídas as questões 2, 5, 8, 9, 10.

A questão 4 formulou-se como uma questão fechada.

Para uma maior facilidade na aplicação dos questionários, estes foram identificados, mas irão ser somente apresentados os elementos relacionados com a idade, sexo e nacionalidade dos intervenientes, garantindo assim o seu anonimato.

O questionário foi elaborado atendendo também ao seu aspecto gráfico, para que constassem somente os elementos essenciais para o cumprimento da sua essência, tendo

ainda o intuito de dispor as questões de forma organizada e minimizar, assim, a possibilidade de confusão ou ambiguidade nas respostas.

(Ver o questionário dos alunos, em Apêndice I, no Volume II)

5.1.2. O Questionário Apresentado aos Professores

O questionário reporta-se a um conjunto de 9 questões, em que um dos objectivos essenciais visa compreender a ideia que os professores têm dos museus, como percepcionam o museu, se consideram a mensagem do museu adaptada aos alunos e que tipo de dificuldades se apresentam na organização de visitas de estudo.

De forma a permitir uma liberdade de resposta aos professores, o tipo de questões foi previamente preparado tendo-se optado, essencialmente, por questões semi-abertas, as quais permitem alguma facilidade e rapidez no apuramento dos dados, possibilitando a apresentação de justificação da resposta. Deste tipo fazem parte as questões 3 e 5.

Optou-se também por incluir questões abertas que, apesar de constituírem maiores dificuldades no decurso do tratamento estatístico, possibilitou que fosse dada total liberdade aos inquiridos, de forma a expressarem as suas ideias livremente, sendo este um dos objectivos do questionário. Neste tipo estão abrangidas as questões 4, 8 e 9.

As questões1, 2, 6, e 7 formularam-se como questões fechadas.

Para uma maior facilidade na aplicação dos questionários, e à semelhança dos anteriores, também estes foram identificados, constando apenas o grupo disciplinar e o nível de ensino que cada professor lecciona, e ainda o sexo dos participantes.

Tal como para o questionário dos alunos, o questionário foi elaborado tendo em conta também para o seu aspecto gráfico, para que constassem somente os elementos essenciais para o cumprimento da sua essência, tendo ainda o intuito de dispor as questões de forma organizada e minimizar a possibilidade de confusão ou ambiguidade nas respostas.

5.2. Documentos Consultados

Todos os dados à frente apresentados foram retirados de documentos específicos da escola.

Assim, para a caracterização do meio, recorremos ao «Projecto Educativo de Agrupamento».

Este documento retrata, de forma pormenorizada, as directrizes para o projecto educativo e de acção da escola, onde é caracterizada a comunidade escolar (Jardins-de-Infância, Escolas de Primeiro Ciclo e a Escola E.B. 2,3 Professor João Fernandes Pratas que é a sede deste agrupamento de escolas), o meio onde essa comunidade escolar está inserida e as suas peculiaridades, fornecendo ainda elementos que traçam o objectivos e metas a atingir numa tentativa de adaptar os currículos à realidade envolvente, na qual os alunos se encontram inseridos e contextualizados, o que normalmente é designado por «Gestão Flexível dos Currículos».

O Projecto Educativo de Escola (PEA), assume-se sempre com uma temática globalizante, girando todas as actividades em torno desse tema, neste caso o tema é «Uma Janela para o Futuro».

Conforme é referido no documento:

> "(…) O nosso projecto não pretende ser uma simples representação de uma porta para o futuro, mas um futuro para fazer, um futuro a construir, uma ideia a transformar em acto."
> "Queremos ser a cada momento, a eterna novidade do mundo (Alberto Caeiro). (…)"
>
> (Projecto Educativo de Agrupamento, Escola E.B. 2, 3 Professor João Fernandes Pratas, Ano Lectivo de 2007/2008, p.9)

Os dados referentes às turmas, foram retirados de quatro documentos elaborados no início de cada ano lectivo e que se designam por «Projecto Curricular de Turma», mais concretamente de uma parte que se refere à «caracterização da turma» (levantamento aluno a aluno).

Nestes documentos são expostas, de forma específica, a realidade dos alunos de cada turma, as suas dificuldades e quais as estratégias a adoptar ao longo do ano lectivo, que variam de turma para turma.

Estas estratégias assentam em cinco competências transversais, sendo elas os métodos de estudo e de trabalho, o tratamento de informação, a comunicação, as estratégias cognitivas e o relacionamento interpessoal e de grupo, devendo ser definidas para todas as disciplinas e áreas curriculares não disciplinares (Estudo Acompanhado, Área de Projecto e Formação Cívica).

O Projecto Curricular de Turma, apesar de ser vinculativo a todos os professores da turma, é da responsabilidade do Director de Turma.

Por fim, recorremos também ao *site* do Agrupamento (http://www.agrupamento-escolas-samora-correia.info/)

5.3. Aplicação dos Questionários

5.3.1. Aplicação do Questionário aos Alunos

O questionário foi aplicado a 4 turmas do 2º Ciclo do Ensino Básico, nas nossas aulas de Educação Visual e Tecnológica, nos dias 16 e 17 de Junho, após autorização prévia do Conselho Executivo, (pedido de autorização em Apêndice III, no Volume II), tendo sido atribuídos aos alunos um tempo lectivo, ou seja, 45 minutos para a sua resolução.

Após terem entrado na sala de aula, foi pedido aos alunos que retirassem somente uma esferográfica, um lápis e uma borracha.

Após uma breve explicação acerca do que consistia o questionário, estes foram distribuídos e foram lidos com atenção e esclareceram-se, de seguida, todas as dúvidas que surgiram.

No esclarecimento das dúvidas, zelou-se para que não fosse fornecido qualquer tipo de informação que pudesse influenciar as opiniões dos alunos.

Alguns alunos foram bastante rápidos a responderem ao questionário pelo que lhes foi pedido que reflectissem mais um pouco, convidando-os a responderem a algumas questões que tinham deixado em branco.

Relativamente à última questão, foi permitida a utilização dos lápis de cor, devido ao facto de tal ter sido solicitado por parte de alguns alunos.

Após o tempo estipulado, os questionários foram recolhidos.

5.3.2. Aplicação do Questionário aos Professores

O questionário foi aplicado a todos os professores do Agrupamento de Escola de Samora Correia: os Jardins-de-Infância, os 1º, 2º e 3º Ciclos, e foi distribuído aos professores pelos respectivos Coordenadores de Departamento, nos dias 3 e 4 de Julho após autorização prévia do Conselho Executivo, tendo-lhes sido concedido um prazo de duas semanas para o seu preenchimento e devolução. (Ver questionários dos professores em Apêndice II, e pedido de autorização para aplicação dos questionários, em Apêndice III, no Volume II)

Alguns professores solicitaram um alargamento do prazo, pelo que alguns inquéritos foram recepcionados para além do prazo inicialmente estipulado.

Tendo em conta a aproximação do período de férias dos professores, o prazo para a entrega dos inquéritos não poderia ser maior, correndo-se o risco de que os mesmos não

fossem entregues, havendo assim a possibilidade do estudo ficar comprometido. Ainda assim, e por alguns professores se encontrarem ao serviço até mais tarde, estes preferiram reflectir um pouco mais no questionário, tendo ultrapassado as duas semanas para a sua entrega. (Ver em Apêndice IV, no volume II respostas dos questionários)

Um dos professores não se quis identificar, não tendo mencionado o grupo disciplinar a que pertence.

6 Caracterização da Amostra/ Público-Alvo.

6.1. O Meio

Samora Correia, freguesia do concelho de Benavente, conta actualmente com aproximadamente 17 000 habitantes. Conciliando em si o tradicional e o moderno, o rural e o urbano, mantém os seus pergaminhos e alguns dos seus costumes, mas sofreu enormes mudanças estruturais. Tem hoje quase a configuração de uma pequena cidade em área metropolitana, pois apresenta um crescente desenvolvimento urbano, embora coexistam pequenas zonas de exploração agrícola.

Situada no coração do Ribatejo, uma parte da realidade local encontra-se intimamente ligada à lezíria e ao trabalho rural: o trabalho nos campos (apanha do tomate, do melão, etc…) e a lide com os touros são práticas comuns como forma de subsistência para muitas famílias. Por outro lado, apesar do crescente aumento da população, verificou-se uma "dissolução" da identidade local que permanecendo enraizada nas gentes que sempre aí viveram, se torna mais indiferente para os que chegaram e se foram fixando.

Para muitos habitantes nesta situação, esta é uma localidade "dormitório", uma vez que se encontra numa zona periférica de Lisboa onde muitos trabalham.

De qualquer forma, esta é uma freguesia onde se manifesta uma recente e forte vertente económica.

(Ver caracterização do meio, retirado do Projecto educativo da Escola, em Anexo IV, no Volume II)

6.2. O Agrupamento de Escolas de Samora Correia

O Agrupamento de Escolas de Samora Correia é constituído pela escola E. B. 2, 3 Professor João Fernandes Pratas (sede do agrupamento), por mais duas escolas do 1º ciclo e por dois Jardins-de-Infância, conforme é apresentado na tabela 1.

Estabelecimento de Ensino	Morada	Contactos
Escola Básica do 2º e 3º Ciclo, Prof. João Fernandes Pratas. Código: 342798	Bairro das Acácias 2135 Samora Correia	Telef: 263654324 Fax: 2633656936 Email: info@eps-prof-j-fernandes-pratas-rcts-pt
EB1 Fonte dos Escudeiros Código: 241337	Bairro Padre Tobias 2135 Samora Correia	Telef: 263655194
EB1 das Acácias Código: 248769	R. Calouste Gulbenkian Bairro das Acácias 2135 - 263 Samora Correia	Telef: 263652095
Jardim-de-Infância Prof. António José Ganhão Código: 628967	R. Camilo Castelo Branco 2135 - 264 Samora Correia	Telef: 263654626
Jardim-de-Infância nº 2 Código: 645126	Urbanização do Brejo 2135 - 263 Samora Correia	Telef: 263658839

Tabela 4 – Composição do Agrupamento de Escolas de Samora Correia, Projecto Educativo de Agrupamento – Escola E. B. 2, 3 Professor João Fernandes Pratas, Ano Lectivo de 2007/2008, p.18

O Bairro das Acácias serve de cenário à Escola E. B. 2, 3 Prof. João Fernandes Pratas.

À entrada, um painel de azulejo com versos escritos pelo patrono da escola sede de agrupamento, realizado por uma turma em Área de Projecto, dá as boas-vindas aos alunos e aos elementos da comunidade educativa em geral.

A EB1 Fonte dos Escudeiros é a escola mais antiga desta Vila, conservando a sua arquitectura e os seus espaços exteriores típicos de uma escola primária do Estado Novo.

A EB1 das Acácias, situada entre a escola E. B. 2, 3 e o Jardim-de-Infância Prof. José António Ganhão, permite uma integração pacífica e gradual dos alunos no 1º Ciclo do Ensino Básico por partilhar espaços de recreio com o Jardim-de-Infância Prof. António José Ganhão.

O Jardim-de-Infância Prof. José António Ganhão situa-se no centro de Samora Correia. Este Jardim-de-Infância possui seis salas e partilha o seu espaço exterior com a escola do 1º Ciclo n.º 2.

O Jardim-de-Infância nº 2, recentemente inaugurado, está integrado na urbanização do Brejo (Samora Correia). Tem duas salas e um amplo espaço livre para as brincadeiras.

A população escolar é constituída por um total de 1 386 alunos, distribuídos pelas diferentes escolas e jardins-de-infância do Agrupamento.

6.3. O Universo da Amostra Relativa aos Alunos Inquiridos

O nível de escolaridade dos alunos inquiridos reporta-se ao segundo ciclo do Ensino Básico, tendo sido auscultadas 3 turmas de quinto ano de escolaridade, as quais irão ser designadas por Alfa, Beta, Gama, e uma turma de sexto ano de escolaridade, a qual irá ser designada por Delta.

A escolha destas turmas reside no facto de estas serem as turmas às quais leccionámos a disciplina de Educação Visual e Tecnológica.

Para além da disciplina de Educação Visual e Tecnológica, leccionámos ainda a área curricular não disciplinar de Área de Projecto à turma Gama, e a área curricular não disciplinar de Formação Cívica à turma Beta, assumindo o cargo de Director de Turma desta última.

6.3.1. A Turma Alfa

A turma Alfa é composta por dezoito alunos, encontrando-se a grande maioria na idade normal de frequência deste ano de escolaridade.

A este questionário responderam quinze alunos, encontrando-se 3 alunos a faltar. Assim, apuraram-se nesta turma 15 questionários.

Relativamente aos agregados familiares, onde os alunos se encontram inseridos, a sua grande maioria é constituído pelos pais e irmãos, existindo 5 alunos que vivem em situação de família mono parental e uma aluna que vive com os avós.

No que se refere à escolaridade dos pais, apenas 3 alunos têm progenitores com habilitações de nível superior (Licenciatura).

Existem 5 alunos que beneficiam de apoios económicos, sendo a sua situação muito precária.

Existem dois alunos com necessidades educativas especiais.

Um dos alunos é proveniente do Brasil.

6.3.2. A Turma Beta

A turma Beta é composta por 25 alunos, encontrando-se a grande maioria na idade normal de frequência deste ano de escolaridade.

A este questionário responderam 24 alunos, encontrando-se 1 aluno a faltar. Assim, apuraram-se nesta turma 24 questionários.

Relativamente aos agregados familiares, onde os alunos se encontram inseridos, 14 vivem com os pais e irmãos, existindo 10 alunos que têm os pais separados, vivendo 4 só com a mãe e irmãos, e 6 com um dos pais e a/o madrasta/padrasto.

No que se refere à escolaridade dos pais, apenas 2 alunos têm progenitores com habilitações de nível superior (Licenciatura) e mais 7 alunos têm pelo menos um dos progenitores com o 12º ano de escolaridade.

Existem 5 alunos que beneficiam de apoios económicos, sendo a sua situação muito precária.

Existem dois alunos com necessidades educativas especiais.

Um dos alunos é proveniente da Moldávia, 2 são do Brasil, havendo ainda um aluno natural de Espanha.

6.3.3. A Turma Gama

A turma Gama é composta por 27 alunos, encontrando-se a grande maioria na idade normal de frequência deste ano de escolaridade.

A este inquérito responderam 23 alunos, encontrando-se 4 alunos a faltar. Assim, apuraram-se nesta turma 23 questionários.

Relativamente aos agregados familiares, onde os alunos se encontram inseridos, a sua grande maioria é constituído pelos pais e irmãos, existindo 5 alunos que vivem em situação de família mono parental.

No que se refere à escolaridade dos pais, 7 alunos têm pelo menos um dos progenitores com habilitações de nível superior (3 Doutoramento; 2 Licenciatura; 2 Bacharelato) e mais 12 alunos têm pelo menos um dos progenitores com o 12º ano de escolaridade.

Existem 2 alunos que beneficiam de apoios económicos, sendo a sua situação muito precária.

6.3.4. A Turma Delta

A turma Delta é constituída por 27 alunos, encontrando-se a grande maioria na idade normal de frequência deste ano de escolaridade.

A este questionário responderam 26 alunos, encontrando-se um aluno a faltar. Assim, apuraram-se nesta turma 26 questionários

Relativamente aos agregados familiares, onde os alunos se encontram inseridos, a sua grande maioria é constituído pelos pais e irmãos, existindo 5 alunos que vivem em situação de família mono parental e uma aluna que vive com os avós.

No que se refere à escolaridade dos pais, apenas 3 alunos têm progenitores com habilitações de nível superior (Licenciatura).

Existem 10 alunos que beneficiam de apoios económicos, sendo a sua situação muito precária.

Existem dois alunos com necessidades educativas especiais.

Um dos alunos é proveniente da Moldávia e dois do Brasil.

6.3.5. Alguns Pontos Relacionados com os Grupos Turma

Em termos gerais e perante o universo das turmas atrás apresentado, foram aplicados na totalidade 88 questionários.

É importante salientar que a turma Gama é a que mais se destaca, quer ao nível socio-económico quer socio-cultural, em relação às outras turmas em termos gerais e no contexto de um bom desempenho escolar.

Na turma Beta, assiste-se a quase dois terços dos alunos a residirem só com o pai ou com a mãe, devido aos mesmos se encontrarem separados/divorciados, manifestando-se em muitos casos grande instabilidade e condições menos favoráveis para o progresso das aprendizagens desses alunos, e alterações ao nível emocional, levando-os facilmente à desistência e ao desinteresse.

Este último aspecto é também facilmente observável nas turmas Alfa e Delta.

Considerando as 4 turmas, alguns dos alunos são apoiados economicamente pela escola, vivendo em condições muito precárias.

6.4. O Universo da Amostra Relativa aos Professores Inquiridos

6.4.1. Número de Questionários Entregues/Recebidos

O universo dos inquiridos que responderam aos questionários reporta-se aos professores de todo o Agrupamento de Escolas de Samora Correia, considerando os Educadores de Infância, os professores do 1º Ciclo (do 1º ao 4º anos de escolaridade), os professores do 2º Ciclo (5º e 6º anos de escolaridade) e os professores de 3º Ciclo (7º, 8º e 9º anos de escolaridade).

Assim, foram entregues 122 questionários, tendo sido recebidos e validados 75 questionários. Este universo representa uma percentagem de 61,47% de todo o corpo docente do agrupamento.

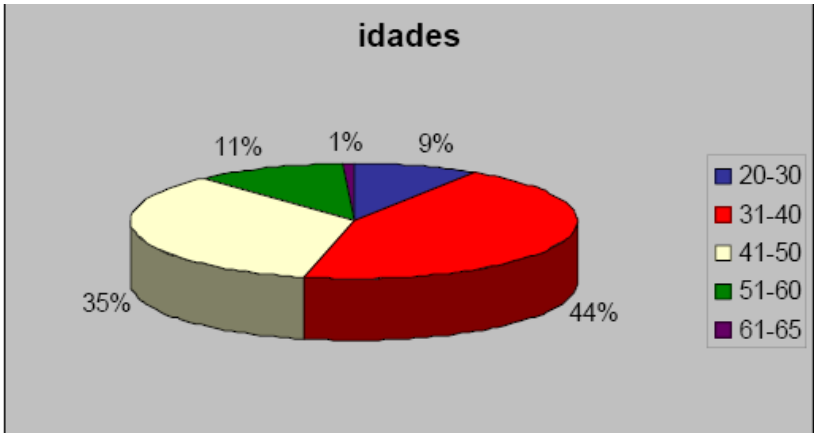
A caracterização do corpo docente relativamente à idade, às habilitações académicas e à situação profissional que a seguir se apresenta, refere-se a todos os docentes do Agrupamento de escolas, tendo como fonte o estudo apresentado no Projecto Educativo de Agrupamento.

(No apêndice V , que consta no Volume II, poderão ser observados de forma mais específica os dados relativos ao número de questionários entregues e recebidos.)

6.4.2. Caracterização do Corpo Docente

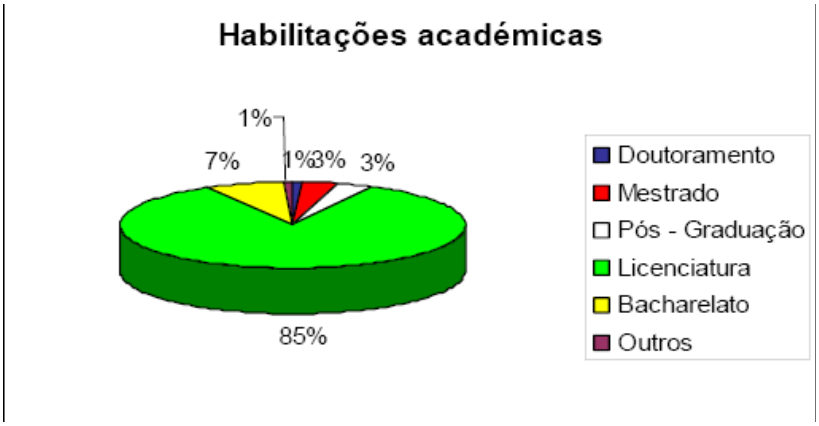
Iremos de seguida expor alguns aspectos pertinentes relacionados com o grupo de professores, recorrendo à caracterização patente no Projecto Educativo de Agrupamento, como citamos a seguir:

> (…)"O Corpo Docente é constituído por 122 docentes repartidos pelos três níveis de ensino do agrupamento:
>
> - Educadores de Infância. (9 professores)
> - Professores pertencentes ao 1.º ciclo (35 professores)
> - Professores pertencentes aos 2.º e 3.º ciclos (78 professores)
>
> Quanto às idades dos professores:



Da análise do gráfico verifica-se que 44% dos docentes estão entre os 31 e os 40 anos, logo seguidos de 35% entre os 41 e os 50 anos.

Quanto às habilitações académicas:



Da análise do gráfico, conclui-se que a maioria (85%) dos professores do agrupamento têm o grau académico de licenciatura.

Quanto à situação profissional:

> Q.N.D. Quadro de Nomeação Definitiva
> Q.Z.P.D. Quadro de Zona Pedagógica Definitiva
> Q.Z.P.P. Quadro de Zona Pedagógica Provisória
>
> Da análise do gráfico constata-se que maioritariamente os professores são do Quadro de Nomeação Definitiva, seguidos dos docentes de Quadro de Zona Pedagógica Definitiva e por fim dos docentes contratados." (…)
>
> Projecto Educativo de Agrupamento, Escola E. B. 2, 3 Professor João Fernandes Pratas, Ano Lectivo de 2007/2008, p.28

7. Os museus do Distrito de Lisboa e os seus Sítios na Internet.

7.1. Os Sítios *Web* dos Museus

O teor desta observação é meramente exploratória e pretende, de certa forma, perceber como é que se apresentam os *sites* dos museus do distrito de Lisboa.

Pretendemos com este estudo reflectir e perceber, acima de tudo, se os sítios *web* se assumem como uma possibilidade a todos os museus, e que alternativas poderão existir para a disseminação da sua imagem. Porém, deparámo-nos com outras questões relacionadas com os *sites* em si: a forma como poderão ser organizados; se são facilmente navegáveis; se possuem instrumentos de interacção ou até de qualidade que permitam aos visitantes deixar comentários e opiniões ou que possibilitem o eventual preenchimento de um inquérito de satisfação, ou qualquer outro elemento de avaliação da qualidade na instituição.

Segundo um estudo levado a cabo por Pinho[45] (2007) a vinte museus nacionais, os *sites* dos museus apresentam-se com uma forte componente informativa que "vai sendo progressivamente complementada pela disponibilização de variados recursos que abrangem os diferentes campos das acções museológicas que se destinam a satisfazer as necessidades de diferentes tipos de públicos e aproveitando as vantagens da internet".

Dos *sites* visitados de todas as instituições museu do distrito de Lisboa, excluímos todos os monumentos, como elemento patrimonial visitável, todos os Parques Temáticos e Jardins (oceanário, jardins botânicos, outros locais de natureza idêntica).

[45] Balsa Carvalho de Pinho, Joana Maria, 2007, Museus e Internet. Recursos Online no sítios web dos museus nacionais portugueses, revista TEXTOS de la CiberSociedad, 8. Temática Variada. Disponible en http://www.cibersociedad.net

Esta exclusão foi deliberada, porque foi para nós muito difícil encontrar uma lista de todos os monumentos, jardins e parques interactivos ou outros locais de natureza similar, passíveis de poderem ser visitados, ainda que tenhamos recorrido a várias fontes, que muitas vezes se apresentavam com indicativos reveladores de alguma ambiguidade ou pouca clareza.

Assim, poderia haver da nossa parte o lapso de poder esquecer outros espaços menos divulgados e não menos importantes.

Não tencionamos aprofundar muito esta exposição que, como referimos, pretende expor de uma forma muito simples, e ser eventualmente um ponto de partida para um outro estudo desta natureza, a forma como os museus se apresentam ao público através da Internet. De facto, a Internet revela-se cada vez mais como um recurso muito solicitado e de fácil acesso, sendo por isso um importante instrumento de disseminação e de conhecimento, dentro do que pudemos observar na nossa visita aos diferentes *sites*.

O distrito de Lisboa foi o distrito que distinguimos devido ao facto de reunir um grande número de instituições com uma diversidade temática muito ampla, indo desde os museus locais, às casas museu, até aos grandes museus temáticos, situados na grande cidade.

O distrito de Lisboa pertence, quase na sua totalidade, à província tradicional da Estremadura, à excepção dos concelhos da Azambuja e de Vila Franca de Xira que pertencem ao Ribatejo. Limita a norte com o distrito de Leiria, a leste com o distrito de Santarém, a sul com o distrito de Setúbal e a oeste com o Oceano Atlântico.

Sendo o décimo sexto maior distrito português com uma área de 2 761 Km, este subdivide-se em dezasseis municípios:

- Alenquer
- Amadora
- Arruda dos Vinhos
- Azambuja
- Cadaval
- Cascais
- Lisboa
- Loures
- Lourinhã
- Mafra
- Odivelas
- Oeiras
- Sintra

- Sobral de Monte Agraço
- Torres Vedras
- Vila Franca de Xira

Do mesmo modo como procedemos para o estudo de caso que visa compreender a percepção que a escola tem de museu, também aqui é necessário regressar às perguntas iniciais, levantadas com a problemática do estudo apresentada na introdução:

- Os museus através dos seus sítios Internet (*sites* oficiais e blogues) transmitem uma imagem positiva, acessível e promovem uma interacção com os seus públicos?

Surgindo de seguida as hipóteses gerais:

- **Hipótese 1 –** Os museus apresentam os seus sítios *web* através de uma imagem cuidada, apelativa e de consulta prática para os seus públicos.

- **Hipótese 2 –** Os Blogues apresentam-se como uma alternativa ou complemento aos *sites* institucionais dos museus, para a disseminação da sua imagem e práticas.

-

Objectivo geral: Compreender a relação disseminação/percepção da imagem do museu (neste caso, em relação aos sítios Internet dos museus)

Partindo então deste objectivo geral, designámos os objectivos específicos da nossa investigação:

- Observar o número de museus que apresenta uma página Internet oficial;
- Perceber de que forma a imagem dos museus é disseminada na Internet;
- Perceber de que forma a imagem dos museus é percepcionada pela Internet;
- Observar se os sítios Internet atentam para aspectos da qualidade e participação, através de instrumentos/ferramentas disponíveis para os visitantes;
- Analisar as potencialidades dos blogues relativamente às páginas oficiais dos museus.

Para a entrevista a uma especialista no fenómeno da blogosfera portuguesa delineámos os seguintes objectivos:

- Recolher dados relacionados com a blogosfera portuguesa, de notória pertinência para o estudo;
- Compreender o fenómeno da blogosfera como instrumento de disseminação da imagem das instituições «Museu»;
- Reconhecer as potencialidades dos blogues;
- Recolher a perspectiva de uma experiência individual no campo da blogosfera.

Após aferidos os objectivos gerais e as hipóteses gerais, formulámos as hipóteses específicas às quais procuraremos dar resposta mais à frente no capítulo 6, aquando da análise aos sítios Internet dos museus do Distrito de Lisboa.

- **Hipótese a)** Os museus apresentam aos visitantes a sua missão, visão e objectivos de uma forma clara;
- **Hipótese b)** Os museus apresentam nos seus sítios *web*, informações básicas tais como preçário, horário, e contactos;
- **Hipótese c)** Os museus possibilitam uma interacção/contacto com os visitantes através da possibilidade de receber notícias e possibilidade de registo;
- **Hipótese d)** Os museus permitem uma navegação fácil e prática considerando instrumentos tais como a existência de motor de busca, mapa do sítio, possibilidade de escolha de idioma, possibilidade de visita virtual ou até, a existência de sonorizações;
- **Hipótese e)** Os museus possibilitam a sua avaliação pelos visitantes através de questionários ou outros meios de deixar sugestões;

Após a apresentação dos objectivos e das hipóteses desta observação, considerámos que as variáveis dependentes são as respostas a um inquérito por entrevista de uma especialistas na área da blogosfera dos museus em Portugal. Estando as variáveis independentes relacionadas com os aspectos de ordem profissional e pessoal da pessoa entrevistada.

Após termos decidido o universo da amostra relativamente às instituições e à sua inserção em termos geográficos, procedemos à elaboração de uma lista das instituições museológicas do Distrito de Lisboa.

De forma a que não houvesse um esquecimento de alguma instituição, procedemos a uma procura intensa e cuidada dos *sites* dos museus pela Internet.

Através de uma visita aos *sites* da Câmaras Municipais, que constituem o Distrito de Lisboa, pudemos apurar a lista de museus normalmente listados no espaço relativo à cultura

ou turismo, seguindo-se uma segunda fase que consistiu em verificar, instituição a instituição, a forma como esta poderia estar representada na Internet.

Depois da listagem estar completa, segundo as pesquisas efectuadas, procedemos à observação *site* a *site.*

Também aqui houve a necessidade de operar com toda a prudência. Preocupámo-nos nesta fase em fazer a observação, que durou cerca de oito dias, no sentido de nos concentrarmos em estabelecer os mesmos critérios de observação. Apesar de sabermos o que queríamos observar, julgamos que as interrupções prolongadas poderiam causar diferenças no modo de observar, o que iria comprometer, de certa forma, a validade e a fiabilidade da observação.

A forma como a observação decorreu traduziu-se através da elaboração de uma grelha que apresentava (por linhas) a lista dos museus por ordem alfabética e (por colunas) os aspectos a observar, e em que se assinalaram os mesmos com «Sim» ou «Não» (por exemplo: O museu apresenta *site* oficial? Sim/Não).

(Ver grelha de observação uitlizada, em Apêndice VI, no Volume II)

Seguidamente, os resultados foram traduzidos em valores, que foram posteriormente tratados dando origem aos gráficos que irão ser apresentados e analisados no capítulo 6.

8. Uma experiência de E-Learning na Museologia - A criação da «Disciplina», «Gestão da Qualidade e Museus» na plataforma Moodle.

8.1. Problemática

Conforme já referimos anteriormente, sendo o Moodle actualmente utilizado com grande intensidade pelo sistema educativo, pode ser ainda utilizado pelas mais diversas instituições, podendo adaptar-se a novas realidades.

Desta forma, questionamos até que ponto é que esta ferramenta poderá ser utilizada em mais uma vertente ou contexto, podendo beneficiar, neste caso, as instituições museológicas, dando especial ênfase aos debates e fóruns, onde se poderão levantar, expor e debater questões entre os diversos interveniente inscritos, neste caso os museus; se bem que se possa participar a título individual (especialistas, professores, estudantes e outras pessoas interessadas), numa procura de respostas que nos ajudem no sentido de

uma melhoria a nível de conhecimentos e práticas, no âmbito da Museologia, mais concretamente na sua relação com a Gestão da Qualidade e os Sistemas da Qualidade.

Assim, a aprendizagem colaborativa depende da interacção autêntica entre as pessoas.

É sabido que a aprendizagem ocorre somente a nível individual, mas quase todos os teóricos da aprendizagem, entre os quais Piaget e Vygotsky, enfatizam a importância das trocas sociais para promoverem a aprendizagem.

Estas actividades colectivas de aprendizagem são designadas por aprendizagem em grupo («*group learning*»), e são normalmente divididas em aprendizagem cooperativa, quando o processo é imposto e existe uma certa ordenação de tarefas, ou colaborativa, quando os elementos possuem uma meta em comum e não existe uma hierarquia entre os mesmos, como é o caso desta disciplina por nós criada no sentido de se promoverem trocas de experiências que envolvam práticas relacionadas com a gestão da qualidade aos mais diversos níveis dentro das instituições museológicas, criando assim uma base de conhecimentos com vista a uma ajuda mútua e, por conseguinte, uma evolução nessas mesmas práticas.

Tal como expusemos anteriormente, as vantagens da aprendizagem colaborativa são assinaladas por Dias (2001, p.91), que evidencia o facto de :

> "(…) os membros da comunidade desenvolvem redes de partilha e construção flexível e corroborativa das aprendizagens, que suportam a exploração da multidimensionalidade das representações do conhecimento. É, assim, um modelo de actividade que se caracteriza pela passagem do individual para o cooperativo, pela implicação mútua dos membros da comunidade na experiência e partilha das representações, na construção e reflexão sobre o novo conhecimento (…) " (Dias, 2001, p.91).

Assim, no primeiro semestre do ano de 2006, mediante diversas conversas com os professores orientadores do mestrado, foi colocada a hipótese de ser desenvolvido mais um trabalho notoriamente pertinente, considerando-se a gestão da qualidade aplicada à museologia, já a ser desenvolvido por alguns investigadores, atendendo ao contributo das novas tecnologias nestas áreas.

Por nos encontrarmos a frequentar na altura uma acção de formação relacionada com a utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação nos processos de ensino aprendizagem, através da utilização de uma plataforma de E-Learning, designada de Moodle, e por nos termos apercebido do seu potencial tendo em conta a sua aplicação a novos contextos, ponderámos seriamente a hipótese de desenvolver um espaço numa plataforma de E-Learning, que promovesse a troca de experiências e práticas no âmbito da

Museologia, no sentido de se avançar um pouco mais no conhecimento e transmissão de determinadas práticas, até à altura pouco divulgadas pelas instituições museológicas.

A pergunta inicial que se colocou e conforme já foi referenciada na introdução deste estudo foi:

- Como é que poderá ser feita a disseminação da imagem dos museus e das suas práticas, ainda mais se estas seguirem no sentido da implementação da qualidade?

Duas hipóteses de carácter geral se apresentam:

- **Hipótese 1 –** A disseminação da imagem dos museus e das suas práticas no sentido da implementação da qualidade pode verificar-se através de uma rede ou comunidade virtual, no âmbito de uma experiência de E-Learning, tendo em vista a partilha de experiências e promovendo uma aprendizagem colaborativa e construtivista.

- **Hipótese 2 –** A plataforma Moodle revela-se como uma alternativa eficaz e de potencial, para a criação de uma comunidade de aprendizagem e de acção, na disseminação das práticas dos museus, no âmbito da qualidade.

Partindo destas hipóteses às quais queremos dar resposta, iremos de seguida apresentar os objectivos que nos permitirão aferir as hipóteses aventadas.

8.2. Objectivos

Os objectivos que pretendemos atingir com a criação e implementação desta «disciplina» inserida numa plataforma Moodle, consistem em:

- Contribuir para a disseminação das práticas museológicas no âmbito da qualidade proporcionando troca de experiências e práticas museológicas nesse âmbito;

Através da criação de um espaço onde possam ser expostas e dadas a conhecer as diversas acções lavadas a cabo, quotidianamente, pelos museus, práticas com o intuito de que sejam promovidos modos de fazer atentando para a qualidade do que é feito. Acções que se traduzem por boas práticas, que muitas vezes se encontram fechadas no interior das

instituições, sendo merecedoras de adequada divulgação por parte de quem com elas se encontra directamente envolvido, sendo o real conhecedor das mesmas.

- Reconhecer a Qualidade como chave fundamental para o sucesso das instituições, neste caso as instituições museológicas;
- Reflectir sobre a Gestão da Qualidade nos Museus;
- Construir conhecimento específico em conjunto, sendo este considerado como uma mais-valia para um maior sucesso, reflectindo-se isso no futuro das instituições;

Através de uma aprendizagem de colaboração que possibilite a troca de experiências e conhecimentos, estudando e reflectindo nas filosofias e procedimentos propostos por uma área diferente mas em tudo relacionada com as realidades museológicas, tendo por finalidade a aplicação desses conceitos considerando a sua adaptação às diversa realidades inerentes a cada instituição que se caracteriza no seu contexto, como elemento singular e único.

Para a entrevista a uma especialista na área do E-Learning delineámos os seguintes objectivos:

- Recolher dados relacionados com as plataformas de E-Learning, de notória pertinência para o estudo;
- Aprofundar o fenómeno das plataformas de E-Learning como instrumentos de disseminação, organização e formação;
- Reconhecer as potencialidades deste recurso e a sua adaptação a novos contextos;
- Tomar contacto com uma perspectiva de uma experiência individual, no campo do E-Learning e da formação à distância.

Para a entrevista a uma especialista na área do Moodle delineámos os seguintes objectivos:

- Averiguar quais as potencialidades do Moodle aplicado a um outro contexto;
- Adquirir uma melhor percepção das vantagens do Moodle comparativamente a outras plataformas;
- Aclarar a eficácia do Moodle (tendo em conta a sua filosofia), como uma mais-valia, na formação de comunidades virtuais de aprendizagem;
- Perceber de que forma o Moodle poderá contribuir para a formação de uma comunidade virtual de aprendizagem sobre Museologia;

- Conhecer outras experiências e pontos de vista, relativos à utilização da plataforma Moodle

Apresentadas as hipóteses e os objectivos, e, do mesmo modo com procedemos nos estudos anteriores, considerámos que as variáveis dependentes são as respostas aos inquéritos por entrevista de duas especialistas na área do E-Learning e na área da construção e gestão de cursos na plataforma de aprendizagem do Moodle, assim como a forma por nós adoptada, em termos de selecção e introdução de conteúdos, que permitiu a estruturação e construção do recurso.

Relativamente às variáveis independentes considerámos todos os factores inerentes aos aspectos de ordem profissional e pessoal das pessoas entrevistadas.

Passaremos de seguida a descrever os processos que seguimos e que permitiram a criação e posterior divulgação da «disciplina».

8.3. Convite aos Participantes

Após vários meses a estruturar a disciplina e a reunir elementos de forma a constituir um número mínimo de recursos e actividades, no sentido de haver uma base de elementos que permitissem a agregação e participação de participantes, estavam reunidas as condições mínimas para divulgar a disciplina e assim iniciar a constituição de uma comunidade virtual.

Normalmente, quando as plataformas se encontram a servir, por exemplo, uma instituição de ensino, em que as diversas disciplinas dessa plataforma se encontram a ser ministradas por professores que inscrevem os seus alunos, está quase que automaticamente criada uma comunidade de utilizadores que colocam em marcha todo o processo.

Neste caso, os procedimentos teriam que ser outros, pois não se podem forçar inscrições. Assim, constatámos que para arrancar com a dinâmica da disciplina era necessário elaborar convites a um maior número possível de instituições museológicas assim com a pessoas ligadas à Museologia, de forma a dar a conhecer a sua existência a um maior número possível de potenciais participantes.

Optámos assim por um projecto baseado na divulgação do recurso recém-criado.

Era premente elaborar uma lista de contactos via *e-mail*, opção que nos pareceu mais viável, para chegar a um maior número de pessoas.

Desta forma e durante cerca de dois meses, visitámos centenas de *sites*, a grande maioria de instituições museológicas (museus portugueses e brasileiros) com o intuito de reunir um conjunto de endereços de correio electrónico para proceder posteriormente aos contactos.

Estes procedimentos revelaram-se um trabalho árduo, pois em muitos casos os *sites*, nem sempre oficiais, se encontravam desactualizados e de difícil navegação o que dificultou a busca dos endereços electrónicos. Dos muitos *sites* visitados, deparámo-nos com diversas dificuldades de procura que se revelava muitas vezes infrutífera. Em alguns casos verificávamos, após uma pesquisa de largos minutos nos *sites*, que, apesar de haver contactos, o *e-mail* não existia ou, então, existindo, não estava disponível, processando-se o *feedback* dos visitantes através de uma mensagem directa para a instituição. Em outras situações, a instituição apresentava vários endereços, o que nos levou a optar muitas vezes pelo endereço de *e-mail* da Direcção da instituição.

Foram, assim, considerados numa fase inicial, trinta contactos com museus brasileiros, cento e setenta contactos com museus portugueses, e setenta e quatro contactos com especialistas ou outras pessoas ligadas à Museologia.

Após reunirmos os contactos, procedemos à criação de grupos, na nossa caixa de correio electrónico, no sentido de criar uma mensagem de convite que, ao ser enviada, seguiria em simultâneo para todos os endereços que faziam parte desse grupo.

A mensagem inicial, que consistia em um convite destinado a levar os potenciais participantes a conhecer a disciplina *on-line*, fazia a apresentação de forma breve do autor do projecto, explicando as suas intenções através da exposição dos objectivos a ele inerentes bem como a inclusão do endereço electrónico através do qual poderiam aceder ao *site*. (Ver convite aos museus em Apêndice VII, no Volume II).

Foram enviados a alguns museus que demonstraram dificuldades em aceder, uma lista de procedimentos com o fim de ajudar no processo de inscrição. (Ver lista de procedimentos para inscrição no apêndice VIII, no Volume II)

De forma a compreenderem melhor o projecto e as suas intenções, foi por nós elaborada uma apresentação *PowerPoint* com o intuito de apresentar mais detalhadamente todo o projecto. (ver apresentação Powerpoint de apresentação em Apêndice IX, no Volume II)

Este continha uma breve exposição do E-Learning, qual o seu eventual contributo para a Museologia com a apresentação dos objectivos e a referência à página da Internet que permitia aceder à disciplina.

Após estes procedimentos limitamo-nos a aguardar pelas inscrições de eventuais participantes.

Procedemos também a melhorias na «disciplina», pedindo sugestões a pessoas ligadas ao Moodle, ou com experiência no mesmo, que nos foram orientando e dando sugestões no sentido de melhorar e melhor organizar os conteúdos, de uma forma prática funcional e apelativa.

Mais à frente, no capítulo 6, teremos a oportunidade de apresentar a disciplina e todos os seus conteúdos, querendo frisar apenas que este é somente um ponto de partida. O Moodle sugere uma constante mudança e essa fazer-se-á com a participação de todos os que nela queiram estar inscritos.

CAPITULO III – ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS DOS ALUNOS E DOS PROFESSORES – MUSEOLOGIA E ESCOLA, UMA PERCEPÇÃO DE MUSEU (ESTUDO DE CASO)

CAPITULO III – ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS DOS ALUNOS E DOS PROFESSORES – MUSEOLOGIA E ESCOLA, UMA PERCEPÇÃO DE MUSEU (ESTUDO DE CASO)

1. Análise das Respostas dos Questionários

1.1. Análise das Respostas dos Questionários dos Alunos

Após as anteriores considerações que se revelam essenciais para a compreensão do universo dos intervenientes que constituem a amostra, procederemos a partir de agora e de uma forma mais pormenorizada à apresentação dos dados recolhidos pelos questionários, procedendo à devida análise dos dados de forma a poderem ser alvitradas, posteriormente, as respectivas conclusões.

1.1.1. Sexo/Faixa Etária/Nacionalidade dos Alunos

Embora se tenha procedido ao levantamento dos dados considerando a totalidade dos alunos independentemente da turma a que pertencem, optámos por apresentar (Gráfico nº 1) o sexo dos alunos por turma, verificando-se que existe um equilíbrio entre rapazes e raparigas, à excepção da turma Delta em que o número de rapazes se revela notoriamente superior (dezassete rapazes e nove raparigas).

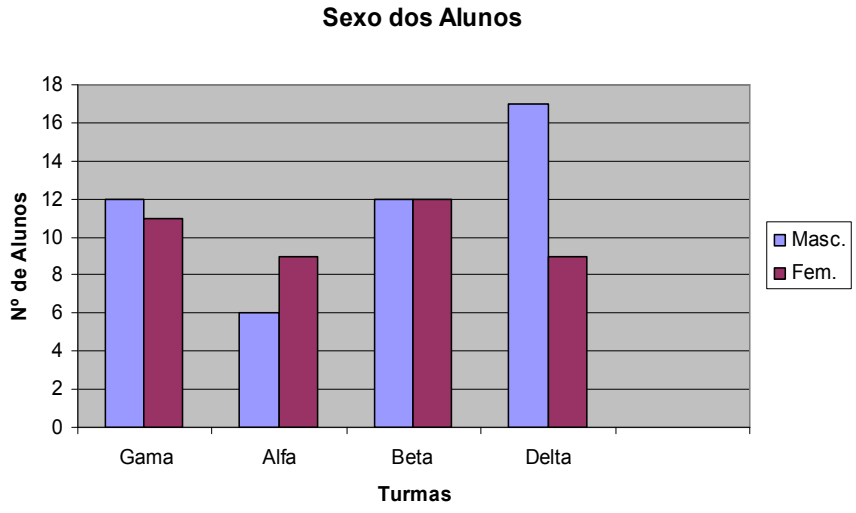


Gráfico 1 – Sexo dos alunos (apresentação por turma)

Em termos globais da amostra, 53% são do sexo masculino e 47% são do sexo feminino, conforme nos revela o Gráfico 2.

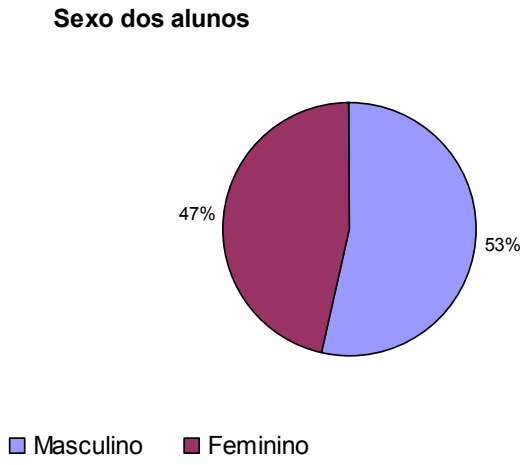


Gráfico 2 – Sexo dos alunos (apresentação global)

Quanto à idade dos alunos, esta situa-se entre os 10 e os 15 anos.

É importante salientar, à parte deste estudo, que a idade média para os quintos anos se situa normalmente nos 10 anos e a idade média para os sextos anos nos 11 anos.

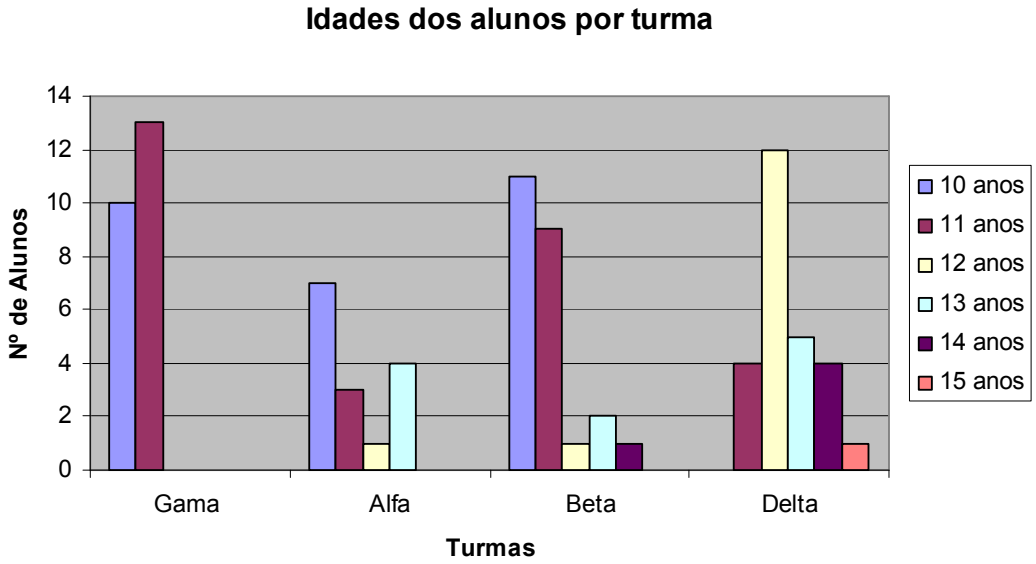


Gráfico 3 – Idade dos alunos (apresentação por turma)

A turma Gama (5º ano de escolaridade) é a turma mais homogénea constituída por um grupo de alunos que vêm juntos desde o 1º Ciclo, sendo uma turma estável e com bons

resultados escolares, proveniente de um meio sócio económico mais elevado, sendo assim todos mais ou menos da mesma idade.

As restantes turmas de 5º Ano (Alfa e Beta) são mais heterogéneas, reflectem um meio socio-económico inferior, o que se reproduz num maior número de alunos que estão a repetir este ano de escolaridade por uma ou mais vezes e daí haver um leque maior de idades.

A turma Delta (6º ano de escolaridade) apresenta uma realidade semelhante às turmas Alfa e Beta.

Os alunos, com idades superiores a 13 anos, que representam uma pequena parcela do universo da amostra (Gráfico 4), foram alvo de uma ou várias retenções no segundo ciclo.

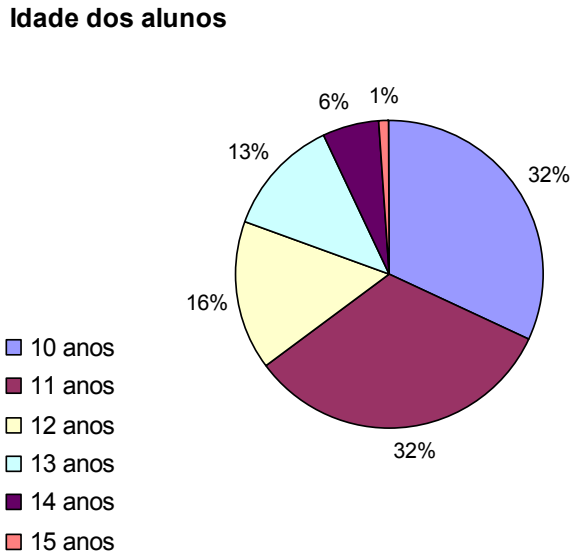


Gráfico 4 – Idade dos alunos (apresentação global)

A maioria (91%) é de nacionalidade portuguesa, conforme nos mostra o Gráfico 5, havendo ainda alunos de nacionalidade brasileira (5%), moldava (2%), espanhola (1%) e macaense (1%).

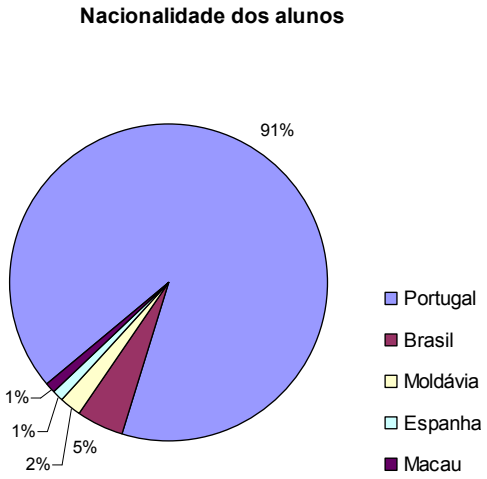


Gráfico 5 – Nacionalidade dos alunos

1.1.2. Contacto com os Museus

A grande maioria dos alunos teve contacto com os museus através da escola ao longo do seu percurso escolar.

Desta forma e conforme nos revela o Gráfico 6, 85% dos alunos já visitaram museus, 13% nunca foram a um museu e 2% dos alunos não responderam à questão.

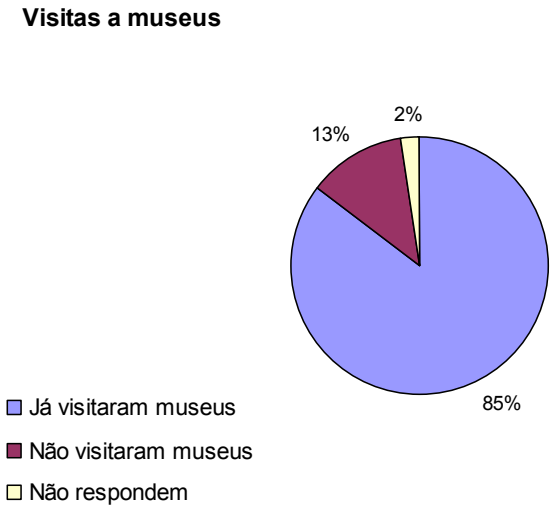


Gráfico 6 – Visitas a museus

61% dos alunos lembram-se dos museus que visitaram (gráfico 7).

Foi possível averiguar aquando da realização dos questionários que muitos alunos visitaram museus através da realização de visitas de estudo.

Esta conclusão comprovou-se devido às dúvidas que foram surgindo, por parte de alguns alunos que já não se lembravam dos museus que tinha visitado, solicitando-nos ajuda através das descrições dos locais e recebendo as respostas por parte de alguns colegas que se lembravam da ida a esses museus.

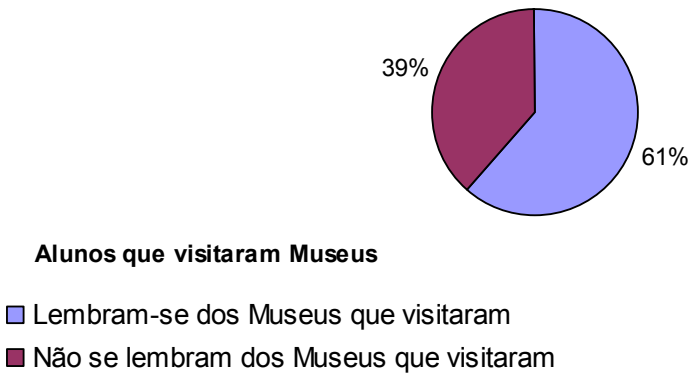


Gráfico 7 – Alunos que visitaram museus

Apesar das tentativas para se recordarem, 29 alunos responderam sim mas não se lembram a que museus foram.

De entre os museus mais visitados (gráfico 8) destaca-se o Museu dos Coches (15%), seguindo-se o Museu da Ciência (8%), e de seguida, de forma equiparada, o Museu do Pão e o Museu Municipal de Benavente (ambos com 7%).

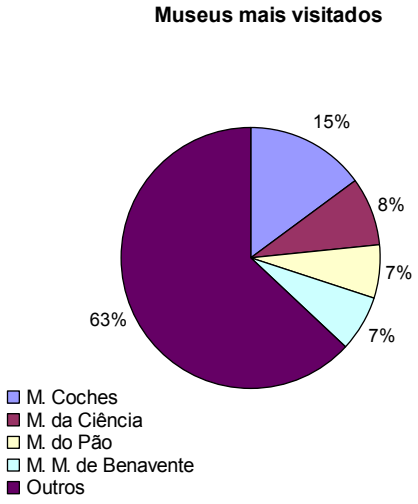


Gráfico 8 – Museus mais visitados

Relativamente a outros museus (63%), encontram-se os museus que foram visitados somente por alguns alunos considerando-se o Museu de Arte Antiga, o Museu de Arte Moderna, o Museu da Cera, o Museu do Traje, o Museu do Teatro, o Museu do Brinquedo e o Centro de Informação Europeia Jacques Delors, entre outros, que foram caracterizados de forma ambígua.

Alguns alunos também se referem a visitas a vários monumentos nacionais tais como o Mosteiro de Alcobaça, o Mosteiro dos Jerónimos, o Palácio da Pena, o Palácio de Mafra e a Capela dos Ossos em Évora.

É feita ainda uma referência a um museu estrangeiro (Museu do Louvre).

1.1.3. Percepção de Museu – Quatro Sensações

Na questão precedente, do tipo aberta, e no sentido de uma maior liberdade nas respostas, pediu-se aos alunos que indicassem quatro sensações que a palavra "museu" inspira, surgindo daí respostas bastante interessantes.

Esta questão por ser aberta teve de ser categorizada. Aqui os resultados não se referem ao número de alunos mas, sim, ao número de sensações registadas, que eram quatro por aluno.

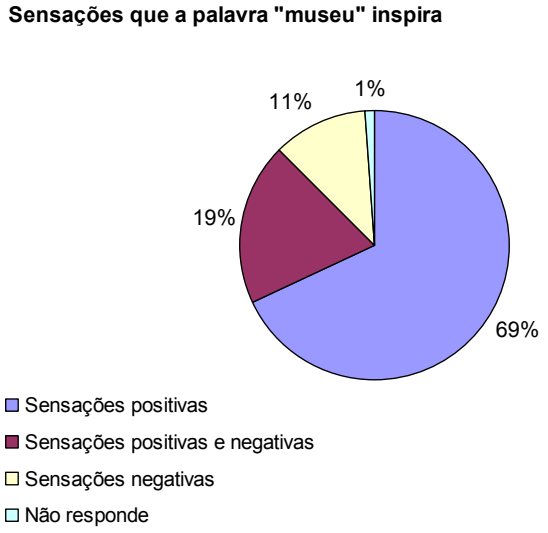


Gráfico 9 – Sensações que a palavra museu inspira

Embora muitos alunos não tenham exposto as quatro sensações, 69% dos alunos expôs sensações positivas, 19% sensações negativas e houve ainda outros (11%) que enumeraram sensações positivas e negativas, sendo as positivas incluídas no universo das

sensações positivas apresentadas no Gráfico 9, e as negativas incluídas no universo das sensações negativas apresentadas no Gráfico 10.

Estas sensações referem-se ao espaço museu e criaram-se 12 categorias para as sensações positivas e quatro categorias para as sensações negativas, de forma a poderem ser encaixadas todas as respostas apuradas (gráfico 10 e 11).

É importante salientar que, em alguns casos, existem aspectos que permitem relacionar essas categorias umas com as outras, como se irá observar, através das sensações que foram apresentadas.

Todas as palavras associadas ao museu (adjectivos) relacionadas com os objectos ou colecções e todas as palavras relacionadas com as tipologias de museu, foram directamente retiradas das respostas dadas pelos alunos.

O número de sensações positivas, considerando-se ainda as sensações positivas apresentadas pelos alunos que apresentaram sensações positivas e negativas (19%), surge numa percentagem de 21% associadas ao museu como um **espaço de contemplação**, um local de beleza, de grandiosidade, um lugar incrível, espectacular, impressionante e importante, que provoca admiração, calma, emoção e que leva à sabedoria, ao fascínio, ao desejo de visitar. Que desperta a imaginação, a inspiração, considerando-se por outro lado o museu como intocável, estranho, onde reina o mistério, o silêncio e o espanto, um espaço de maravilhas, atractivo e quente, sendo desta forma um lugar incrível.

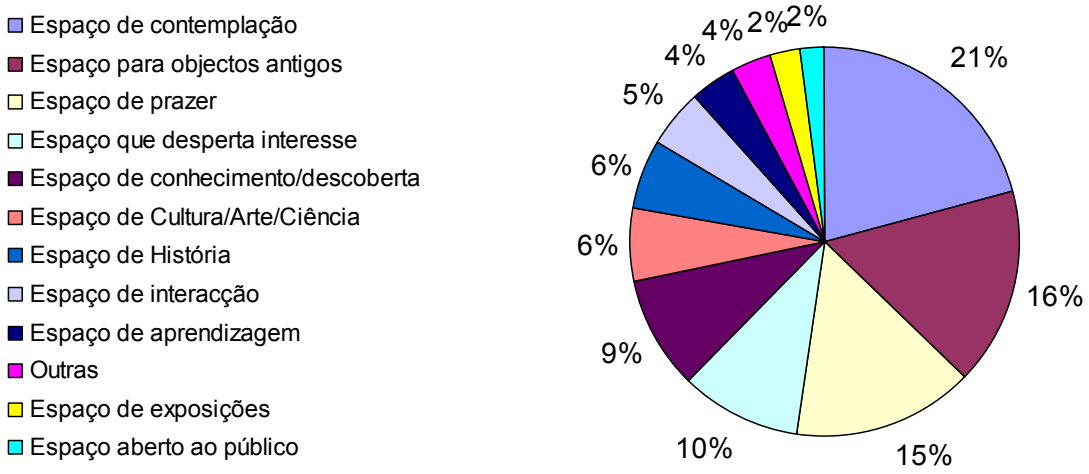


Gráfico 10 – Sensações positivas que a palavra «museu» transmite

Com uma percentagem de 16% evidencia-se o museu como um **espaço para objectos antigos.** Este é assim o museu das antiguidades, do antigo, que guarda uma

grande variedade de objectos antigos, que guarda as relíquias do passado que se traduzem em diversas colecções: pelas pinturas, livros, estátuas, variedades, loiças, outras riquezas (ouro).

O museu também é visto, numa percentagem de 15%, como um **espaço de prazer**, considerando-se um local agradável, bom e até fixe, um local que propicia a alegria, a felicidade, a brincadeira o contentamento, um local engraçado, que promove a diversão, a animação, e o prazer em geral.

10% das sensações apresentadas referem-se simplesmente ao museu como um **espaço que desperta interesse** e esta categoria poderá revelar-se, de certa forma, transversal, pois esse interesse estará relacionado um pouco com todas as outras categorias.

Categorizámos também o museu como um **espaço de conhecimento/descoberta**, com uma percentagem de 9%, em que nos é apresentado como um espaço de conhecimento de descoberta e de aventura, onde se pode conhecer, descobrir, desenvolvendo assim a inteligência. O museu também nos é apresentado com um espaço curioso, de curiosidade.

Depois, em percentagens inferiores (6%), o museu é apresentado como um **espaço de Cultura/Arte/Ciência** e um **espaço de História,** de historial, de passado. Alguns alunos fazem referencia ao passado, referindo os reis ou as pessoas que aí viveram.

5% das sensações referem-se a um **espaço de interacção**, de demonstração e exploração, um espaço de experimentação e criação, com diversas actividades.

Esta categoria está intimamente relacionada com a seguinte, que acaba por ser uma consequência da primeira e que apresenta o museu como um **espaço de aprendizagem** (4%), um espaço para aprender coisas novas, aberto à novidade.

2% das sensações referem-se ao museu como um espaço de exposições com diversos temas, e na mesma percentagem evidencia-se um espaço aberto ao público, um espaço associado a filas de pessoas, um espaço em que são necessários bilhetes para entrar.

Numa percentagem de 4%, surgem sensações que categorizámos como **outras** e que se referem a músicas (música ambiente, sonorizações nas exposições), às deslocações, às visitas de estudo, às visitas guiadas e aos guias.

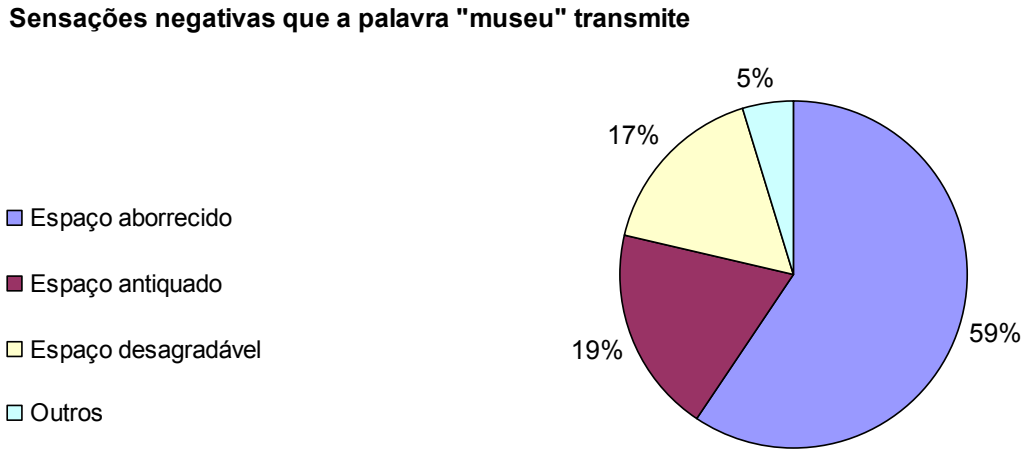


Gráfico 11 – Sensações negativas que a palavra «museu» transmite

As sensações negativas categorizadas em quatro categorias, apresentadas por 11% dos alunos, considerando-se ainda as sensações negativas apresentadas pelos alunos que apresentaram sensações positivas e negativas (19%), conforme foi mostrado no gráfico 9, apresentam em primeiro lugar (gráfico 11),um grupo de sensações que classificam o museu como um **espaço aborrecido**, um espaço chato e "seca" (59%).

É também um **espaço antiquado**, velho, cheio de velharias e coisas velhas (19%).

Também é visto como um **espaço desagradável**, antipático, mau, horrível, ruim, e que causa até medo (17%).

Numa percentagem de 5%, surgem sensações que categorizámos como **outros**, evidenciando o museu como um espaço que causa *stress*, e até inveja[46].

1.1.4. Museus e Acessibilidades

Sondou-se de seguida, no questionário, se o acesso aos museus se revela fácil ou difícil.

Nesta questão, o valor percentual refere-se às causas e não ao número de alunos que respondeu, pois alguns alunos apontam várias causas.

[46] Esta sensação foi apresentada por uma aluna que nos explicou o porquê da sensação "inveja". De certa forma o fundamento até poderia classificar-se de positivo, mas a sensação é definitivamente negativa e prende-se com o facto de o museu ser tão bonito que até causa inveja, por não se poder ser dono daquelas riquezas todas.

Assim são apontadas 69% de causas em que se verifica uma dificuldade em ir visitar um museu, 30% de causas em que, pelo contrário, é fácil chegar aos museus e 1% em que não houve respostas (gráfico 12).

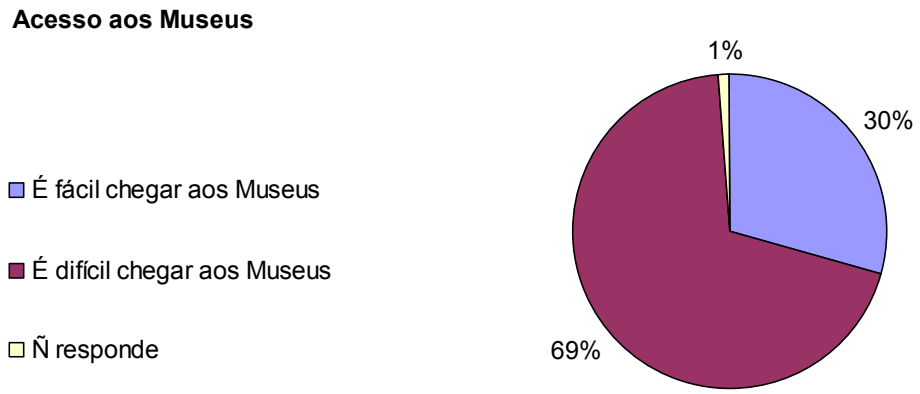


Gráfico 12 – Acesso aos museus

Dentro das causas detectadas, apresentadas em sete categorias (gráfico 13) e em que se verifica uma facilidade em chegar ao museu, muitos alunos afirmam que é fácil chegar a um museu porque estes **encontram -se bem sinalizados** (22%).

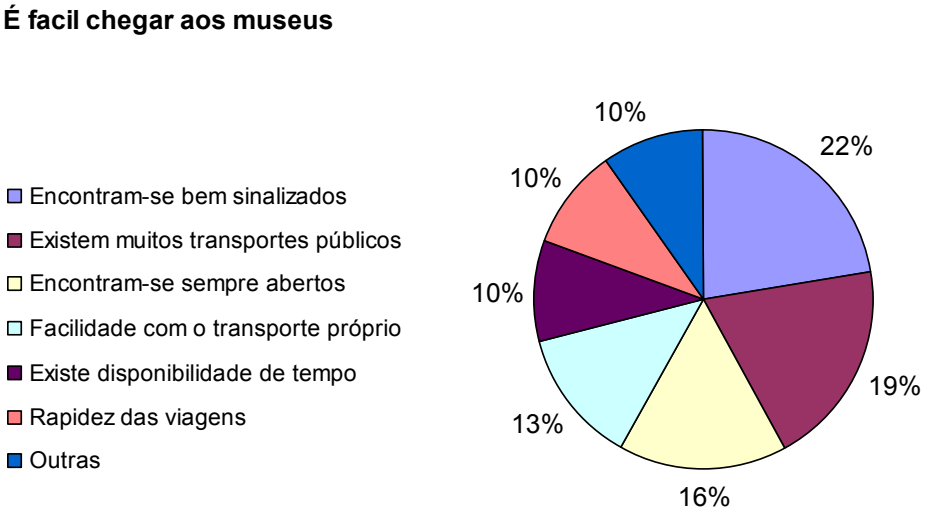


Gráfico 13 – É fácil chegar aos museus

Existem muitos transportes públicos (19%) e os museus **encontram-se sempre abertos** (16%), existindo para além de tudo, **facilidade com o transporte próprio** (13%), pois há muitas pessoas que não pretende estar limitadas a questões de horário.

Existe disponibilidade de tempo (10%) por parte de alguns alunos e encarregados de educação para visitarem museus.

Verifica-se, por outro lado, para alguns alunos, uma **maior rapidez das viagens** (10%) também pelo facto de não haver trânsito.

Em igual percentagem, surgem as causas que categorizámos como **outras,** considerando o facto de haver muitos museus que se podem visitar, existir nesses museus o devido acompanhamento dos alunos, e ser fácil de programar uma visita.

Dentro das causas detectadas e que indicam a dificuldade de chegar aos museus, estas foram apresentadas em nove categorias (gráfico 14), muitos alunos referem o facto de que **é longe** (26%), ou seja, os museus encontram-se distantes.

Verifica-se em segundo lugar, uma grande **indisponibilidade dos pais** (25%), contrariamente ao que se observa no gráfico 13, o que não deixa de se revelar um aspecto curioso.

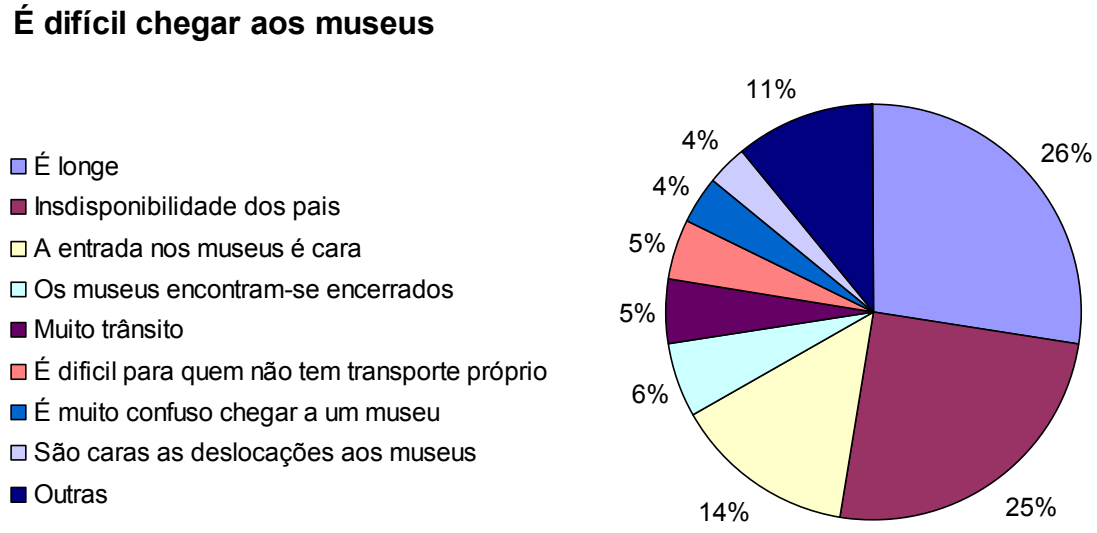


Gráfico 14 – É difícil chegar aos museus

Muitos alunos salientam também que **a entrada nos museus é cara** (14%), e que **os museus se encontram encerrados** (6%), existindo ainda **muito trânsito** (5%) o que dificulta as deslocações. É interessante verificar, tal como na segunda causa apontada, que estas três causas são contraditórias com os resultados do gráfico anterior.

Alguns alunos salientam o facto de que é difícil para quem não tem transporte próprio (5%).

Esta causa corrobora, de certa forma, a causa apontada no gráfico anterior relacionada com o facto de se possuir transporte próprio, sendo assim mais fácil visitar um museu.

Também é apontada a causa de que **é muito confuso chegar a um museu** (4%) e na mesma percentagem, afirma-se que **são caras as deslocações aos museus**.

Numa percentagem de 11%, surgem as causas que categorizámos como **outras,** em que os alunos referem a possibilidade de poder haver acidentes na deslocação ao museus, também referem o caso de ser difícil uma visita a um museu porque é necessário estar com atenção, as visitas são cansativas e, por vezes, existem falta de condições, concretamente a falta de elevadores, entre outros.

O facto de que não têm idade para lá ir sozinhos, ou os pais não deixarem, de que não há transportes e não se sabe onde ficam os museus, são outras das causas apontadas.

1.1.5. Trabalhar num Museu

Tendo questionado os alunos sobre a possibilidade de um dia poderem vir a trabalhar num museu, 70% manifestou que não gostariam de trabalhar nesse espaço, havendo no entanto 30% que, sim, gostariam (gráfico 15).

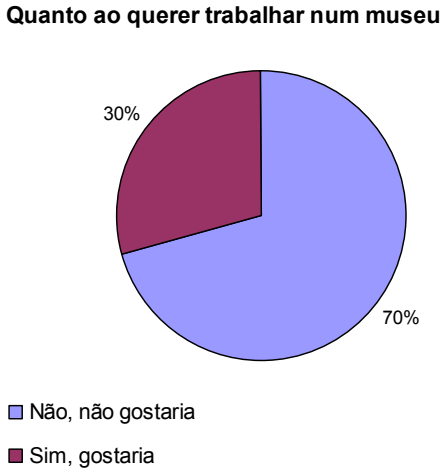


Gráfico 15 – Quanto ao querer trabalhar num museu

A percentagem de 30% dos alunos que gostariam de trabalhar num espaço desses (gráfico 16), referem que gostariam de poder ser **Guias**, para orientar e esclarecer os visitantes durante as visitas aos museus. 8% dos alunos gostariam de ser **guardas, vigilantes ou seguranças** do museu, e na mesma percentagem afirmam que poderiam ser **auxiliares de limpeza** e manutenção dessas instalações.

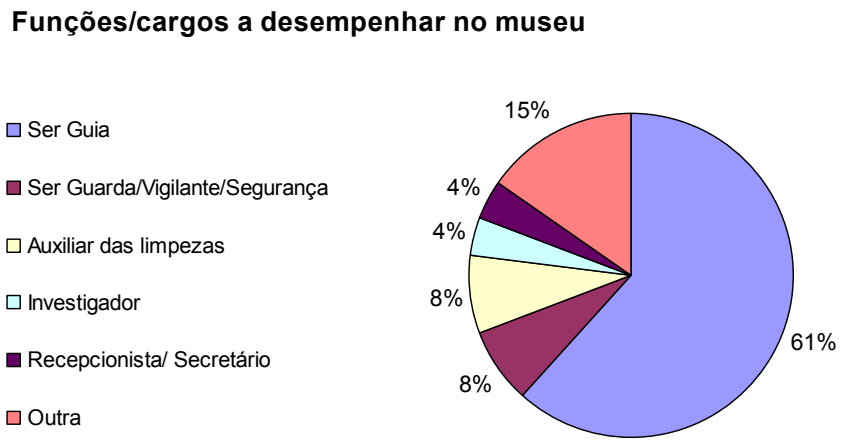


Gráfico 16 – Funções/cargos a desempenhar no museu

Alguns alunos referem que gostariam de ser **investigadores** nos museus (4%) e, em igual percentagem, alguns alunos aspiram ao cargo de **recepcionista/secretário** num museu.

Numa percentagem de 11%, surgem as causas que categorizámos como **outra**. Aqui surgiram algumas respostas menos objectivas que se prendem com o facto de poder ser giro, porque poderiam ajudar as pessoas e poderiam animar as visitas.

1.1.6. Museus e Internet

Ao termos questionado os alunos se já visitaram museus pela Internet (gráfico 17), 91% dos alunos respondeu que não, havendo no entanto uma percentagem de 9% que já visitou museus pela Internet.

De entre os vários museus visitados pela Internet, destacam-se entre outros o Museu dos Coches, o Museu do Conhecimento (ou da Ciência Viva[47]), o Museu do Louvre e o Mosteiro da Batalha.

[47] Museu do Conhecimento - Neste caso temos o Pavilhão do Conhecimento ou da Ciência Viva, com *site* oficial, ou o Museu Didáctico/pedagógico do Conhecimento em Alenquer, também com *site* oficial, não havendo qualquer especificação por parte do aluno para o identificar mais objectivamente.

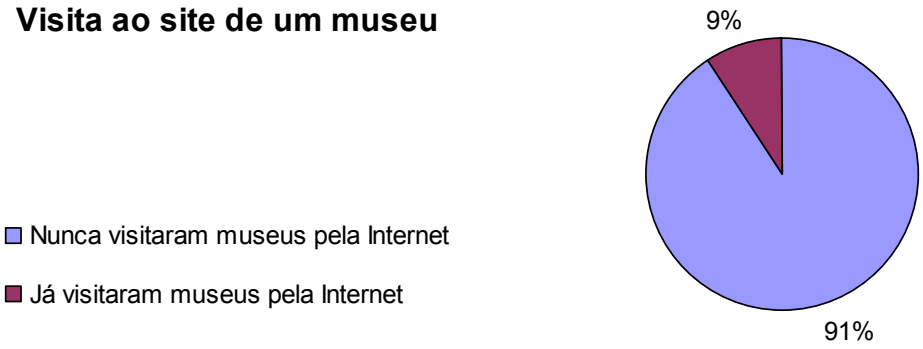


Gráfico 17 – Visita ao site de um museu

A esmagadora maioria dos alunos (95%) considera que é mais interessante visitar um museu pessoalmente, conforme nos mostra o gráfico 18, e somente 5% dos alunos considera o contrário.

Nesta questão, tal como em algumas das questões anteriormente analisadas, consideram-se as percentagens em função do número das razões e não o número de alunos que responderam, visto muitos alunos terem apontado várias razões que mostram as vantagens de visitar os museus pessoalmente.

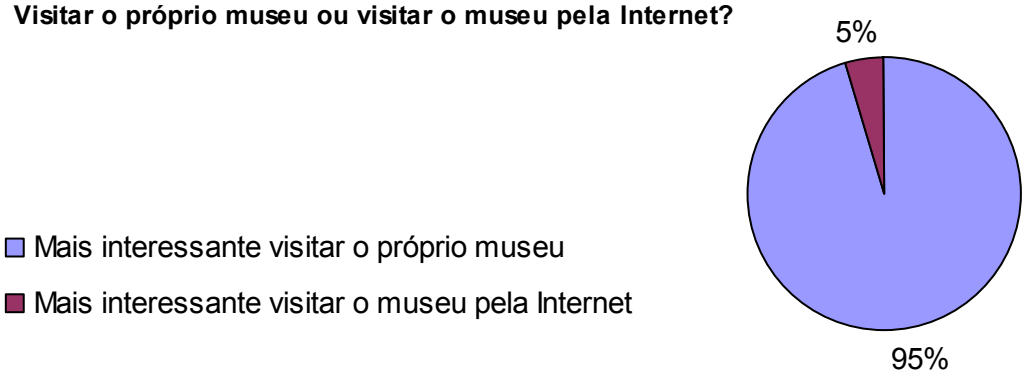


Gráfico 18 – Visitar o próprio museu ou visitar o museu pela Internet?

As razões apontadas para a visita pessoal aos museus foram organizadas em cinco categorias que, de certa forma, se encontram ligadas, havendo assim uma complementaridade entre as diversas respostas apresentadas (gráfico19).

Assim, muitos alunos referem que na visita pessoal **existe um contacto mais próximo com as exposições** (51%), em que as coisas se vêem melhor, podem ser vistas com mais pormenor e ao vivo.

O facto de ir ao museu permite estar mais perto das coisas, permite ver pessoalmente, ver verdadeiramente, ver ao perto.

A ida ao museu é importante porque **desperta sensações** (29%), no sentido em que se pode sentir a emoção, o facto de ser divertido, mais interessante e, por isso, ser mais impressionante.

Também é importante porque se pode ter um guia, o que se torna melhor para a visita pois há mais realismo, mais inspiração e é mais bonito.

O facto de **poder experimentar, explorar e até tocar** (16%), permite que se aprenda melhor e se entenda melhor o que se vê.

É mais importante visitar os museus pessoalmente para 3% dos alunos porque **pela Internet não é a mesma coisa**.

Estar com pais e amigos também é uma razão ir visitar um museu como é apresentado por 1% dos alunos.

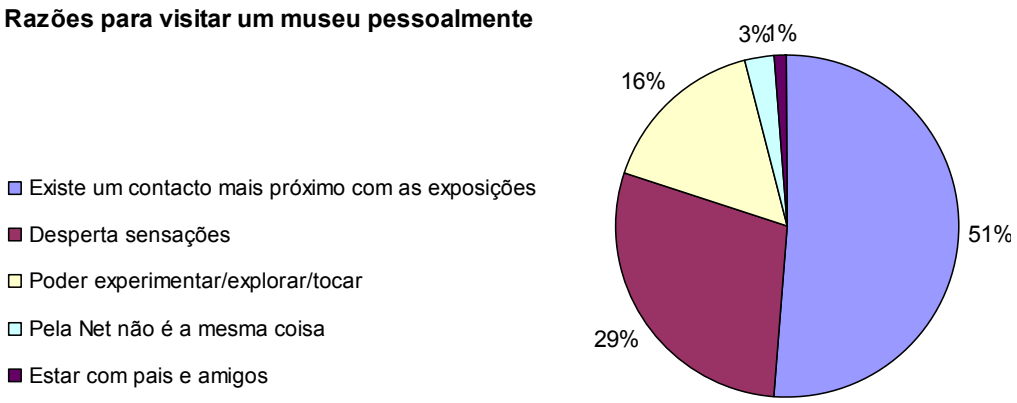


Gráfico 19 – Razões para visitar um museu pessoalmente

Para os 5% dos alunos que preferem visitar os museus pela Internet (gráfico 18), estes referem que é tudo mais rápido, não se gasta gasolina e existe mais informação disponível nos *sites*.

1.1.7. Um Museu do Século XXI

Para 52% das respostas dadas pelos alunos, relativamente ao que pensam ser um museu do século XXI (gráfico 20), afirma-se que será **um museu com mais tecnologia**, um museu mais avançado, moderno e com mais privilégios. 13% das respostas propõem-nos

um museu «sensação», que possa ser mais interessante, mais apelativo, divertido, bonito, atractivo e extraordinário.

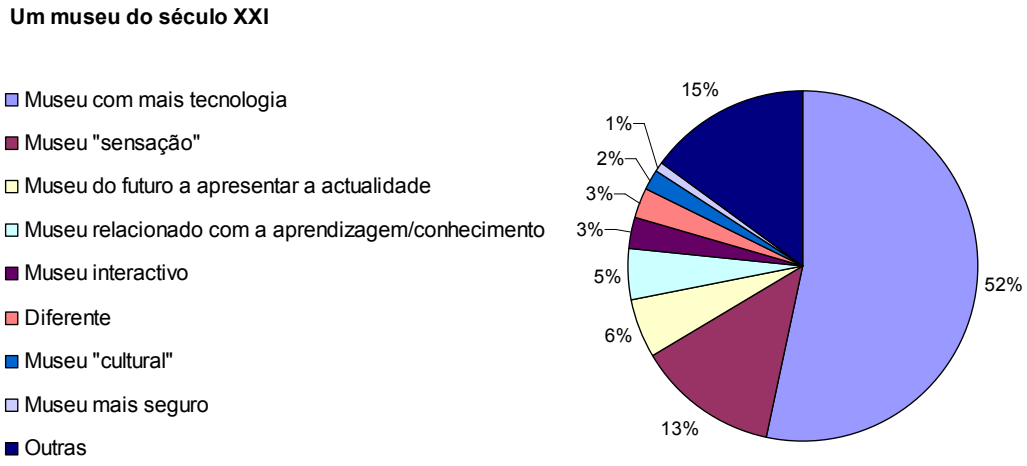


Gráfico 20 – Um museu do século XXI

Também nos é proposto **um museu do futuro a apresentar a actualidade** (6%), ou seja, um museu do futuro que terá as coisas desta época, as coisas actuais, e que passarão a ser passado.

O **museu relacionado com a aprendizagem/conhecimento** (5%), com muitas coisas para ensinar, com tudo o que promova a descoberta e o conhecimento, um museu da ciência viva.

Esta categoria está em muito relacionada com a categoria do **museu interactivo** (3%), em que deverá haver a possibilidade de experimentar, de participar em diversas actividades tais como a música, os bailes e as exposições. Todas estas ideias são referidas, sendo a criatividade um factor de igual importância.

Também se sugere que o museu do futuro seja **diferente** (3%), fora do normal.

O **Museu «cultural»** (2%) assume-se também como uma expectativa de que deve ser um museu com «artes novas».

1% das respostas espera por um museu mais seguro, onde nada seja roubado.

Numa percentagem de 15%, surgem as respostas que categorizámos como **outras**.

Algumas respostas propõem um museu com coisas antigas e raríssimas, um museu que possua uma máquina do tempo para se poder viajar ao passado, mas são também apresentadas respostas que referem não ser necessário mais nenhum museu, porque será apenas mais um, igual a tantos outros mas restaurado, uma «seca», um sítio chato, cheio de tralha, e desinteressante.

Na nona questão do questionário apresentado aos alunos, procurámos saber se tivessem a oportunidade de criar um museu na sua terra, em Portugal ou no mundo, no que é que apostariam (gráfico 21).

Assim, 75% dos alunos criariam um museu mas não mencionam onde o iriam criar.

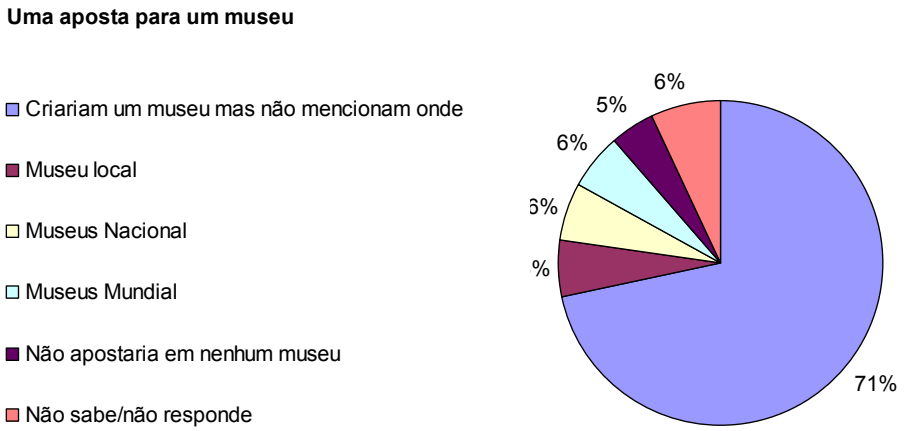


Gráfico 21 – Uma aposta para um museu

6% dos alunos apostariam num **museu local** que fosse barato e que fosse o melhor do mundo, um museu da electrónica, um museu que desse para ir a pé e que fosse o melhor de todos os museus.

Também numa percentagem igual, os alunos apostariam num **museu nacional**, um museu nacional do conhecimento, sobre monumentos, e um museu situado no norte do país sobre animais selvagens.

6% apostariam num **museu mundial**, criado em outros países. Poderia ser um museu etnográfico com culturas dos diferentes povos; um museu promotor de festivais; um museu na Áustria com animais embalsamados; um museu muito grande (enorme) em Espanha (Madrid); ou um museu em Buenos Aires que fosse livre para todos; um museu de novas tecnologias.

5% dos alunos **não apostaria em nenhum museu** pelo facto de já existirem muitos e porque não gostam de museus. 6% não sabem ou não quiseram responder.

No gráfico seguinte (gráfico 22) são apontados os tipos de museu em que os alunos apostariam.

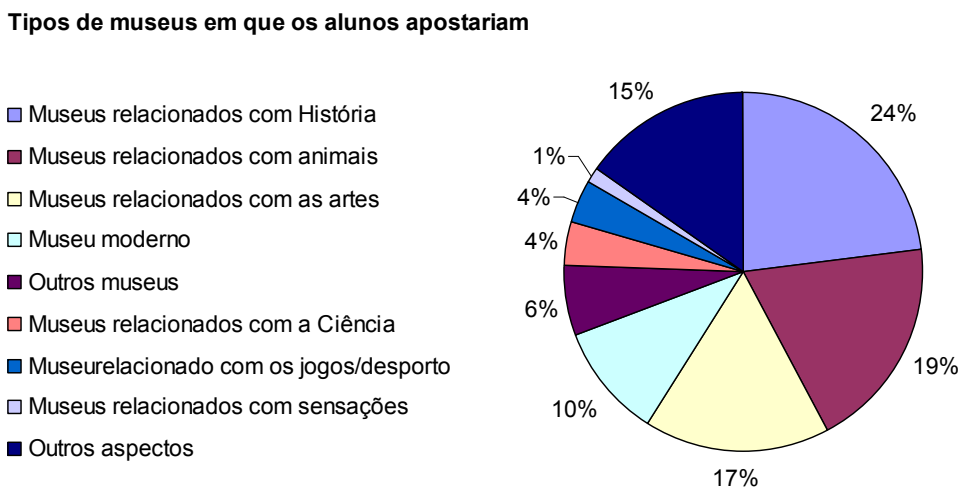


Gráfico 22 – Tipos de museus em que os alunos apostariam

Há assim uma maior inclinação para os **museus relacionados com a História** (24%), onde pudessem ser apreciados temáticas relacionadas com os Índios, os homens antigos, os primeiros computadores, as guerras antigas, todas as coisas antigas e raras, e um museu de carros antigos e clássicos.

Para os **museus relacionados com animais** (19%), muitos alunos defendem um museu sobre todos os dinossauros, outros apostariam num museu sobre raças de cães, um museu sobre os cavalos, um museu dos animais e até um museu de ossos.

Para os **museus relacionados com as artes** (17%), muitos alunos apostariam num museu das "artes novas", da música, da arquitectura, do cinema ou do teatro.

Outros alunos apostariam na criação de um **museu moderno** (10%), um museu das novas tecnologias, com tecnologias modernas, um museu com recurso à robótica.

Relativamente a **outros museus** em que apostariam (6%), haveria quem apostasse num museu da roupa, com manequins e muitas pérolas, num museu da criatividade, num museu da magia, num museu das jóias e das pedras preciosas, ou num museu das mascotes.

Um menor grupo de alunos apostaria em **museus relacionados com a ciência** (4%), considerando-se um museu do ar, dos astros ou da ciência viva.

Em igual percentagem apostar-se-ia num **museu relacionado com os jogos/desporto**, como por exemplo o museu do andebol.

1% dos alunos apostaria no **museu relacionado com as sensações**, o museu dos horrores.

Numa percentagem de 15%, surgem as respostas que categorizámos como outros aspectos, inserindo-se aqui, um conjunto de preocupações a ter em conta na concepção de

um novo museu. Assim é referido um museu que tivesse mais cor, que se traduzisse por uma melhor simpatia do pessoal, pelas actividades a oferecer, na diversão e nos melhores acessos tais como a construção de rampas. Investir-se-ia num museu que fosse depois publicitado e, deveria haver um museu em todas as cidades do mundo (museus para todos).

Deveria haver também um museu enorme para caber lá tudo, um museu grande e luxuoso, um museu com tudo o que existe.

1.1.8. Um Museu mais Atractivo

Na última questão do questionário propôs-se aos alunos total liberdade para poderem registar uma boa ideia para um museu mais atractivo. O registo dessa ideia poderia ser feito a partir de um título, de uma frase, de um poema ou de um desenho. O que se pretendia era possibilitar uma «chuva de ideias», de forma a incentivar a criatividade dos alunos, expondo também os aspectos que não tiveram possibilidade de expor nas outras questões do questionário.

Desta forma, 23% dos alunos fizeram o seu registo através do desenho, 27% dos alunos desenharam e escreveram e 50% dos alunos registaram através da escrita as suas ideias (gráfico 23).

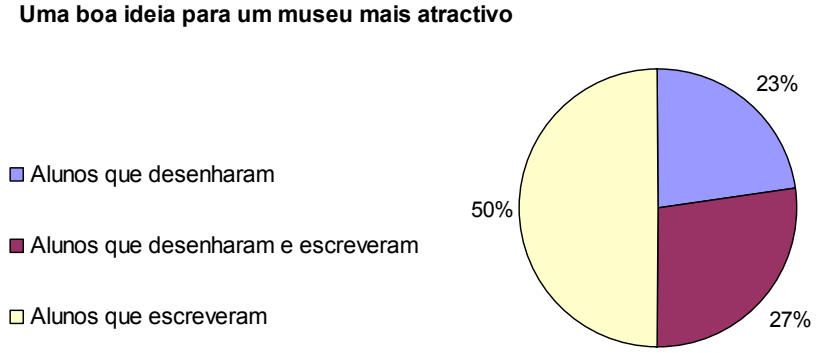


Gráfico 23 – Uma ideia para um museu mais atractivo

Dos alunos que fizeram o registo pelo desenho, observa-se com grande intensidade a arquitectura dos museus, os cartazes e as exposições de objectos.

Os alunos, que desenharam e escreveram, quiseram passar uma mensagem e apresentaram essencialmente cartazes ou, então, fizeram registos a expor a arquitectura dos museus, complementando a mensagem visual com a escrita, através de um género de

legenda, pela qual iam dando as respectivas explicações acerca do que significavam os diversos elementos visuais.

Os alunos que se cingiram à escrita criaram essencialmente *slogans* ou convites.

Esta questão foi para nós extremamente difícil de categorizar, pelo que não foi esboçado qualquer gráfico para apresentar as mensagens transmitidas pelos alunos, que muitas vezes se repetiu conforme o tipo de registo utilizado, neste caso o desenho, a escrita e o desenho e a escrita. De qualquer forma, todos os registos poderão ser consultados nos questionários que seguem como apêndice, no volume II deste trabalho.

Esta dificuldade verificou-se porque lhes foi dada todas as possibilidades de registo.

No entanto, podemos evidenciar as principais ideias registadas, tratando-as somente de uma maneira geral, podendo haver aqui uma complementaridade posterior quando for feita a discussão final desta amostra.

Desta forma salientam-se, nas ideias registadas pelos alunos, algumas recomendações, considerando-se a necessidade de fazer publicidade aos museus (muitas foram os registos, através do desenho ou da escrita, em que aparecia um cartaz ou um *slogan* a solicitar a ida ao museu ou a frase «venha ver o museu», esta ideia apresenta-se-nos também como que um convite. Por outro lado, os mesmos registos reflectem também a necessidade de os preços serem mais baixos (nos desenhos em que aparece o museu, surge muitas vezes a representação da bilheteira, a publicitar um determinado preço).

Uma grande parte dos registos apresenta-nos um tema para a criação de um museu, o que terá sido eventualmente influência da questão anterior, tendo os alunos desenvolvido essa ideia na última questão.

Para alguns alunos o museu terá de ser divertido, ter muitas actividades relacionadas com os temas das exposições para as pessoas participarem, maior interactividade, ser mais seguro e menos aborrecido.

Outras coisas a integrar num museu seriam, por exemplo, uma pista de fórmula 1 no museu, ter espaços para se lanchar e almoçar, deveriam ter rampas para permitir o acesso a todos, elevadores e escadas rolantes para uma maior adesão.

Os museus deveriam ter música ou terem uma discoteca, deveriam ser o museu "espectáculo", deveriam ter ainda mais tecnologia, por exemplo um ecrã gigante.

É interessante ainda observar que, apesar de alguns alunos terem assumido durante o inquérito que não gostavam de museus, nesta última questão não houve nenhum registo negativo em relação aos museus.

1.2. Análise das Respostas dos Questionários dos Professores

Após a caracterização do público-alvo sobre o qual incide esta amostra, serão apresentadas seguidamente as respostas dadas nos questionários dos professores.

Seguidamente, no capítulo VII, será apresentada uma discussão dos resultados, tendo em conta as respostas dadas, de forma a clarificar as questões inicialmente lançadas e enunciadas.

Optámos por ir apresentando as categorias ao longo da análise das respostas, de forma a tornar mais claro todo o raciocínio de análise, complementando-se essa informação com a observação dos gráficos, que traduzem as respostas.

A análise da amostra irá, a partir do gráfico 26 com excepção do gráfico 29, ser feita em termos globais, uma vez que o número de professores que responderam, em cada nível de ensino, é diferente.

Esta necessidade prende-se com facto de não se pretender uma análise dos dados ambígua ou tendencial, uma vez que as categorias para os diversos níveis de ensino teriam em termos proporcionais uma outra interpretação, devido à desproporcionalidade entre o número de pessoas que responderam considerando os diversos níveis de ensino. Essa situação não se verificaria se tivéssemos, por exemplo, um número igual de inquéritos respondidos para cada nível de ensino.

Por outro lado, procuraremos mais à frente evidenciar alguns aspectos que eventualmente se possam destacar relativamente às respostas dadas por cada professor do mesmo nível de ensino, cruzando as respostas se tal facto for pertinente.

Relativamente às categorias designadas por outras, outros, outros factores (e similares), poderão muitas vezes aparecer com uma percentagem muito superior em relação a outras categorias. Isso deve-se ao facto de terem sido agrupadas muitas respostas isoladas, que foram dadas individualmente, não sendo referidas por mais ninguém.

1.2.1. Nível de Ensino dos Professores

Responderam a este questionário, conforme já foi clarificado anteriormente, 75 professores.

Como nos mostra o gráfico 24, 41% dos questionários foi respondido pelos professores do 3º ciclo, 27% reportam-se a questionários respondidos pelos professores do 1º Ciclo, 23% aos questionários respondidos pelos professores do 2º Ciclo e 9% referem-se a questionários respondidos pelos educadores de infância.

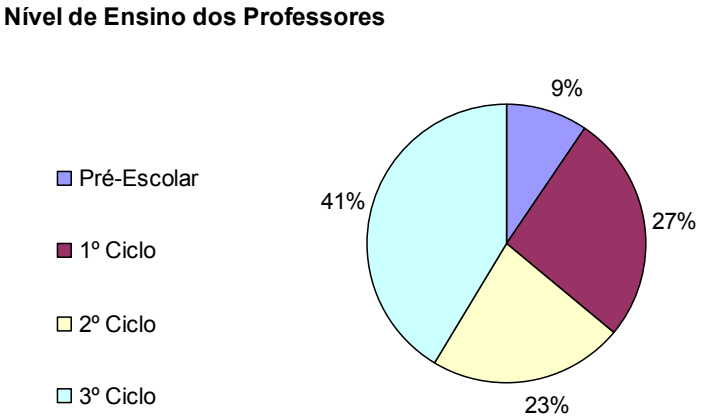


Gráfico 24 – Nível de ensino dos professores

Pode-se comprovar ainda pelo gráfico 25 que 79% dos inquiridos são do sexo feminino e 18% do sexo masculino e 3% dos professores não quiseram responder.

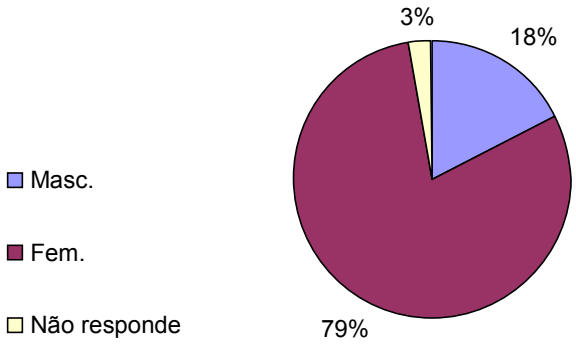


Gráfico 25 – Sexo dos professores

1.2.2. Relativamente à Frequência das Visitas aos Museus

Questionando os professores se costumam visitar museus, pudemos comprovar que a grande maioria (96%) respondeu afirmativamente e só 4% é que não visitam museus conforme nos mostra o gráfico 26.

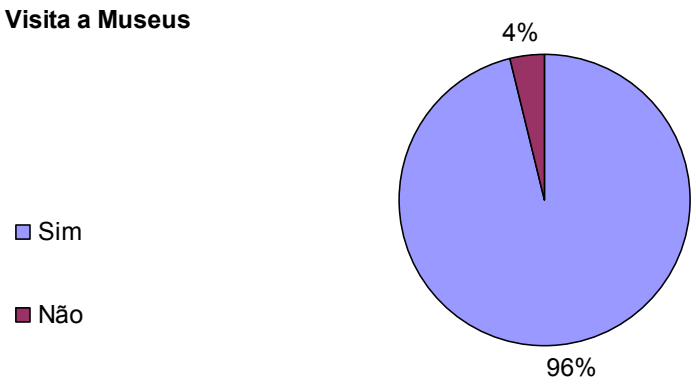


Gráfico 26 – Visita a museus

Torna-se de certa forma pertinente observar, conforme nos mostra o gráfico 27, que as respostas negativas se salientam no universo de professores de 3º Ciclo.

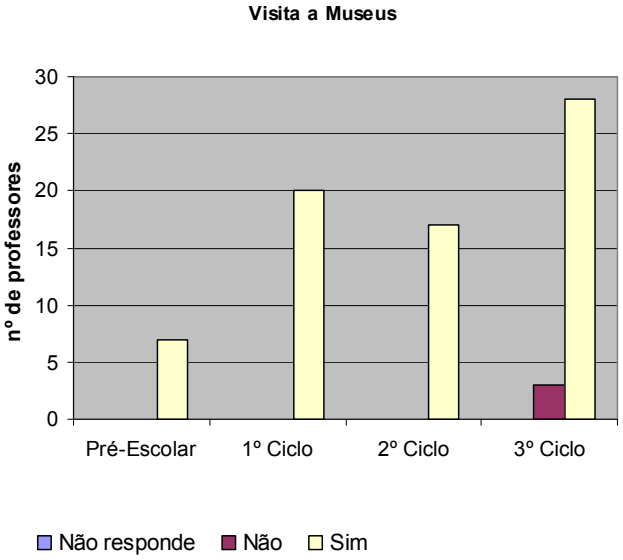


Gráfico 27 – Visita a museus (por nível de ensino)

Considerando a frequência da ida aos museus, por parte de todos aqueles que já visitaram museus, 35% afirmam que fazem visitas aos museus com frequência, 20% responderam que vão aos museus raramente e 45%, apesar de terem dito que vão aos museus, não quiseram responder à frequência com que visitam os mesmos, conforme é apresentado no gráfico 28.

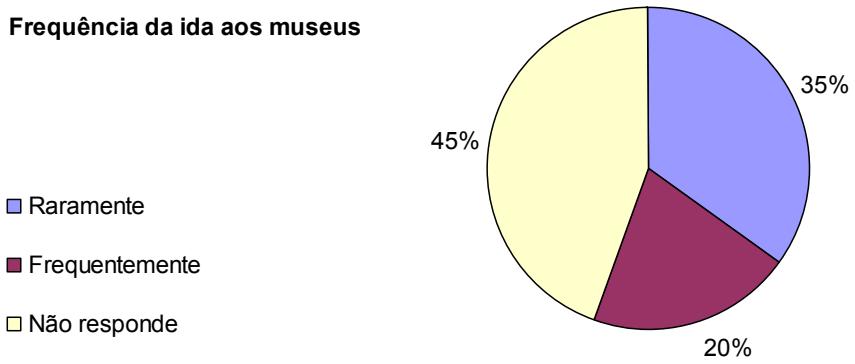


Gráfico 28 – Frequência da ida aos Museus

1.2.3. Quanto à Organização de Visitas de Estudo

No gráfico 29, podemos observar que 67% dos professores já organizou visitas de estudo e 33% nunca organizou uma actividade desse âmbito.

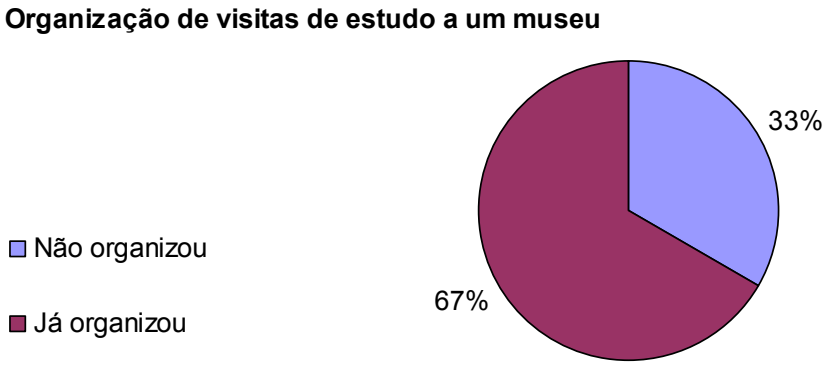


Gráfico 29 – Organização de visitas de estudo a um museu (total da amostra)

A pertinência do gráfico 30, por níveis de ensino, deve-se ao facto de que, embora sejam menos professores de 2º Ciclo (considerando a totalidade dos professores de 2º Ciclo e a totalidade de professores de 2º Ciclo que responderam ao inquérito), relativamente aos professores de 1º Ciclo que são em maior número, verifica-se um maior número de professores de 2º Ciclo que não organizaram visitas de estudo. Essa tendência tende a

aumentar em termos proporcionais no 3º Ciclo. No pré-escolar todos os professores organizaram visitas de estudo.

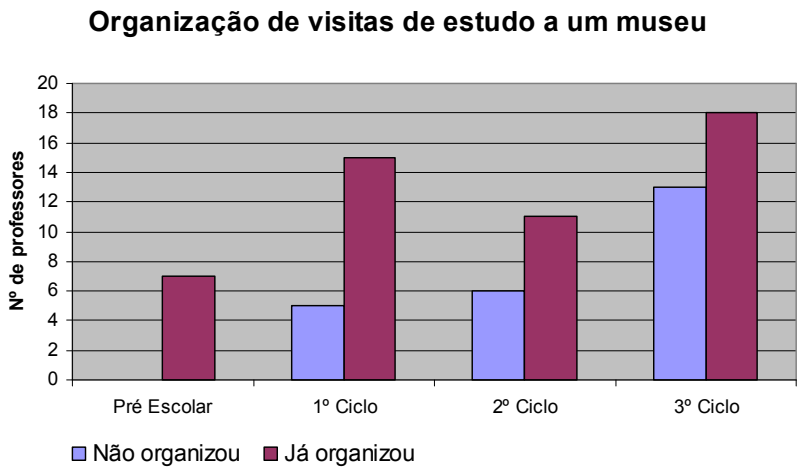


Gráfico 30– Organização de visitas de estudo a um museu

No que diz respeito às dificuldades sentidas pelos professores na organização de visitas de estudo, 74% responderam que não tiveram dificuldades. No entanto, 26% revelam que sentiram dificuldades de vária ordem, considerando o gráfico 31 que a seguir se apresenta.

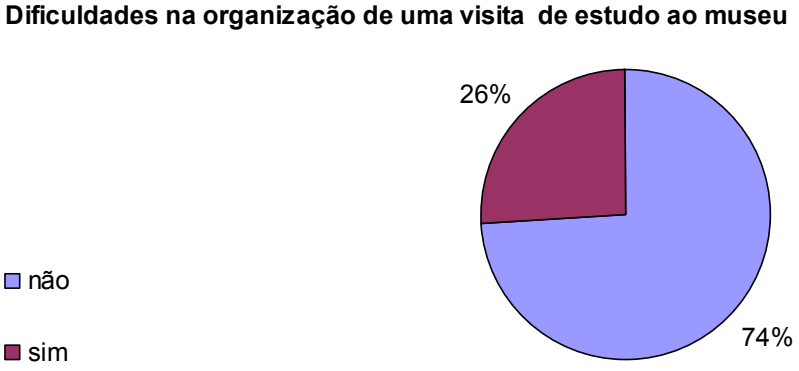


Gráfico 31 - Dificuldades na organização de uma visita de estudo

Devido ao facto de ser uma questão semi-aberta, alguns professores sugeriram mais do que uma dificuldade.

As causas foram agrupadas em seis categorias consideram as várias respostas dadas pelos 26% de professores que sentiram tais dificuldades, segundo nos mostra o gráfico 32.

Gráfico 32 – Dificuldades encontradas na organização de uma visita de estudo (causas)

A primeira causa enunciada pelos professores, quanto às dificuldades que tiveram na organização de uma visita de estudo, prende-se com o problema dos **transportes** (22%), estando de certa forma associado aos custos demasiado elevados resultantes dessa prestação de serviços que é, na maioria dos casos, inevitável. Existe a possibilidade de recorrer aos transportes da Câmara Municipal, mas existem condicionamentos relacionados com a disponibilidade dos mesmos.

As questões de **burocracia/logística** ligadas à escola (17%), a actual legislação, exigem muitos trâmites que tornam os procedimentos morosos e desgastantes criando a desmotivação por parte dos professores.

Alguns professores, quando organizaram visitas de estudo, sentiram por parte dos museus, a dificuldade em que fossem aceites grupos muito numerosos, havendo desta forma alguma **indisponibilidade por parte dos museus** (17%).

11% das causas estiveram relacionadas com a **calendarização**, havendo dificuldades em programar as visitas considerando a disponibilidade dos museus articulada com a disponibilidade da escola.

Em igual percentagem assinala-se outro tipo de dificuldades orçamentais, associadas aos **custos** de entrada nos museus e custos da visita no geral.

Numa percentagem de 22%, surgem sensações que categorizámos como **outras** referindo-se a falta de actividades adequadas, a falta de interesse por parte dos colegas, problemas relacionados com a localização do museu e a falta de hábitos dos alunos.

Tendo questionado os professores para referirem um ou vários aspectos que, na sua perspectiva, dificultam actualmente a organização das visitas de estudo aos museus, tendo em conta a diversidade de causas apontadas, houve a necessidade de as agrupar

segundo três ordens de categorias, considerando as causas associadas a factores de ordem geral, factores relacionados com os museus e factores relacionados com a escola.

Nesta questão, tal como em algumas das questões anteriormente analisadas, consideram-se as percentagens em função do número das causas e não em função do número de professores que responderam, visto muitos terem apontado várias causas sobre a dificuldade em organizar as visitas de estudo.

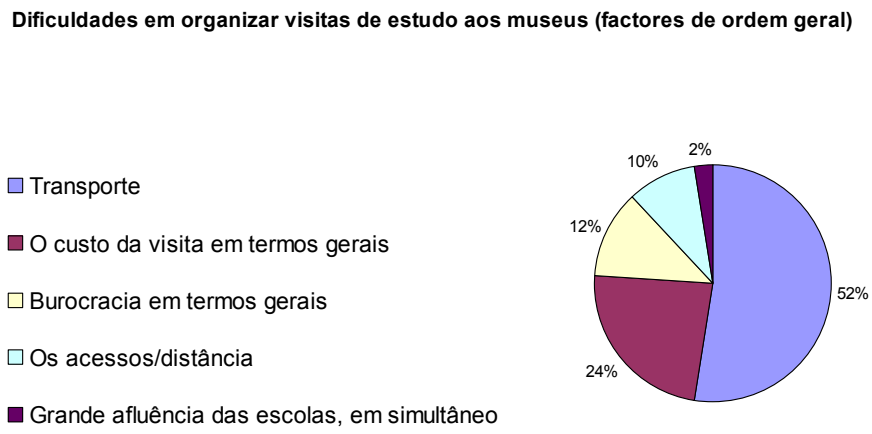


Gráfico 33 – Dificuldades em organizar visitas de estudo aos museus (factores de ordem geral)

No que diz respeito às causas associadas a factores de ordem geral, criámos cinco categorias conforme as respostas obtidas, conforme nos mostra o gráfico 33.

Novamente se obtiveram respostas em maior percentagem que apontam para o problema dos **transportes** (52%), considerando-se os custos dos mesmos, a inexistência de transportes ou até a dificuldade em articular a calendarização das visitas com os transportes.

O custo da visita em termos gerais é a segunda maior causa apontada pelos professores como uma dificuldade para organização de visitas de estudo (24%).

A burocracia em termos gerais (12%) apresenta-se como uma terceira causa, referindo-se também numa percentagem de 10% as dificuldades em termos de **acessos/distância**, o facto de os museus se encontrarem longe e centralizados nas cidades.

A **grande afluência das escolas, em simultâneo**, é também uma das causas apontadas por alguns professores (2%), que dificultam a organização de visitas aos museus.

No que se refere às causas associadas a factores relacionados com os museus, criámos oito categoria conforme as respostas obtidas e apresentadas no gráfico 34.

Desta forma, 30% das causas apontam para a **restrição da entrada a pequenos grupos** de cada vez, o que obriga a que se encontre uma ocupação alternativa enquanto esperam pela sua vez, o que nem sempre é fácil.

Também é apontada a dificuldade do museu em receber grupos diferenciados.

21% das causas estão relacionadas com o **tipo de actividades promovidas para os alunos** ou a falta delas;

14% das causas relacionam-se com o custo das entradas e numa percentagem de 7% surgem as causas relacionadas com o facto de haver poucas visitas guiadas; a inadequação do discurso à faixa etária dos alunos, o horário de abertura dos museus; a necessidade de marcar com muita antecedência poderá inviabilizar as visitas em termos de planificação e também devido ao facto de os museus se encontrarem muitas vezes encerrados especialmente aos domingos e feriados.

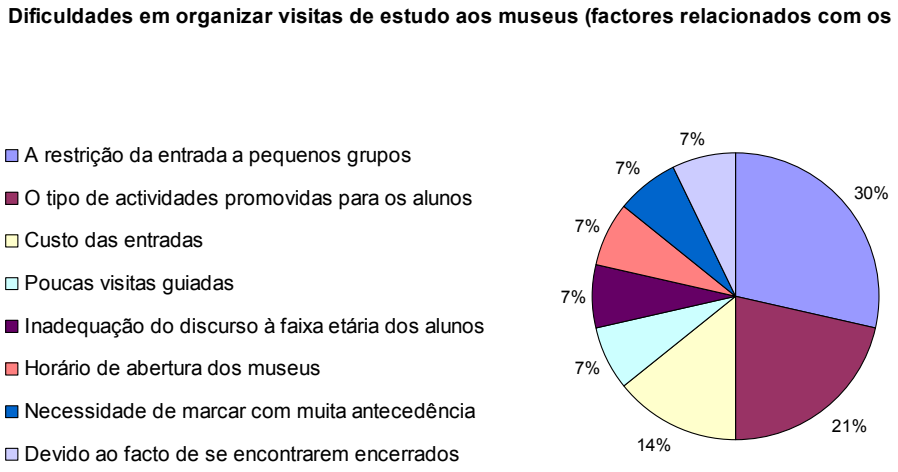


Gráfico 34 – Dificuldades em organizar visitas de estudo aos museus (factores relacionados com os Museus)

Abordaremos agora as causas que se relacionam com factores associados à escola, agrupadas em nove categorias, conforme nos revela o gráfico 35.

Neste caso, 23% das causas estão relacionadas com a grande **burocracia** exigida. A burocracia é um factor determinante e que se acumula à grande responsabilidade imputada aos professores relativamente às visitas de estudo.

Os **horários e datas compatíveis** também são apontados como um problema na dificuldade em organizar as visitas de estudo numa percentagem de 22%. As respostas não especificam de forma clara a questão dos horários compatíveis, se é relativamente ao museu ou à escola. Afirma-se, no entanto, haver falta de coordenação de horários. Alguns

professores referem a marcação das visitas como uma dificuldade relacionando-a com a sua carga horária semanal.

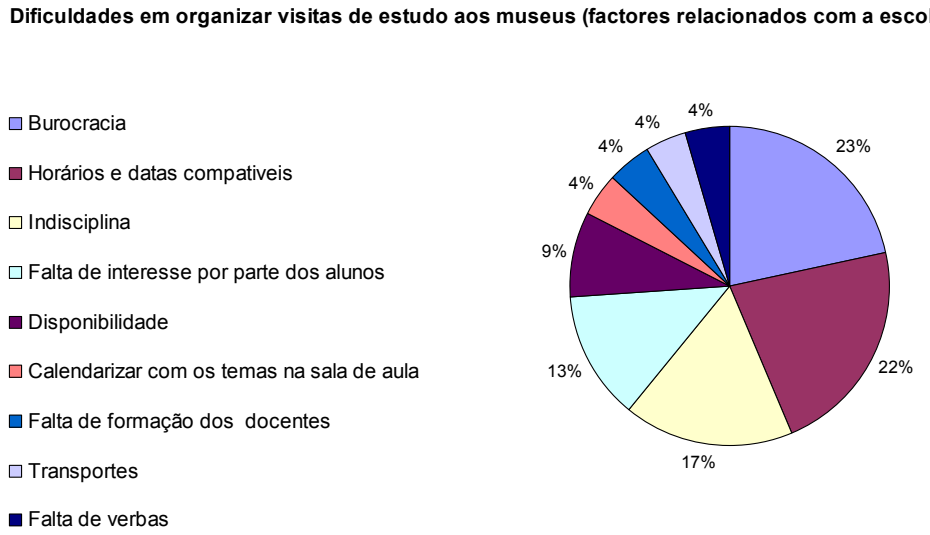


Gráfico 35 – Dificuldades em organizar visitas de estudo aos museus (factores relacionados com a Escola)

17% apontam como causa a **indisciplina** que se verifica por parte dos alunos e a sua **falta de interesse** (13%).

9% das causas apontam para a **disponibilidade** dos professores e a falta de tempo para organizarem este tipo de actividades. Esta categoria está de certa forma relacionada com a questão dos horários e datas compatíveis.

Numa percentagem de 4%, deparam-se-nos as causas relacionadas com a **dificuldade em calendarizar com os temas na sala de aula** e o currículo em geral, no sentido de uma articulação de saberes contribuindo para isto e, segundo a opinião de alguns professores, a **falta de formação dos docentes** para sensibilizar os seus alunos e encarregados de educação, motivando-os e fazendo de seguida o retorno dos conhecimentos adquiridos no museu.

Afirma-se também, em igual percentagem, que os docentes não tentam encontrar soluções alternativas para os **transportes**, no sentido de aliviar também os diversos encargos inerentes às visitas de estudo uma vez que a escola se apresenta quase sempre impotente face à **falta de verbas** para a organização destas actividades.

1.2.4. Adequação e Atractividade dos Museus para os Alunos

Uma outra questão feita aos professores refere se os mesmos consideram os museus atractivos e adequados aos alunos, motivando-os e despertando-lhes o interesse no sentido de que sejam por eles visitados.

Conforme nos mostra o gráfico 36, 57% dos professores referiu que sim, 34% dos professores referiu que não e houve ainda outros (9%) que referiram que sim e que não. Neste último caso, as causas que apontam para o não foram inseridas no universo das causas relativas ao não (gráfico 37), e as causas que apontam para o sim foram incluídas no universo dos professores que responderam sim (gráfico 38). Desta forma as percentagens referem-se também ao número de causas uma vez que muitos professores apontam diversas causas.

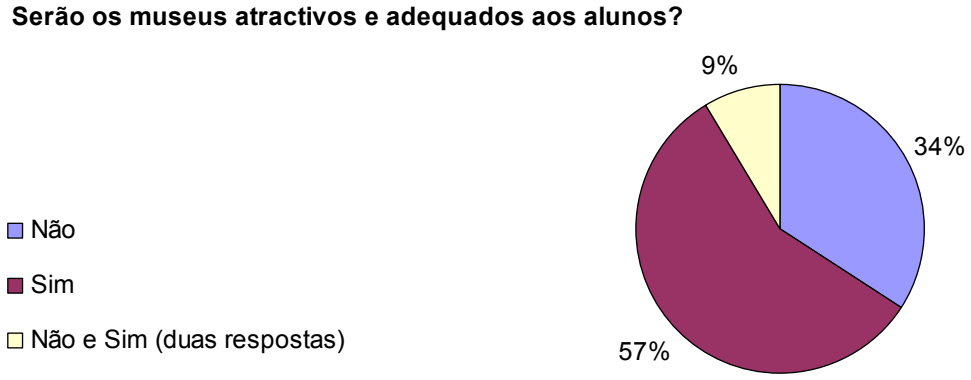


Gráfico 36 – Serão os museus atractivos e adequados aos alunos?

Observando o gráfico 37, segundo os professores, 60% das causas que tornam os museus não atractivos e inadequados aos alunos, referem-se às **actividades pouco atractivas/adequadas**. Por parte dos alunos existe desinteresse generalizado por tudo o que seja cultura, existe ainda uma incapacidade para cativar os alunos e faltam actividades adequadas aos alunos: as actividades existentes são, segundo a opinião de muitos educadores de infância, normalmente dirigidas a crianças mais velhas e adultos sendo pouco apropriadas a crianças de jardim-de-infância;

12% das causas apontam para o facto das **visitas guiadas serem pouco atractivas**.

É referido também o facto de os museus serem espaços **desactualizados** (8%), em muitos casos, um depósito de objectos de valor, são pouco atractivos e «escuros», deixam pouco espaço lúdico/interactivo para mexer/brincar, são locais sisudos, local de

restrições: «não mexas», «é só para ver», etc… Apresentam-se muitas vezes fracos ao nível dos conteúdos e acervo.

Numa percentagem de 4% apresentam-se várias causas, inseridas em cinco categorias, e que se devem a facto de os professores acharem que existe **falta de museus-escola com peças acessíveis aos alunos**, o facto de haver ainda um grande número de **museus muito degradados**.

Em termos de serviços prestados por parte dos museus, verifica-se ainda, segundo alguns professores, **pouco acompanhamento por parte dos funcionários do museu**, **pouca utilização das novas tecnologias** e **falta de divulgação** das próprias instituições.

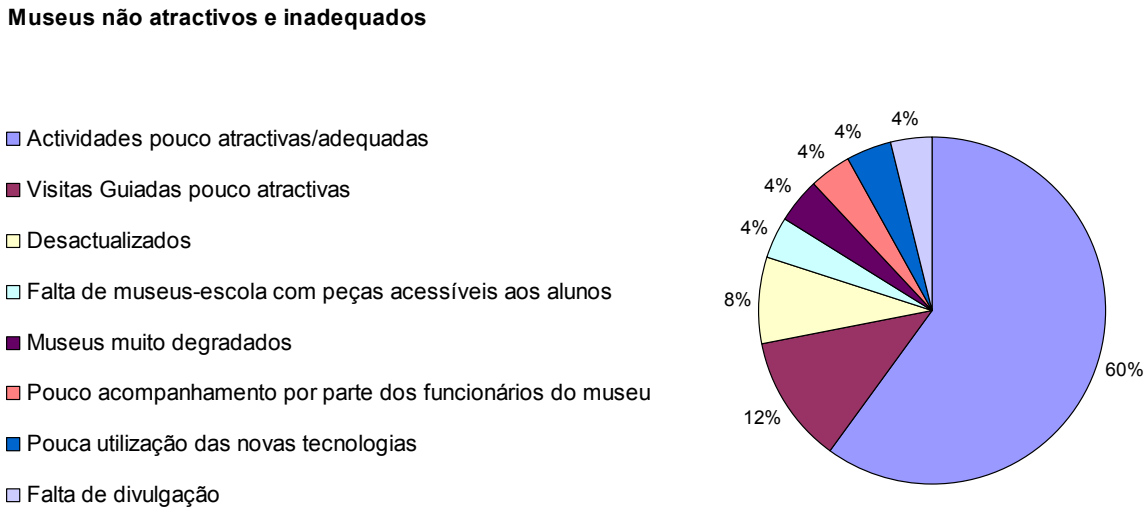


Gráfico 37 – Museus não atractivos e inadequados

Para o universo dos 34% de professores que vêem o museu como um espaço atractivo e adequado aos alunos, agrupámos as várias respostas em nove categorias (gráfico 38).

É muito interessante observar que, contraditoriamente aos resultados das respostas reflectidos no gráfico anterior, os professores consideram os museus atractivos e adequados porque estes dispõem de **actividades adequadas à idade dos alunos**, esta consideração assumiu uma percentagem de 30% das respostas dadas.

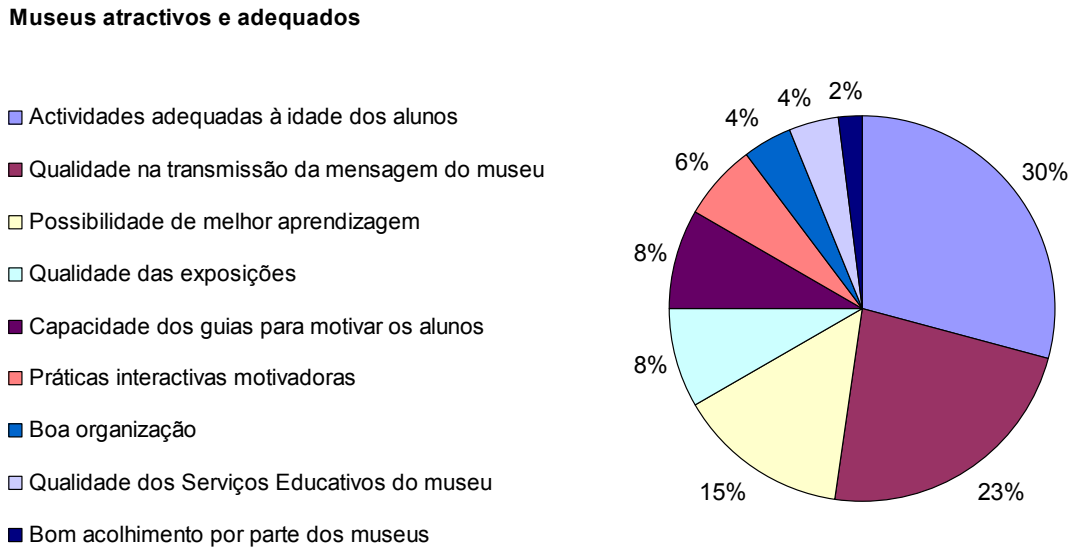


Gráfico 38 – Museus atractivos e adequados

Em 23% das respostas dadas, verifica-se que existe **qualidade na transmissão da mensagem do museu**, através da imagem, da interacção, indo ao encontro das expectativas dos alunos. O museu assume-se com uma capacidade de transmitir a sua imagem através de uma perspectiva mais real do que existe, permite uma visão real do passado.

Observa-se também que numa percentagem de 15%, os museus permitem a **possibilidade de melhor aprendizagem** podendo até ser reconhecidos como um complemento da escola, são o contacto com o passado e o presente, e revelam-se acompanhados por uma vertente pedagógica;

As respostas que corroboram a atractividade e adequação aos alunos apontam também, numa percentagem de 8% para a **qualidade das exposições**. Essa qualidade das exposições, para alguns professores, determina melhores possibilidades de aprendizagem, relacionando-se este aspecto de forma muito directa com a categoria anterior.

Em igual percentagem, as respostas dadas são tendenciais para o reconhecimento da **capacidade dos guias para motivarem os alunos**.

6% consideram os museus atractivos e adequados devido às **práticas interactivas motivadoras** que os museus apresentam.

4% das respostas tendem para a **boa organização** que se verifica nos museus e em igual percentagem, é evidenciada a **qualidade dos Serviços Educativos dos museus**.

2% das respostas acrescenta o bom acolhimento por parte dos museus.

1.2.5. Museus e Internet

Questionou-se também os professores, através de uma pergunta fechada, se já visitaram museus pela Internet. Os resultados podem observar-se claramente no gráfico 39, em que 61% dos professores nunca visitaram museus pela Internet. 36% já visitaram museus pela Internet e 3% dos professores não respondeu à questão.

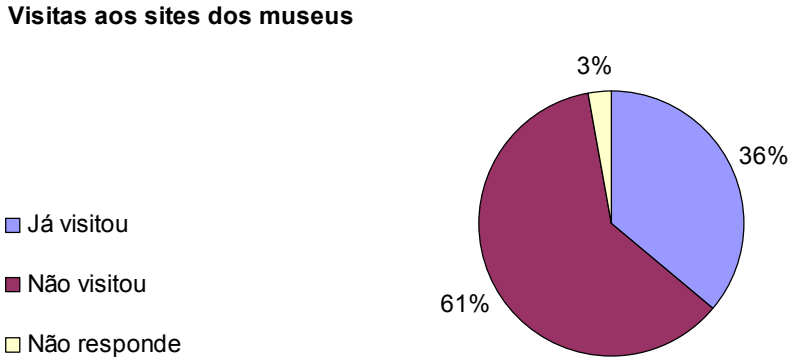


Gráfico 39 – Visitas aos *sites* dos museus

Independentemente daquilo que os professores possam ter respondido na questão anterior, a questão que se apresentou de seguida no questionário, não se encontra condicionada pela anterior.

Assim, foi pedido aos professores que, considerando o *site* de uma dada instituição museológica, assinalassem os aspectos mais pertinentes que consideram dever integrar um *site* de um museu. Esta questão é de natureza quantitativa, tendo sido formuladas quatro categorias de 0 a 4, considerando-se o 0, não sabe/não responde; o 1, nada importante; o 2, pouco importante; o 3, importante; e o 4, muito importante.

Os aspectos a considerar são os seguintes:

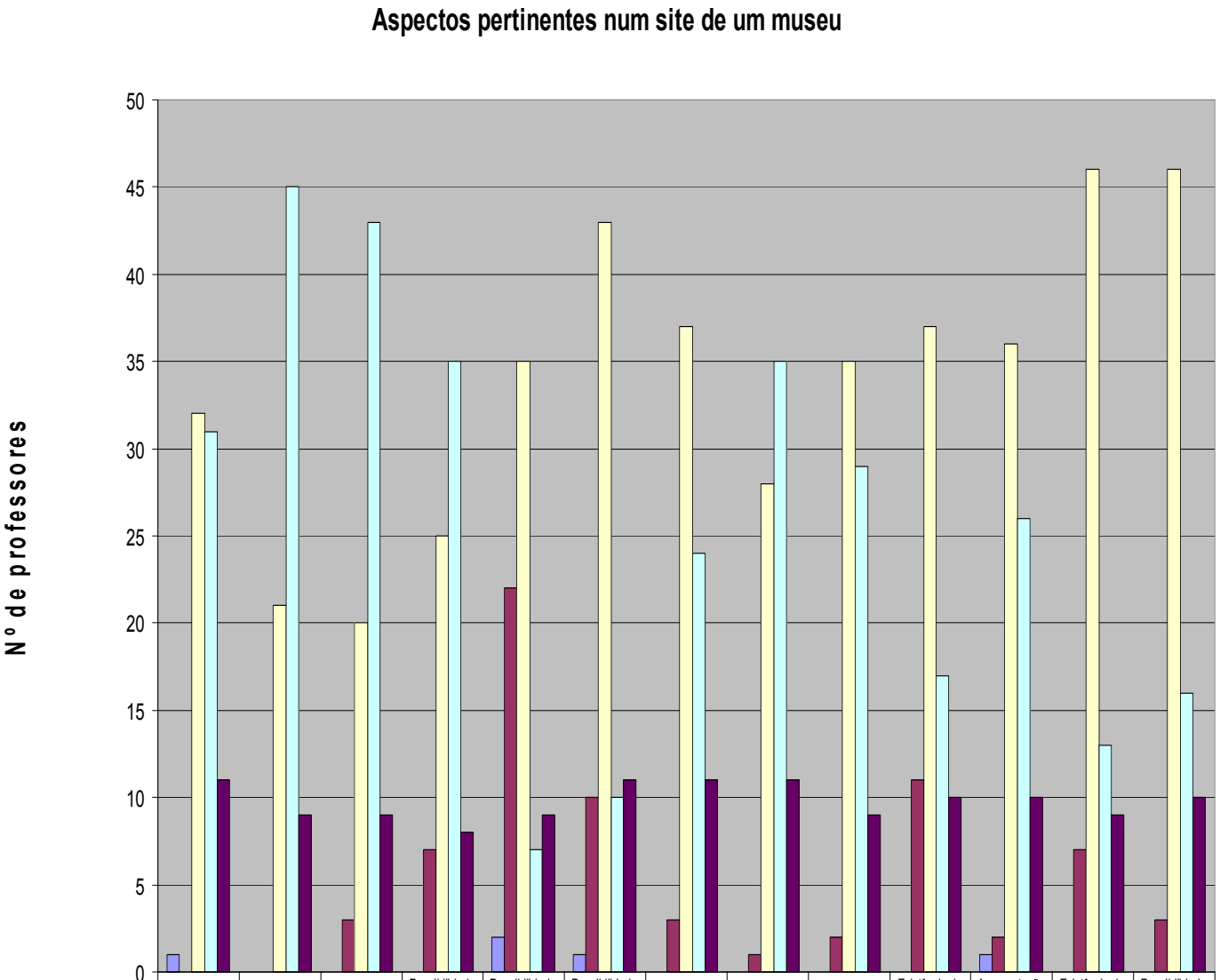
a) Apresentação de preçário
b) Apresentação de horário
c) Apresentação de contactos
d) Possibilidade de escolha de idioma
e) Possibilidade de se registar (*login*)
f) Possibilidade de receber notícias ou outra correspondência do museu (*newsletter*)
g) Existência de motor de busca
h) Possibilidade de visita virtual
i) Existência de mapa do *site*
j) Existência de sonorização ou de outros efeitos audiovisuais no *site*

l) Apresentação de Missão/Objectivos/Visão do museu

m) Existência de questionários ou de outros instrumentos que permitam avaliar a acção dos museus

n) Possibilidade de comentar e dar sugestões

É importante referir que somente seis professores é que não responderam integralmente à questão, correspondendo esse facto a uma percentagem de 8% do universo da amostra.



	Apresentação do Preçário	Apresentação do Horário	Apresentação dos Contactos	Possibilidade de escolha de Edioma	Possibilidade de registo (Login)	Possibilidade de receber notícias	Existência de Motor de Busca	Possibilidade de Visita Virtual	Existência de Mapa do Site	Existência de efeitos Audio Visuais/Outras	Apresentação de Missão/Objectiv	Existência de instrumentos que permitam	Possibilidade de comentar e de dar
Nada Importante	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	1	0	0
Pouco Importante	0	0	3	7	22	10	3	1	2	11	2	7	3
Importante	32	21	20	25	35	43	37	28	35	37	36	46	46
Muito Importante	31	45	43	35	7	10	24	35	29	17	26	13	16
Não Sabe/Não Responde	11	9	9	8	9	11	11	11	9	10	10	9	10

Gráfico 40 – Aspectos pertinentes num *site* de um museu

Conforme nos revela o gráfico 40, e apesar da complexidade do mesmo, todos os professores consideram de forma geral que todos os aspectos são de certa forma importantes ou muito importantes. No entanto, os professores consideraram como muito importantes os aspectos relacionados com a apresentação de preçário; a apresentação de horário e a apresentação de contactos. Igualmente muito importante é a possibilidade de se poder seleccionar nos *sites* dos museus um outro idioma assim como haver a possibilidade de fazer uma visita virtual.

Todos os outros aspectos são considerados de importantes.

Considerando-se o número mais elevado de respostas, observa-se que o aspecto relacionado com a possibilidade de uma pessoa se registar no *site*, é para 22 professores um aspecto pouco importante e a existência de sonorizações ou de outros efeitos audiovisuais no *site* são pouco importantes para 11 professores. É também pouco importante, para 10 professores, a possibilidade de receber notícias através de uma *newsletter*.

1.2.6. Percepção de Museu, Aspectos Negativos e Aspectos Positivos

Pediu-se aos professores, na penúltima questão do questionário, que expusessem a percepção que têm dos museus considerando um aspecto positivo e um aspecto negativo.

As percentagens obtidas referem-se aos aspectos positivos ou negativos evidenciados, uma vez que muitos professores apontam diversos aspectos positivos ou negativos. Antes de fazer uma análise aos aspectos positivos e negativos assinalados pelos professores, é importante observar o número de professores que responderam a esta questão, observando o gráfico 41.

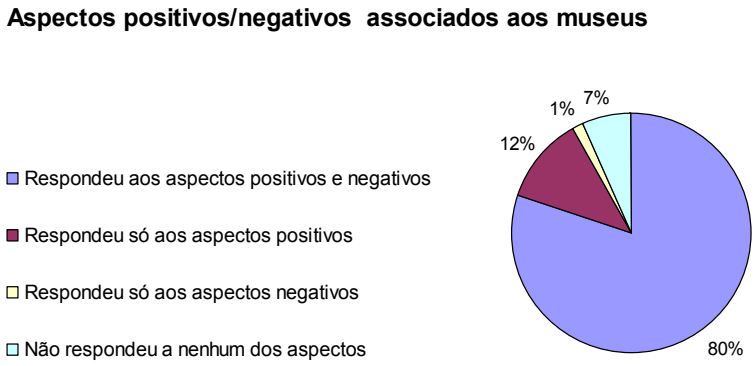


Gráfico 41 – Aspectos positivos/negativos associados aos museus

Podemos observar que 80% dos professores responderam à questão integralmente, referindo aspectos positivos e negativos. 12% dos professores referiu somente aspectos positivos, tendo havido uma percentagem de 1% que apenas referiu aspectos negativos.

7% dos professores não respondeu à questão.

Observando agora o gráfico 42, relativamente aos aspectos positivos que obtivemos das respostas dos professores e os quais foram categorizados em 10 categorias, podemos observar que uma grande percentagem de respostas revela os museus como **locais de conhecimento/aprendizagem**, locais que apresentam grande riqueza de informação o que permite o desenvolvimento do nível cultural e permite também novas experiências.

Muitos professores encaram também os museus como espaços de apresentação de recursos para motivação e enriquecimento de saberes podendo constituir um forte contributo para a formação global e específica dos cidadãos.

Sendo um local de conservação e divulgação do património, possibilitam uma maior aprendizagem através do contacto visual. Os museus são locais de memória e de riqueza cultural pela sua diversidade.

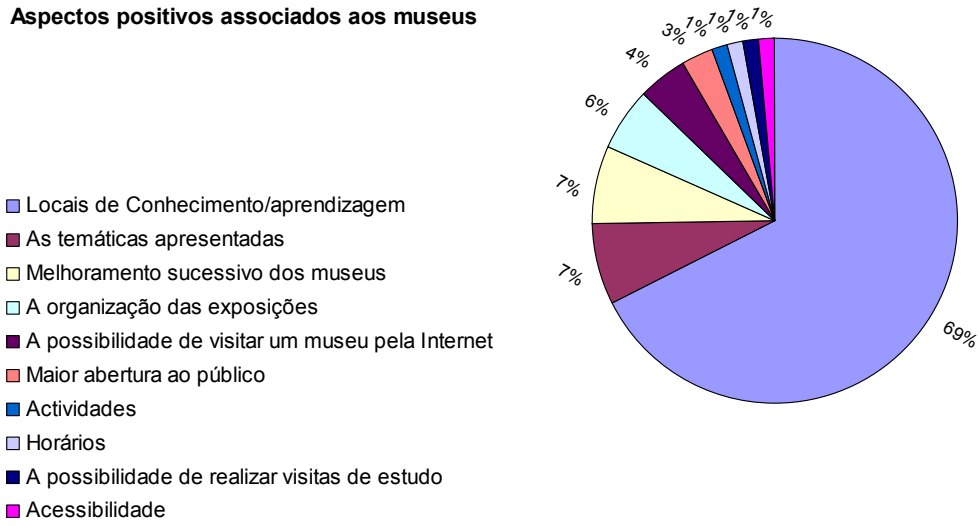


Gráfico 42 – Aspectos positivos associados aos museus

7% das respostas aponta para **as temáticas apresentadas** pelos museus existindo actualmente mais informação.

Em igual percentagem seguem as respostas que revelam haver um **melhoramento sucessivo dos museus** provando estes serem mais apelativos e interessantes, locais onde

se observa a interactividade e onde se verifica a utilização de novas tecnologias mais atractivas.

A organização das exposições também é um dos aspectos positivos actualmente associados aos museus numa percentagem de 6%. Exposições estas que se apresentam complementadas com o recurso a sistemas audiovisuais e informáticos.

4% das respostas dizem respeito à **possibilidade de visitar um museu pela Internet**, através dos seus *sites*.

3% referem-se ao facto de haver uma **maior abertura ao público** e melhorias no atendimento, assim como a existência dos guias e a valorização do seu trabalho.

Numa percentagem de 1% seguem alguns aspectos positivos que categorizámos independentemente, muito embora possam estar relacionados, de alguma forma, com os anteriores e que se referem a questões relacionadas com os **horários**, com **as actividades** e a forma como estas são dinamizadas, a **possibilidade de realizar visitas de estudo** e outras questões relacionadas com as **acessibilidades**, embora as respostas dadas não sejam especificadas de forma concreta.

Observando o gráfico 43, podemos descobrir os aspectos negativos traduzidos nas respostas dos professores.

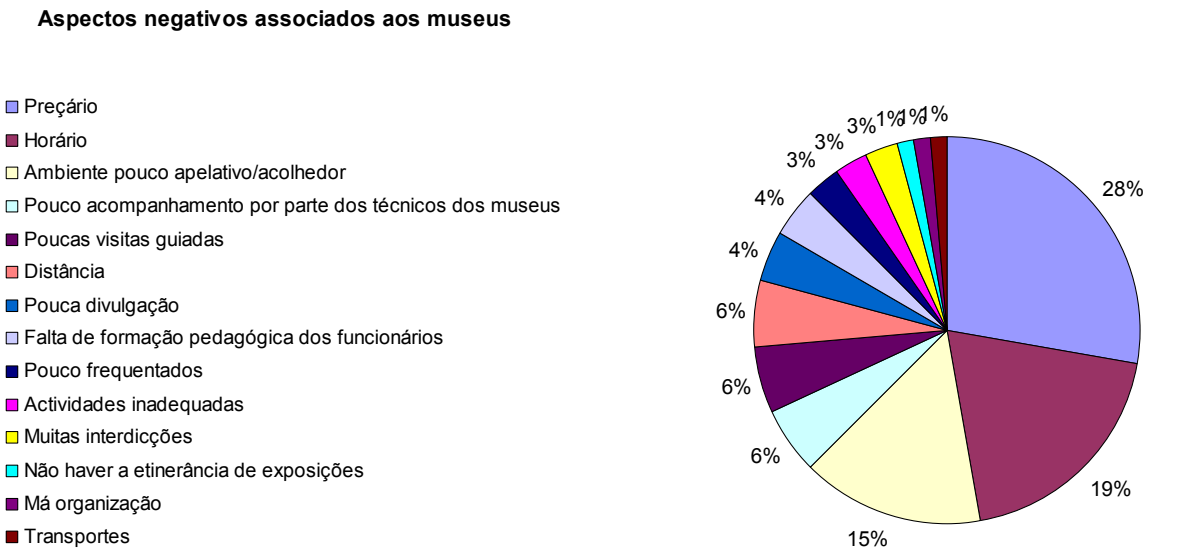


Gráfico 43 – Aspectos negativos associados aos museus

28% das respostas apontam para o **preçário** das entradas nos museus, havendo quem afirme o facto de não haver descontos ou ajudas de custo para professores, como no estrangeiro. A questão dos **horários** também é apontada como um aspecto negativo numa percentagem de 19%, achando os professores que os horários deveriam ser mais alargados e que deveria de haver a possibilidade de visitar mais os museus ao fim-de-semana.

15% das respostas referem que os museus se apresentam com um **ambiente pouco apelativo/acolhedor**, um ambiente «sombrio», que se traduz até numa certa decadência. O museu poderia ser mais apelativo eventualmente com música ao vivo. Verifica-se também a falta de interesse de alguns museus, de não recriarem e não utilizarem as novas tecnologias.

Numa percentagem de 6% refere-se um aspecto negativo relacionado com o **pouco acompanhamento por parte dos técnicos dos museus**, a falta de guias, guias inadequados ou com pouca formação ou má vontade para esclarecer dúvidas.

Esta categoria está intimamente ligada a outra que se reflectiu também em 6% das respostas, considerando alguns professores que existem **poucas visitas guiadas** ou, então, falta de qualidade nas mesmas. Em igual percentagem refere-se um aspecto negativo relacionado com a distância a que os museus se encontram e com a sua concentração nos grandes meios urbanos.

Numa percentagem do 4% seguem factores relacionados com a **pouca divulgação** dos museus e a falta de dinâmica cultural que passa pela divulgação de actividades que propõem e a **falta de formação pedagógica dos funcionários**.

3% relacionam-se com factores que traduzem os museus como espaços **pouco frequentados**, que apresentam **actividades inadequadas** ou a falta delas e o facto de haver muitas interdições (muitos «não», elitismo).

Numa percentagem de 1%, surgem aspectos que se prendem com a **má organização** dos museus, **não haver itinerância de exposições** e questões relacionadas com os **transportes**.

A última questão do questionário, do tipo aberto, serviu para que fossem colocados em evidência outros aspectos relevantes que os professores não tenham tido oportunidade de manifestar nas questões anteriores (gráfico 45).

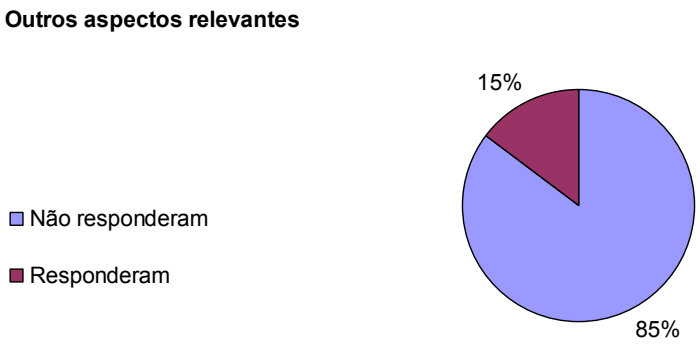


Gráfico 44 – Outros aspectos relevantes (percentagem de respostas)

Por ter sido uma questão tendencialmente facultativa, a grande maioria dos professores não respondeu (85%).

Verificando o gráfico 44, os professores que responderam a esta última questão (15%) evidenciaram com uma frequência de 37% a necessidade de haver mais articulação com as escolas, mais promoção/divulgação junto das escolas. Deverá haver também um maior intercâmbio entre os professores e os museus.

Deverão ser dadas maiores facilidades à escola para visitar museus, podendo haver também uma articulação com as bibliotecas, relativamente a livros sobre os acervos, artistas e outros.

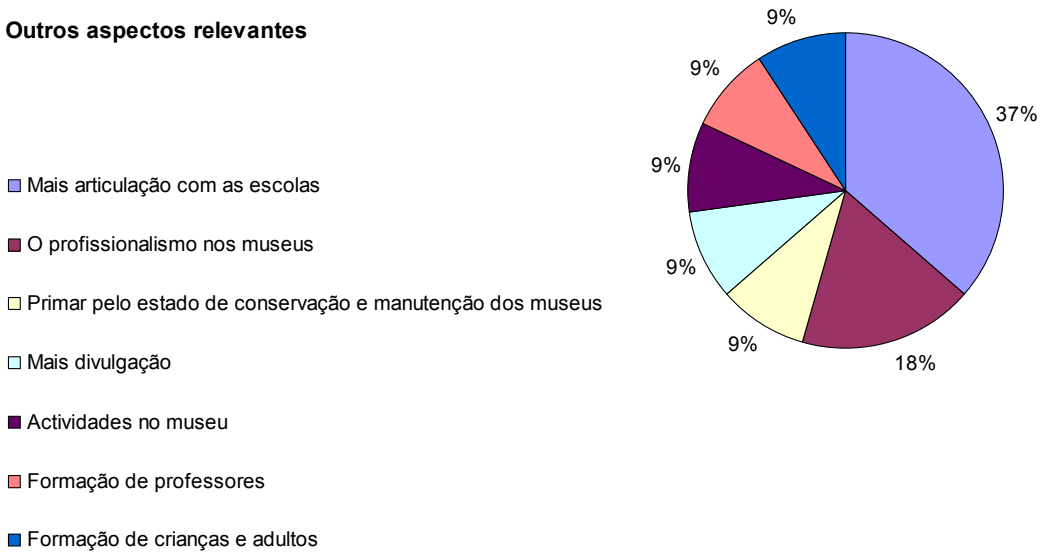


Gráfico 45 – Outros aspectos relevantes

Alguns aspectos (18%) apontam para a necessidade do profissionalismo nos museus essencialmente fora dos grandes centros, para a necessidade de recriação de ambientes históricos.

É importante ainda primar pelo estado de conservação e manutenção dos museus segundo as respostas de alguns professores, numa percentagem de 9%.

Em igual percentagem se considera que deve haver mais divulgação e mais actividades no museu, assim como horários mais alargados.

Numa percentagem de 9%, considera-se que é importante a formação de professores e a formação de crianças e adultos.

CAPÍTULO IV – MUSEUS E INTERNET (2 ESTUDOS DE CASO)

CAPÍTULO IV – MUSEUS E INTERNET (2 ESTUDOS DE CASO)

1. Análise dos Resultados

1.1. Museus que Não Apresentam *Site* Próprio

Dos 94 *sites* visitados (gráfico 46) e que constituem esta amostra, pudemos observar que 39 museus, numa percentagem de 41%, não possuíam um *site* na Internet, de forma a poderem promover a sua imagem e os seus acervos.

59% dos museus, que se traduz em 56 museus, assumem uma presença na Internet mais ou menos forte, ou porque possuem *site* próprio ou porque os seus *sites* se encontram associados ao *site* da instituição que os tutela, encontrando-se os mesmos estruturados de uma forma em que é possível navegar por várias páginas, partindo assim à descoberta do museu.

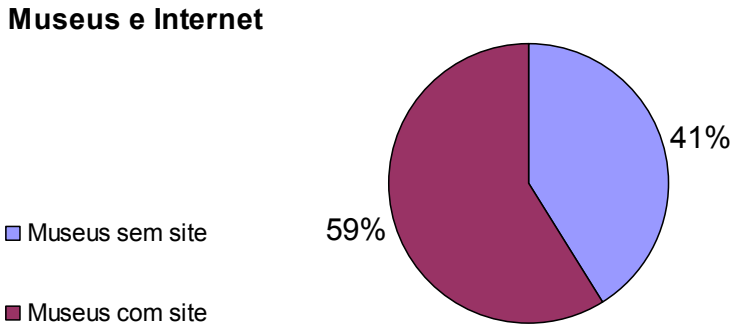


Gráfico 46 – Museus e Internet

Classificamos sem *site* próprio todos os museus que se encontram na Internet apenas através de uma nota informativa, que os caracteriza de forma sumária, apresentando ainda os contactos, os horários, os precários ou a sua localização.

Desta forma e observando o gráfico 47, 16 museus, numa percentagem de 42%, assumem uma presença na Internet, através dos *sites* das câmaras municipais, que disponibilizam uma informação muito limitada, não permitindo que se possa explorar mais aprofundadamente informações mais precisas sobre as instituições e o seu acervo, bem como o acesso a outros serviços prestados pelos museus.

Similarmente o mesmo acontece a 4 museus numa percentagem de 10%, que nos surgem nos motores de busca pela Associação Nacional de Museus, e em igual número os que se apresentam pela Rede Portuguesa de Museus. Apesar de haver informações, estas são escassas apresentando-se como que um boletim informativo.

Verificámos que 9 museus (23%) não possuem qualquer presença na Internet, a não ser apenas a informação de que existem e a sua inclusão nas listagens turísticas de locais a visitar.

6 museus (15%) apresentam o seu *site* na Internet, através de servidores de empresas prestadoras de serviços neste âmbito, tais como a "Clix" ou outras.

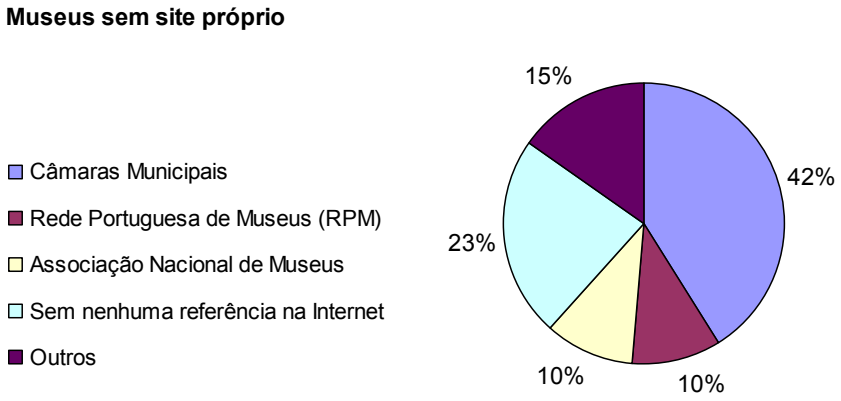


Gráfico 47 – Museus sem *site* próprio

Apresentaremos em Apêndice X, no Volume II, a tabela com a lista de museus que não apresenta *site* próprio, considerando os museus que se integram nos valores apresentados no gráfico 2.

1.2. Museus que Apresentam *Site* Próprio

Dos museus que apresentam *site* próprio com uma capacidade de navegabilidade pelas várias páginas que os constituem, e que levam o visitante à sua descoberta, alguns (29%), conforme nos mostra o gráfico 48, dependem do *site* da instituição que os tutela.

Poderíamos equacionar se efectivamente não deveriam fazer parte do universo dos museus que não têm *site* próprio, apresentados anteriormente.

A opção de os ter integrado na lista de museus com *site* próprio advém do facto de possuírem um espaço consolidado na Internet que permite aos visitantes uma visita que lhes garanta a obtenção de informações mais específicas, aos mais diversos níveis,

situação que não acontece com os museus inseridos na lista apresentada no Apêndice X, no Volume II, deste estudo, relativa à lista de museus que apresenta *site* próprio.

A percentagem de 71% diz respeito a museus que apresentam *site* oficial, através do qual se dão a conhecer aos visitantes, permitindo assim uma visita completa.

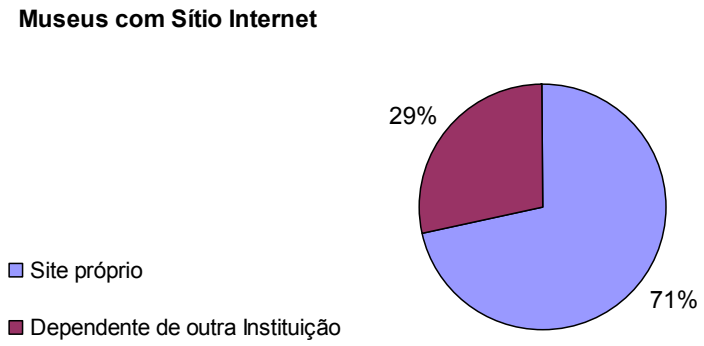


Gráfico 48 – Museus com sítio Internet

Conforme nos mostra no seu estudo, Carvalho de Pinho (2007) salienta as classificações de tipos de *site* adiantadas por Theather e Willhem (1999), onde poderão ser identificados diferentes tipos de *sites* de museus "que podem também corresponder às diferentes fases de evolução de um determinado *site* ao longo do tempo."

> "(…) O site tipo ´folheto electrónico' (o objectivo é a apresentação do museu; contém informações como a história do museu, horários, localização contactos, que facilitam a visita presencial e a descrição geral do conteúdo, serviços e actividades), site tipo ´museu no mundo virtual' ou ´espaço informativo' (reproduz uma cópia virtual idêntica ao museu real; apresenta informações mais detalhadas sobre as colecções, muitas vezes recorrendo a bases de dados, os conteúdos da exposição e por vezes possibilitam uma visita virtual); o site tipo ´museu interactivo' ou ´espaço interactivo' (disponibiliza recursos hipertextuais/interactivos que são complementares e prolongamentos dos conteúdos presenciais que se oferecem no museu; pretende-se facilitar a visita presencial ao museu mostrando parte dos seus conteúdos e ampliar a documentação que não se pode encontrar na instituição). (…)" (Carvalho de Pinho, J., 2007)

No contexto deste estudo, verificámos que o tipo de *site* mais representativo desta amostra se enquadra nas duas primeiras tipologias apresentadas, relativamente e em maior representatividade ao *site* tipo «folheto electrónico» e em menor número ao *site* tipo «museu no mundo virtual». Ver em Apêndice XI, Volume II, a lista de Museus com *site* na Internet)

À data da revisão dos *sites* de museus que integram este estudo, durante o mês de Setembro de 2008, verificámos que 5 sítios *Web* se encontravam em actualização não se encontrando disponíveis aos visitantes.

Apesar de os termos anteriormente verificado, tendo reunido os elementos que achámos pertinentes para a sua caracterização neste estudo, optámos por não os apresentar uma vez que poderá haver alterações, eventualmente, comprometedoras dos resultados pelo que o gráfico 49 se refere aos cinquenta museus que se podem visitar pela Internet.

Procurámos fazer uma análise a aspectos práticos dos *sites* dos museus incidindo numa observação muito objectiva. Não pretendemos avaliar ou analisar a diversidade e qualidade dos conteúdos apresentados, mas simplesmente proceder a uma análise de qualidade do ponto de vista da navegabilidade e da funcionalidade. Por outro lado, tentámos aferir a apresentação de recursos e ferramentas essenciais que proporcionem a um utilizador comum, medianamente relacionado com a Internet e sua navegabilidade, de obter todas as informações de carácter essencialmente prático, que lhe permitam ficar a conhecer um pouco mais desse espaço museológico, passível de ser posteriormente visitado fisicamente.

De uma maneira geral, os *sites* dos museus apresentam-se com uma imagem gráfica cuidada e sóbria, porém alguns manifestam alguma complexidade na navegação, tornando-se um pouco confusos na circulação pelas diversas páginas que os constituem.

Apercebemo-nos também da inexistência de uma uniformização a nível da navegabilidade e acessibilidade dos *sites* que se poderá revelar igualmente confusa para os visitantes.

Apesar dessa falta de uniformização de critérios, pudemos verificar que existe, de certa forma, facilidade de navegação. Segundo Neto[48] (2006, p.129), as dificuldades nesta área podem tornar-se um factor de desmotivação, sendo "essencial que a página carregue rapidamente, os comandos sejam claros, a organização subjacente ao site seja facilmente perceptível e apropriada às matérias tratadas e que as hiperligações estejam claramente legendadas e funcionem", o que de certa forma se verificou em muitos dos sites visitados, havendo, no entanto, alguns em que esta realidade ainda não se comprovou.

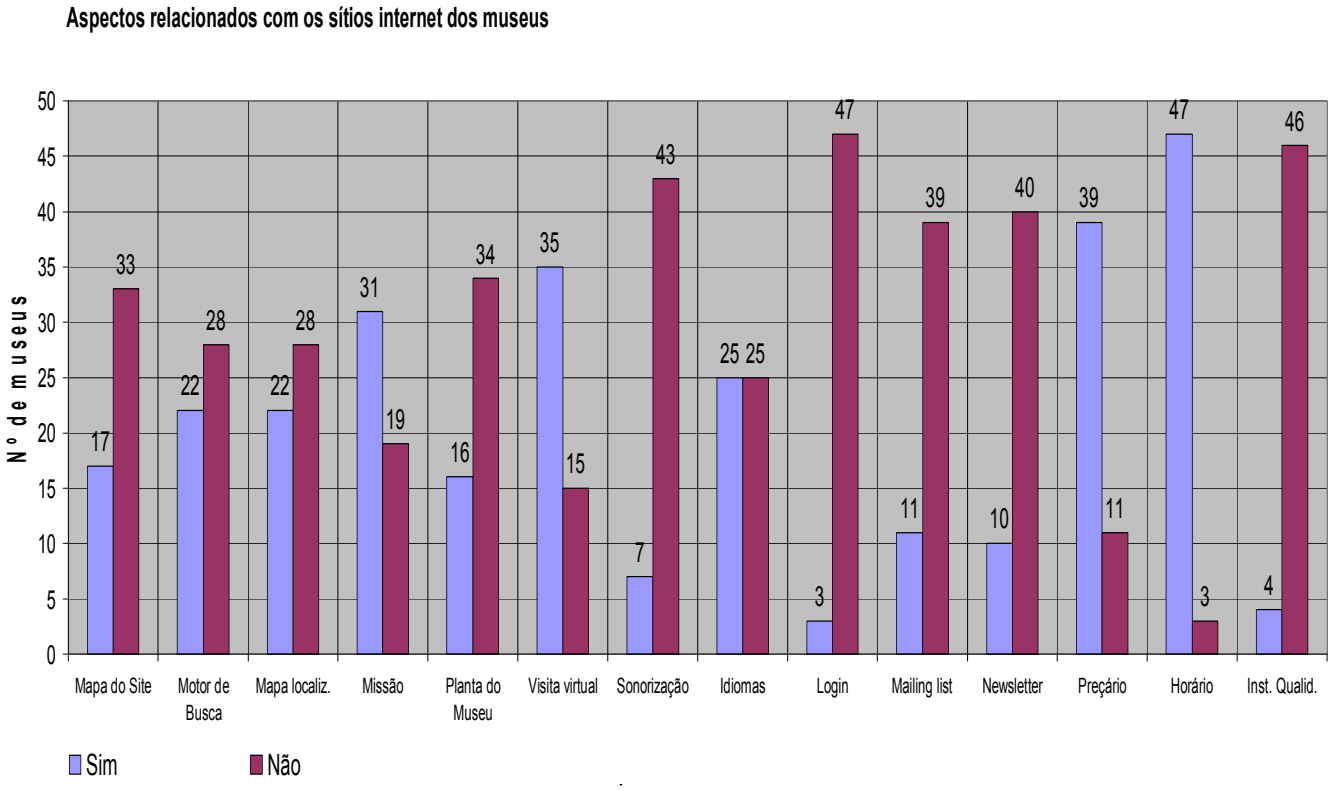
Relativamente aos conteúdos expostos, a grande maioria apresenta muita informação quer em relação às exposições e ao acervo apresentado, quer em relação ao valor histórico, artístico e patrimonial dos edifícios onde se encontram instalados os museus.

[48] Neto, Cidália de Lurdes Pereira (2006), O PAPEL DA INTERNET NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO, Uma Perspectiva Crítica sobre a Relação dos Alunos do 3º Ciclo. Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação – Comunicação, Cidadania e Educação, retirado a 10 de Setembro, 2008, em http://repositorium.sdum.uminho.pt/dspace/bitstream/1822/6191/1/Tese.pdf

Efectivamente, são-nos dadas informações relativas à história do edifício e aos aspectos relacionados com sua adaptação a museu.

Conforme nos mostra o gráfico 49, e tendo verificado um a um os *sites* dos cinquenta museus que validaram esta análise, para além da questão relativa à qualidade de conteúdos que optámos por não aprofundar (uma vez que também não possuímos competências nem autoridade nesse âmbito), limitámo-nos a fazer um levantamento dos aspectos que poderão valorizar a visita virtual aos *sites* dos museus.

Focámo-nos simultaneamente em aspectos práticos e funcionais, parâmetros que julgamos poder constituir um auxiliar útil, funcional e esclarecedor para quem, de uma forma muito prática, pretenda informações acerca de um determinado museu para uma posterior visita.



Assim, verificámos a existência dos seguintes parâmetros nos *sites* dos museus:

- Mapa do *site*
- Motor de busca
- Mapa de localização do museu
- Missão do museu
- Planta do museu
- Possibilidade de visita virtual

- Existência de sonorizações ou de outros efeitos áudio visuais
- Possibilidade de escolher idiomas
- Possibilidade de *login*
- Existência de *mailing list*
- Possibilidade de subscrever *newsletter*
- Existência de preçário
- Existência de horário
- Existência de instrumentos de qualidade que possibilitem o *feedback* dos visitantes (quer em relação à visita física ao museu, quer em relação à visita virtual ao *site* do museu)

Tendo em conta as várias leituras que fizemos, iremos agora expor de uma forma resumida a nossa concepção acerca de cada um destes parâmetros, expondo os resultados evidenciados nos *sites* dos museus, e que se reflectem no gráfico 4. Por outro lado, estabeleceremos, quando pertinente, um paralelo com a opinião transmitida pelos professores como potenciais interessados nas visitas aos *sites* dos museus. Para tal, tivemos em conta as respostas à questão 7 dos questionários, anteriormente apresentadas no gráfico 39, relativamente aos aspectos pertinentes no *site* de um museu.

- **O mapa do *site***

O mapa do *site* revela-se importante para poder analisar o *site* de uma forma geral, funcionando quase que como um índice. Através de hiperligações às várias páginas do *site*, poderá tornar-se muito útil para descobrir uma informação específica à qual o utilizador esteja com dificuldades em aceder. O motor de busca poderá optimizar, assim, os resultados de uma busca.

Verificámos que 33 *sites* não apresentam mapa do *site*, havendo 17 que o divulgam logo na página inicial. O mapa do *site* revelou-se muito importante, porque nos ajudou na observação de certos aspectos que estávamos a ter dificuldade em encontrar em alguns *sites* (qual a missão do museu, existência de visita virtual, *newsletter*, *login*, entre outros).

- **Motor de busca**

O motor de busca ou motor de pesquisa não é de forma alguma substituível pelo mapa do *site*. Permite-nos, quando existe, pesquisar informações dentro do *site* por assuntos ou por palavras-chave, e revela-se de grande importância quando o *site* é muito extenso e tem muita informação.

Verificámos que 22 museus possuem motor de busca e que 28 museus não apresentam essa alternativa. Alguns *sites*, nos quais é confusa a navegação e que não possuem este instrumento de auxílio à navegação, poderão desencorajar os visitantes que desistem de procurar as informações pretendidas.

- **Mapa de localização do museu (Contactos)**

Os mapas de localização do museu fornecem uma informação adicional aos visitantes que desejem ir ao museu, dando-lhes uma ideia mais clara da sua localização. Trata-se de uma ajuda preciosa para as planificações das visitas e das próprias deslocações, prevendo em muitos casos aspectos relacionados com o tempo das deslocações e eventuais pontos de paragem ou de estacionamento. 27% dos professores consideram a apresentação dos contactos um factor importante e 57% consideram-no de grande importância.

Verificámos que 22 *sites* apresentavam nos contactos o mapa de localização do museu, na maioria dos casos um mapa interactivo que permite uma navegação pelas áreas periféricas do museu, apresentando todos os acessos. 28 museus não apresentam essa informação adicional nos seus *sites*.

- **Missão do museu**

Consideramos que a missão de qualquer instituição museológica se relaciona com o que a mesma se propõe a fazer e qual o seu contributo a nível social, sendo o propósito da sua existência.

A partir do momento em que uma determinada organização tem definida a sua missão em termos sociais, deverão ser delineados de uma forma mais específica os seus objectivos. A missão deverá ser formulada de uma forma clara, simples e objectiva, apresentando-se de forma abreviada.

Verificámos que 31 museus apresentam de forma clara e objectiva a sua missão como instituição. Destes, há ainda alguns que apresentam a sua visão e os objectivos da sua acção.

19 museus definitivamente não a apresentam ou então apresentam-na de forma subjectiva e pouco clara.

- **Planta do museu**

A planta de um museu permite-nos ter uma noção mais real do próprio museu e da sua organização, nomeadamente no que diz respeito às exposições.

Observámos que somente 16 *sites* apresentam a planta do museu. Normalmente associadas às visitas virtuais, encontramos plantas em que, em alguns casos, clicando nos diversos espaços apresentados pela planta, é feita a visita virtual a esse espaço através de fotografias panorâmicas de 360º, permitindo uma aproximação e distanciamento dos objectos. A grande maioria apresenta, no entanto, uma planta que possui apenas uma legenda com a indicação dos percursos e dos espaços visitáveis.

34 museus não apresentam nos seus *sites* qualquer tipo de planta explicativa dos seus espaços.

- **Possibilidade de Visita Virtual**

A possibilidade de uma visita virtual a um museu é um dos aspectos mais esperados quando se visita um *site* de um museu, o que se revela muitas vezes frustrante porque simplesmente não existe. De qualquer forma, foi bastante positivo observar que 35 museus oferecem a possibilidade de uma visita virtual. No entanto, são ainda poucos os que apresentam imagens interactivas e fotografias panorâmicas de 360º, e que permitem uma viagem pelas salas de exposição.

Apesar das visitas virtuais animadas serem uma actividade aliciante dentro do *site*, muitas vezes estas encontram-se indisponíveis ou então revelam-se inviáveis devido ao facto de serem necessários determinados pré-requisitos dos computadores utilizados, ou a necessidade de aplicativos ou programas especiais para uma correcta fruição das visitas.

A maioria dos *sites* observados convidam à visita virtual, mas esta resume-se a uma pagina na qual se poderão visualizar fotografias e onde são prestadas descrições acerca do acervo dos museus.

A possibilidade de uma visita virtual também é um dos aspectos considerado muito importante por 47% dos professores, pois através destas podem ser aferidos os conteúdos de interesse a articular com as posteriores visitas aos museus.

15 museus não apresentam visita virtual, havendo apenas uma descrição das exposições e do acervo com algumas fotografias. Alguns (poucos) não apresentam fotografias dos objectos e das exposições.

- **Existência de Sonorizações ou de outros Efeitos Audiovisuais**

A existência de sonorizações ou de outros efeitos audiovisuais, deverá segundo Neto (2006, p.129) "obedecer a uma finalidade clara, ajudando os sujeitos a atingirem os objectivos subjacentes à utilização da página. Não devem de forma alguma desviar-nos do conteúdo ou mesmo substituí-lo". No entanto, somente 7 museus apresentam esta vertente nos seus sites.

43 *sites* de museus não apresentam qualquer tipo de sonorização associada às informações disponíveis.

- **Possibilidade de escolher idiomas**

A possibilidade de escolher idiomas é uma alternativa que ajuda na disseminação da imagem dos museus além fronteiras. 50% dos museus analisados dão-nos a oportunidade de escolha do idioma.

47% dos professores acharam que a possibilidade de escolha de idioma é um factor muito importante.

Apurámos que o idioma mais apresentado é o inglês, reflexo notório da universalização desta língua, no entanto o francês também é frequente nos *sites* dos nossos museus.

- **Possibilidade de *Login***

O *login* é a forma de um dado visitante se poder registar num *site* e a partir daí, através de um nome de usuário e uma senha de acesso, passar a ser um elemento identificável nesse *site*. Considera-se que o facto de um visitante se poder registar no *site*

permite-lhe, à partida, algumas vantagens que podem passar por receber notícias e informações do museu ou de ser até um colaborador do mesmo.

Verificámos que apenas 3 *sites* de museu possibilitam essa acção.

Este foi um dos aspectos em que uma maior percentagem de professores (27%), classificou de pouco importante, havendo no entanto uma percentagem de 47% que considerou importante a possibilidade de se fazer um registo nos *sites*.

- **Existência de *Mailing List***

A *mailing list* assume-se como uma lista de discussão que será à partida gerida pelos sites dos museus e que poderá ser utilizada para troca de informações entre o grupo de pessoas que se registou no *site*. Essa troca de informações será feita através de *e-mail*.

Sempre que existam notícias a divulgar, essas serão direccionadas para a caixa de correio de todos os participantes.

Uma *mailing list* é assim uma lista à qual o utilizador pode adicionar o seu endereço de correio electrónico para receber mensagens do *site* e das pessoas que se inscreveram no site.

Podemos observar que 39 *sites* de museus não apresentam essa possibilidade, havendo 11 museus que convidam os visitantes a aderirem à *mailing list*.

- **Possibilidade de subscrever *Newsletter***

A *newsletter*, que em português se poderá designar por boletim informativo, é um tipo de mensagem electrónica na qual um determinado usuário poderá receber por *e-mail* as novidades, notícias e outro tipo de informações eventualmente associadas às actividades do museu.

Considerando uma dada periodicidade, o museu poderá enviar a todos os que se registarem, informações actualizadas acerca das suas dinâmicas e acções.

Actualmente é considerada uma poderosa e eficaz forma de divulgar através da Internet.

Verifica-se que apenas 10 *sites* de museus adoptaram este recurso, havendo 40 *sites* de museus que não possuem *newsletter*.

Relativamente à possibilidade de subscrever uma *newsletter*, 57% dos professores consideram ser importante a sua existência nos *sites*.

- **Existência de Preçário**

A existência de preçário é uma informação muito importante que deverá constar nos *sites* dos museus.

Esta informação verifica-se claramente em 39 sites de museus, havendo alguns que referem a entrada gratuita.

11 *sites* de museus não fazem referência ao preçário, o que nos deixou na dúvida de as visitas serem eventualmente gratuitas. No entanto, e a reforçar a importância deste parâmetro, um total de 87% dos professores considera importante (43%) ou muito importante (44%) esta informação.

- **Existência de Horário**

A existência de horário também se revela uma informação essencial para a programação de visitas, e é considerada muito importante ou importante para 60% e 28% dos professores inquiridos, respectivamente.

Praticamente todos os museus (47) apresentam o horário de funcionamento havendo apenas 3 onde não foi possível averiguar essa informação.

- **Existência de instrumentos de qualidade que possibilitem o *feedback* dos visitantes**

Relativamente à existência de instrumentos de qualidade que possibilitem o *feedback* dos visitantes em relação ao museu, poucos (3) são os *sites* que os apresentam de uma forma mais elaborada, o que já acontece na sua grande maioria (47). Esse *feedback* faz-se através da apresentação do endereço do museu, que as pessoas poderão eventualmente contactar.

Verificámos também que 4 museus apresentam o seu *site* indisponível devido ao facto de se encontrar em reestruturação.

A informação que aparece na página inicial está relacionada com uma reestruturação no âmbito da Resolução de Conselho de Ministros Nº 155/2007 de 02 de Outubro, que determinou a obrigatoriedade de os sítios da Internet dos serviços e organismos públicos respeitarem os padrões internacionais em matéria de acessibilidade aos respectivos conteúdos.

Um dos museus oferece como alternativa um endereço de um blogue, um outro poderoso instrumento de disseminação pela Internet do qual falaremos de seguida, e que está em fase de adopção crescente pelos museus.

2 – Os Museus do Distrito de Lisboa na Blogosfera.

2.1 O Recurso aos Blogues

Para além dos sítios *web* de natureza institucional, pudemos verificar que o fenómeno da blogosfera tem ascendido no mundo da Internet, afirmando-se também ao nível da Museologia.

A vantagem dos blogues, como já vimos anteriormente e como iremos ter oportunidade de apresentar na entrevista com a Dra. Ana Pires, consiste no facto de se assumirem como um recurso muito prático e eficaz na disseminação da imagem dos museus.

Identificámos blogues associados a nove museus do Distrito de Lisboa.

(Apresentaremos em Apêndice XII, no Volume II, a tabela com a lista de museus que apresenta blogue)

Tivemos ainda a oportunidade de ter estado presentes no Iº Encontro de Blogues sobre Museus, realizado no Museu da Chapelaria em S. João da Madeira, no dia 01 de Março de 2008.

Apesar de um minorado número de participantes, o encontro contou com a presença da Dra. Ana Pires e da Dra. Ana Carvalho, gestoras de blogues e profissionais da Museologia, que dinamizaram o encontro através da suas apresentações e conhecimentos práticos, para além de outros testemunhos de profissionais e pessoas interessadas nesta área da Museologia, que possibilitaram uma rica e interessante discussão em torno desta temática.

A anfitriã, que possibilitou a realização deste primeiro encontro, foi a Dra. Suzana Menezes, directora do Museu da Chapelaria, que também participou na apresentação do tema, dando a conhecer o blogue do museu.

O encontro terminou com uma visita ao museu que se revelou de peculiar interesse.

A mensagem inicial de boas-vindas coube ao Sr. Vereador da Câmara Municipal de S. João da Madeira, Dr. Rui Manuel Oliveira Costa, que introduziu o tema. O mesmo referiu-se aos blogues como uma ferramenta " *informal e ágil*", pouco dispendiosa e que se poderá

evidenciar de forma eficaz na comunicação com os diferentes públicos. Tendo em conta os panoramas actuais, e em termos sociais, o museu deverá estar atento na abordagem a esses mesmos públicos (Costa, 2008)[49].

Seguiu-se a apresentação do blogue do Museu da Chapelaria pela Dra. Suzana Menezes, que começou por referir as dificuldades subjacentes à construção e subsequente actualização dos sítios *web*, quando estes se revelam parte integrante de outros, de cariz institucional, como era o caso do *site* da Câmara Municipal que albergava uma página dedicada ao museu, mas, que por razões óbvias, não poderia conter toda a informação que seria desejável nem permitia um regular índice de actualização.

Assim, e porque se revelavam notórios os problemas de actualização de informação, dificultando o acesso do/ao público, houve a necessidade de ser criado um blogue que possibilitasse o estreitamento da interacção público/museu.

Segundo a Dra. Suzana Menezes, os blogues revelam-se com um potencial ao nível da comunicação e aproximação com os públicos, reflectem um efeito multiplicador de informação que chega por sua vez a um maior número de pessoas, podendo atraí-las ao museu (Menezes, 2008)[50]

A museóloga fez uma referência aos vários tipos de blogues, à luz das opiniões mais emergentes, e que se hierarquizam desde os mais especializados, com conteúdos específicos, passando pelos blogues com "expressão própria", e terminando nos blogues que denominou de "caos", tendo em conta uma vasta rede de informações de todos os géneros e tipos, neles contida. A mesma defendeu ainda um quarto tipo, os blogues da Museologia, como informadores, construtores do saber e democratizadores dos assuntos da Museologia, que considera um assunto de todos (Menezes, 2008).[51]

Sabendo-se que os blogues poderão ser uma das melhores respostas relativamente aos problemas relacionados com o financiamento, permitindo uma informação permanentemente actualizada, estes poderão contribuir de forma decisiva para a aproximação dos técnicos e temáticas museológicas, através da criação de uma rede que amplifique o efeito de divulgação e comunicação, permitindo uma interactividade com o público, possibilitando a criação de canais de comunicação de uma forma bidireccional, ou seja, entre público e museu.

[49] Gomes, Rui (2008), Iº Encontro de Blogues sobre Museus, comunicação apresentada no Museu da Chapelaria em S. João da Madeira, no dia 01 de Março de 2008

[50] Menezes, Suzana (2008), Iº Encontro de Blogues sobre Museus, comunicação apresentada no Museu da Chapelaria em S. João da Madeira, no dia 01 de Março de 2008

[51] Ibid, Ibidem.

Seguiu-se a intervenção da Dra. Ana Pires que reforçou as ideias apresentadas pela Dra. Suzana Menezes relativamente às características que definem os blogues. A mesma fez uma referência a «Museus 2.0 - Práticas e Ferramentas» aventando algumas definições que reflectem e enfatizam a sua importância, podendo ser pertinente a sua aplicação num contexto museológico, pretendendo-se uma web "viva e activa" (Pires 2008).[52]

Considerou ainda o actual panorama da blogosfera em termos genéricos, reconhecendo o ano de 2006 como data decisiva para o emergente "*boom*" de blogues dedicados a esta área (Pires 2008).[53]

Foram levantadas questões neste âmbito, nomeadamente, se estaremos preparados para encarar e aceitar os comentários do público visitante e consumidor do espaço Museu.

Segundo a Dra. Ana Pires, os blogues requerem atitude, colaboração e humildade para permitirem a construção de uma rede, onde prevaleça a interactividade.

Interveio de seguida a Dra. Ana Carvalho, no âmbito dos blogues como «Instrumentos de Trabalho para a Museologia - Alguns exemplos»

Apresentou um estudo que visa patentear o «estado da Arte» no âmbito da blogosfera, referindo o facto de se encontrarem registados actualmente 38 blogues ligados à Museologia. A Dra. Ana Carvalho deixa transparecer um ligeiro sentimento de inquietação relativamente à falta de espaços que permitissem a divulgação museológica. Assim, os objectivos dos blogues de museus assentam na ideia de proporcionar esses mesmos espaços, através da apresentação de conteúdos sobre a Museologia, nas suas várias componentes (Carvalho, 2008)[54]. Apresentou também um estudo que faz um levantamento da blogosfera portuguesa associada aos museus, considerando o gradual número de blogues que surgiram nestes últimos cinco anos, reconhecendo que, de ano para ano, esse número tem vindo a aumentar.

Foram depois apresentados aos participantes alguns exemplos de blogues, visando a exemplificação de boas práticas, num contexto nacional e internacional.

Finalmente, foi proporcionada uma discussão, em que se a afloraram aspectos relacionados com a apresentação dos blogues ao público.

[52] Pires, Ana (2008), Iº Encontro de Blogues sobre Museus, comunicação apresentada no Museu da Chapelaria em S. João da Madeira, no dia 01 de Março de 2008

[53] Ibid, Ibidem.

[54] Carvalho, Ana (2008), Iº Encontro de Blogues sobre Museus, comunicação apresentada no Museu da Chapelaria em S. João da Madeira, no dia 01 de Março de 2008

Reconheceu-se que estes são o «bilhete de identidade» de uma instituição, ou o «bom ou mau convite» da mesma, devendo ser tomadas algumas precauções relativamente à imagem que transmitem.

Apesar dos sítios *web* pretenderem ser uma extensão da instituição, no sentido de atrair novos públicos, um dos participantes constatou e partilhou a ideia de que não se verificou acréscimo de um maior número de visitantes no seu museu. O mesmo salientou a necessidade de estudos nesse campo, considerando-se desta forma essencial uma componente avaliativa.

Os blogues revelam-se, assim, um recurso que tem de ser explorado, pelo que decidimos aprofundar um pouco mais esta temática através de uma entrevista a uma das oradoras do encontro, e com a qual concluímos este subcapítulo, no sentido de compreender melhor as potencialidades dos blogues e a mais-valia que estes poderão trazer para um novo paradigma da Museologia.

2.2. Entrevista realizada à Dra. Ana Fontoura Pires (Consultora de Comunicações Web e Formadora, na empresa SoftLimits), realizada no dia 23 de Julho de 2008, na Softlimits, Lisboa.

2.2.1. A Entrevista

1. Para que esta entrevista se iniciasse, gostaríamos que fizesse uma pequena nota de apresentação sobre si e acerca do que tem vindo a ser o seu trabalho.

Portanto, eu comecei a trabalhar na «ParaRede»[55], nesta área (Museus e Cultura). A nossa empresa ainda tem um produto que se chama «Matriz»[56], com o Instituto Português de Museus.

[55] ParaRede, é uma empresa que opera na área das tecnologias da informação, e que tem por missão "construir com os nossos Clientes soluções tecnológicas, inovadoras e úteis que contribuam para o progresso sustentado das nossas organizações".
Retirado a 20 de Agosto, 2008, em http://www.pararede.com/institucional_missao_visao.php

[56] O MatrizNet vem concretizar uma prioridade definida pelo IPM na estruturação da política museológica para os museus tutelados, no âmbito do estudo e divulgação das suas colecções. Esta acção está integrada no Plano de Acção eEurope, no que respeita ao incentivo à produção de conteúdos digitais europeus para as redes mundiais e à Iniciativa Internet, no que se relaciona com a digitalização e disponibilização livre e sistemática de conteúdos públicos, designadamente de museus.

Foi mais ou menos em 2002 que eu me liguei a esta área dos museus e em 2003, também para fazermos um bocadinho de *marketing* para esse produto, lancei um blogue, o «Emuseu», sendo este pioneiro nesta área. Nesta altura, os únicos blogues que havia estavam relacionados com a Arqueologia, cerca de seis ou sete, tendo assim acabado por ser o primeiro na área da Museologia.

Pretendia-se tentar transmitir aos museus a ideia de que: "vocês podem não ter dinheiro nenhum, mas está aqui alguma coisa que não tem custos para poder ser feita, para terem uma presença na *Web* e para se divulgarem"… Isto ocorreu em 2003 e, nessa altura, também lançámos uma *newsletter*, que ainda existe mas que sai menos vezes.

De qualquer forma de 2003 a 2008, que é o ano em que nos encontramos, temos provavelmente mais de vinte blogues de museus. Temos assim mais de vinte museus que aproveitaram este meio, no universo dos cerca de duzentos museus (não tenho bem presente esse número) credenciados pela Rede Portuguesa de Museus, e daqueles que se designam a si próprios como museus, na base de dados do Instituto Português de Museus, que serão mais de mil (…), portanto parece-me francamente pouco.

Mas, considerando estudos comparativamente a outros países, a percentagem era mais ou menos de um em um milhão e agora situa-se em um por meio milhão, o que não nos coloca muito fora daquilo que se passa a nível mundial.

Que estas ferramentas são importantes, são! Já não vale a pena falar das virtudes dos blogues porque isso é óbvio… Toda a gente sabe para que é que servem.

Os blogues dispensam até a existência de um *website*, uma vez que até já existem plataformas que permitem fazer uns espaços de uma maneira muito simples para os museus divulgarem as suas actividades e poderem, de alguma forma, comunicar com os seus públicos.

2. O que a motivou a criar um blogue?

Na altura verifiquei que havia disponível algo de interesse, evidentemente que tinha também um pressuposto comercial subjacente, portanto não foi uma coisa que apareceu "per se", uma vez que se encontra estável. Presentemente continuo com o blogue embora já não esteja a fazer esse trabalho directamente associado à venda de um produto.

Depois há sempre a considerar esse espírito que temos por trás: "reparem, está aqui qualquer coisa que não custa dinheiro nenhum"… e é um princípio da minha vida, não é só para os museus, mas é aquilo que eu tento sempre fazer. Há muitas coisas que não

Retirado a 20 de Agosto, 2008, em http://www.matriznet.ipmuseus.pt/ipm/MWBINT/MWBINT00.asp

custam dinheiro nenhum e que trazem muito préstimo e os blogues serão uma delas, e também para os museus obviamente.

3. Considerando o que foi exposto pela Dra. Ana Pires, no 1º Encontro de Blogues de Museus, e os conteúdos que tivemos a oportunidade de pesquisar no seu blogue, que conta já com cinco anos de existência e cerca de 330 *posts*, fale-nos um pouco da sua experiência com este blogue, ao longo de todo este tempo.

Também não é assim nenhuma loucura! (risos)

Não! Não é nada de muito excitante, nem de muito magnífico.

O blogue tem um índice de popularidade de 21. O índice de popularidade relaciona-se com o número de vezes que "*linkam*" para o nosso blogue. Para além disso, é feita na Wikipédia alemã uma referência ao blogue, havendo aqui umas curiosidades interessantes. O blogue não é um dos que está com menor índice de popularidade, estando o melhor blogue na casa dos 30 em termos de popularidade.

Relativamente às expectativas daquilo que tinha inicialmente previsto, uma coisa é o que se espera outra coisa é o que se gostava… mas acho que sim! Acho que se encontra bem dentro deste universo.

4. Poderia falar um pouco da história dos blogues em Portugal, a nível geral?

Devemos considerar que a grande primeira leva de blogues tenha sido em 2003, embora existam blogues desde 2001. Relativamente aos blogues de museus surgiram fundamentalmente…eu diria que em 2007. Portanto estamos a demorar cinco anos para termos cerca de 20 blogues, cinco anos!

5. Poderão, na sua opinião, os blogues sobrepor-se aos *sites*, ou até mesmo substitui-los e quais as vantagens que daí poderão advir, neste caso também as vantagens para a Museologia?

Eu penso que sim! Muito facilmente… porque são facilmente editáveis, o género de linguagem utilizada é muito mais informal. Não quer dizer que o *website*, para já, não sirva como uma referência, mas as plataformas para blogues já permitem que se possa fazer um blogue com dignidade.

Considero que se poderão sobrepor aos *sites* muito rapidamente… até porque a manutenção dos *sites*, a dificuldade de publicação, a linguagem mais solene, são aspectos que vão começando a deixar de fazer sentido.

Não quero dizer que seja imediatamente, mas penso que serão necessários mais quatro ou cinco anos. Embora isso já se verifique, muitos dos *sites* de museus já têm essa estrutura de blogue, de alguma forma, associado. Portanto, penso que sim!

6. Como avalia a receptividade e o *feedback* dos visitantes, relativamente ao seu blogue?

São simpáticos! Vou tendo alguns convites simpáticos e também alguma cobertura simpática da imprensa.

Estamos a falar de um universo ou de um nicho, digamos, muito pequeno.

Desta forma e dentro deste meio, acho que o blogue conseguiu ter o seu lugar de referência.

Apesar de ter sido um projecto que começou, ainda para mais, de um ponto de vista comercial e tendo esse *handicap* que muitas vezes é visto pelas pessoas como alguém a querer vender alguma coisa, tende-se a partir logo para uma marginalização.

Creio que o blogue conseguiu perfeitamente cumprir os objectivos, destacar-se disso e viver por si só, independentemente desse *handicap*.

Isso para mim foi muito importante!

7. " (…) Os blogues requerem atitude, colaboração e humildade para permitirem a construção de uma rede, onde prevaleça a interactividade"(…) Poderia comentar esta afirmação, feita por si, aquando da sua exposição no 1º Encontro de blogues de Museus?

Sou capaz de ter dito isso! … (risos) …

Eu aí diria que… o Museu da Chapelaria é um dos melhores exemplos que nós temos, apesar de qualquer *post* que eles criam ter de ser superiormente autorizado.

As pessoas têm os seus trabalhos e deve-lhes custar um bocadinho, cada vez que fazem qualquer coisa, ter de pedir autorização… eu não sei quais são os níveis hierárquicos, mas isso obviamente demonstra que as instituições tenham de ter, o mais celeremente, uma presença de abertura a esse nível, devendo no entanto, ter de estar

receptivas… não só as instituições mas todos nós, aos comentários que depois eventualmente se possam fazer.

Considero que há aqui importantes e longos passos a dar nesse sentido… onde se supõe a transparência das próprias instituições… mas transparentes até que ponto, não é? Nós ainda não sabemos até que ponto… mesmo a nível de suporte teórico subjacente, não é só uma questão de atitude imediata mas também de um crescimento global que é necessário fazer (…)

Mas por outro lado, também sabemos muito bem que as pessoas muitas vezes não comentam nada, não vêem nada, mesmo que se abra essa porta… a não ser uma ou outra excepção. Este é um risco que também não é assim nada de extraordinário!

Ainda se verifica alguma relutância por parte das pessoas em comentar, talvez porque não querem saber, apesar de haver também a possibilidade de, anonimamente ou não, poderem fazer esses comentários, mas creio que fundamentalmente as pessoas não querem saber!

Também não há mal nenhum nisso! É portanto outro género de atitude, ou não estão para isso ou será uma percentagem muito pequena que se dá a esse trabalho. Estas coisas dão trabalho e exigem dedicação… e somos sempre poucos. São por norma as pessoas que se interessam verdadeiramente pelas mesmas coisas, neste caso concreto pelas tecnologias para instituições museológicas, o que já de si forma um grupo muito pequeno.

8. Considera que foi implementada, com os blogues, uma nova forma de disseminação dos museus, da sua mensagem e imagem?

Quer dizer… eu penso que sim! Foi implementada uma imagem de proximidade, embora ainda sejam poucos, como vimos mesmo entre nós (o número de participantes no primeiro encontro de Blogues de Museus) e de uma forma consistente serão ainda menos.

Mas claro que sim, parece-me que isso é notório, e quem fala em museus fala em empresas, ou a outro nível, porque é uma forma muito mais imediata de comunicar e de se expor.

Agora até vamos tendo uma outra realidade que é a profissionalização dos próprios blogues. Já há empresas que trabalham nessa área da construção de blogues, e acabamos por ter o *marketing* aí a funcionar… será sempre uma forma muito mais descontraída de nos darmos a conhecer, com menos institucionalidade.

9. Em que medida considerou útil o 1º Encontro de Blogues de Museus, decorrido em Março de 2008?

Achei importante! Claro! Vamos ver se continua, não é? Estávamos tão poucos (risos) … mas claro que achei importante.

Eu não sei se já foram divulgadas as conclusões resultantes das comunicações do encontro, conforme se tinha falado…

Não! Mas isso é normal, também estamos sempre a reflectir… temos mais que fazer (risos) …, mas de qualquer maneira acho que foi muito importante.

10. Concluindo esta entrevista gostaríamos de saber quais serão, na sua opinião, os próximos passos a dar ou caminhos a percorrer no campo da blogosfera ligada aos museus, integrada na *Web 2.0*?

Digamos que, nesta parte, ainda estamos numa fase de suspensão, ou seja, temos de formar um maior número, e depois, seguir-se-á uma fase de consolidação.

Existem muitas ferramentas associadas que se poderão eventualmente usar.

Poderemos falar do Y*outube*, do *Twitter* (um conceito de *micro-blogging*[57]), o *Podcasting*[58] que acaba por ser um elemento fundamental, ou seja, há um conjunto de ferramentas, uma diversidade de formas de os museus se darem a conhecer.

Em Portugal, temos a "CultureGest" que já faz as visitas guiadas através de ficheiros áudio, mas que se encontram em leitores de MP3. Os *Podcasting*, no fundo, também são ficheiros de áudio mas que diferem dos anteriores porque funcionam através de uma subscrição a um *site* de um museu. Nós podemos subscrever e recebemos esses ficheiros.

Naquele caso é a "CultureGest" que fornece os leitores MP3 com os ficheiros áudio, que servirão para nos guiar nas visitas às exposições. Esses ficheiros não se encontram na Internet, para que os possamos ouvir *on-line* ou descarregar.

No caso do *Podgcasting,* eu posso descarregar esses ficheiros da Internet e poderei ir ao museu com o meu iPod ou o meu MP3 e ter uma visita guiada às exposições.

[57] O *Micro-blogging* está relacionado com uma forma de publicação de blogue que permite aos usuários fazerem actualizações breves de texto (geralmente com menos de 200 caracteres) e publicá-las para que sejam vistas publicamente, ou apenas por um grupo restrito escolhido pelo usuário. Estes textos podem ser enviados por uma diversidade de meios tais como *SMS*, *e-mail*, *mp3* ou pela *web*.

[58] O *Podcasting* é uma forma de publicação de arquivos de mídia digital (áudio, vídeo, foto, pps, etc...) pela Internet, que permite aos utilizadores acompanhar a sua actualização, sendo possível posteriormente descarregar *os* mesmos para um leitor de *MP3* ou *Ipod*.

Concluindo eu diria que ainda há muito a fazer a este nível, creio que o próximo passo é mesmo só esse, o da consolidação dos recursos disponíveis.

(Ver o Guião da Entrevista em Apêndice XIII, no Volume II)

3 – Museus e E-Learning – Os Museus e a Plataforma Moodle.

3.1. A Plataforma Moodle

Iremos de seguida tratar de modo mais exaustivo a forma como foi criada a disciplina «Gestão da Qualidade em Museus» [59], descrevendo todos os procedimentos, todas as dificuldades e justificando as acções por nós conduzidas e que possibilitaram a criação desta disciplina tal como hoje se apresenta.

A disciplina encontra-se actualmente instalada na plataforma Moodle da Escola Superior de Educação de Torres Novas[60], inserida em Grupos de Disciplinas – Projectos e Investigação, na coluna central da plataforma, uma vez que foi começada a construir no âmbito da acção de formação que frequentámos e que, por gentileza dos professores formadores, professores dessa mesma instituição, nos foi autorizada a sua implantação, disponibilizando-se desde o início para nos auxiliar nesta experiência.

De qualquer forma, a disciplina poderá ser, em qualquer altura, transferida para uma outra plataforma conforme o desenvolvimento e repercussões desta experiência, que se encontra ainda numa fase inicial.

3.2. Caracterização da Disciplina «Gestão da Qualidade em Museus»

Chamar-lhe-emos «disciplina» (podendo também designar-se por «Curso»), porque esta é uma designação vinculada à Plataforma Moodle. Para nós, acima de tudo, pretende-se que seja um espaço de partilha de conhecimentos e realidades, que se deverá ir construindo com o mérito de todos os que nele participarem.

[59] Disciplina "Gestão da Qualidade em Museus" http://www.esetn.pt:120/course/view.php?id=10

[60] Escola Superior de Educação de Torres Novas, http://www.esetn.pt/
Endereço da Plataforma Moodle, http://www.esetn.pt:120/

A disciplina visa essencialmente a criação de uma comunidade virtual ligada à Museologia e, por conseguinte, as actividades de excelência em que apostámos com maior força foram os fóruns.

Através dos fóruns poderão ser construídas as diversas relações entre os participantes, que irão conduzir à concretização dos objectivos supracitados.

Tivemos inicialmente alguma dificuldade em organizar a disciplina, nomeadamente a organização dos diversos temas, que até ao momento tem sido alvo de aperfeiçoamento e irá continuar a sê-lo.

Fruto também de um maior conhecimento, consideramos aqui um cenário longe de ser esgotado, uma vez que existem ainda inúmeras actividades e recursos inexplorados, como é o caso dos glossários e dos *Wikis, entre outros*. Estes consistem numa actividade através da qual se poderá ir construindo conhecimento, com o contributo de toda a comunidade de uma forma mais específica, à semelhança do que acontece, por exemplo, com a *Wikipédia* que se caracteriza por "uma enciclopédia multilingue on-line livre, colaborativa, ou seja, escrita internacionalmente por várias pessoas comuns de diversas regiões do mundo, todas elas voluntárias" (Wikipédia, 2008).

Assim, a disciplina encontra-se ainda num ponto de partida, abrindo-se desta forma a possibilidade de ser explorada por todos os que nela queiram participar.

3.3. Organização da Disciplina

Considerando a organização da disciplina, decidimos desde o início que esta iria estar organizada segundo o formato por tópicos, que surgem na coluna central.

Os tópicos assumem-se, assim, como que capítulos, onde se encontram os recursos e as actividades a explorar por toda a comunidade e onde foram sendo organizados os diversos temas, podendo ser acrescentadas posteriormente novas temáticas, tendo em conta a sua pertinência (ver Apêndice XIV, no Volume II).

Esta organização processa-se segundo uma função, apenas disponível para o dinamizador ou dinamizadores da disciplina, que consiste na "configuração da disciplina", onde também foram accionados os "relatórios de actividade".

Neste caso irão ser sempre disponibilizados relatórios de actividade para cada participante, mostrando a sua actividade na disciplina. Esses relatórios incluem um registo detalhado das actividades desenvolvidas por cada participante, assim como as listagens detalhadas das suas contribuições na disciplina.

Os dinamizadores têm sempre acesso a esses relatórios, clicando num menu que surge na página de perfil de cada pessoa.

Uma vez que poderá ser enviada informação ou anexos por qualquer participante inscrito, estipulámos um limite de 1 MB (*Mega byte* ou um milhão de *bytes*), por considerarmos ser um volume de informação generoso que permite o envio de fotografias ou de ficheiros mais pesados; sem que haja, no entanto, sobrecarga excessiva que iria comprometer o desempenho e a rapidez das acções de navegação dentro da disciplina.

Todos os participantes serão notificados, via *e-mail*, relativamente ao prazo de expiração da sua inscrição. Assim, durante 120 dias a partir da última vez em que um determinado participante acedeu à plataforma, é possível para qualquer participante aceder à disciplina, através do uso de uma *password* ou palavra-chave. Se o utilizador não aceder vez alguma durante esse período, será notificado (no quinto dia antes do término do prazo acima referido) de que a sua inscrição expirará, tendo depois que efectuar nova inscrição na disciplina. Actualmente, esta situação não pode ser por nós contornável ao nível da disciplina, estando dependente da forma como os administradores configuraram a plataforma em termos gerais.

Uma vez que as inscrições poderão ser um obstáculo inicial para futuros participantes indecisos, optámos por aceitar «visitantes» na disciplina. Deste modo, qualquer pessoa poderá entrar como visitante, clicando em «Entrar como visitante» na página de entrada, sem ser necessário qualquer tipo de chave de acesso.

Os visitantes terão sempre apenas a permissão de leitura, isto é, não podem deixar comentários nos fóruns nem participar nas actividades disponíveis como fazem todos os participantes inscritos.

Para além da coluna central que apresenta os tópicos da disciplina, existem ainda duas outras colunas, uma à esquerda e outra à direita, que assumem especial importância. A primeira está relacionada com aspectos ligados à disciplina, à sua organização, gestão e funcionamento. Nela, os participantes têm acesso à lista dos outros participantes inscritos e aos seus contactos; aí também poderão receber a informação dos participantes que se encontram nessa mesma altura na disciplina. Poderão ser observadas as últimas notícias deixadas nos fóruns e ter acesso a uma listagem relativa a eventos próximos. Poderão ainda fazer uma pesquisa pelos fóruns, utilizando o motor de busca disponível.

Na coluna da direita, optámos por colocar as informações, ou seja, criar um espaço de divulgação, por exemplo: avisos, notas, calendarização de actividades, saudações, entre outros.

Convém salientar que a forma como se encontra organizada a disciplina é passível de ser alterada a qualquer altura, no sentido de corresponder aos interesses, necessidades e expectativas de toda a comunidade.

Este espaço é um espaço que se encontra em constante transformação, conforme teremos oportunidade de verificar mais à frente, nas explicações dadas pela Dra. Maria João Spilker numa entrevista.

3.4. Recursos da Disciplina

Os recursos são os conteúdos que os dinamizadores poderão introduzir na disciplina. Podem ser ficheiros previamente preparados e enviados para o servidor, páginas editadas directamente no Moodle ou páginas *Web* externas para aparecerem como parte da disciplina.

Tendo em conta os recursos disponibilizados até ao momento na disciplina, encontram-se as hiperligações através de *links* para outros sítios da Internet, no sentido de conduzir os participantes a outros locais de disseminação de conhecimento. Neste caso dá-se prioridade a sites relacionados com a Museologia, museus ou a outras áreas como é o caso da gestão da qualidade.

Um outro recurso disponibilizado relaciona-se com documentação de referência, tendo em conta cartas, legislação e outros documentos que considerámos pertinentes, seguindo-se a sua listagem conforme se encontra na disciplina. Estando muitos deles disponíveis em formato de *Word*, é recomendável que sejam posteriormente convertidos em formato *Acrobat*, tendo em conta as observações de Spilker (2008), quando visitou a disciplina e nos forneceu algumas dicas para a melhorar.

(No apêndice XVI, no Volume II, é apresentada uma tabela que nos mostra os recursos disponíveis na disciplina até ao momento)

3.5. Actividades da Disciplina

Por se considerarem de extrema importância e conforme foi referido e fundamentado anteriormente, utilizámos os fóruns como actividade predominante.

Estes fóruns foram configurados como *Fóruns standard* ou de uso geral, tratando-se de fóruns abertos, onde qualquer um pode começar um novo tema quando quiser. Este é o melhor tipo de fórum para uso geral, considerando ainda os fóruns de aprendizagem.

A participação nos fóruns implica que todos estejam subscritos.

Quando alguém está subscrito num fórum significa que lhe serão enviadas cópias de todos os *e-mails* que foram enviados para esse fórum (o envio é feito cerca de 30 minutos depois do primeiro ter sido escrito).

Normalmente pode-se escolher entre estar ou não subscrito em todos os fóruns. No entanto, insistimos em fazer a subscrição de todos os participantes, de forma a promover um maior envolvimento de todos os participantes, dando-lhes a conhecer as questões e discussões aí ocorridas.

Poderão ser enviados ficheiros em anexo para os fóruns com um tamanho de 500 MB.

Quando criámos os vários fóruns que a seguir apresentamos, tentámos seguir, na medida do possível, as recomendações que se obtêm das múltiplas ajudas resultantes de um ícone amarelo com um ponto de interrogação, visível para todos os participantes aquando do decurso das suas acções.

Assim, e relativamente à escrita, tentámos escrever de forma directa e da forma mais clara e simples possível para evitar confusões.

Uma boa pergunta pode realmente ajudar-nos a organizar informação, avaliar as nossas ideias existentes e criar ideias novas.

Relativamente ao tipo de perguntas, e considerando a melhor maneira de ajudar os participantes a pensar sobre um assunto, optámos por formular perguntas especificamente orientadas para ajudar «a aprender», tendo em conta o método da «indagação socrática», nomeado após Sócrates na Grécia Antiga.

As perguntas socráticas exigem que se escute com muita atenção um outro participante para o ajudar a julgar e formular a sua pergunta de um modo útil, construtivo e sem confrontações.

(No Apêndice XVI , no Volume II, serão evidenciados alguns exemplos de tais perguntas, apresentados na plataforma Moodle, segundo Paul, 1993).

3.5.1. Os Fóruns

Iremos expor de seguida, de uma forma mais específica, os fóruns por nós criados, conferindo-lhes uma nota de apresentação. Depois serão mostrados os temas de discussão com o propósito de abrir a discussão, podendo, no entanto, ser criados novos temas pelos participantes.

Em alguns fóruns não apresentámos os temas de discussão, ou porque não foram por nós criados ou porque os temas de discussão não se apresentam como perguntas mas, sim, como notícias em que poderá ser dada prioridade aos comentários, à semelhança do que acontece com os blogues.

3.5.1.1. Fóruns Gerais

Os fóruns Gerais, são fóruns que se destinam a temas de discussão de carácter geral, neste caso são apresentados dois fóruns: O fórum de visitas e o fórum de dúvidas sobre Moodle.

3.5.1.2. Fóruns de Aprendizagem

Este tipo de fóruns pressupõe uma partilha e uma aprendizagem em contexto colaborativo. Desta forma foram criados cinco fóruns relacionando a museologia com outras áreas, nomeadamente o Património e a Qualidade.

Criou-se um fórum de visitas e um fórum de dúvidas sobre o Moodle, no primeiro pretende-se que os participantes tenha a oportunidade de divulgar as suas actividades e actuação, no segundo, pretende-se que os participantes possam expor as suas duvidas ou dificuldades, na concretização das actividades apresentadas.

(Verificar no Apêndice XVII, no Volume II, as questões que correspondem aos tópicos de discussão dos fóruns gerais e fóruns de aprendizagem, apresentadas na «disciplina – Gestão da Qualidade em Museus»

3.5.2. Testes

Para além dos fóruns, uma das outras actividades que encetámos na criação desta disciplina prende-se com a criação de testes muito simples, no sentido de levar os participantes a testar, de uma forma lógica e quase que intuitiva, os seus conhecimentos na área da qualidade.

Não pretendemos, de forma alguma, avaliar os participantes, mas, sim, contribuir para uma reflexão sobre o assunto. Os testes foram configurados de forma a serem

respondidos o número de vezes que o participante quiser, podendo verificar as questões ou afirmações correctas ou incorrectas, e as respectivas justificações. Esta possibilidade é mais encarada como um processo de actividade pedagógica do que um processo de avaliação.

Estes testes são constituídos por perguntas de «verdadeiro» ou «falso».

As perguntas foram armazenadas numa base de dados categorizada, podendo ser reutilizadas na mesma disciplina ou até em outra disciplina.

Desta forma, apresentaremos no Apêndice XVIII, no Volume II, os testes disponíveis na disciplina propostos por Bone et al. (2000), tendo sido adaptados para a área em estudo. Os testes apresentados são actividades de mera reflexão.

3.5.3. Glossário

Esta actividade permite aos participantes criar e editar uma lista de definições, tal como num dicionário.

Os termos no glossário podem ser pesquisados ou visualizados em vários formatos diferentes.

Os professores podem exportar termos de um glossário para outro na mesma disciplina (o glossário principal).

Finalmente, é possível criar automaticamente apontadores para os termos desde qualquer parte da disciplina.

Tendo sido descritos os procedimentos, em termos de conteúdo com os quais iniciámos a criação da disciplina na plataforma Moodle, apresentaremos de seguida, duas entrevistas realizadas a duas especialistas, focando-se a primeira no E-Learning em termos gerais, e a segunda mais especificamente na plataforma Moodle, conforme as áreas de especialidade das entrevistadas.

3.6. Entrevista realizada à Dra. Cristina Almeida (Coordenadora de Estudos e Projectos da PERFIL - PSICOLOGIA E TRABALHO e Formadora em Plataformas de E-Learning), realizada no dia 23 de Julho de 2008, na Perfil – Psicologia e Trabalho, Lisboa.

3.6.1. A Entrevista

1. Iniciando esta entrevista, gostaríamos que fizesse uma pequena nota de apresentação sobre si e acerca do que tem vindo a ser o seu trabalho.

Eu sou formada em política social e fiz o estágio na área da formação, área na qual trabalho já há cerca de vinte anos.

Nestes últimos três anos, tenho trabalhado mais concretamente na concepção de produtos didácticos, mas não a tempo inteiro porque aqui (PERFIL - PSICOLOGIA E TRABALHO[61]) … o que faço actualmente são candidaturas, e depois adicionalmente, digamos assim, a minha segunda função é gestão de formação tradicional, ou seja, presencial.

Esta questão da concepção de recursos, ou materiais de formação à distância, surgiu nestes últimos três anos, o que se traduziu em dois recursos, dois módulos integrados num curso de formação à distância, pelo que a minha experiência não é muito grande.

2. Poderia contar-nos um pouco da sua experiência com Plataformas LMS.

Eu só tenho experiência ao nível da ferramenta «Autor».

Não tendo experiência a nível da gestão de plataformas, tenho alguma ideia sobre o assunto porque já vi outros fazerem… mas autonomamente não. Eu coloco o recurso ou o material produzido, dentro da ferramenta «Autor». No nosso caso, a que utilizamos é o

[61] A PERFIL – PSICOLOGIA E TRABALHO "…começou por estar mais ligada à área do Recrutamento, Selecção e Avaliação e à Formação Comportamental, sobretudo nos currículos de Formação Inicial dos cursos do Fundetec.
Desde 1997, encontra-se a desenvolver formações técnicas para públicos desfavorecidos.
Presentemente investe no domínio da Formação Pedagógica Inicial e Contínua de Formadores com conteúdos diferenciados e adaptados quer em Formação Presencial quer em Formação à Distância.
Tem vindo também a investir na área de Estudos e Projectos de Investigação para o levantamento prospectivo de necessidades de formação em diversos sectores de Actividade e na consultoria a diferentes entidades sobretudo na concepção e no desenvolvimento de materiais didácticos e curricula de formação.
Também aposta na concepção de conteúdos de formação na área do Teletrabalho e na Formação de Formadores para a formação à distância".

Retirado em 22 de Agosto de 2008, do site: http://www.perfil.com.pt/

«*Readygo»*, que se assume com poucas funcionalidades, comparadas com plataformas tipo Moodle.

Esta é mais objectiva com certeza… serve para compor, digamos que é uma ferramenta para construir um curso, na sua apresentação. Depois, a gestão da informação, a questão dos testes, a gestão de formandos, tudo aquilo a que numa plataforma todos têm acesso, o saber quantas horas é que o formando esteve a estudar, que modelos é que o formando já viu, todas essas funcionalidades, o *Readygo* não tem, porque também não é suposto ter, penso eu.

3. Como têm vindo a ser aceites estes produtos, no mercado, pelos diversos usufruidores ou usuários?

Penso que (silêncio) … estes produtos começaram a ser inicialmente aceites por poucas entidades…

Começou-se essencialmente, há cerca de dez anos…, uma ou outra entidade começou a promover cursos à distância, e, neste momento, qualquer entidade formadora, que existem às centenas, fazem o «pezinho» na construção de cursos para formação à distância.

Penso que a oferta ultrapassou em muito a procura, até porque nós não temos a tradição de procurar formação à distância, porque é o tipo de formação que não se adequa muito a determinados públicos, públicos menos escolarizados, realidade que se revela ainda de uma forma acentuada, como sabe.

A baixa escolaridade ainda se verifica numa faixa muito elevada, e também se deve ter em conta a dificuldade que muita gente tem, muito mais do que nós imaginamos, em utilizar a Internet. Muita gente não tem Internet ou mesmo que tenha, não a conseguem utilizar.

Eu penso que muitas pessoas, a partir dos 45, 50 anos, muitas até com formação superior, continuam a dizer que a formação à distância não lhes interessa.

A oferta excedeu assim, em muito, a procura e, por conseguinte, há muita coisa feita que nunca foi nem será utilizada, mas com certeza que a tendência será para que a procura aumente, associando-se a tendência para a procura de produtos com qualidade.

4. Relativamente à forma de divulgação desses produtos no sentido de os dar a conhecer, como é que a mesma está a ser feita?

Considero a divulgação um factor muito importante.

Nós temos dois tipos de recursos.

Temos um volume de recursos que foram construídos no âmbito de projectos financiados e que se encontram no Centro de Recursos[62] do IEFP[63] (Instituto de Emprego e Formação Profissional) e outro grupo de recursos, que foram construídos com base nos financiamentos das entidades que os solicitam. Esses deverão ser devidamente divulgados pelas próprias entidades, uma vez que são destinados para venda.

No primeiro caso, os recursos são elaborados e enviados para o IEFP, sendo esta a entidade que, no âmbito dos projectos co-financiados, os analisa, lhes atribui um pontuação, determina se os produtos se encontram acabados ou a necessitar de alterações, ficando disponíveis no centro de documentação do próprio instituto.

Creio que existe uma listagem, não sei se completa se incompleta, dos recursos que se encontram nesse centro, podendo os mesmos ser aí consultados.

No segundo caso, dou como exemplo a CNS (Companhia Nacional de Serviços), que é uma empresa já com muitos anos, conhecida pela formação à distância, porque divulga os seus produtos de forma intensa.

Creio que se houver mais divulgação e se a qualidade desses recursos também aumentar, é perfeitamente natural que a procura aumente.

5. Quais as vantagens da formação à distância e como é que a mesma tem vindo a ser aceite pelas pessoas em geral?

Que a formação à distância tem imensas vantagens, é uma verdade, mas também são necessários computadores com determinadas características em termos de desempenho que, muitas vezes, as pessoas não têm. Isto porque muitos recursos se apresentam cada vez mais com informações muito densas. Por exemplo, muitas vezes o recurso a vídeos e a outros elementos, que em muitos casos demoram muito a ser descarregados, levam as pessoas a desistir de os ver.

[62] A Rede de Centro de Recursos em Conhecimento, "…é um local de pesquisa e preparação da actividade formativa, tendo como principal objectivo gerir e difundir informação técnica, pedagógica, didáctica e científica, de suporte às actividades de ensino, aprendizagem e investigação."
Retirado em 01 de Setembro de 2008, do site: http://www.crcvirtual.org/crc_virtual_net/index.asp
http://www.iefp.pt/iefp/Mediateca/Paginas/Home.aspx

[63] O Instituto do Emprego e Formação Profissional, IP "…constitui-se como o serviço público de emprego nacional e tem como missão promover a criação e a qualidade do emprego e combater o desemprego através da execução das políticas activas de emprego e formação profissional."
Retirado em 01 de Setembro de 2008, do site:
http://www.iefp.pt/iefp/Paginas/Home.aspx

É que muitas vezes não há paciência! Sim! A partir de determinada idade, para muitas pessoas, não há paciência para determinadas coisas… o facto de se ter de esperar muito para que uma página abra, a sensação de se estar a perder tempo… tem de haver rapidez, eficiência e eficácia.

Por outro lado, quando falei na qualidade dos recursos… se por exemplo, estivermos numa formação à distância, em que é necessário ler um documento muito extenso como se o estivéssemos a ler em suporte de papel, isso pode tornar-se um factor de desmotivação. E esta realidade verifica-se em muitos produtos! Basta muitas vezes as pessoas terem tido uma má experiência neste campo para desistirem.

Há muitas pessoas que se recusam a ler pelo computador…Exactamente!

Eu própria, que não me considero um «info excluída», quando estou a elaborar um determinado documento e já na sua finalização, tenho necessidade de o imprimir, para aí fazer algumas anotações… é que quando comecei a estudar utilizava uma máquina de escrever! (risos), isso poderá ser deformação, existem muitas pessoas com essas deformações profissionais (risos).

Devemos, pois, estar atentos a todas estas situações quando se trabalha na formação à distância, que é sabermos para quem é que nos dirigimos.

Basta considerar as disparidades na formação escolar das pessoas que trabalham numa determinada instituição que é muito diversificado… o que se pode tornar muito complicado! É como estarmos numa aula em que existe um grupo de alunos muito atrasado e outro muito adiantado. Por um lado, a desmotivação dos que estão mais adiantados e, por outro, a falta de capacidade que os mais atrasados têm em acompanhar os que vão mais à frente.

Pelo que percebi do trabalho que se encontra a desenvolver com o Moodle e a sua aplicação aos museus, penso que o mesmo merecia uma aplicação piloto!

Essa situação aconteceu com um dos produtos que criámos. Houve a necessidade de solicitar apoios directamente relacionados com aquela área, neste caso o recurso a pessoas que trabalhavam ao nível da tutoria em formação. Convidadas a preencher um questionário, fora-lhes pedido que analisassem o produto em causa, tendo havido assim uma avaliação mais “macro”, feita por pessoas mais especializadas nessas áreas através da exploração do produto, clicando aqui ou ali, ensaiarem um ou outro exercício, de uma forma livre, vendo aquilo que quisessem ver.

Não houve a possibilidade, a energia e o tempo de ministrar ou disponibilizar o produto a meia dúzia de pessoas, por exemplo, candidatas a futuros tutores, no sentido de lhes dar uma experiência que nos permitisse receber um *feedback*, para assim podermos melhorar.

Creio que no caso do seu trabalho, à semelhança do que aconteceu com o nosso produto, poderia ser constituída uma equipa formada por diversos especialistas na área da Museologia, de forma a serem analisados os eventuais conteúdos a integrar no seu curso da plataforma Moodle e, posteriormente, haver um convite a um determinado número de pessoas no sentido de participarem, acolherem essas informações e partilharem outras, seguindo o espírito do seu projecto, e com o intuito de uma melhoria contínua.

É provável que o primeiro grupo de pessoas não tenha muito a ganhar com o grupo que vai receber as informações, no entanto irá ganhar certamente com o *feedback* dos mesmos.

Este poderá ser um modelo! Tem de haver num primeiro momento uma forma de avaliar um determinado produto, para que o mesmo possa ser validado. O produto inicial estará assim em contínua evolução, não é?

A avaliação deverá ser um factor permanente e a considerar neste tipo de produtos.

6. Para além da avaliação, que acabou de evidenciar, que outros aspectos, na sua opinião, se revelam fundamentais para um curso mais atractivo e eficiente?

Existem vários… nem consigo sintetizar… um desses factores prende-se com o facto de as coisas terem de ser claras e científicas, como disse anteriormente, com o exemplo da dificuldade que muitas pessoas têm de ler através do computador.

Tem de haver interactividade. As pessoas têm de sentir que, no final do curso ou de um capítulo do curso, vão poder avaliar aquilo que leram e aprenderam, mas num sistema de auto-avaliação ou avaliação formativa. Chega-se assim ao final de um dado capítulo e existe a possibilidade de perceber se os conteúdos foram apreendidos.

É importante também, em determinados momentos, ser possível aprofundar os conhecimentos, haver assim a sensação de que se estão a aprender coisas que vão para além daquilo que é obrigatório e exigível no âmbito daquele conteúdo.

Deverá haver, pois, a hipótese de visitar outros links, outras informações complementares, outras curiosidades que façam com que as pessoas se sintam bem em ir mais além. Essa possibilidade de informação adicional não deverá integrar a avaliação e isso deverá ser claro à partida.

As pessoas têm de saber de início o que é que é obrigatório fazer e o que é que não é obrigatório, o que é que vai ser alvo de avaliação. As pessoas deverão desenvolver os conteúdos através de exercícios que tenham concretamente a ver com a sua realidade, não

devendo ser proposto um exercício que não tenha nada a ver com essa realidade, porque senão as pessoas desmotivam, tem de ser adaptado à sua realidade.

No seu caso parece-me ser mais fácil porque se destina a uma área específica, ao contrário do que acontece no meu caso em que tenho tutores a trabalhar na indústria, nos serviços… tutores de formação à distância. No seu caso a informação pode ser a mesma, mais concreta, e incidir sobre uma realidade muito específica.

Depois é necessária imaginação, criatividade e adaptar, porque as coisas já existem e podem ser adaptadas.

É importante ainda evitar a teoria em excesso ou deixar a teoria para a tal informação complementar, podendo os utilizadores serem encaminhados, através da colocação de *links*, para esses assuntos mais extensos se assim o entenderem.

7. Qual considera ser a melhor forma para incentivar a participação, questionando-se aqui também o facto de as pessoas se encontrarem preparadas ou não para participarem de uma forma voluntária em experiências deste tipo?

Creio que o Moodle pode ser instalado livremente, sem custos, não é? Por si só o facto de não ter custos facilita a adesão das pessoas, e muitas vezes as mesmas demonstram satisfação devido ao facto de poderem contribuir para a validação de um produto. Até porque se desenvolve numa área voltada para a realidade profissional dessas mesmas pessoas e, nesse caso, as pessoas costumam estar receptivas para poderem dar o seu contributo.

Depois esse contributo também permite que as pessoas tirem algumas informações, essencialmente se essas informações forem do seu interesse… de resto creio que já dei resposta a esta questão com aquilo que referi anteriormente, na questão inicial e que se prende com o facto das contingências ainda detectadas.

8. Concluindo a entrevista, gostaríamos que alvitrasse um pouco acerca da forma como observa o futuro das plataformas de E-Learning.

Creio que se revela bastante promissor. Existe a tendência para se diminuírem os custos. A tendência aponta também para que, cada vez mais, as pessoas tenham acesso a equipamentos melhores.

Daqui a uns anos as gerações dos anos 50, 60 irão retirar-se do mercado de trabalho, chegando cada vez mais gente nova, mais preparada para a utilização das novas tecnologias.

A diminuição dos custos é um factor importante. A não ser que sejam cursos financiados, a formação paga-se.

Se eu quiser tirar um curso de formação de formadores à distância, tenho de o pagar, mas possivelmente os preços destes cursos à distância vão reduzir significativamente em relação aos cursos de formação presenciais. Torna-se mais barato para um empresa fornecer formação à distância do que fornecer formação presencial… e portanto, eu penso que a tendência é clara para aumentar. Tem todo o sentido e toda da validade!

Creio que deverá haver, relativamente à qualidade do que se for fazendo neste sentido, um referencial.

Assim como, neste momento, existem referenciais para as qualificações e para todos os cursos de formação por nós ministrados, e que se enquadram num catálogo de qualificações, o mesmo deverá acontecer para a formação à distância, no sentido de haver uma regulamentação.

Também é importante referir que para quem pretende fazer módulos para formações à distância, e no seu caso penso que já faria algum sentido, embora não seja ainda obrigatório, todos os módulos deverão ser elaborados, ou estar próximos da normas estipuladas no catálogo nacional de qualificações. Este catálogo apresenta uma série de qualificações e os módulos que um formador tem de ter para ministrar uma dada formação, seja ela à distância ou presencial, no sentido que ambas sejam posteriormente reconhecidas da mesma forma, seguindo isto no sentido de uma normalização.

Penso que é neste sentido que se deverá avançar.

(Ver o Guião da Entrevista em Apêndice XIX, no Volume II)

3.7. Entrevista realizada à Dra. Maria João Spilker (Tutora de diversos cursos *on-line* de Formação de E-Formadores em Moodle), realizada no dia 29 de Julho, no Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha.

3.7.1. A Entrevista

1. Iniciando esta entrevista, gostaríamos que fizesse uma pequena nota de apresentação sobre si e acerca do que tem vindo a ser o seu trabalho.

Estive a viver muitos anos na Alemanha e, lá, tirei uma licenciatura em Economia (Johann Wolfgang Goethe University, Frankfurt/Alemanha). Quando conclui o meu curso, apercebi-me que procuravam uma formadora nas TIC, para dar formação intensiva durante um ano. Como não tinha mais nada em vista, acabei por ficar mais dez anos (risos) …, ou seja, fiquei a dar aulas presenciais, durante quase dez anos, na área das TIC, *Microsoft*, desde os cursos básicos, aos cursos mais sofisticados…

A minha ideia era seguir, de certa forma, para uma vertente mais voltada para a informática.

2.Trabalha há muito tempo com a plataforma Moodle?

Trabalho desde 2003 na área de Formação de E-Formadores.

Desde 2005 utilizo quase exclusivamente a plataforma Moodle.

Anteriormente, trabalhei com plataformas proprietárias generalistas ou concebidas especificamente para a empresa.

Quando regressei a Portugal, já a trabalhar com plataformas, por não poder suportar como freelancer uma plataforma, andei à procura da melhor possibilidade.

Havia a Dokeos, o Blackboard, o Moodle… a Dokeos é uma plataforma concorrente do Moodle, também *opensource*, mas que não se encontra tão difundida.

Eu aprendi, na altura, a trabalhar numa plataforma propriedade de uma grande empresa de formação, um instituto de formação muito grande e que tinha a capacidade de encomendar uma plataforma à sua medida. Eu, como *freelancer*, não tinha a possibilidade de despender muito para aderir a uma plataforma, tendo começado a procurar alternativas mais em conta, neste caso sem custos. Foi assim que, procurando, tomei contacto com o Moodle.

Como já conhecia a outra plataforma como aluna, como tutora e como programadora, tendo que programar todos os cursos, o Moodle revelou-se uma alternativa mais fácil.

Adorei o Moodle! Porque é fácil de instalar e barato, ou seja, praticamente sem custos. Depois, a comunidade é simplesmente maravilhosa… Inicialmente comecei a aprender a trabalhar e a tentar também dar respostas às perguntas que iam surgindo no seio dessa comunidade, porque as coisas são mesmo assim! É um pouco essa a filosofia que eu tento transmitir na minha comunidade, às vezes refiro: "Quando observarem uma pergunta, não pensem que é a Maria João que vai responder! Vejam a pergunta como uma pergunta a vós destinada. Tentem responder à mesma porque a partir daí aprende-se muito mais. Tentem procurar a resposta, vejam até onde foram e, isso, talvez esse pequeno passo, vos ajude e ajude essencialmente o outro, no sentido de dar um passo mais à frente"… e foi assim que eu comecei a trabalhar com o Moodle.

3. Poderia descrever-me um pouco do seu trabalho com a plataforma Moodle?

Presentemente desenvolvo e faço tutoria de cursos sobre E-Learning em geral, e Tutoria e sobre a própria plataforma Moodle.

Os cursos são, na sua maioria, cursos 100% *on-line* (ou *Workshops* com uma fase presencial inicial), utilizando uma metodologia construtivista e que pressupõem uma tutoria activa baseada no modelo de 5 fases da Dra. Gilly Salmon.

Os cursos destinam-se a professores do Ensino Superior e Médio/Secundário brasileiros, mas também a profissionais da área educacional e de formação contínua. Pretendem essencialmente apresentar a plataforma Moodle e reflectir (praticando) sobre funções, papéis e competências exigidas a professores, tutores e participantes nos cursos em regime de E-Learning.

4. Pesquisámos um pouco sobre o modelo das 5 fases da Dra. Gilly Salmon (tendo até retirado da Internet um esquema por si elaborado[64]). Poderia esclarecer-me um pouco mais sobre esse modelo?

Quando entra um novo utilizador na sua disciplina de Museologia, que não tem absolutamente noção nenhuma do que é o E-Learning e do que é o Moodle, que não tem noção do que é que é esperado, a não ser fazer unicamente uma visita, esse utilizador terá de ser situado, no sentido de aí se movimentar minimamente… saber como responder a um fórum, talvez!

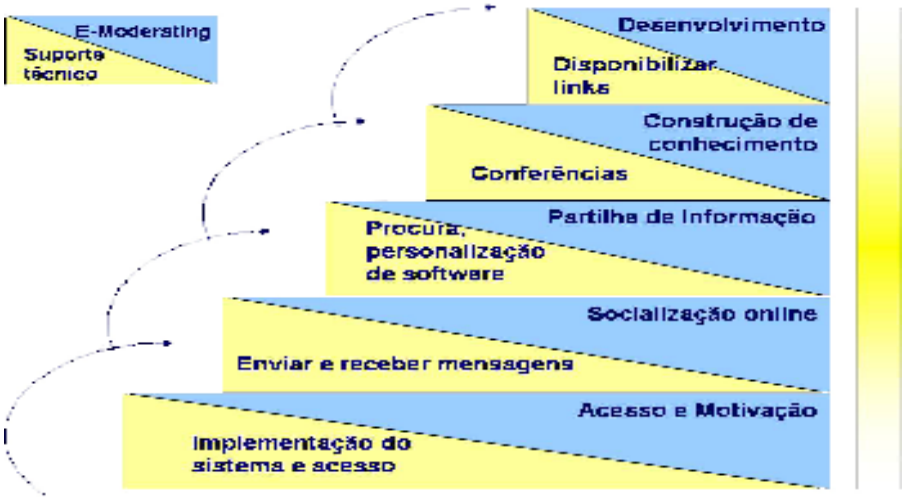
Uma possibilidade é levá-lo a responder a uma mensagem que se poderá apresentar, logo no princípio, como que um *icebreack*, do género: "Apresente-se!" Algo muito simples: "Apresente-se! Por que é que está aqui?"

Toda uma abordagem inicial, muito natural, que leve a pessoa à participação, sem se aperceber disso, ou seja, sem se aperceber ela já está a trabalhar com a plataforma, é muito importante!

Esta é uma forma de se ajudar a ultrapassar barreiras que, apesar de muito pequenas para um utilizador mais experiente, para um tutor ou um formador, é um grande passo para um utilizador a iniciar o trabalho com plataformas, que o faz sentir mais seguro, e, por conseguinte, o leve a dar mais um passo em frente.

Esta é, portanto, a primeira fase do modelo, correspondendo ao "Acesso e Motivação", uma fase que implica saber trabalhar minimamente com conceitos mais básicos, que sejam enviar um *e-mail* (O que nós pensamos ser uma coisa óbvia, muitas vezes não o

[64] Figura 13 - Modelo de 5 fases de Gilly Salmon, apresentado por Maria João Silker.



www2.spi.pt/crci/download/eTutoriaDaTeoriaAPratica.ppt (apresentação Powerpoint, diapositivo 31)

é. Enviar um *e-mail*, receber um *e-mail*, responder a um *e-mail* a tempo e horas.) e isso consegue-se, aqui, nesta primeira fase e depois vai-se avançando…

Como tutor, pressupõe-se uma tutoria muito activa inicialmente, ou seja, [Maria João Spilker aponta no esquema, com uma esferográfica, a faixa amarela em *degradé*] o tutor aqui tem de trabalhar de forma mais intensiva, no acompanhamento dos participantes [Aponta a zona com um amarelo mais intenso] e subindo, deveria começar a despedir-se do curso de forma gradual, até quase não se fazer sentir.

À medida que os participantes vão evoluindo por estas cinco fases deixam de ser mais passivos (fase em que ainda estão a receber), passando a ser mais activos (altura em que estão prontos para ajudar e serem eles próprios os tutores dos novos participantes) e todo este sistema vai evoluindo até que se crie uma comunidade.

As pessoas que entram pela primeira vez ou são inicialmente ajudadas pelo tutor da plataforma ou são ajudadas por aqueles que já estão mais à frente e se encontram preparados para ajudar, tornando-se assim também tutores e moderadores de tudo o que aí se vai passando.

É o que acontece por exemplo na comunidade MoodlePT.

Se visitar o historial das pessoas que já lá se encontram inscritas há muito tempo, verá que elas percorreram mais ou menos todas estas etapas[65]. Inicialmente são só pedidos de ajuda, até que se chega a uma altura em que a pessoa se apercebe que começa a estar em condições de responder. É um processo natural, começando assim a ajudar os que estão a entrar na comunidade (…)

Eu tento construir os meus cursos mais ou menos desta forma, por este modelo.

Como trabalho muito com fóruns, tento disponibilizar muitos materiais, tento dar mais a mão a todos. E faço isso através de todos os canais que tenho à minha disposição, desde os *e-mails*, ao *Mensager*, às mensagens… a tudo o que eu tenho!

A partir daí começo a incentivar: "Coloquem no fórum a vossa pergunta! Vamos ver quem é que responde!" Muitas vezes incito ainda: "Eu sei que a pessoa X ou Y sabe responder, porque eu já os ajudei! Quem é que se atreve?"

Verifico então que começa a haver quem se atreve a responder.

Depois vou colocando séries de questões que os levem a ir pesquisar, a ir à procura, no intuito de os ajudar pois detecto que muitos deles, muitas vezes, também não sabem pesquisar novas informações e novos conhecimentos ao nível das novas tecnologias.

[65] Com efeito, tendo visitado o historial de um dado participante que se apresenta numa fase mais avançada, na comunidade MoodlePT (isso torna-se evidente, pela capacidade que demonstra em ajudar nas respostas aos fóruns colocadas por quem sabe menos) verificámos que, segundo o historial das suas intervenções, inicialmente eram muitas as questões que colocava, passando progressivamente a responder mais do que perguntar, verificando-se aqui uma evolução.

Os participantes nos meus cursos são essencialmente professores universitários de diversas faculdades, detentores do saber nas mais diversas áreas, saber este que é muitas vezes transversal, verifico que um foi, por exemplo, pesquisar mais sobre *podcasts*, depois verifica-se que há outro que também já pesquisou sobre isso, sobre isto ou aquilo, começando assim a disponibilizar essas informações entre eles. Eu, como tutora, começo a colocar-me de lado, mantendo-me somente a moderar toda a situação.

Sobre a Dra. Gilly Salmon, ela encontra-se numa universidade inglesa a ministrar cursos em E-Learning, de tutoria e moderação. Segundo esses princípios ela escreveu dois livros, um sobre tutoria em geral e outro sobre actividades.

Este livro de actividades está relacionado com os tipos de actividades e a forma como se poderão apresentar nos cursos. Como é que se poderá desenvolver determinada actividade, como é que poderá ser colocada e construída dentro de um dado curso.

Eu não devo colocar num dado fórum mensagens de diferentes níveis de dificuldade, os participantes menos experientes assustar-se-iam logo! Tenho de criar fóruns diferentes.

Para qualquer actividade num fórum terá de haver sempre uma motivação, quer dizer, determinado assunto é interessante por esta razão: "o que é que fariam nesta e noutra situação? Pesquisem e exponham as vossas pesquisas! Reajam aos comentários que já tenham sido feitos!" (…)

Quanto aos diversos graus de dificuldade, ao organizar os tópicos, pode colocar as questões das mais simples às mais difíceis, de cima para baixo, de forma a permitir que todos passem por lá… poderá fazer, por exemplo, se tiver um curso grande com vários tópicos, como tem… elaborar um índice e informar: "Olhem! Quem já entrou há mais tempo! Neste tópico encontram-se coisas mais básicas! Quem quiser salta automaticamente para o tópico seguinte!"

Para quem se encontra em dificuldades num dado tópico, alertar: "já viu este tópico anterior?" Como que uma espécie de pressuposto, não é?

Imagine que quer que elas trabalhem, por exemplo, com um *Wiki*, mas nunca lhes disse como é que se trabalha com *Wikis*… e o que são!

As pessoas entrarão nesse tópico e dirão: "Ai, eu não consigo fazer isto!"

Deverá então dizer (e ter esses elementos preparados para poder encaminhar as pessoas): "Olhe! Antes de entrar nesse tópico, veja esta e esta informação, veja este passo-a-passo, como é que se pode fazer e o que é que é! Ou então veja esta apresentação *Powerpoint* ou este vídeo sobre o que é um *Wiki*!"

Dependerá muito também do nível dos participantes.

Eu sou responsável por um curso, que já não se enquadra num nível básico e costumo dizer: "Olhem! Digam o que é isto ou aquilo! Pesquisem! Façam!"

Não são necessárias apresentações ou *icebreaks*! As pessoas já se conhecem de outros cursos.

Faço, no entanto, uma pequena brincadeira inicial, para que comecem uma etapa de trabalho de forma mais descontraída. Poderei provocar o grupo através de um *spark*, ou faísca, que funciona como que uma provocação: " Por que é que isto é interessante? Por que é que vamos fazer isto? Algo para despertar a atenção!"

Estive num curso em que íamos tratar o tema da avaliação. No fórum escrevi assim: "Eu acho que a avaliação não é precisa num curso!" E fui dizer isto a professores (risos) …caíram-me em cima! (risos).

Fizeram-se as devidas discussões… era esse o objectivo da faísca! A tal ponto de um professor ter reparado e comentado: "Acho que estamos a ser manipulados!" (risos).

É! É esse o sentido… de dar um empurrão… podemos escrever uma pequena citação e eles continuam… eu dou-me bem com esse hábito!

A partir do momento em que eles começam a "falar", a comunicar, há sempre em cada mensagem algo de novo. E ao pegar nessa nova mensagem estamos a valorizar essa comunicação ou o comentário dessa pessoa. Valorizar as pessoas cria nelas a sensação de que o que dizem tem toda a validade, quanto mais não seja, incentivá-las a continuar, não é?

E aí começa a haver aquela cultura…aquele espírito de comunidade, e começa-se a comunicar mais! E é um pouco isto que a Dra. Gilly defende.

5. Reconhecendo diversos estudos que classificam o Moodle como uma das plataformas mais utilizadas mundialmente, por que será (na sua perspectiva) o Moodle tão popular? Que vantagens sobressaem da Plataforma Moodle em relação a outras plataformas?

Gostaria somente de ressaltar algumas das principais vantagens na minha óptica de conceptora e tutora de cursos *on-line*:

- O manuseamento das Ferramentas disponibilizadas pelo Moodle são intuitivas ou de fácil aprendizagem;

- As ferramentas do Moodle permitem criar vários e diversos cenários de aprendizagem (cursos e/ou comunidades de aprendizagem);

- Um curso pode ser facilmente adaptado a uma outra realidade, o que pode mesmo acontecer durante o andamento do curso;

- As ferramentas padrão do Moodle apresentam-se estáveis;

- A comunidade internacional sediada em *moodle.org* é simplesmente fantástica, dúvidas são solucionadas quase imediatamente, devido ao elevado número de membros dessa mesma comunidade, mas também à sua qualidade;

- E, por fim, Moodle é *Software OpenSource* com todas as vantagens que desse facto advém.

Apercebo-me ainda, por exemplo, entre o Blackboard e o Moodle que muitas vezes é tudo uma questão de prestígio.

Uma "PT" ou uma outra empresa de nome não vai dizer que está a trabalhar com o Moodle, é mais prestigiante dizer que se está a trabalhar com uma plataforma em que se paga (risos), como o *Blackboard* por exemplo.

Muitas vezes é tudo por uma questão de *marketing*.

6. Como aconselharia a adaptação do Moodle a uma realidade museológica, no âmbito da formação de uma comunidade virtual de aprendizagem, no sentido de se discutirem temáticas nesta área?

Permita que teça algumas ideias soltas que não operacionalizam a temática, mas antes advêm de minha experiência com comunidades de aprendizagem.

Há a necessidade de haver vários responsáveis pela disciplina ou espaço de encontro.

Retirar o carácter negativo de disciplina/curso, como sinónimo de avaliação, obrigatoriedade, trabalho, relação clássica professor-aluno.

Será necessário demonstrar quais as vantagens de ter um espaço de encontro e de diálogo para os museus, independentemente da área destes, ou seja, demonstrar as vantagens de uma comunidade de aprendizagem, neste caso, talvez antes comunidade de prática.

Mais que a plataforma Moodle, é a cultura de diálogo e partilha de informações e conhecimentos que têm que ser fomentados e assimilados.

A iniciação a toda esta temática terá que ser voluntária e estimulante. Os utilizadores devem sentir-se bem na plataforma, e sentir mesmo a necessidade de entrar, sentido que o trabalho e tempo investidos são uma mais-valia.

Problemático pode ser o costume tão enraizado de tudo se querer consumir já previamente cozinhado e nada se querer dar em troca. Terá que haver alguém que assuma… pelo menos inicialmente, um coordenador que abra novos tópicos nos fóruns, que envie notícias com regularidade, etc.

7. Poderia especificar melhor a sua ideia ao referir, como possibilidade para os museus, uma comunidade prática em vez de uma comunidade de aprendizagem?

Vou falar talvez um pouco contra a literatura, mas os dois termos seguem muito juntos.

Eu pressuponho que uma comunidade prática é ao mesmo tempo uma comunidade de aprendizagem, mas, muitas vezes, a aprendizagem poderá ocorrer sem que posteriormente se esteja a pôr em prática. O contrário também acontece e ao estar a praticar está-se automaticamente a aprender.

Portanto, uma coisa é aprender um pouco pelo gosto de aprender, independentemente de depois se utilizar essa aprendizagem na prática. Enquanto que a prática leva as pessoas a aprenderem aquilo que lhes interessa para depois utilizarem.

Por outras palavra e exemplificando, se eu quiser entrar numa comunidade sobre agricultura biológica… eu não vou fazer agricultura biológica na minha hortinha, como é óbvio! Não tenho tempo para tal! Mas se eu entrar e estiver a aprender sobre agricultura biológica, mesmo que não vá aplicar, eu estou numa comunidade de aprendizagem, sem estar numa comunidade prática, porque eu não vou praticar…

Mas muitas pessoas vêem as coisas de outra forma. Querem entrar numa comunidade porque querem pôr algo em prática, querem partilhar boas práticas, querem partilhar, querem testar aquilo que aprenderam, e muitas vezes conseguem "amarrar" outras pessoas através da prática.

O aprender só por aprender é algo para o qual muitas pessoas não têm tempo! As pessoas vão à procura de algo que possam aprender hoje para aplicarem amanhã.

É também através da prática que nos conseguimos aperceber que ainda existe muito mais para aprender.

Vou dar um exemplo prático: imagine que lançava um tema do género: "É muito interessante ter *podcasts* no site do meu museu". O objectivo era o de aumentar o número de participantes através do *podcast*, depois tudo o resto, tudo o que relacionasse com temas mais intelectuais, poderiam ser apresentados de uma outra forma, no entanto as pessoas vão ficando… há qualquer coisa que se está a aprender, que é útil e pode ser usada, a participação e tudo o resto acabará assim por vir por acréscimo, também pelo gosto das pessoas… e é assim que eu vejo isso… toda esta problemática.

Os cursos vão-se construindo. É muito agradável para quem está numa comunidade, que as ideias lançadas são valorizadas, tornando-as úteis.

Nos meus cursos eu dou valor a isso! Dependendo daquilo que as pessoas vão apresentando eu vou tentando reagir… houve um curso em que falámos de *icebreaks*, e eu coloquei a pergunta: "Quem é que já está a utilizar *icebreaks* nos cursos virtuais do Moodle?" Tirando um ou outro aluno, mais ninguém estava. Disseram: "Ah! Nós não estamos! A única coisa que utilizámos foi uma solicitação a pedir que se apresentassem… mas ninguém se apresentou ou, se houve apresentação, não foi feita da forma mais correcta. As pessoas foram abrindo novos tópicos, em vez de responderem ao tópico que correspondia à apresentação"…

Desta situação gerou-se uma discussão acerca da necessidade, ou não, dos *icebreacks*.

Eu continuei a instigar o diálogo: "Como é que iniciariam um curso? Começariam por utilizar um *icebreack*? Como é que seria? Começar por estruturar um curso com princípio, meio e fim?"

Então as ideias começaram a surgir, o que me levou a abrir um livrinho no curso… todas as ideias que iam surgindo, limitei-me a colocá-las lá dentro sem proceder a qualquer tipo de alteração, a não ser dar um nome a essas mesmas ideias: "*icebreack* x, *icebreack* y etc"… quando consegui reunir umas quatro ou cinco ideias, informei-os da existência deste livrinho dizendo: "Quantas mais ideias surgirem melhor, estarão todas ali"… notou-se rapidamente o entusiasmo, pois mais ideias apareceram rapidamente e em quantidade. Porquê? Porque viram que a sua participação, aquilo que tinham dito, tinha valor.

Foi automaticamente criado por todos mais um pequeno módulo dentro daquele curso que não estava lá antes.

Os alunos viram também que um curso Moodle não é um curso que se encontra à partida feito, que não se pode modificar, viram que a qualquer momento o curso se pode alterar, em cinco minutos… indo ao encontro deles. E é um pouco isso, haver sensibilidade da nossa parte para ver o que é que na prática eles pretendem.

8. Tendo em conta as vantagens dos fóruns, que outros recursos do Moodle aconselharia no sentido de uma maior eficácia na construção de conhecimentos comuns?

Depende do nível dos participantes, relativamente à utilização dos diversos recursos. Os Glossários são normalmente fáceis de utilizar e poderão ser construído por parte dos membros da comunidade.

As Base de Dados são importantes, pois irão comportar uma colecção de material teórico, relatórios, descrição de projectos, etc…, por parte da própria comunidade.

Os *Wikis* são um pouco mais difíceis de utilizar por parte de alguém que ainda se encontra a iniciar.O *Wiki* tem o problema de algumas pessoas não saberem trabalhar de forma correcta e o que é que acontece? Poderão muitas vezes estragar o trabalho dos outros. Ao editar poderão apagar o que já se encontrava feito, dependendo também isso de o *wiki* estar, ou não, instalado de forma correcta.

Esta situação é embaraçante e desmotivadora para quem já investiu trabalho e tempo na construção dos conhecimentos, tornando-se também embaraçante para o próprio tutor. No Moodle há a possibilidade de ir guardando tudo, através dos *backups*, do que está a ser editado… pode-se guardar à parte… faz-se um *backup* com regularidade para evitar todo esse tipo de situações… que podem acontecer!

E como é que eu lido muitas vezes com isso? Tentando virar o jogo ao contrário dizendo: "Agora imaginem que aconteceu no vosso curso, com os vossos alunos… o que é que fariam?" Tento dar aí a ideia de uma catástrofe (risos) … mas eu penso que não há outra forma, não é?

9. Relativamente aos potenciais usuários de uma plataforma (e tendo em conta a sua experiência) considera fácil, em termos gerais, a adesão à plataforma Moodle? Ou ainda se verificam muitas reservas em participar?

Quem está habituado a "surfar" na Internet não tem problemas em manusear o Moodle e as diferentes actividades e recursos. Aliás pode-se adaptar o visual do Moodle de forma a que mal se reconheça que este está a ser utilizado.

Mas o facto de ainda não se dominar bem a Internet poderá ser um obstáculo. Há ainda muitas pessoas que, sabendo ir ao *e-mail*, sabendo receber as mensagens, muitas vezes não as sabem reencaminhar ou guardar, e muito menos fazer a gestão de muitos *e-mails* que apareçam.

Porque, suponha que a sua disciplina, que agora se iniciou, começa a ter várias centenas de participantes, pessoas que começam realmente a interagir como deveriam nos fóruns e que de repente vão recebendo vinte ou trinta *e-mails* por dia, que seguem desses mesmos fóruns. Haverá certamente uns quantos que não irão saber lidar com essa onda de *e-mails*. Muitas vezes nós pressupomos que isso é tudo muito normal, mas não é!

Aí é importante ter sempre um plano B e o plano B é muito simples. Poderá informar os participantes com mais dificuldades que poderão desactivar o envio dessas mensagens no seu perfil, informando-os também que seria desejável continuarem a receber as mensagens no sentido de irem acompanhando as discussões, estando assim sempre ligados ao que se passa na comunidade.

Depois poderão existir outras dificuldades. Dentro do próprio Moodle existem pessoas que não sabem responder a um fórum, por exemplo, eu coloco num fórum uma pergunta (um tópico de discussão) e muitas pessoas em vez de responderem na plataforma a esse tópico, ao receberem a mensagem por *e-mail* respondem também por *e-mail*… as pessoas não vão à plataforma! Não sabem ir à plataforma e quando recebem a minha mensagem por *e-mail*, que é uma mensagem do fórum, respondem-me também por *e-mail*. Mas respondem-me de uma forma em que eu me apercebo, que elas querem que a sua resposta fique na plataforma, que todos vejam, porque a resposta é dirigida a todos!

Então eu respondo: "Só eu é que recebi a sua resposta!"

E tenho de lhe explicar os procedimentos passo a passo, numa resposta só para ela, de forma a não a "desmascarar" ou inibir perante a comunidade. Explico-lhe por *e-mail* o que me dá um trabalhão imenso! (risos): "Irá fazer isto desta e desta forma, daquela e daquela maneira, e aí a sua mensagem vai aparecer para todos!"

E são estes os pequenos obstáculos com os quais temos de trabalhar todos os dias, não nos podemos esquecer das pessoas que se encontram nesta primeira fase [aponta novamente o esquema], teremos sempre de pensar no elo mais fraco, disponibilizando por exemplo os primeiros tópicos para eles.

Os que já se encontram na plataforma há mais tempo e por isso se encontram em fases superiores, poderão questionar qual a necessidade desses tópicos tão básicos, mas para esses eu digo: "Salte! Você já está mais avançado! O primeiro, o segundo e o terceiro tópicos, por exemplo, são para os que entram pela primeira vez!"

É essencial para as pessoas que nunca tomaram contacto com as plataformas sentirem-se bem logo de início.

Tem de ser utilizada uma linguagem simples para as instruções porque é aquela que se entende, ou utilizar imagens. Eu, muitas vezes, tenho o cuidado de acompanhar as instruções com imagens que coloco em anexo, porque apesar de serem obstaculozinhos, são obstáculos muito grandes para as pessoas que nunca fizeram isso.

O que se pode fazer é coleccionar… Tudo aquilo que se tenha apercebido em relação aos *e-mails* que enviou, relativamente aos convites para participarem no seu curso de gestão da qualidade em museus, coleccionar essas dificuldades e criar um anexo, com as devidas instruções e explicações em *Powerpoint*, imagens e outras. Aqueles que já sabem não irão abrir o anexo, que se pode revelar muito útil para os que não sabem, tendo aí uma ajuda.

Poderão existir ainda outras reservas em participar na plataforma, nomeadamente a inibição bem antes do manuseamento e domínio da Internet em si para a Museologia, indo além da simples apresentação online do instituto ou museu. O objectivo deverá ser o de

criar uma comunidade na qual os membros participam activamente, de uma forma pró-activa e não somente reactiva.

A participação reactiva é, por exemplo, num curso por mim tutorado, quando eu a dada altura proponho uma determinada acção: "vamos fazer isto e isto"… E as pessoas reagem. No caso da participação pró-activa, são os participantes que tomam a iniciativa: "Vamos fazer? Vamos entrar… Vamos tentar implementar aqui a nossa videoconferência!"

Portanto vem da parte deles! O impulso inicial vem da parte deles… não só pressupõe determinados conhecimentos, como pressupõe também que eles se sintam bem na comunidade, sentirem-se com confiança (…)

10. Considera que a criação de uma conta de utilizador inibe, de certa forma, os utilizadores a participarem numa plataforma de E-Learning?

Não, acho que não. É muito simples! Contudo, se pretendermos excluir essa preocupação, porque não abrir a comunidade a visitantes?

11. Concluindo esta entrevista, como prevê o futuro das plataformas LMS, concretamente o Moodle?

Creio que as plataformas de aprendizagem serão cada vez mais um ponto de encontro e ao mesmo tempo um ponto de partida. Ponto de encontro, porque cada participantes vê nele uma espécie de porto de abrigo, onde tudo é reconhecido, onde materiais básicos estão disponíveis, as últimas informações, os membros. Ponto de partida, porque estamos no mundo da *Web 2.0*, e a passos largos caminhando para a *Web 3.0* e cada vez mais é exigido que cada um trilhe o seu caminho, utilizando toda a variedade de instrumentos e materiais que se encontram na Internet.

(Ver o Guião da Entrevista em Apêndice XVIII, no Volume II)

Apesar deste projecto se encontrar ainda num fase inicial e, como tal, considerado como um ponto de partida, a "disciplina" de "Gestão da Qualidade em Museus" necessitará acima de tudo de participantes, essa será a próxima etapa onde acreditamos dever investir.

Acreditamos ainda que a semente se encontra lançada, há agora o dever de a estimular e de a ver crescer, acompanhando e cuidando dela.

CAPÍTULO V – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

CAPÍTULO V – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados que apresentamos pretendem dar respostas às hipóteses que previamente definimos na metodologia do estudo, através da análise dos dados dos questionários, através da análise dos dados recolhidos tendo em conta a observação dos sítios Internet dos museus e através da análise do conteúdo das entrevistas, sintetizando e expondo mais objectivamente os resultados das análises já feitas anteriormente e que, de certa forma, já responderam às questões que levantámos.

Antes de procedermos à discussão dos resultados que nos irão dar uma resposta as questões inerentes às hipóteses anteriormente levantadas, é importante ponderar acerca de alguns aspectos no sentido de retomar as pontes entre os diferentes estudos de caso que constituem este trabalho.

Salientando-se o que foi exposto inicialmente, considerando que o grande objectivo deste estudo é tentar compreender a relação disseminação/percepção da imagem do museu e que esta relação deve assentar em aspectos que apelem para a qualidade, entendemos hoje, avaliando pelos estudos que tem vindo a surgir e que se centram essencialmente nestas problemáticas, que a qualidade poderá trazer múltiplos benefícios para uma melhoria das práticas nos museus; contribuindo isso inevitavelmente para a reestruturação e retoque da sua imagem em que um pequeno pormenor nesse sentido poderá fazer toda a diferença.

Reconhecemos ser de vital importância a disseminação destes estudos, a divulgação desses resultados e a procura e partilha de outros. Neste contexto, achamos de toda a pertinência propor e defender a possibilidade de utilização da plataforma Moodle, como um veículo que irá possibilitar esses mesmos intentos.

E porque nos estamos a movimentar num campo de virtualidades, em que conhecemos e reconhecemos as potencialidades de outros espaços de divulgação, actualmente utilizados por um grande número de museus, quer sejam os *sites* institucionais quer sejam os blogues, surge também a necessidade de aferir resultados nesse âmbito, na forma como estes se apresentam ao público.

Neste caso o público poderá cingir-se a uma comunidade escolar, com a qual interagimos quotidianamente nas nossas acções profissionais que se centram na docência. E esta comunidade escolar, ainda antes de ter a noção de que possa ser um museu virtual, tem certamente uma percepção mais concreta do que é uma instituição museu em termos de existência física.

A questão situa-se em perceber que imagem é que nos é dada a conhecer, sabendo que essa imagem é mutável de indivíduo para indivíduo conforme a sua percepção.

Em termos gerais, a percepção pode ser descrita como a forma como um indivíduo vê o mundo à sua volta, o modo segundo o qual o indivíduo constrói em si a representação e o conhecimento que possui das coisas, pessoas e situações, ainda que, por vezes, seja induzido em erro (Serrano, 2000, s.p.).

Percepcionar algo ou alguém é captá-lo através dos sentidos e também fixar essa imagem.

> "(…) O processo perceptivo inicia-se com a captação, através dos órgãos dos sentidos, de um estímulo que, em seguida, é enviado ao cérebro. A percepção pode então ser definida como a recepção, por parte do cérebro, da chegada de um estímulo, ou como o processo através do qual um indivíduo seleciona, organiza e interpreta estímulos. Este processo pode ser decomposto em duas fases distintas: a sensação, mecanismo fisiológico através do qual os órgãos sensoriais registram e transmitem os estímulos externos; e a interpretação que permite organizar e dar um significado aos estímulos recebidos.(…)" (Serrano, 2000)[66],

As relações entre o indivíduo e o mundo que o rodeia são, assim, regidas pelo mecanismo perceptivo e todo o conhecimento é necessariamente adquirido através da percepção.

Dois indivíduos, da mesma faixa etária, que sejam sujeitos ao mesmo estímulo, nas mesmas condições, captam-no, seleccionam-no, organizam-no e interpretam-no com base num processo perceptivo individual segundo as suas necessidades, valores e expectativas.

Assim, a percepção e o conceito de certa forma, convergem num processo que se traduz através de intercâmbios (percepção/conceitos), na medida em que se geram mutuamente.

Este processo culmina, assim, na ideia de representação social.

Representações sociais são, em linguagem comum, o modo como as pessoas vêem determinado acontecimento, objecto, sentimento, entre outras coisas. São como teorias do senso comum usadas pelos sujeitos para interpretarem o mundo que os rodeia.

As representações sociais são, então, modalidades de conhecimento prático cujo objectivo principal é a compreensão do contexto social em que vivemos. São normalmente elaboradas e compartilhadas por um determinado grupo de pessoas; o que, de certo modo contribui para que exista uma visão "comum" de um determinado objecto por esse mesmo grupo; o que, por sua vez, potencia a comunicação dentro do grupo (Monteiro e Vala, 2000).

[66] Serrano, Daniel Portillo, (2000), Percepção, retirado em 25 de Setembro de 2008 em http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Percepcao.htm

Podemos entender representações sociais como um conjunto de explicações, ideias, crenças e opiniões de um grupo de indivíduos relativamente a um determinado objecto (objecto em sentido lato).

Este conceito, apesar de originariamente ter sido usado por psicólogos sociais, nomeadamente Serge, Moscovici e Denise Jodelet, é um conceito que é transversal às ciências sociais em geral, sendo objecto de estudo nas mais variadas áreas.

Também aqui este conceito se torna importante para uma melhor compreensão dos resultados deste estudo.

Mais do que para os resultados apurados para os questionários dos alunos, o grupo que constitui os professores revela aspectos que poderão fazer a diferença relativamente à percepção que têm de museu.

Essas diferenças são notórias e relacionam-se com o facto das diversas «sensibilidades» relativamente aos museus.

Estamos perante um grupo de indivíduos (neste caso concreto os professores) com formação em áreas distintas de conhecimento, o que irá conduzir forçosamente a percepções igualmente diferentes em relação aos museus e a forma como estes se apresentam.

Sem querer especular ou julgar, é natural que um professor da área das expressões (Educação Visual, Música, Educação Tecnológica, por exemplo) dê uma grande importância à organização do espaço nos museus, à organização das exposições, aos elementos visuais, enquanto que um professor da área da História, das Ciências ou da Língua Portuguesa, terá em conta outros aspectos relacionados com a mensagem e o discurso, no âmbito dos conteúdos ou das informações transmitidas.

Esta situação ocorre por acréscimo ao serem analisados aspectos relacionados com as páginas *web* dos museus.

Posto isto, passaremos a apresentar a discussão dos resultados partindo de uma das perguntas iniciais relativamente ao modo como os museus são vistos pela escola.

1. Como é que os Museus são vistos pela Escola?

Respondendo a esta pergunta, poderemos dizer que os museus são vistos de uma forma muito positiva pelos elementos de uma dada comunidade educativa, e que constituem a amostra do nosso estudo de caso.

Iremos especificar esta conclusão, respondendo mais pormenorizadamente às hipóteses levantadas.

Partiremos assim das hipóteses específicas, fazendo seguidamente uma análise global com vista a sintetizar os resultados apurados, nas hipóteses gerais.

Todas as citações foram retiradas dos questionários dos alunos e dos questionários dos professores.

1.1. Hipóteses Específicas:

1.1.1. Hipótese a) O contacto dos alunos com os museus revelou-se através da escola.

Tendo em conta as respostas aos inquéritos como já verificámos, pudemos perceber que a grande maioria dos alunos já visitou museus e que esta possibilidade foi proporcionada através da escola.

Os alunos conseguiram lembrar-se dos museus que visitaram, destacando-se entre eles o Museu dos Coches, o Museu da Ciência, o Museu do Pão e o Museu Municipal de Benavente.

Considerando as diversas turmas, estas são constituídas por alunos que preferencialmente tiveram o mesmo percurso escolar, na sua maioria desde o primeiro ciclo.

Verificámos, por exemplo, que uma dada visita a um dos museus mencionados foi mais referida por uma turma, a visita a outro dos museus foi mais referida por outra turma, para além dos comentários dos alunos que surgiram de forma inevitável, por já não se lembrarem do museu que visitaram são indicativos reveladores que participaram em visitas de estudo.

> " Sim já visitei o museu mas não me estou a lembrar qual foi, mas acho que foi relacionado com os animais" (questionários dos alunos)

1.1.2. Hipótese b) Os alunos têm uma percepção de Museu, encarando-o como um espaço que transmite sensações positivas e negativas.

Quanto à percepção que os alunos têm de museu, a maioria dos alunos associa os museus a sensações positivas. As três maiores percentagens apuradas remetem-nos para o museu como um espaço de contemplação porque é belo, grandioso, incrível, espectacular, impressionante e importante, um espaço que desperta a imaginação e a inspiração.

> " Fiquei admirada, senti-me contente. Nunca tinha visto um museus e gostei imenso" (questionários dos alunos)

Em segundo lugar o museu é visto como um local onde se encontram guardados os objectos antigos, sendo o local das antiguidades e das colecções, em terceiro lugar o museu é visto como um espaço agradável, que promove a alegria, a brincadeira e o prazer em geral.

No entanto, o museu também é visto por alguns alunos como um espaço aborrecido, antiquado e desagradável.

É importante referir aqui o nível de percepção relativamente ao acervo dos museus. Por um lado, o museu que guarda os objectos antigos e as colecções; por outro, e para alguns alunos, o museu que assume a mesma função guardando, no entanto, todas as velharias.

1.1.3. Hipótese c) As acessibilidades aos museus revelam-se como um factor de grande importância para as visitas aos museus.

Para um grupo de alunos que se acha relativamente longe da cidade de Lisboa, local que concentra o maior número de museus, e tendo em conta a «dimensão espacial e geográfica» para crianças na sua maioria na pré-adolescência, reconhecendo ainda as contingências inerentes à sua vida sócio-familiar que em alguns casos é precária, mais de metade dos alunos achou que é difícil chegar aos museus.

Destacam-se, em primeiro lugar, razões que se prendem com questões de distância, em que os alunos consideram que os museus se encontram longe. Também é referido, em segundo lugar, a indisponibilidade dos pais para acompanharem os filhos aos museus e em, terceiro lugar, é referido que as entradas nos museus são caras.

> " Porque os meus pais não têm tempo"
> " Às vezes os meus pais não podem porque é muito longe"
> " Pode ser longe, caro ou não ter carro"
> " Porque a maior parte dos museus está em Lisboa e é muito longe"
> " Porque muitas vezes a distância não ajuda, assim como os horários e taxas e também a disponibilidade dos pais" (questionários dos alunos)

No entanto, 30% dos alunos refere que é fácil chegar aos museus porque estes se encontram bem sinalizados, porque existem muitos transportes públicos e porque estes se encontram sempre abertos.

" Porque estão bem sinalizados e porque tenho carro"
" Há transportes públicos e mais coisas para nos deslocarmos aos museus"
" Têm placas a dizer para onde é que fica"
" Há muitos transportes e estão sempre abertos" (questionários dos alunos)

1.1.4. Hipótese d) Os museus revelam-se como um espaço onde os alunos gostariam de vir a trabalhar um dia.

Os resultados dos questionários mostram-nos numa percentagem esmagadora que os alunos não gostariam, em termos futuros, de vir a trabalhar em Museus.

Ainda assim os que confirmam esta hipótese gostariam maioritariamente de vir a trabalhar num museu desempenhando o cargo de guias nas visitas, para orientar e esclarecer os visitantes.

" Gostaria de receber as pessoas que visitam o Museu, e penso que seria um trabalho divertido"
" Podia vir a conhecer pessoas novas, podia explicar o que lá havia, podia conhecer monumentos que já existiam há muito tempo".
" Podia ser o guia do museu, pois assim podia explicar aos outros coisas muito interessantes" (questionários dos alunos)

1.1.5. Hipótese e) Os alunos costumam visitar os museus pela Internet.

Uma grande maioria dos alunos nunca visitou museus pela Internet e os poucos alunos que visitaram *sites* de museus referiram o Museu dos Coches, o Museu do Conhecimento e até o Museu do Louvre.

1.1.6. Hipótese f) Os *sites* dos museus podem levar a que os alunos não visitem os museus.

Esta hipótese não se confirma porque a esmagadora maioria os alunos acha que é mais interessante a visita ao museu, e as principais razões apontadas indicam que a visita ao museu possibilita um contacto mais próximo com as exposições, o que permite ver melhor, com mais pormenor, ver verdadeiramente.

" Assim podemos admirar as coisas de perto, enquanto que na Net é só por fotos"
" Ao vivo há um guia para nos explicar e esclarecer dúvidas" (questionários dos alunos)

A visita presencial no museu é ainda importante porque desperta sensações, pode sentir-se a emoção, sendo por isso mais impressionante. O facto de se poder experimentar, explorar e até tocar, permite um maior e melhor entendimento do que se vê, possibilitando esta realidade uma melhor aprendizagem.

> " Porque assim pessoalmente, fica mais interessante e misterioso"
> " Porque dá mais emoção, conhecer as vidas antigas ou as experiências"
> " É mais interessante poder «explorar» o próprio museu" (questionários dos alunos)

1.1.7. Hipótese g) Os alunos conseguem formular uma aposta para um museu do século XXI.

Verifica-se que os alunos têm uma percepção do que poderá vir a ser, na sua perspectiva, um museu do século XXI.

Mais de metade das respostas dadas pelos alunos, remetem-nos para um museu com mais tecnologia, um museu mais avançado, moderno e com mais privilégios, possivelmente em relação a si próprios, como instituições, e certamente em relação aos públicos que deles possam usufruir.

> "Um museu do século XXI é diferente dos Museus antigos, com coisas antigas. É mais moderno e «fora do normal»"
> "É um museu cheio de computadores, tecnologias onde nada vai ser roubado"
> "É um museu com tecnologia e moderno, e diferente dos antigos, porque os museus antigos são fechados e ninguém pode tocar em nada" (questionários dos alunos)

Outra percentagem mais ou menos significativa de respostas propõe um museu «sensação», que possa ser mais interessante, mais apelativo, divertido, bonito, atractivo e extraordinário.

> " Para mim um museu do século XXI deve ser muito animado"
> " Para mim um museu do século XXI é chegar ao museu e não ser uma seca e estarmos só a ouvir. Devemos todos chegar, experimentar, e ouvirmos musica"
> " Para mim um museu do século XXI era um museu cheio de diversão"
> "Um museu moderno com tecnologias para um melhor entendimento, e tecnologias para cegos, surdos e mudos" (questionários dos alunos)

Por se tratar da sugestão para um museu, achamos que devemos discutir na fundamentação desta hipótese o tipo de museus em que os alunos apostariam.

Curiosamente, há assim uma maior inclinação para os museus relacionados com a História, para os museus relacionados com os Animais e para os museus relacionados com as Artes.

> " Apostaria sobre a vida antiga a comparar com a moderna, sobre o universo, sobre a poluição e como proteger o planeta Terra."
> "Se eu criasse um museu apostaria em todas as coisas antigas"
> " Museu Canino e amigos: um museu cheio de animais e outras criaturas fofas! Venha ver o «Museu Canino» veja como os cães ajudam as pessoas; como é que os ouriços caçam e vejam a estrutura dos animais! Veja também a reprodução das aves; Venha ver a esperteza dos animais!" (questionários dos alunos)

É natural nesta faixa etária, e dado que são práticas habituais no quotidiano escolar o trabalho de projecto desenvolvido em termos concretos na área curricular não disciplinar de Área de Projecto (também por nós leccionada), a tendência para a selecção de temáticas, à semelhança do que acontece nessas aulas em que os alunos seleccionam temas do seu interesse e seguem a metodologia de projecto baseada no Método de Resolução de Problemas.

Consideramos, assim, que se verificou de certa forma, uma dinâmica de pensamento que levou os alunos aos museus temáticos, o que se revela legítimo e repleto de sentido, pois os museus apresentam-nos sempre uma determinada temática, independentemente de haver muita ou pouca tecnologia, independentemente de serem, mais ou menos, um museu «sensação». Essas serão, para os alunos, as melhorias que deverão surgir nos museus temáticos do século XXI.

> " Eu punha no meu museu ossos de dinossauro, coisas históricas como por exemplo coisas de índios, e alguns homens antigos"
> " Queria fazer em Portugal um museu chamado «Museu Nacional do Conhecimento» com um esqueleto de Dinossauro na entrada e várias salas para vários povos e para vários animais. Seria um Museu enorme"
> "Um museu de quadros, animas marinhos, animais terrestres e de ossos de animais"
> " Eu criava um museus de terras e arrepiante" (questionários dos alunos)

1.1.8. Hipótese h) Os alunos conseguem definir ideias para um museu mais atractivo.

Como já foi referido anteriormente, na análise dos questionários, salienta-se nas ideias registadas pelos alunos, algumas recomendações, considerando-se a necessidade de fazer publicidade aos museus.

> " apostaria num museus com muitas coisas, fazia muita publicidade e apostaria para que aparecesse muita gente para ver o museu"
> "Venha ao Museu «Londrino» não se vai arrepender; vai encontrar montes de tecnologia; História de Portugal; Artefactos Históricos"
> "Venham ao museu, senão, não sabem o que estão a perder" (questionários dos alunos)

Esta realidade sensibilizou-nos especialmente porque sentimos igualmente a pouca divulgação dos museus e das suas actividades através dos *media*, concretamente pela televisão ou pela rádio que entra diariamente na casa de milhões de potenciais visitantes. Apesar de termos consciência de que as campanha publicitárias nos remetem para um cenário em que é necessário despender de verbas que são incomportáveis para a grande parte das instituições.

Por outro lado, os alunos referem também a necessidade de os preços serem mais baixos.

Tal como no caso de o conceito de «dimensão espacial e geográfica», também a questão de «valor monetário» se revela, de certa forma, uma noção abstracta para esta faixa etária, uma vez que ainda não se encontra aferido em termos concretos, o real valor do dinheiro.

Muitos alunos desconhecem até o facto de que muitos museus possibilitam a entrada gratuita.

Também poderá haver aqui um equívoco, em parte motivado pelos valores actualmente cobrados, por norma, na visita, por exemplo, a um parque temático ou uma instituição de natureza análoga, onde os valores cobrados poderão facilmente ascender a uma dezena de euros, o que se poderá tornar dispendioso para uma família. E no caso das visitas de estudo, o valor se tornar muito elevado se a ele adicionarmos os preços inerentes aos transportes.

Dando continuidade, à discussão dos resultados verificámos que uma grande parte dos registos nos questionários apresenta-nos a ideia de criação de um museu, o que terá sido eventualmente influência da questão anterior, tendo os alunos desenvolvido essa ideia na última questão ou considerando os pressupostos aferidos na hipótese g).

Para alguns alunos o museu terá de ser divertido, ter muitas actividades relacionadas com os temas das exposições para as pessoas participarem, maior interactividade, ser mais seguro e menos aborrecido, havendo até alguém que sugira a apresentação de espectáculos ou até a criação de uma discoteca no museu.

> "O Museu «Espectáculo», onde se possam fazer muitos espectáculos"
> " Um museu mais divertido, mais pessoas giras e mais coisas"
> " Passar uma noite no museu de dinossauros em tamanho real" (questionários dos alunos)

Tendo em conta esta síntese de resultados, encontramo-nos satisfeitos com os mesmos e com as ideias geradas. O que nos leva a concluir que, apesar de não estarmos a questionar adultos, estamos perante um público especial, não menos crítico e exigente, e que apresenta uma percepção muito positiva, inserida em moldes muito reais, daquilo que é um museu e das expectativas que se esperam dessas mesmas instituições.

Apresentaremos seguidamente a discussão motivada pelas respostas aos questionários de um outro público, agentes activos da educação, e que são os professores.

É-lhes imputada uma responsabilidade que, nos dias de hoje, segue muito para além da mera transmissão de conhecimentos, apelando-se para uma acção que englobe também uma formação integral e mais completa de indivíduos, tanto ao nível individual como ao nível social, quer dentro ou fora das instituições de ensino.

1.1.9. Hipótese i) Os professores costumam visitar museus.

Verificámos em termos gerais, que a grande maioria dos professores costuma visitar museus. Dos professores que costumam visitar museus, quase metade não quis expor a frequência com que ocorrem essas visitas. Dos que referiram a frequência com que realizam visitas às instituições museológicas, verifica-se que visitam os museus com regularidade.

Uma vez que conhecemos a realidade escolar, no sentido das práticas relacionadas com as visitas de estudo, podemos afirmar que muitas das visitas aos museus se inserem num contexto de visita de estudo, o que quer dizer que a instituição escolar é em parte responsável pelas visitas dos professores aos museus.

Estas visitas reflectem-se no acompanhamento que tem de ser prestado aos alunos, e até na organização das mesmas.

Quem organiza a visita, normalmente, participa no acompanhamento dos alunos aos museus; quem não organiza a visita poderá eventualmente participar no acompanhamento dos alunos, se for solicitado para tal, através da prestação de um serviço oficial à comunidade escolar.

1.1.10. Hipótese j) As vistas de estudo são uma das actividades extracurriculares em que os professores apostam.

No contexto anterior, verificámos que, sim, as visitas assumem-se como uma actividade extracurricular na qual os professores apostam. E essa aposta advém do facto de que mais de metade dos professores já tenha organizado visitas de estudo.

É importante observar que, tal como foi referido na análise dos questionários, se nota que o número de professores que organiza visitas de estudo tende a diminuir à medida que vamos avançando no nível de ensino.

Esta constatação deve-se, a nosso ver, a um factor relacionado com a mono docência ou pluridocência ao longo dos quatro níveis de ensino estudados. De facto, no ensino Pré-Escolar e no 1º Ciclo, o grupo turma é assegurado apenas por um único professor designado de professor titular, que acompanha os alunos normalmente durante o período em que dura esse mesmo ciclo de ensino, de dois ou três anos para o Pré-Escolar e de 4 anos para o 1º Ciclo.

Face a esta realidade, é natural que todos os professores ou a sua grande maioria, já tenham tido a experiência na organização de visitas de estudo.

No 2º e 3º Ciclos de escolaridade, o grupo turma é assegurado por vários professores considerando as diversas disciplinas que tendem a aumentar de número na passagem para o 3º Ciclo.

Nestes dois ciclos de ensino, as visitas de estudo são normalmente organizadas por um departamento científico ou, então, pelo director de turma numa circunstância específica, o que conduz a que muitos professores não tenham eventualmente organizado visitas de estudo ao longo do seu percurso profissional.

Se comparar-mos essas diferenças através da observação mais atenta do gráfico 30, entre os professores que organizaram visitas de estudo e os que não as organizaram, temos a percepção que as colunas do «não» e do «sim» tendem a aproximar-se à medida em que avançamos no nível de ensino.

1.1.11. Hipótese k) As visitas de estudo revelam-se como uma actividade extracurricular exigente em termos de organização.

Como qualquer outra actividade ou tarefa a concretizar independentemente do contexto, as dificuldades encontram-se sempre presentes de forma mais ou menos intensa.

Abordaremos nesta discussão os três tipos de dificuldade mais apontados pelos professores.

A primeira causa enunciada prende-se com o problema dos transportes, estando de certa forma associado aos custos demasiado elevados resultantes dessa prestação de serviços que é, na maioria dos casos, inevitável.

Existe a possibilidade de recorrer aos transportes da Câmara Municipal, mas existem condicionamentos relacionados com a disponibilidade dos mesmos, e as possibilidades são menores se for organizada uma visita de estudo para muitos alunos (mais do que uma ou duas turmas).

Numa tentativa de ilustrar mais objectivamente esta realidade, atrevemo-nos a expor um exemplo:

Encontramo-nos actualmente a organizar uma visita de estudo, no âmbito da disciplina de Educação Visual e Tecnológica (que leccionamos), ao Museu Berardo, no Centro Cultural de Belém em Lisboa, e na qual irão participar todas as turmas de 5º ano (160 alunos) e todas as turmas de 6º Ano (150 alunos); repartidos em duas visitas, os alunos de 5º ano, ainda no primeiro período deste ano lectivo, e os alunos de 6º ano, no segundo período deste ano lectivo.

Estamos responsáveis por tratar das questões inerentes aos transportes. Havia a necessidade de optar pela hipótese mais económica, mas a possibilidade de poder contactar com a Câmara Municipal revelou-se de todo impossível devido ao elevado número de alunos.

Desta forma procurámos fazer uma solicitação de orçamentos por parte das diversas empresas de transportes, no sentido de aferir a melhor opção. Contactámos três empresas que nos facultaram os respectivos orçamentos mediante os dados por nós fornecidos.

Analisados os orçamentos, pudemos proceder à escolha daquele que apresentava um custo mais baixo. Essa escolha incidiu na aferição do valor que cada aluno terá de pagar, de forma a que seja pago o valor total de cada autocarro.

O preço final por aluno situa-se muito próximo dos 6 euros, o que não se revela nada de extraordinário, porque neste caso concreto participam um elevado número de alunos e a deslocação não se verifica para um lugar muito distante. A acrescer o facto de que a visita ao museu é gratuita.

Mas muitos são os casos em que se tem de pagar a visita ao museu. Se considerarmos uma visita, por exemplo, ao Oceanário de Lisboa ou ao Jardim Zoológico, em que o preço das entradas poderá oscilar entre os 5 e os 10 euros, conforme as idades dos alunos, acrescendo ainda o facto do pagamento dos transportes, e se a visita for organizada

apenas para uma turma, então o preço total poderá ascender bem próximo dos 20 euros; o que se revela incomportável para muitos encarregados de educação. Neste caso as dificuldades começam a fazer-se sentir, desencorajando alguns professores.

Para além da questão dos transportes as questões de burocracia e logística ligadas à escola tendo em conta a actual legislação, exigem muitos trâmites que tornam os procedimentos morosos e desgastantes criando também a desmotivação por parte dos professores. (Ver Anexo V, no Volume II, relativo à legislação para as visitas de estudo)

> "muitas questões burocráticas ligadas à escola; não propriamente da instituição museológica" (questionários dos professores)

A acrescentar à grande componente burocrática que envolve a acção educativa dos professores (que se sentem cada vez mais a afastarem-se da sua verdadeira missão inerente à prática pedagógica junto dos alunos e dentro da sala de aula, em prol de práticas mais voltadas para a burocracia), fruto das inúmeras reformas levadas acabo pelo Ministério da Educação, a actual legislação relativa às visitas de estudo veio dificultar de certa forma a organização das mesmas. Efectivamente, é mais exigente e incide em aspectos que muitas vezes tendem a não agilizar os processos; o que desmotiva, desencoraja e afasta os professores (em anexo poderá ser consultado o oficio/circular que rege actualmente as visitas de estudo).

Não queremos com isto dizer que se deva proceder levianamente e de forma irresponsável ou desorganizada. No entanto, os professores tendem cada vez mais a não se envolver neste tipo de actividades. Já para não falar no facto de a indisciplina, que tem vindo a aumentar gradualmente, os intimidar e preocupar, considerando ainda a grande responsabilidade que é imputada aos professores quando ocorre uma dada actividade fora do espaço escolar.

Todos estes processos influenciam e conduzem a que muitos professores evitem a realização de visitas de estudo.

Há ainda a referir o facto de que alguns professores, quando organizaram visitas de estudo, sentiram por parte dos museus a dificuldade em que fossem aceites grupos muito numerosos, notando-se alguma indisponibilidade por parte dos museus, também em termos de calendarização.

> "Alguns contactos são difíceis e existe uma disponibilidade muito pequena por parte dos museus para receber em datas coincidentes com as datas da escola"
> " Dificuldades na aceitação de grupos muito numerosos" (questionários dos professores)

1.1.12. Hipótese I) Os museus apresentam-se preparados para receber alunos de diferentes faixas etárias.

Tendo em conta os resultados apresentados na análise das respostas dadas pelos professores, podemos dizer que sim, na medida em que mais de metade dos professores o corroboram.

No entanto, para além da discussão tento em conta as causas que levam os professores a achar que os museus se apresentam preparados para receber alunos de diferentes faixas etárias, parece-nos pertinente expormos algumas das causas mais apontadas e que consideram que os museus não se encontram preparados para tal.

Os professores consideram os museus atractivos e adequados para receberem os alunos de diferentes faixas etárias, em primeiro lugar porque estes dispõem de actividades adequadas à idade dos alunos.

> " Cada vez mais os museus têm a preocupação de fazer diversas exposições e ir ao encontro dos temas actuais" (questionários dos professores)

Os professores consideram também que existe qualidade na transmissão da mensagem do museu**,** como já dissemos, através da imagem, da interacção, indo ao encontro das expectativas dos alunos; o museu assume-se com uma capacidade de transmitir a sua imagem através de uma perspectiva mais real do que existe, permitem uma visão real do passado.

> " Cada vez mais os museus estão vocacionados em ir de encontro aos interesses dos alunos e às diferentes escalas etárias"
> " Cada vez mais se denota mais interesse por parte dos museus, através do sistema educativo, em receber alunos e incutir-lhes o interesse pelos assuntos expostos"
> " Existe hoje uma preocupação constante no sentido de se adequarem as visitas de estudo ao nível etário dos visitantes" (questionários dos professores)

Os professores consideram ainda que os museus permitem a possibilidade de melhor aprendizagem, podendo até ser reconhecidos como um complemento da escola, são o contacto com o passado e o presente, e revelam-se acompanhados com uma vertente pedagógica.

> "Nas visitas aos museus podemos aprender determinados temas e assuntos não abordados na escola, despertando curiosidade e interesse nos alunos"
> " Para além de terem uma boa organização, é sempre um bom complemento ao trabalho efectuado na escola"
> " Sim. Hoje existe a possibilidade de realizar visitas de estudo a museus que ajudam a conciliar os conhecimentos curriculares, proporcionando uma

> aprendizagem mais motivadora nos vários níveis etários, uma vez que os museus proporcionam actividades adequadas e lúdicas" (questionários dos professores)

Por outro lado, e embora a resposta já esteja encontrada, evidenciam-se as causas pelas quais alguns professores consideram que os museus não se encontram adequados às diferentes faixas etárias.

A primeira causa evidenciada é precisamente a primeira causa apresentada pelos professores que consideram os museus adequados; neste caso, a primeira causa é a de que os museus apresentam actividades pouco atractivas e pouco adequadas.

Porquê esta contradição?

Muitos professores consideram que, por parte dos alunos, existe desinteresse generalizado por tudo o que seja cultura, existe ainda uma incapacidade para cativar os alunos e faltam actividades adequadas aos alunos.

> " Por parte dos alunos existe falta de interesse generalizado por tudo o que seja cultura". (questionários dos professores)

(Observando esta consideração, sentimos actualmente que ela se poderá revelar precipitada, porque os alunos demonstraram um interesse bastante positivo, como já se pôde verificar.)

Colocamos aqui em evidência o conceito de representações visuais acerca do qual falámos anteriormente, considerando que, para este resultado, tiveram peso as respostas dos professores que leccionam os primeiros níveis de ensino (o Pré-escolar e o 1º Ciclo), precisamente porque lidam quotidianamente com grupos de crianças muito novas para as quais o tipo de discurso apresentado nos museus parece inatingível.

De alguma forma, muitos destes professores demonstram desconhecer o actual papel dos serviços educativos de muitos museus, cada vez mais atentos a estas situações.

Afirma-se que as actividades existentes são, segundo a opinião de muitos educadores de infância, normalmente dirigidas a crianças mais velhas e adultos sendo pouco apropriadas a crianças de jardim-de-infância.

> "Normalmente não são muito apropriados a crianças de Jardim-de-Infância" (questionários dos professores)

Algumas das causas apresentadas pelos professores apontam para o facto das visitas guiadas serem pouco atractivas.

É referido também o facto de os museus serem espaços desactualizados, em muitos casos, um depósito de objectos de valor. São ainda percepcionados como espaços pouco atractivos e «escuros», deixando pouco espaço lúdico/interactivo para mexer/brincar, são locais sisudos, locais de restrições: «não mexas», «é só para ver», etc.… Apresentam-se muitas vezes fracos ao nível dos conteúdos e acervo.

> " Os museus continuam muito tradicionais e pouco apelativos para a geração «Internet»"
> " Faltam actividades mais atractivas; muito condicionamento ao nível das fotografias e filmagens; As visitas guiadas podem ser mais atractivas"
> " são museus no mau sentido da palavra. «Cuidado!», « Não mexas! É só para ver! Parte-se! Atenção!». Implicam desmotivação (contrário do pretendido), raros são os interactivos e vivos"
> " são pouco atractivos um pouco «escuros» e deixam pouco espaço lúdico-interactivo, para mexer/brincar"
> " Os museus estão naturalmente vocacionados para o público em geral. São atractivos e adequados a quem procura o que neles existe, independentemente da idade" (questionários dos professores)

Apesar desta última resposta, dada por um professor que considera que os museu não se encontram adequados aos alunos, qual a mensagem aí impressa? Parece-nos aqui impressa uma ideia, com certa dose de heroísmo, e que descarta um pouco o sentido de missão do museu. Parece-nos que um museu seguindo nesta linha se caracterize por um museu acomodado e aí certamente que não se adequa ou não diz nada a muitas pessoas, ou o contrário, será este o museu inclusivo?

1.1.13. Hipótese m) Os *sites* dos museus assumem grande importância como complemento para preparação das visitas.

Consideramos que sim e justificando esta resposta aproveitamos para voltar ao exemplo que anteriormente referimos relativamente à visita de estudo que o Sub-Departamento de Educação Visual e Tecnológica da E. B. 2, 3 Professor João Fernandes Pratas se encontra a organizar neste ano lectivo.

Houve a necessidade de estabelecer contacto com o Museu Berardo para agendar a visita de estudo. Era necessário antes de mais, marcar o dia da visita e preparar o guião da visita para os alunos, de forma a dar sentido e complemento às aprendizagens e conteúdos da disciplina.

Desta forma verificámos a azáfama de uma colega sentada na sala de professores a navegar pela página *web* do Museu Berardo, no sentido de estabelecer um primeiro

contacto com o museu, com as exposições e com os seus conteúdos. Do *site* a professora retirou as informações que se prendem com os contactos, horários, e custos (neste caso nenhuns), para um posterior contacto via telefone com o museu.

Igualmente interessante foi uma situação da qual nos apercebemos, na sala de professores, em que uma professora de História do 3º ciclo, se encontrava de igual forma a fazer uma consulta a um *site* de um museu, precisamente para verificar as possibilidades de uma visita de estudo. Em tom de brincadeira, comentámos com ela que os questionários aplicados anteriormente, (fazendo essa professora parte dos professores que responderam), tinham sensibilizado os professores para as visitas de estudo aos museus, ao que a mesma respondeu com um sorriso: "Parece que sim!"

1.1.14. Hipótese n) Os professores consideram os museus importantes e protagonistas de um complemento das aprendizagens curriculares.

Já apresentámos em parte a resposta que esta hipótese suscita na discussão apresentada na hipótese l).

Podemos, assim, observar que uma grande percentagem de respostas, aponta para os museus como locais de conhecimento/aprendizagem, locais que apresentam grande riqueza de informação o que permite o desenvolvimento do nível cultural e permite também novas experiências.

> " Os museus criam a ideia da importância do património cultural numa sociedade. Permitem a empatia com o passado, através do contacto com os objectos em espólio." (questionários dos professores)

Muitos professores encaram também os museus como espaços de apresentação de recursos para motivação e enriquecimento de saberes podendo constituir um forte contributo para a formação global e específica dos cidadãos.

> " Apresentação de recursos para motivação das aprendizagens é enriquecimento de saberes".
> " Os museus poderão constituir um forte contributo para formação global e específica do cidadão, entre outros benefícios". (questionários dos professores)

Sendo um local de conservação e divulgação do património, possibilitam uma maior aprendizagem através do contacto visual. Os museus são locais de memória e de riqueza cultural pela sua diversidade.

> "Os museus permitem o acesso à cultura «concentrada» em determinado tema ou área do saber"
> "O museu é um agradável condutor de cultura, arte e conhecimento". (questionários dos professores)

1.2. Hipóteses Gerais:

1.2.1. Hipótese 1 – Os alunos interessam-se, de forma geral, pelas instituições «Museu», reconhecendo-as como um espaço de descoberta aprendizagem e de contemplação.

Tendo em conta o exposto nas hipóteses específicas, podemos dizer que sim, que os alunos se interessam pelas instituições museológicas.

Mais para além dos aspectos relacionados com o museu "sensação", local misterioso e agradável, os alunos observaram frequentemente que o museu deverá ser inclusivo e adaptado aos mais diversos públicos, considerando as suas contingências, demonstrando assim as suas preocupações pela inclusão social.

> " Eu criaria no museu, qualquer coisa tipo, uma rampa para as pessoas de cadeira de rodas."
> "Esperaria que o meu museu tivesse muito sucesso e que fosse lá muita gente ver o museu que é muito giro, e que tem rampas para as pessoas que estão de cadeira de rodas." (questionários dos alunos)

Como já referimos, apercebemo-nos que a grande maioria dos alunos teve contacto com os museus através da escola, considerando ainda outros alunos que os costumam frequentar com os pais.

No passado dia 27 de Novembro realizou-se a visita de estudo com todas as turmas de quinto ano, do presente ano lectivo, ao museu Berardo, no Centro Cultural de Belém em Lisboa, organizada pelos professores de Educação Visual e Tecnológica a qual já referimos anteriormente. Apesar de ter sido fornecido um guião aos alunos, elaborado pelos professores da referida disciplina, foi muito bom constatar que a equipa dos serviços educativos do museu nos aguardava com um conjunto de actividades para a visita à exposição.

Os cerca de cento e trinta alunos foram divididos em três grupos, no sentido de participarem em três actividades diferentes inerentes à visita, o que se revelou muito enriquecedor.

Acompanhámos um grupo que integrou a actividade «Detectives no Museu».

Depois de se terem distribuídos aos alunos alguns acessórios que sensibilizaram os alunos para o «jogo», e após algumas explicações prévias, a visita começou embalada por um grande entusiasmo. Os jogos de puzzles, as mensagens a decifrar e a observação atenta, solicitada pelas pistas, foram uma tónica impulsionadora para a descoberta das obras de arte, para o mistério e para a aprendizagem. A atenção e descontracção eram notórias, o que tornou o momento inesquecível.

A técnica dos serviços educativos que nos acompanhou revelou-nos no final da visita que esta era uma actividade normalmente desenvolvida com as crianças de Jardim-de-Infância, tendo no entanto sido preparada e adaptada para os alunos de quinto ano, observando abordagens, conteúdos e limite de tempo adequados à faixa etária.

Podemos afirmar que tudo resultou muito bem, tendo sido um contributo bastante enriquecedor para os alunos, não só em termos cognitivos mas também em termos de formação integral.

Pretendemos, depois da visita de estudo e no espaço sala de aula, desenvolver uma abordagem mais específica da impressão dos alunos relativamente ao museu, transmitindo os resultados obtidos à comunidade educativa e também ao próprio museu, no sentido de consolidar, avaliar e divulgar a experiência vivida.

É neste *feedback* que reside a participação e a colaboração, no sentido de uma avaliação e de um apuramento que possa eventualmente conduzir a melhores práticas.

O reconhecimento e apuramento que garanta o reconhecimento de se estar a fazer bem, parte do público que visita e observa, podendo transmitir depois a sua opinião.

Acreditamos que o museu deve oferecer aos seus visitantes, e especialmente quando são crianças, uma experiência inesquecível e que as marque, “mais do que gostar `dele´, é importante que tenham (as crianças-visitantes) uma experiência tão positiva que possam gostar de ir também a outros museus” (Leite, 2007; p.7).

Torna-se importante proporcionar às crianças, desde cedo, “uma experiência enriquecedora junto aos museus” (Leite, 2007; p.11)

> “Assim, diria que às crianças cabe que lhes sejam dados: livre acesso ao espaço museal (possibilidade de freqüência regular e circulação/acesso direto às coleções expostas nos museus); possibilidade de visualização (com objetos dispostos na altura de seus olhos) e, sempre que possível, manipulação (galerias interativas); facilidade na inteligibilidade das mensagens (com etiquetas múltiplas em linguagem não-escrita ou escrita direta e simples); chances de participação em

> propostas desafiadoras, lúdicas e criativas que levem em conta seu conhecimentos prévios e que estimulem sua imaginação e diferentes linguagens expressivas; possibilidade de constituir significação ao visto/vivido de forma aberta e autoral através da participação em/criação de narrativas, nas quais sua voz seja ouvida e respeitada; acesso de forma crítica e reflexiva aos diferentes conhecimentos historicamente construídos sobre o tema visto/vivido; tempo para apropriação de maneira a contribuir para que a experiência seja memorável – única!" (Leite, 2007, p.11)

1.2.2. Hipótese 2 – Os professores acreditam que os museus poderão desempenhar um importante papel na transmissão de conhecimentos, articulando a sua missão com a acção educativa das escolas.

Através das respostas dos professores obtidas nos questionários, podemos dizer que sim.

Os directores de turma, que acompanharam os alunos das suas turmas ao museu Berardo, revelaram-nos ficar impressionados pela forma como os alunos foram recebidos e acompanhados no museu. Alguns confirmaram que já não participavam numa actividade deste âmbito há já algum tempo e não esperavam por actividades preparadas especificamente para as escolas, embora muitos professores tenham consciência do trabalho desenvolvido pelos serviços educativos de muitos museus.

Acreditamos que os professores consideram os museus voltados para uma actuação que complementa o papel educativo da escola, reconhecendo nos mesmos uma mais-valia para o complemento das aprendizagens.

Achamos, no entanto, ser imprescindível um maior conhecimento e formação de professores nesta área, assim como é fundamental que se aligeirem e simplifiquem os aspectos burocráticos actuais da legislação, que desencorajam os professores.

Insistimos que a formação é tónica fundamental, reconhecendo o contributo da acção educativa dos museus, dirigindo também essa mesma formação para aspectos relacionados com a qualidade.

Consideramos que é da competência dos professores, fomentarem a participação e discussão dos alunos, após as visitas aos museus, reservando-lhes tempo e espaço para serem ouvidos e, assim, valorizadas as suas opiniões acerca do que viram e sentiram no museu, dando um *feedback* desses resultados às instituições visitadas.

É importante que os professores, os especialistas e os técnicos dos museus percebam que as possíveis actividades a desenvolver com os alunos poderão ser um meio de expressão e comunicação, ajudando a alargar e interiorizar as experiências e conhecimentos. Essas actividades poderão desenvolver também outras capacidades nas

crianças, tais como a imaginação, o manusear de diferentes materiais, o uso da cor, a responsabilização pelo material colectivo e o respeito por regras de trabalho em grupo.

Seria importante uma sensibilização recíproca para o intercâmbio de sugestões, por parte do museu em relação à escola e por parte da escola em relação ao museu. Efectivamente, ao aferirem-se estratégias e formas de proceder, garantem-se melhores resultados nas práticas e modos de actuação, atendendo à preparação das visitas de estudo, o desenrolar das mesmas e o tratamento posterior, considerando os resultados e objectivos dessas visitas de estudo.

Apesar de todas as sugestões que nos assolam, reconhecemos que ainda existe muito caminho a percorrer, pois não se sabe ainda muito bem até que ponto segue o grau de eficácia da aprendizagem ocorrida nos museus, e que repercussões terão na aprendizagem dos alunos. Conforme refere Costantin, (2001) citando Friedman (1999), e que questiona "se os profissionais saberão o que estão a fazer, se eles têm base teórica ou se existe um treino real sobre o que fazer no atendimento ao público" (Costantin, 2001; p.200).

De qualquer forma a autora salienta, apesar de permanecerem as dificuldades em apurar os níveis de aprendizagem conseguidos através dos museus, que o museu deverá sempre assumir um papel de estimulador, deverá promover a imaginação e despertar a curiosidade, culminando no assombro dos visitantes.

> "(…) A aprendizagem pode ser instantânea ou gradual, diferente, barulhenta, Ou, mesmo que este aprendizado não seja efectivamente alcançado por parte dos visitantes, segundo Bettelheim (1991) o maior valor do museu, independente do conteúdo que possa ter, é estimular – é o que é mais importante cativar – a imaginação; despertar a curiosidade para que se deseje aprofundar o significado daquilo a que se expõe no museu; Proporcionar oportunidade de admirar coisas que estão muito para além do alcance naquele momento e; mais importante ainda, provocar a sensação do assombro com as maravilhas do mundo. (…)" (Costantin, 2001, p.200)

Fundamentadas as hipóteses apresentadas no contexto de uma percepção de museu tendo em conta uma instituição de ensino, partiremos agora para a apresentação da discussão relativa às hipóteses lançadas no âmbito da relação Museu/Internet numa perspectiva de Qualidade.

2. Museus e Internet

Partiremos da questão inicialmente levantada:

- Os museus através dos seus sítios Internet (*sites* oficiais e blogues) transmitem uma imagem positiva, acessível e promovem uma interacção com os seus públicos?

Tal como nos resultados anteriores, partiremos primeiramente das hipóteses específicas às quais procuraremos dar resposta através da discussão dos resultados resultantes da observação dos sites dos museus, sintetizando os aspectos que se salientam, na hipótese geral apresentada no fim.

2.1. Hipóteses específicas.

2.1.1. Hipótese a) Os museus apresentam aos visitantes a sua missão, visão e objectivos de uma forma clara.

Dos 55 museus visitados e que apresentam página *web* oficial, verificámos que 31 museus apresentam de forma clara e objectiva a sua missão como instituição. Destes, há ainda alguns que apresentam somente a sua visão e os objectivos da sua acção. Os restantes museus não apresentam esta informação de forma clara ou não a apresentam de todo.

Devemos ter em conta, conforme foi já aferido no enquadramento teórico da qualidade (capítulo III deste nosso estudo), que os principais passos e estratégias para a implementação de um programa de qualidade centram-se na busca de um consenso relativamente ao conceito de visão de futuro, considerando o modo como os museus se revêem em termos futuros.

Deste modo, deverá ser ainda definido a missão da organização, devendo ser estabelecidos caminhos no sentido de garantir a concretização da visão. Ora partindo do princípio que estes conceitos se encontram definidos e assumidos pelos museus, porque não integrá-los de forma clara na sua página *web* oficial, poderemos pensar que a maioria dos visitantes não se vai preocupar com essa informação, mas é importante pensar acima de tudo naqueles que poderão ter interesse na mesma e que não a vão encontrar.

Segundo Stoffel Fernandes (2007) a fase de definição e explicitação, sendo uma das fases de implementação de um programa museológico apoiado pela qualidade, deve questionar o porquê a existência do museu; para que e a quem serve esse museu e quais são os objectivos das pessoas ou entidades envolvidas no projecto. Com isto é definida a missão e vocação do museu, partindo então para a definição de objectivos de longo médio e curto prazo.

Desta forma parece-nos de todo pertinente a existência destas informações nas páginas *web* dos museus.

2.1.2. Hipótese b) Os museus apresentam nos seus sítios *web* informações básicas tais como preçário, horário, e contactos.

A divulgação de informações úteis aos visitantes também se encontra de forma clara na grande maioria dos sites.

Alguns *sites* (muito poucos) não apresentam essas informações ou parte das mesmas o que nos deixou de certa forma indignados, uma vez que para os professores e conforme já referimos essa informação é importantíssima.

Poder-se-á até pensar que não encontrando essas informações na página *web* de um dado museu, o professor poderá sempre contactar telefonicamente com o mesmo e pedir todas as informações. As hipóteses não se esgotam e não se irá deixar de fazer uma visita de estudo por isso; mas, assim, que função terá a página *web* de um museu, essencialmente para esse visitante?

Importa transmitir ao visitante virtual mais tarde um potencial visitante do museu «ao vivo», uma mensagem desejada de qualidade, baseada em sentimentos positivos e de confiança que o levem a sentir-se atraído pelo bem ou serviço, revelando-se assim um *"conceito universal aplicável a todos os produtos e serviços." (Selig, 2006).*

2.1.3. Hipótese c) Os museus possibilitam uma interacção/contacto com os visitantes através da possibilidade de receber notícias e possibilidade de registo.

A maior parte dos museus não apresenta essa possibilidade. A possibilidade de um visitante se registar revela-se muito escassa nos sítios *web* dos museus, uma vez que só três museus a apresentam.

A hipótese de subscrever a *mailing list* ou a *newsletter* já se vai verificando em alguns *sites*.

Para o grupo de professores, verificámos que são aspectos menos importantes, no entanto queremos ressaltar o facto de que tendo visitado pela Internet uma instituição que não fez parte desta amostra, apontando o Jardim Zoológico de Lisboa, é apresentado na sua página *web* a possibilidade de registo ou *login*. Essa possibilidade tem obviamente um fim em vista e tem todo o sentido para a instituição, pois incentiva os visitantes a apadrinharem um animal ou a programarem uma visita conforme os seus interesses tendo desta forma que estar registados.

2.1.4. Hipótese d) Os museus permitem uma navegação fácil e prática considerando instrumentos tais como a existência de motor de busca, mapa do sítio, possibilidade de escolha de idioma, possibilidade de visita virtual ou até, a existência de sonorizações.

Na generalidade, os museus permitem uma navegação prática e fácil pelas suas páginas *web*. No entanto, consideramos que deveriam ser melhoradas as formas de apresentação dos acervos, potenciando o poder da imagem que se revela uma forte influência especialmente para as camadas de público mais jovem.

As visitas virtuais têm vindo a ganhar qualidade tendo em conta o que observámos no primeiro levantamento em finais de 2007 e agora, quase um ano depois, com nova reanálise dos *sites*.

Na generalidade também se verifica a existência de motor de busca, mapa do sítio, ou a possibilidade de escolha de idioma nas páginas *web* dos museus.

Consideramos, no entanto, que deverão ser aferidos critérios de programação e estruturação para a uniformização da navegabilidade nos *sites* de uma forma intuitiva e prática. Situação essa que já se começa a verificar, fruto da Resolução de Conselho de Ministros atrás referenciada, bem como pela Petição de Acessibilidade Electrónica Portuguesa[67] que ganhou eco na Assembleia da República, e pela iniciativa para a

[67] Petição de Acessibilidade Electrónica Portuguesa (Petição n.º 312/X/2ª), subscrita por 7 431 cidadãos. Esta petição deu entrada, por via electrónica, na Assembleia da República estando endereçada ao Presidente da Assembleia da República que, em 14 de Novembro de 2007, a remeteu à Comissão de Ética, Sociedade e Cultura para apreciação. Nela solicitou-se que a Assembleia da República legislasse no sentido de garantir a acessibilidade electrónica a todos os cidadãos com necessidades especiais (pessoas com deficiência e idosos) e de impor verdadeiras obrigações e sanções para o seu incumprimento. Segundo parecer emitido, a petição n. º 312/X/2ª, por ter sido subscrita por 7 431 cidadãos, reunia as condições legais para ser obrigatoriamente debatida em sessão plenária da Assembleia da República, nos termos da alínea a) do artigo 24.º da Lei que regula o exercício do Direito de Petição, pelo que foi ser remetida ao Senhor Presidente da Assembleia da República para efeitos do respectivo agendamento.
Retirado a 08 de Setembro, 2008, em http://www.lerparaver.com/relatorio_peticao

Acessibilidade da *Web* do *World Wide Web Consortium* (W3C) através da qual "se desenvolveram uma série de directrizes, entre as quais se contam as directrizes sobre a acessibilidade do conteúdo da web, que se tornaram, entretanto, uma norma mundialmente utilizada para a criação de sítios web acessíveis."[68]

Segundo um estudo sobre a Usabilidade e Acessibilidade dos Museus *On-line,* em que foram observados e avaliados onze *sites* de museus nacionais, considerados os mais visitados fisicamente, Gomes (2008)[69] refere na conclusão do estudo que apenas 4 desses *sites* obtiveram nota positiva.

O mesmo autor salienta a pouca preocupação em termos gerais, com a acessibilidade, existindo nos *sites* "muita informação para disponibilizar mas falta uma estrutura ou arquitectura de informação mais coerente e que consiga de uma forma fácil organizar a informação nas páginas" Gomes (2008, p.50)[70] o autor refere ainda no seu estudo que apenas um *website* corrigiu alguns dos problemas encontrados constatando ainda que nem todos os museus têm dinheiro para investir num novo *website*.

2.1.5. Hipótese e) Os museus possibilitam a sua avaliação, pelos visitantes, através de questionários ou outros meios de deixar sugestões.

A avaliação deverá apontar para o auto-conhecimento de uma dada empresa ou instituição tendo por objectivo, auxiliá-la a monitorizar o seu próprio desempenho, de forma a alcançar um nível de excelência no que diz respeito à sua gestão. Trata-se, portanto, de um instrumento adequado à consecução de resultados e supervisão do processo para uma correcta implementação da Gestão da Qualidade.

Deverá, de certa forma, ser dado ênfase ao papel das pessoas, pois são elas o factor crucial para o sucesso de qualquer política de melhoria.

Verificámos que a maioria das páginas *web* dos museus não apresenta essa possibilidade, facto que nos deixou um pouco inquietos, talvez pelo facto de estarmos hoje em dia mais motivados para as questões da qualidade.

---

[68] Resolução de Conselho de Ministros Nº 155/2007 de 02 de Outubro, Diário da República, 1.ª série — N.º 190, p.7058, retirado a 10 de Setembro, 2008, em http://dre.pt/pdf1sdip/2007/10/19000/0705807058.PDF

[69] Gomes, Ivo, (2008), Usabilidade e Acessibilidade dos Museus On-line – Análise aos Websites dos Museus Nacionais, sábado 19 de Janeiro de 2008, Público Digital, retirado a 10 de Setembro, 2008, em http://www.ivogomes.com/apresentacoes/usabilidade-museus-online.pdf

[70] Ibid, Ibidem

Encontrámos, na generalidade das páginas *web* dos museus, um espaço onde poderão ser dadas sugestões, possibilidade que achamos ser pouco eficaz, uma vez que as pessoas em geral tendem a não comentar, facto que foi várias vezes referido, pelas três especialistas que responderam às entrevistas integradas neste estudo.

Queremos deixar, no entanto, aqui registada uma situação observada na página *web* de uma outra instituição que observámos, mas que também não fez parte da lista de museus visitados, que é o Oceanário de Lisboa, onde pudemos observar a existência de um inquérito de satisfação na secção dos contactos.

Muito embora todos os aspectos aqui referidos sejam sempre passíveis de melhoramento e evolução, deveriam a nosso ver ser melhorados os aspectos relacionados com os instrumentos de qualidade, no sentido de estabelecer um maior contacto com os públicos, com os seus interesses e as suas expectativas.

Ainda que os sítios Internet dos museus se revelem como um poderoso instrumento de disseminação, facto que não poderá ser de forma alguma ignorado.

Ainda que estejamos a caminhar a passos largos para um novo conceito de Internet para além de uma *Web 2.0*, na qual se pretende que domine a interactividade a cooperação e a globalização a todos os níveis e de todas as formas.

Ainda que saibamos retirar proveito disso, como se deve esperar, de uma forma inteligente, corroboramos em absoluto e conforme já tivemos oportunidade de referenciar neste estudo, a ideia referida por Pinho (2006), de que as instituições "devem valorizar o insubstituível de uma visita presencial ao museu ou espaço cultural, pois a experiencia estética do contacto directo com o bem cultural não se pode reproduzir, nem num ambiente digital.". Realidade corroborada de igual forma pelos nossos alunos, que esmagadoramente disseram sim, como verificámos anteriormente, à visita presencial aos museus.

Para além da primeira hipótese geral existe ainda uma outra hipótese à qual procuraremos ainda dar resposta, através da análise da entrevista feita à Dra. Ana Pires.

2.2. Hipóteses Gerais

2.2.1. Hipótese 1 – Os museus apresentam os seus sítios *web* através de uma imagem cuidada, apelativa e de consulta prática para os seus públicos.

Consideramos que a maioria dos museus apresentam uma imagem cuidada e apelativa com uma consulta prática, apresentando informações úteis que esclarecem de

forma geral os visitantes. No entanto, muitos museus ainda não gozam desses espaços virtuais.

Acreditamos que este é um ponto a desfavor das instituições e, por sua vez, a desfavor dos públicos dos museus. Estamos, no entanto, conscientes das eventuais dificuldades que ainda se constatam e tornam inacessível o espaço virtual a certos museus.

Poder-se-á dizer que o que destaca um sítio Internet é a qualidade do seu conteúdo e a qualidade de interacção que estabelece com os visitantes.

Segundo Santos, Sequeira e Proença (2007) um sítio *web* deve apresentar bons conteúdos sempre actualizados, os conteúdos devem estar expostos de forma resumida e clara, devendo escrever-se para uma leitura fácil e atractiva.

> "(…) Seja sucinto e claro: escreva apenas 50% do texto que escreveria sobre o mesmo material numa publicação impressa; Escreva para uma leitura diagonal: não peça aos utilizadores para lerem grandes blocos de texto sem pausas; Utilize links para repartir muita informação em várias páginas.(…)" (Santos, Sequeira & Proença, 2007)

As actualizações periódicas dos *sites* tornam-se importantes, no sentido em que estimulam o aumento do número de visitantes que buscam novas informações, acentuando, por outro lado, a credibilidade das informações disponíveis.

Nos *sites* dos museus que observámos, notámos que as datas das actualizações não se apresentam, na maioria dos casos, disponíveis. Essa situação não indica que os conteúdos estejam propriamente desactualizados, mas parece-nos que tal pode induzir dúvidas nos visitantes quanto à actualidade das informações disponíveis.

Por outro lado, é importante reflectir sobre o grau de participação dos públicos.

Acreditamos que é necessário estimular as pessoas para a participação e acima de tudo educar para as diversas formas de participar. Não queremos, contudo, dizer que se tenham forçosamente de coagir as pessoas a participar.

Os *sites* dos museus que pudemos observar, não apresentam formas ou instrumentos acessíveis e simples que promovam a participação dos visitantes. Alguns *sites* permitem que o visitante possa registar as suas sugestões ou dúvidas, mas consideramos que esses são elementos insuficientes para a real participação que verdadeiramente interessa aos museus. Não encontrámos nenhum estudo ou qualquer outro tipo de informação que nos revele o tipo de dúvidas apresentado pelos visitantes ou o grau da sua participação, situação que se apresenta de notória pertinência e que merecia ser estudada e divulgada.

Os museus devem ter em linha de conta a disponibilização de meios e instrumentos, nos seus *sites*, que promovam essa mesma participação, de forma a construir e, por conseguinte, promover uma maior qualidade da sua imagem no mundo virtual.

2.2.2. Hipótese 2 – Os Blogues apresentam-se como uma alternativa ou complemento aos *sites* institucionais dos museus, para a disseminação da sua imagem e práticas.

Estamos convencidos que os blogues se apresentam como uma grande oportunidade para os museus e para a disseminação da sua imagem e práticas, especialmente para os museus que ainda não apresentam uma página *web* oficial, promovendo de forma directa e simples a participação dos visitantes através dos comentários aos *posts* que forem sendo disponibilizados.

Foi interessante verificar que, à data da observação, um dos museus (Museu da Música) apresentando-se a sua página em manutenção e, como tal, indisponível, oferecia um blogue como alternativa, no sentido de uma visita virtual.

Segundo Ana Pires, os blogues dispensam até a existência de uma página *web*, uma vez que até "já existem plataformas que permitem fazer uns espaços de uma maneira muito simples para os museus divulgarem as suas actividades e poderem, de alguma forma, comunicar com os seus públicos" (Pires, 2008).

A especialista considera que, com a introdução dos blogues na Museologia, foi implementada uma nova imagem de proximidade com os públicos.

Para as instituições eles serão uma potencial alternativa uma vez que são facilmente editáveis, o género de linguagem utilizada é muito mais informal, opostamente à manutenção das páginas *web*, considerando-se aqui as dificuldades inerentes à publicação, à linguagem mais solene, revelando-se estas, como aspectos que vão começando a deixar de fazer sentido.

3. Museus e E-Learning

Apresentámos duas entrevistas com as quais pretendemos reforçar a importância deste recurso.

A primeira entrevista visou compreender o fenómeno do E-Learning de uma forma em geral e a segunda entrevista remete-nos para uma realidade mais objectiva, relacionada

com uma experiência numa plataforma especifica de E-Learning, onde observámos as potencialidades do mesmo e as mais-valias que se lhe associam.

A pergunta inicial que se colocou, e conforme já foi referenciada na introdução e metodologia deste estudo, foi:

- Como é que poderá ser feita a disseminação da imagem dos museus e das suas práticas, ainda mais se estas seguirem no sentido da implementação da qualidade?

Duas hipóteses se apresentaram, conforme verificámos, e através destas será feita a respectiva discussão numa tentativa de lhes dar resposta.

Optámos por não apresentar hipóteses específicas nestes resultados, por considerarmos que as hipóteses gerais conduzem ás respostas que pretendíamos e porque este estudo se encontra de certa forma incompleto, tendo em conta as nossas expectativas, relativamente aos participantes que não aderiram a este projecto da forma que esperávamos. A sua adesão e participação implicaria resultados aos mais diversos níveis que importaria categorizar e especificar através de hipótese específicas, o que não se verificou.

Apresentaremos de seguida os resultados desta experiência e tentaremos explicar os eventuais factores para a não adesão dos participantes. Todas as citações foram retiradas do conteúdo das entrevistas realizadas.

3.1. Hipótese 1 – A disseminação da imagem dos museus e das suas práticas no sentido da implementação da qualidade pode verificar-se através de uma rede ou comunidade virtual, no âmbito de uma experiência de E-Learning, tendo em vista a partilha de experiencias e promovendo uma aprendizagem colaborativa e construtivista.

Podemos concluir com a entrevista da Dra. Cristina Almeida que o E-Learning poderá oferecer imensas vantagens na formação à distância, havendo uma tendência para a diminuição dos custos inerentes à formação.

> "Torna-se mais barato para um empresa fornecer formação à distância do que fornecer formação presencial… e portanto, eu penso que a tendência é clara para aumentar. Tem todo o sentido e toda da validade! " (Almeida, 2008)

Verifica-se que o E-Learning tem vindo a ser cada vez mais aceite, havendo uma tendência para que a procura aumente.

Podendo aplicar-se às mais diversas áreas, os cursos de E-Learning apresentam-se em constante evolução devendo os mesmos ser desenvolvidos no sentido de uma constante evolução.

Deverá haver na sua concepção a preocupação de rigor, clareza e simplicidade, bem como a promoção de uma vertente relacionada coma interactividade de forma a que seja sempre incentivado o gosto pela aprendizagem e pela participação.

> "Tem de haver interactividade. As pessoas têm de sentir que, no final do curso ou de um capítulo do curso, vão poder avaliar aquilo que leram e aprenderam, mas num sistema de auto-avaliação ou avaliação formativa. Chega-se assim ao final de um dado capítulo e existe a possibilidade de perceber se os conteúdos foram apreendidos." (Almeida 2008)

Revelando-se o E-Learning com um futuro promissor, deverá atentar-se para que sejam criadas condições para uma normalização que uniformize e valide as formações garantindo a validade dos serviços prestados, caminhando-se no sentido de uma melhoria da qualidade da formação e da sua valorização aos mais diferentes níveis.

As acções envolvendo o E-Learning deverão ter como suporte um grupo que dirija, dinamize e faca avançar um dado projecto, que se poderá aplicar a um vasto leque de realidades.

O E-Learning abre-se assim como que uma janela que importa considerar explorar, usufruir e dai recolher os devidos frutos, pelo que estamos convencidos da possibilidade da sua aplicação no âmbito da Museologia e num contexto de qualidade. É pois segundo este pressuposto que iremos reflectir um pouco, na próxima hipótese.

3.2. Hipótese 2 – A plataforma Moodle revela-se como uma alternativa eficaz e de potencial, para a criação de uma comunidade de aprendizagem e de acção, na disseminação das práticas dos museus, no âmbito da qualidade.

Como tivemos oportunidade de apresentar anteriormente, o Moodle oferece imensas vantagens comparando-o com outras plataformas. De acordo com a entrevista à Dra. Maria João Spilker, pode ainda ser aplicado em diferentes contextos e nas mais diversas áreas, revelando-se como uma alternativa muito fácil e quase sem custos (quase sem custos para a sua instalação e sem custos para os seus utilizadores).

A eficácia do Moodle na Formação de comunidades virtuais revela-se na clareza, na interactividade e no gosto por aprender, constituindo-se ainda por um instrumento que se vai construindo em função dos interesses dos participantes (sendo uma ferramenta de E-Learning, assume as vantagens enumeradas pela Dra. Cristina Almeida, na entrevista anterior).

> "Um curso Moodle não é um curso que se encontra à partida feito, que não se pode modificar, viram que a qualquer momento o curso se pode alterar, em cinco minutos… indo ao encontro deles" (Spilker, 2008)

O espírito de comunidade virtual verifica-se assim através da valorização das pessoas e do seu contributo.

O recurso ao Moodle para a criação de uma comunidade prática no âmbito da Museologia, reside assim na explicitação da vantagens que daí poderão advir para essa área promovendo uma adesão que se pretende voluntária e ao mesmo tempo estimulante diligenciando sempre no sentido de uma participação pró-activa, conforme sugere a Dra. Maria João Spilker (2008), pelo que também estamos convencidos da possibilidade da sua aplicação no âmbito da Museologia e num contexto de qualidade.

> "(…)O objectivo deverá ser o de criar uma comunidade na qual os membros participam activamente, de uma forma pró-activa e não somente reactiva.
>
> A participação reactiva é, por exemplo, num curso por mim tutorado, quando eu a dada altura proponho uma determinada acção: "vamos fazer isto e isto"… E as pessoas reagem.
>
> No caso da participação pró-activa, são os participantes que tomam a iniciativa: "Vamos fazer? Vamos entrar… Vamos tentar implementar aqui a nossa videoconferência!"
>
> Portanto vem da parte deles! O impulso inicial vem da parte deles… não só pressupõe determinados conhecimentos, como pressupõe também que eles se sintam bem na comunidade, sentirem-se com confiança (…)" (Spilker, 2008)

O processo de participação assume aqui uma dimensão fundamental na construção de conhecimentos valorizando as práticas colectivas e através delas estabelecer comparações em termos de práticas e procedimentos, que possibilitem o crescimento mutuo.

Apesar de todas as nossa expectativas relativamente à «disciplina» que criámos, de todo o trabalho e esforço para que este projecto tivesse a adesão por parte dos museus, tal não se veio a verificar.

Sabemos que nem sempre as experiências conduzem aos resultados que se esperaram, isso não significa que os resultados obtidos, partindo do princípio que se seguiu uma metodologia adequada, não apresentem validade e pertinência, significa pelo contrário que é necessário parar, reflectir, avaliar os actos e reformular, repensar e reconsiderar. Para além de toda a sustentação teórica e investigação, é também pela experiência que se

progride. “É impossível progredir numa investigação sem se obter nova informação, seja através da experimentação, seja recorrendo a literatura existente, às explicações científicas.” (Neto, 2006; p.131).

Apesar da disciplina estar criada, faltaram os participantes e sem eles a mesma perdeu totalmente o sentido.

Porque é que não se conseguiu estimular um dado número de indivíduos ou instituições a participar neste projecto, apesar dos cerca de trezentos convites efectuados?

Temos de assumir que possivelmente este projecto não lhes interessou, ou então, a abordagem no sentido de participarem não foi consumada da melhor forma.

Como é obvio não podemos partir do primeiro pressuposto, porque esse seria o caminho mais simples e desacertado, seria o caminho para uma destituição da nossa parte.

Há então a necessidade de reflectir, aprofundar e autoavaliar a nossa acção para um objectivo no qual continuamos a acreditar e que, para nós, se encontra ainda no início.

Como referiu a Dra. Cristina Almeida, na entrevista sobre E-Learning, esta experiência deverá ser repensada, partindo de um projecto piloto e de experimentação.

> “(…) Pelo que percebi do trabalho que se encontra a desenvolver com o Moodle e a sua aplicação aos museus, penso que o mesmo merecia uma aplicação piloto!

A ideia de que se devem granjear visitantes pela quantidade esperando que, dos muitos potencias convidados, alguns participem verificou-se inviável, pois é necessário fornecer (in)formação aos mesmos, através de um contacto mais próximo, certamente com um universo mais pequeno de participantes, no sentido de os estimular, esclarecer e clarificar acerca de quais as vantagens ou benefícios de tal experiência.

> “(…) Mais que a plataforma Moodle, é a cultura de diálogo e partilha de informações e conhecimentos que têm que ser fomentados e assimilados.
> A iniciação a toda esta temática terá que ser voluntária e estimulante. Os utilizadores devem sentir-se bem na plataforma, e sentir mesmo a necessidade de entrar, sentido que o trabalho e tempo investidos são uma mais-valia.(…)” (Spilker, 2008).

Consideramos ainda ser importante que se dê credibilidade a um projecto neste âmbito através da criação de uma equipe dinamizadora que ajuda na construção de todo o projecto.

> “(…) Creio que no caso do seu trabalho, à semelhança do que aconteceu com o nosso produto, poderia ser constituída uma equipa formada por diversos especialistas na área da Museologia, de forma a serem analisados os eventuais conteúdos a integrar no seu curso da plataforma Moodle e, posteriormente, haver um convite a um determinado número de pessoas no sentido de participarem,

> acolherem essas informações e partilharem outras, seguindo o espírito do seu projecto, e com o intuito de uma melhoria contínua.(…)" (Almeida, 2008)

Conscientes das lacunas, mas não conformados com os resultados, pretendemos continuar a perscrutar neste campo, por sentirmos que existe potencial a explorar de interesse para a museologia e para todos os processos que a mesma envolve.

Estando concluída a apresentação dos resultados e discussão dos mesmos, ficámos com a sensação de nos estarmos a esquecer de algo mais, pois muito ainda haveria por dizer. No entanto, pensamos ter ponderado nos aspectos essenciais e que nos pareceram pertinentes, de forma a chegar às respostas que o estudo implicava.

Apresentaremos de seguida a conclusão do estudo, na qual apresentaremos as conclusões chave que importa realçar, fazendo um retorno à problemática inicialmente destacada na introdução deste estudo.

O objectivo é estabelecer um fio condutor e estabilizador de todo o estudo, tentando apontar novos pontos de partida, essenciais para uma melhoria da qualidade, na Gestão da Qualidade em Museus.

CONCLUSÃO FINAL

Conclusão Final

Em modo de conclusão é indispensável observar que o desenvolvimento de uma sociedade e dos indivíduos que a integram assenta em valores concernentes à Educação, estendendo-se muito para além do papel e da contribuição das instituições escolares, formalizando-se também através de uma realidade que não se pode ignorar. Referimo-nos à «escola paralela», constituída por uma vasta rede de circuitos e vias de transmissão de conhecimentos, e a mais diversificada informação cultural, nos mais variados domínios.

Os seus instrumentos mais mediáticos relacionam-se com os que possibilitam a comunicação massiva, ou os *mass media* que se caracterizam pela imprensa, a rádio, o cinema e, acima de tudo, a televisão, considerando-se ainda nos últimos tempos, a Internet.

A escola, consciente desta realidade, reconhece as enormes dificuldades em controlar estes novos canais de comunicação, que não podem de forma alguma ser ignorados, dados os problemas que se colocam em termos pedagógicos e sociológicos.

Este é, no entanto, um problema com o qual a escola se depara. Mas em que é que isso se encontra relacionado com os museus?

Quando nos propusemos a frequentar o curso de Mestrado de Museologia não tínhamos consciência da real dimensão do mundo da Museologia, quais as suas diligências e essências, considerando apenas, em termos vagos, que os museus se revelavam importantes ao nível social e constituíam parte integrante desta «escola paralela», voltados para as questões culturais e patrimoniais das comunidades e da sociedade em geral.

Embora não estando incluídos na esfera dos *mass media*, estão irremediavelmente incluídos num universo de agentes que também contribuem, à sua maneira e indiscutivelmente, para o processo educativo dos cidadãos.

Assim, fomos construindo um conhecimento e uma percepção mais profunda em relação aos museus que nos levou a perceber, de uma forma mais lúcida e ajuizada, que os mesmos também atentam para as questões educacionais, considerando-se actualmente uma das suas inquietações.

Partindo uma vez mais das considerações aduzidas e advogadas pelos estatutos do ICOM, relativamente aos museus como “Instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do desenvolvimento, aberta ao público e que adquire, conserva, investiga, difunde e expõe os testemunhos materiais do homem e de seu entorno, para educação e deleite da sociedade”, podemos observar a ideia de um museu numa perspectiva de acessibilidade, de um museu como um espaço de congregação e produção de sentidos, um espaço de criação podendo assumir-se como um modelo de

"*edutenimento"*, combinando equilibradamente uma relação ambivalente entre «educação» e «entretenimento» (Leite, 2007; p.7)

Apercebemo-nos desde logo que esta relação poder-se-á desenvolver e expandir em sintonia com a missão da escola, num processo que culminará numa reciprocidade indubitável, garantindo benefícios para ambas as partes, considerando também a organização das próprias instituições em destaque, no sentido de uma melhoria das suas práticas.

Esta melhoria chama a si uma outra realidade que assenta igualmente num espírito colaborativo e educativo visando sempre o sucesso. Estamos a falar de Qualidade, mais concretamente de Qualidade em serviços.

Seguindo uma linha que visa o envolvimento, a participação dos públicos e, por conseguinte, tocando aspectos relacionados com o desenvolvimento social voltados para a cultura, para os valores e para a cidadania, formaliza-se assim o espírito de missão e serviço dos museus, o que constitui a sua razão de ser e de existir.

Logo à partida, considerámos (como educadores) que os museus devem ser tidos como importantes aliados da escola. Esta convicção aguçou em nós o interesse e o gosto por tentar conhecer e compreender melhor estas instituições, e levantou a questão: de que forma se poderão forjar, conjuntamente, linhas comuns de actuação que conduzam a um maior sucesso com mais sentido para ambas as partes?

Se, por um lado, era importante compreender a realidade museológica segundo os aspectos evidenciados, por outro, era importante compreender a percepção que a escola tem dos museus.

O grande objectivo deste estudo pretendeu levar-nos a uma tentativa de compreender a relação disseminação/percepção da imagem do museu numa perspectiva de participação e qualidade, atendendo a um público específico: alunos e professores.

Voltando à pergunta inicial impulsionadora deste estudo, era importante perceber:

Que canais poderão ser usados para tornar o Museu mais acessível, compreensível e inspirador, beneficiando da participação e envolvimento com outros Museus e com a Escola, no sentido de uma melhoria da eficiência e qualidade na prestação de serviços?

Apercebemo-nos, desde logo, da dimensão e das facetas do nosso problema, da necessidade de seguir por duas vertentes acerca de como nos é revelado o museu: o aspecto presencial e o aspecto virtual.

Se, por um lado, nos deparamos com um panorama em que muitos autores reconhecem a falta de estudos relacionados com os públicos visitantes de museus, a importância que existe em compreender a sua percepção acerca destas instituições e o impacto que essa percepção tem na sua existência, por outro lado, deparamo-nos ainda com poucos estudos que nos revelem o impacto dos museus e da sua imagem através do universo virtual.

Este estudo parece, à primeira vista, querer aspirar a resultados ambiciosos induzindo a que se tenham tratado de muitos temas, correndo-se o risco de eventual superficialidade. No entanto, no seu humilde contributo, pretendeu fornecer pistas que conduzissem à reflexão e à possibilidade de novos caminhos, caminhos esses com os quais nos comprometemos e em que, aos poucos, fomos vislumbrando a amplitude do universo no qual entrámos e do qual não nos gostaríamos de desviar.

Assim, para compreendermos a dimensão de um museu mais acessível, era importante compreender a disseminação da imagem do museu e das suas práticas, tendo em conta a vertente física/presencial e a vertente virtual.

Por observarmos a importância que a Qualidade assume no quotidiano dos serviços na Sociedade e do enfoque que lhe é dado actualmente, o estudo foi desenvolvido sempre numa perspectiva de Qualidade.

Por acreditarmos que a participação se revela como um dos processos chave da Qualidade, o estudo desenvolveu-se numa linha focalizada para a participação.

Participação e Qualidade foram, assim, as linhas condutoras do presente estudo.

Consideramos ser importante e fundamental que a Museologia contemporânea tenha em conta, e, de uma forma ampla, o potencial das novas tecnologias, reconhecendo esta nova realidade como uma realidade geradora de possibilidades traduzidas ao nível prático e de procedimentos em sintonia com as realidades actuais.

Falamos dos *sites* dos museus, dos blogues e dos potenciais do E-Learning.

Apesar da disseminação da imagem e práticas do museu, através da Internet, se revelar de forma inequívoca e notória, tendo em conta os museus que visitámos, estes ainda se assumem através de uma componente mais de carácter informativo do que de carácter participativo ou colaborativo.

Sugerimos a necessidade de se explorarem novas formas de expansão e crescimento, tirando o máximo partido daquilo que a realidade virtual poderá trazer, incentivando a participação com vista à melhoria das instituições e à satisfação dos seus públicos.

Julgamos que, neste campo, será importante investigar, para que se cheguem a resultados que indiquem a interacção dos públicos com os sítios Internet dos museus.

A nosso ver, o Moodle assume-se como uma plataforma de aprendizagem de forte implementação no E-Learning e possui características que o tornam multifacetado; revelando-se, assim, como um importante meio a explorar, no sentido de contribuir para a disseminação da imagem dos museus e das suas práticas, atendendo ainda às forças reinantes que o caracterizam e que são a participação a colaboração e o construtivismo.

Acreditamos que, com a implementação do Moodle, se possa avançar no sentido de, através da partilha de práticas geradas no seio das diversas instituições, um processo que contribui para o enriquecimento colectivo dos museus; se possa contribuir para a tão desejada aferição de conceitos, muito para além daqueles que assentam numa perspectiva de Gestão da Qualidade.

Aqui se constitui também um eventual ponto de partida para futuras investigações.

Observámos que, mais do que querer cativar e integrar um grande grupo de pessoas na formação de uma rede virtual, a experiência deverá ser aplicada junto de um grupo mais restrito, através de um projecto piloto, com participantes mais informados e motivados para o Moodle, de forma a que sejam garantidos resultados mais concretos.

Tal como os vários autores que observámos e que afirmam que o "mundo não é formado apenas pelas redes virtuais: continuam a existir os territórios, nações, paisagens geográficas e culturais que nos significam em totalidade" (Scheiner, 2008), também nós corroboramos definitivamente essa ideia.

De facto, é importante perceber que o contacto directo e a participação por parte dos visitantes e o espírito ousado e aberto a essa participação, através de novas abordagens focalizadas na Qualidade por parte das instituições, são premissas que tendem para a disseminação de um museu mais acessível, compreensível e inspirador, tido como o complemento educativo, com interesses recíprocos para todos os envolvidos, museus e escolas, estas últimas, na figura de professores e alunos.

As visitas de estudo assumem-se como uma possibilidade que se encontra ao alcance das escolas, mas consideramos que deveriam revestir-se de maior simplicidade ao nível de organização, sem contudo querer descurar o sentido de responsabilidade inerente à deslocação de alunos.

Consideramos ainda, tal como vários autores têm vindo a referir em outros estudos, ser importante a formação dos professores neste sentido.

Pelo que nos apercebemos no contacto quotidiano com as escolas e segundo a nossa experiência, apesar de a formação contínua de professores ter vindo a ser, desde sempre, um valor exigido e agora ainda mais, em termos de avaliação de desempenho, continuamos a depararmo-nos com problemas associados à falta de financiamento para a

formação contínua de professores ou associados à falta de formadores em novas áreas do conhecimento e suas práticas.

Os museus poderão contribuir para a ampliação desta realidade propondo aos professores novas formas de abordagem, consoante o que têm e podem oferecer, no sentido de os ajudar na preparação das visitas de estudo ou, então, após as visitas, solicitarem um *feedback* posterior relativamente ao impacto que essas visitas possam ter tido nos alunos.

Julgamos que os museus devem promover a interactividade e a possibilidade de descoberta, com o intuito de transformar os momentos das visitas numa vivência inesquecível para os alunos.

Observámos que alguns museus o fazem através do jogo e através do «brincar».

> "(…) As brincadeiras e jogos engendrados a partir de uma exposição são uma forma mediante a qual é possível experimentar o prazer e o desafio de ver, sentir, pensar e participar do mundo. Mas, sempre, desde que em seu espaço/tempo simbólico e mágico a autonomia, a liberdade e a vontade do jogador sejam preservadas. (…)" (Fortuna, 2000, p.10)

Se considerarmos a curiosidade como um estímulo que alicia os visitantes na ida ao museu, é importante que se questione de que forma é que essa curiosidade poderá ser acolhida e estimulada, incentivando-se a sua manifestação.

> "(…) Brincar no museu pode não só fortalecer seus vínculos com a escola, haja vista que ambos – escola e museu – acham-se inextricavelmente ligados como espaços de Educação e Cultura que são, como também pode jogar a escola em uma chance de mudança pedagógica passível de irradiar-se para todas as aulas.
>
> É como um rio que, ao sair do curso, desviando-se de seu leito, fertiliza outras terras, levando vida para esses lugares.
>
> A cumplicidade entre a escola e o museu engendra novos lugares para brincar e para formar para brincar, corroborando, assim, com essa forma privilegiada de interacção com o mundo, com o outro e consigo mesmo que desempenha tão importante papel na construção do conhecimento quanto do ser, como modo de aprender e ensinar que é.
>
> A abordagem lúdica da visita ao museu converte-se, então, em paradigma educacional identificado com a criação e a renovação; enfim, com a afirmação da vida. (…)" (Fortuna, 2000, p.15)

Consideramos ainda que a utilização da imagem e a exploração do potencial da mesma são recursos a explorar e a optimizar numa tentativa de aproximação e maior intimidade com os alunos do ensino básico, numa época classificada por muitos como a época da imagem, orientando-se o discurso expositivo simultaneamente para a interactividade e participação.

Aferimos que os professores nutrem, de forma geral, empatia pelos museus, observando-os segundo uma perspectiva positiva quanto à sua acção, havendo ainda uma consciência de que as suas práticas têm vindo a melhorar de dia para dia, e reconhecem ainda as mais-valias de possíveis parcerias.

Os alunos, na sua maioria, observam o museu como o espaço das sensações, do mistério. Muitos são aqueles que o associam ao prazer e à diversão corroborando as ideias da autora acima citada. Quando questionados acerca dos museus, eles desejam, na sua maioria, estar a «brincar» no museu.

Estas experiências concretas, intensas e lúdicas, ocorridas no museu, inspiram também a escola nas suas práticas. Assim, seria de todo desejável diminuir a distância entre dois pólos que se caracterizam por diferentes modos de educar; distância essa que, de forma geral, prejudica a educação e, por conseguinte, a aprendizagem.

Referimo-nos à necessidade de estreitar os laços dos dois opostos. Na verdade, e na perspectiva dos museus, o facto de se educar para o conhecimento, para a cultura e, acima de tudo, para os sentidos, pode ser uma realidade levada a sério, «a brincar», em oposição ao «educar» com contornos mais formais, obedecendo a legislações, moldes e padrões, caindo-se muitas vezes no erro de se tornar um processo fastidioso, impedindo a espontaneidade e a criatividade, na perspectiva da escola.

O museu gerador de sensações é um museu bem-vindo para a Escola. O «ver», «ouvir» e «sentir» são processos indissociáveis da condição humana e necessitam de ser estimulados de forma a promover a tão desejada participação.

Os Museus «Sensação», físicos ou virtuais, devem assim inspirar-se na qualidade, não havendo outra forma de lá chegar a não ser pela educação, "bem como não será educação, aquela que não se destinar a formar o sujeito histórico, crítico e criativo" (Demo, 2000; p. 16).

Os museus «sensação», quer presencialmente ou virtualmente, serão museus mais globalizantes e envolventes. Museu integrantes, que sabem chegar mais depressa e com maior eficácia a todas as pessoas, que os verão como seus.

Serão assim museus em «Banda Larga» mais permeáveis e voltados para as pessoas. Museus mais acolhidos e repletos de sentido, acrescentando desta forma mais sentido àquilo que julgamos fazer todo o sentido: Museus mais humanizados, centrados no ser humano.

Bibliografia

EDUCAÇÃO

Duarte, A., (1994). Educação Hoje, Educação Patrimonial. Lisboa: Texto Editora.

Escola E. B. 2,3 Professor João Fernandes Pratas, (2007/2008). Projectos Curriculares de Turma. Samora Correia: Agrupamento de Escolas de Samora Correia

Escola E. B. 2,3 Professor João Fernandes Pratas, (2007/2008). Projecto Educativo de Agrupamento - Uma Janela para o Futuro. Samora Correia: Agrupamento de Escolas de Samora Correia

Gasset, O., (2002). O que é o conhecimento? Madrid: Ed. Fim de Século.

D.G.E.B.S., Direcção Geral do Ensino Básico e Secundário, (1991). Organização Curricular e Programas, Ensino Básico. Lisboa: Ministério da Educação.

Silva, J., (1997). Educação Pré-Escolar, Orientações Curriculares. Lisboa: Ministério da Educação, Departamento de Educação Básica.

HISTÓRIA ORAL

Alberti, V., (1990). Manual da História Oral, (2ª Ed.). Rio de Janeiro: Editora FGV.

INTERNET/E-LEARNING

Carriço, J., & Marques, F., (2007). E-Learning – Conceitos, Tecnologias e Modelos, Com a Colaboração do ISTEC. Lisboa: Edições Chambel, Lda.

Filho, A., (2005). Ambiente de Aprendizagem Moodle UnB – Manual do Professor. Brasília: Universidade de Brasília.

Hall, S. (2001). A Identidade Cultural na Pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A.

Lévy, P., (2000). Cibercultura. Colecção Epistemologia e Sociedade, 138. Lisboa: Instituto Piaget, D.L.

Osório, A., & Puga, M., (2007). As Tecnologias de Informação e Comunicação na Escola (Vol. I). Braga: Universidade do Minho

Schlemmer, E., (2001). Projectos de Aprendizagem Baseados em Problemas: Uma Metodologia Interacionista/Construtivista para Formação de Comunidades em Ambientes Virtuais de Aprendizagem, Congresso Internacional de Informática Educativa. Madrid: UNED.

METODOLOGIA INVESTIGACIONAL

Bardin, L., (1977). Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70, Lda.

Carmo, H., & Ferreira, M., (1998). Metodologia da Investigação: Guia para Auto-Aprendizagem. Lisboa: Universidade Aberta.

Eco, H., (1977). Como se faz uma Tese em Ciências Humanas (1988, 4ª ed.). Lisboa: Editorial Presença.

Estrela, E., Soares, M. & Leitão, M., (2006). Saber Escrever uma Tese e Outros Textos, (2ª Ed.). Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Matias, N., (1997). Investigação Educacional. Setúbal: Escola Superior de Educação de Setúbal.

Pereira, A., & Poupa, C., (2006). Como Escrever Uma Tese, Monografia ou Livro Científico usando o Word, (3ª Ed.). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

Quivy, R., (1992). Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva - Publicações, Lda.

Silva, A., & Pinto, J., (1986). Metodologia das Ciências Sociais, Biblioteca das Ciências do Homem. Porto: Edições Afrontamento.

MUSEOLOGIA

Hernandez, F., (2001). Manual de Museología, (2ªed.). Madrid: Editorial Sintesis.

Malraux, A., (1965). O Museu Imaginário. Lisboa: Edições 70.

Moutinho, M., (1994). A Construção do Objecto Museológico, Cadernos de Sociomuseologia nº4. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Primo, J., (1999). Museologia e Património: Documentos Fundamentais, Cadernos de Sociomuseologia, Centro de Estudos de Sociomuseologia nº15. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Primo, J., (1999). Pensar Contemporaneamente a Museologia. Museologia: Teoria e Prática. 1 Ed.. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas

Rojas, R. & Trallero, M., (1979). Os Museus no Mundo, Lisboa: Publicações Alfa, SARL.
Schaer, R., (1993). L'Inventio dês Musée. Italie: Gallimard Reunion dês Musées Nationaux.

Telmo, I., (2000). O Património e a Escola – Do Passado ao Futuro (5ªEd.). Lisboa: Texto Editora.

PATRIMÓNIO

Choay, F., (2000). A Alegoria do Património, Arte e Comunicação. Lisboa: Edições 70

Gomes, R., (2004). Públicos da Cultura – Actas do Encontro organizado pelo Observatório das Actividades Culturais no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

QUALIDADE

Almeida, C., & Ferraz, R. (1997). Gestão da Qualidade, Instituto de Emprego e Formação Profissional. Lisboa: UNIPRINT Lda.

Bone, D., & Griggs, R. (2000). Qualidade no Trabalho, Guia Profissional para Atingir Padrões Pessoais. Lisboa: 1ª Edição, Monitor - Projectos e Edições, Lda.

Demo, P., (1995). Educação e Qualidade, 11ª Edição. Campinas – SP: Edição Papirus Editora

Monteiro de Carvalho, M., & Paladini, E. (2006). Gestão da Qualidade - Teoria e Casos. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Lda.

Fernandes, A. (2000). Qualidade de Serviço pela Gestão Estratégica. Cascais: Editora Pergaminho Lda.

Gerson, R. (1998). Medir a Qualidade e a Satisfação do Cliente. Lisboa: Monitor – Projectos e Edições, Lda.

Martin, W., (1998). Qualidade no Serviço ao Cliente – Um Guia Positivo para um Serviço Superior. Lisboa: Monitor – Edições Para Profissionais.

Oliveira, O., Palmisano, A., Mañas, A., Modia, E., Machado, M., Fabrício, M. et. al., (2006). Gestão da Qualidade – Tópicos Avançados. São Paulo, Brasil: Pioneira Thompson Lda.

Rocha, J., (2006). Gestão da Qualidade – Aplicação aos Serviços Públicos. Lisboa: Escolar Editora.

Santos, A., (2000). Qualidade a Decisão Obrigatória. Torres Vedras: (Ed. do Autor), ED. GrafiVedras.

OUTROS:

Boletins/Revistas

Costantin, A., (2001). Museus Interactivos de Ciências: Espaços Complementares de Educação? Revista Interciência y Tecnologia da América, Vol.26, Nº005. Caracas, Venezuela: Associación Interciencia.

Correia, J., (2003): A arte do Ofício, Boletim nº 5, Instituto de Artes e Ofícios da Universidade Autónoma de Lisboa.

Gomes, P., (2004). A Evolução do Conceito de Qualidade: dos Bens Manufacturados aos Serviços de Informação, Cadernos de Biblioteconomia, Arquivística e Documentação 2 (BAD), Associação Portuguesa de Bibliotecários Arquivistas e Documentalistas.

Dicionários/Enciclopédias

Marchand, P., (1994). Enciclopédia Larouse Jovem, volumes I e II

Nogueira, A. Marques, A., & Barros, L., (1998). Uma Nova Sociedade de Formas Antigas, O Trabalho Planigráfico e de Restauro, Arqueologia, (Vol.II). Barcelona: Editorial Planeta-de-Agostini, S.A.

Ramos, J., (1998). As Bibliotecas «Poliglotas» de Ugarit, Dos Amorreus ao Domínio dos Impérios, Arqueologia (Vol.III). Barcelona: Editorial Planeta-de-Agostini, S.A.

Soares, H., & Ferreira, F., (1998). Grande Dicionário Enciplopédico. Madrid: SAPE, Clube Internacional do Livro

Triató Tur, J.-R., (1992), Tesouros Artísticos do Mundo. Lisboa: Ediclube.

Dissertações/Teses

Melo, M., (2007), O Museu Inspirador de Aprendizagens – Exercício de Aplicação Da Ferramenta De Auto-Avaliação *Inspiring Learning For All* em Quatro Serviços Educativos. Dissertação apresentada ao Departamento de Museologia da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, para obtenção do grau de mestre, orientada por Mário Moutinho e co-orientada por Isabel Victor. Lisboa.

Victor, I., (2005). A Qualidade em Museus - Distinguir entre Museus com "qualidades" e a Qualidade em Museus. Dissertação apresentada ao Departamento de Museologia da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, para obtenção do grau de mestre, orientada por Mário Moutinho. Lisboa.

Neto, C., (2006). O Papel da Internet no Processo de construção do Conhecimento, Uma perspectiva crítica sobre a relação dos alunos do 3º Ciclo com a Internet. Dissertação em Ciências da Comunicação – Comunicação, Cidadania e Educação. Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, para obtenção do grau de mestre, orientada por Elías Blanco Fernández. Braga.

Documentos e Textos de Referência

Fortuna, T., (2000). O Museu em Jogo, acedido a 15 de Novembro, 2008 em http://www.museu.ufrgs.br/admin/artigos/arquivos/artigotaniafortuna.pdf, Revista Museu – Cultura levada a sério, acedido a 15 de Novembro, 2008 em http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art_.asp?id=9249

Leite, M., (2007). Museum of Childhood – O Desafio do Encontro de Gerações, Pesquisa de pós-douroramento, financiada pela UNESC, sob a supervisão da Profa. Dra. Rachel Mason – Ligada ao CIRCLE, Centre for International Research in Creativity and Learning in Education, da Faculdade de Educação da Roehampton University, em Londres, Inglaterra.

Mayrand, P., (1998). Never Again - University of Victoria , British Columbia, Canada, The Maltwood Art Museum and Gallery, acedido em 23 de Março, 2008 em http://tercud.ulusofona.pt/Projectos/ProjQuaMuseus/MayrandP_text.pdf

Moutinho, M., (2005) Os compromissos dos museus com a sociedade. MUSA, Museus, Arqueologia & outros Patrimónios.

Museologia – Roteiros Práticos, Planejamento de exposições, Museums e Galleries Commission

Póvoas, L., & Lopes, C., (2000). Construir uma Memória da Terra a favor do Desenvolvimento in "Atalaia-Intermundos", nº 6/7, Lisboa.

Manuais

Pereira, J., & Silva, R., (1989). História das Artes Visuais, (IIº Ano). Lisboa: Texto Editora

Santos, H., & Macedo, T., (1990). No Reino dos Porquês, "O Homem do outro lado do espelho" Filosofia, 10º ANO. Porto: Porto Editora.

Acções de Formação/ Conferências/Congressos/ Seminários

Braga, N., (2005). Becos da Memória, Conferencia realizada no Museu de História Natural, (3 de Junho de 2005). Lisboa.

Mayrand, P., (2004). A Nova Museologia, Seminário integrado no primeiro ano do Mestrado de Museologia. Lisboa: Universidade Lusófona de tecnologias e Humanidades.

Moutinho, M., (2004). Museologia e Pensamento Contemporâneo, Seminário integrado no primeiro ano do Mestrado de Museologia. Lisboa: Universidade Lusófona de tecnologias e Humanidades.

Moreira, F., (2004). Museologia e Pensamento Contemporâneo, Seminário integrado no primeiro ano do Mestrado de Museologia. Lisboa: Universidade Lusófona de tecnologias e Humanidades.

Ornelas, M., (2008). A Escola e o Museu – A Obra de Arte como objecto promotor do sucesso escolar, Museus e Educação. Património e Educação, Congresso Ibero/Americano de Educação Artística. Beja: Escola Superior de Educação de Beja, acedido em 12 de Novembro, 2008 em http://www.rede-educacao-artistica.org/ia_02_mesas_redondas.htm

Primo, J., (2005). Função Social do Museu, Seminário integrado no primeiro ano do Mestrado de Museologia, pela Universidade Lusófona de tecnologias e Humanidades. Lisboa.

Tinoco, A., (2004). Museografia, Seminário integrado no primeiro ano do Mestrado de Museologia, pela Universidade Lusófona de tecnologias e Humanidades, Lisboa.
Stoffel Fernandes, M., (2007). Programação e Gestão Museológicas e os Sistemas de Qualidade, Comunicação apresentada numa Acção de Formação na Fundação Mário Soares, Casa-Museu, Cortes, Leiria.

Victor, I., (2007). Programação e Gestão Museológicas e os Sistemas de Qualidade, Comunicação apresentada numa Acção de Formação na Fundação Mário Soares, Casa-Museu. Cortes, Leiria.

Sítios Internet

Antunes, S., (1994). Metrologia e Qualidade, Bibliografia Detalhada, acedido a 20 de Julho, 2007 em http://www.dem.ist.utl.pt/~m_cgq/Bibliog.html

Bianconcini de Almeida, M., (2003). Educação à Distância na Internet: Abordagens e Contribuições dos Ambientes Digitais de Aprendizagem, Educação e Tecnologias, acedido a 17 de Março, 2008 em
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022003000200010

Canavilhas, J., (2005). A Saúde na Blogosfera Portuguesa, Universidade da Beira Interior, acedido a 29 de Março, 2008 em
http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-blogues-saude.pdf

Cláudio, J., (2002). Democracia da Memória e da Informação: Os Museus Totais, Comunicação desenvolvida em 15/8/2002, para o III Seminário da Ciberpesquisa realizado em 22 e 23 de Agosto de 2002 em Salvador, Bahia, acedido a 23 de Fevereiro, 2008 em
http://www.rc.unesp.br/museutecnologia/artigos/democraciadainformacao.htm

Corrêa, C., (2004). Comunidades Virtuais Gerando Identidades na Sociedade em Rede, Ciberlegenda, Nº13, Universidade Federal Fluminense, RJ, Brasil acedido em 13 de Março, 2008, em http://www.uff.br/mestcii/cyntia1.htm

Faria, C., (2008). O custo da Qualidade, Portaldomarketing, acedido a 27de Agosto, 2008 em
http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos_Administracao/Custo_da_qualidade.htm

Gerreiro, A., (2003). A reportagem universal, Suplemento Actual do Jornal Expresso, Metablogue, acedido a 28 de Março, 2008 em
http://metablogue.blogspot.com/2003_10_01_archive.html

Gomes, M., (2006). E-Learning: Reflexões em torno do Conceito, Actas da IV Conferência Internacional de Tecnologias de Informação e Comunicação na Educação – Challenges'05, Braga: Centro de Competência da Universidade do Minho, acedido a 6 de Março, 2008, em
http://www.nonio.uminho.pt/challenges/actchal05/tema02/06MariaGomes.pdf

Graf, S., & List, S., (2005). An Evaluation of Open Source E-Learning Platforms Stressing Adaptation Issues, acedido a 24 de Março, 2008 em
http://www.wit.at/people/list/publications/icalt2005.pdf

Jornal Oficial das Comunidades Europeias [JOCE], (2002). Convite à apresentação de propostas DG EAC/46/02. Acções Preparatórias e Inovadoras 2002/b. e-Learning (2002/c 179/07), acedido a 12 de Março, 2008 em http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2002:179:0014:0020:PT:PDF

Kanno, M., (2007). Os diferentes tipos de Sites, Wikipédia, acedido em 28 de Março, 2008 em http://pt.wikipedia.org/wiki/Site

Kassoy, G., (2005). Como e por que conhecer, pertencer e acontecer nas Comunidades Virtuais, Annex Informática LTDA. Acedido a 13 de Março, 2008 em http://www.annex.com.br/artigos/gisela21.asp#top

Kenski, V., (2005). Das Salas de Aula aos Ambientes Virtuais de Aprendizagem, Relatório de Pesquisa, acedido a 17 de Março, 2007 em
http://www.abed.org.br/congresso2005/por/pdf/030tcc5.pdf

Leal, D., & Amaral, L., (2003). Do Ensino Presencial ao e-Learning, artigo no âmbito da iniciativa governamental «Campus Virtual», Universidade do Minho, Braga, acedido a 6 de Março, 2008, em

http://www.sapia.uminho.pt/uploads/do%20ensino%20em%20sala.pdf

Leffa, V., (2006). Aprendizagem de Línguas mediada por computador – Pesquisa em Linguística Aplicada, Temas e Métodos. Pelotas: Universidade de Pelotas, acedido a 12 de Março, 2008 em http://www.leffa.pro.br/trabalhos/B_Leffa_CALL_HP.pdf

Legoinha, P., Pais, P., & Fernandes, J., (2006). O Moodle e as Comunidades Virtuais de Aprendizagem, VII Congresso Nacional de Geologia, acedido a 25 de Março, 2008 em http://www.dct.fct.unl.pt/PLegoinha/CNGMood.pdf

Lopes, V., (2006). E-Learning: Novos Rumos Na Formação, apresentação nas Jornadas e Encontros EDV Digital, acedido a 27 de Fevereiro, 2008, em http://www.isvouga.pt/?pg=170&id=7

Machado, M., & Tao, E., (2007). Blackboard vs. Moodle: Comparing User Experience of Learning Management Systems, acedido em 24 de Março, 2008 em http://fie.engrng.pitt.edu/fie2007/papers/1194.pdf

Ministério da Educação, (M.E.), (2008). Concurso: A minha Escola adopta um Museu. Portal da Educação, acedido a 17 de Fevereiro, 2008 em: http://www.min-edu.pt/np3/pesquisa?txt=a+escola+adopta+um+museu&x=6&y=11

Moodle. Org. (2005/2006) Manual Moodle para Professores, Disciplina de Projecto, Licenciatura em Engenharia Electrotécnica – Electrónica e Computadores, Ramos de Electrónica e Telecomunicações, acedido a 18 de Março, 2008 em http://www.moodle.org/

Museums and the Web, (2006). The Internacional Conference for Culture and Heritage, Archives & Museum Informatics, acedido a 2 de Novembro, 2007 em http://www.archimuse.com/mw2006/index.html

Mussoi, E., Flores, M., & Behar, P., (2007). Comunidades Virtuais – Um Novo Espaço de Aprendizagem, acedido a 16 de Março, 2008 em http://www.cinted.ufrgs.br/ciclo9/artigos/8aEunice.pdf

Nunes, C., (2007). A Plataforma Moodle, Sistemas de Gestão de Aprendizagem, Apresentação no âmbito do Encontro Caldas Moodle, 2007, acedido em 20 de Março, 2008 em http://web.educom.pt/moodlept/course/view.php?id=17

Pereira, H., & Ulbrich, V., (2004), Os Museus Virtuais. Artigo resultante do Congresso Nacional de Ambientes Hipermídia para Aprendizagem, Universidade de Santa Catarina, Florianópolis acedido em 23 de Fevereiro, 2008 em http://www.nemu.ufsc.br/artigos/os_museus_virtuais.pdf

Primo, A., (1998). Interacção Mútua e Interacção Reactiva: Uma proposta de Estudo. Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação, Recife: UFPE, acedido a 13 de Março, 2008, em http://usr.psico.ufrgs.br/~aprimo/pb/espiralpb.htm

Recuero, G., (2001). Comunidades Virtuais – Uma Abordagem Teórica acedido a 14 de Março, 2008, em http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-comunidades-virtuais.pdf

Romiszowski, A., (2003). O Futuro do E-Learning como Inovação Educacional: Factores influenciando o sucesso ou fracasso de Projectos, Aspectos Teóricos e Filosóficos, Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e à Distância, acedido em 26 de Fevereiro, 2008 em

http://www.abed.org.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=1por&infoid=855&sid=69

Sabattini, M., (2003), Museus e Centros de Ciência Virtuais: Uma Nova Fronteira para a Cultura Científica; Artigo, Consciência. Especial "Cultura Científica", n. 45, Julho de 2003; acedido em 24 de Fevereiro, 2008 em
http://www.comciencia.br/reportagens/cultura/cultura14.shtml

Saraiva, M., Alas, N., & Nogueiro T., (2007). A Gestão da Qualidade e o modelo Common Assessment Framework (CAF): Uma proposta de aplicação prática no Ensino Superior Português", XVIIº Jornadas Hispano-Luso de Gestión Cientifica: Conocimiento, Innovación y Emprendedores. Camino al futuro, Universidad de la Rioja, Logroño - España. Acedido a 20 de Março, 2008 em

Sartori, A., & Roesler, J., (2003). Comunidades Virtuais de Aprendizagem: Espaços de Desenvolvimento de Socialidades, Comunicação e Cultura, Artigo apresentado no II Simpósio: E-agor@, professor? Para onde vamos? realizado a 7 e 8 de Novembro de 2003, pela COMFIL-PUC-SP/COGEAE. Acedido a 16 de Março de 2008 em
http://www.pucsp.br/tead/n1a/artigos%20pdf/artigo1.pdf

Scheiner, T., (2008). Museus, Museologia e o Património Universal, Revista Museu – Cultura levada a sério, artigos, acedido a 15 de Novembro, 2008 em http://www.revistamuseu.com.br/18demaio/artigos.asp?id=12838

Terherst, A., (2005). Blackboard Online System to be Replaced, New System Moodle More Effective, acedido a 24 de Março, 2008 em
http://xpress.sfsu.edu/archives/tech/003770.html

University of Cambridge., (2008). Discursive Formations - Place, Narrative and Digitality in the Museum of the Future in ExpressiveSpace.Org, Collaborative Projects, Unitet Kingdom: University of Cambridge, acedido a 23 de Setembro, 2007 em http://moodle.expressivespace.org/

Vicente, L., (2005). Da «Pré-História» ao Futuro, O Pulsar dos Diários Virtuais em Portugal, Memória Digital, acedido a 28 de Março, 2008 em http://memoriavirtual.net/

Voigt, E., (2007). Web 2.0, E-Learning 2.0, EAD 2.0: Para onde Caminha a Educação à Distância, Relatório de Pesquisa, acedido a 26 de Março, 2008 em
http://www.sead.ufpa.br/v2/arquivos/20070912160202.PDF

Winter, M., (2006). Learning Management Systems for the Workplace, A Research Report, acedido a 27 de Março, 2008 em http://www.tanz.ac.nz/pdf/LMS_Final.pdf

Glossário:

Análise SWOT – Análise dos pontos fortes, dos pontos fracos, das oportunidades (vantagens potenciais) e das ameaças (dificuldades potenciais) de uma organização.
Auditoria: Acto de apreciação independente que visa avaliar as actividades e resultados de uma organização. As auditorias mais comuns são: auditoria financeira, auditoria operacional, auditoria às TIC, auditoria de gestão, etc. Existem 3 níveis de controlo das actividades: Controlo interno feito pela gestão; Auditoria interna feita por uma unidade independente da organização. Entre outras funções deve controlar a eficácia da gestão interna; Auditoria externa realizada por uma entidade externa independente.

Avaliação – Acto de apreciar os resultados da acção, de forma a averiguar a sua relação com os objectivos fixados, os recursos consumidos e os impactos produzidos sobre a realidade, bem como de examinar se os mesmos resultados poderiam ter sido obtidos a um menor custo.

Balanced Scorecard – É uma técnica para avaliar uma organização, através da utilização de indicadores, a partir de diferentes estratégias. Este modelo implica que haja coordenação entre os objectivos de curto e de longo prazo, entre a estabilidade e a mudança, assim como entre os processos internos e as relações com as partes interessadas exteriores à organização.

Benchmarking – Técnica ou processo sistemático de comparação de resultados e processos organizacionais entre duas ou mais organizações. O objectivo é que, através da aprendizagem sobre melhores práticas, estas sejam aplicadas, bem como sejam alcançados os mesmos níveis de desempenho ou superiores. Pode desenvolver-se dentro da mesma organização, entre alguns dos seus departamentos {benchmarking interno), ou entre diferentes organizações a nível nacional ou internacional.

Benchmarking de processos e resultados – O *Benchmarking* de processos compara actividades e processos. O benchmarking de resultados compara resultados, impactos e outros indicadores de resultados tal como a qualidade, eficiência e eficácia de custo. Em ambos os casos, o objectivo é melhorar operações e processos críticos específicos. Existe complementaridade entre o *Benchmarking* de processos e resultados, sendo os dois habitualmente necessários para se chegar a conclusões sobre a melhor prática.

Benchmarking estratégico – O benchmarking estratégico é utilizado quando as organizações procuram melhorar o seu d 39.

B-Learning – (de “blended learning”) Compreende um ensino misturado ou combinado (por exemplo um regime de ensino/aprendizagem presencial, na sala de aula, e também virtual, através de um computador.

Bottom-up – Direcção do fluxo de informação ou das decisões, no seio de uma organização, dos níveis hierárquicos mais baixos para os níveis hierárquicos mais altos. O oposto designa-se por ***top-down.***

Brainstorming – Técnica usada para maximizar a geração de ideias, num curto período de tempo, provenientes de um grupo de pessoas, tendo normalmente em vista identificar causas ou soluções de um problema, ou desenvolver inovações (produtos, processos, métodos de trabalho). Consiste em estimular e reunir ideias dos participantes da reunião, sem nenhuma preocupação crítica, até que se esgotem todas as possibilidades.

Cidadão/Cliente – A expressão cidadão/cliente é utilizada para realçar o relacionamento duplo que existe com a Administração Pública: por um lado enquanto utilizadores dos serviços (clientes), por outro lado, todas as pessoas, enquanto cidadãos e contribuintes, têm interesse nos serviços e nos seus resultados.

Círculos de Qualidade – Constituídos por trabalhadores voluntários dum mesmo departamento que reúnem semanalmente para encontrar formas de resolver os problemas e melhorar os processos.

Código deontológico – Conjunto de regras de conduta e recomendações para um certo grupo profissional ou organização. Pode também ser aplicado a actividades específicas, como a auditoria e o benchmarking.

Comunidade Virtual – Grupo de indivíduos que constitui uma rede electrónica de comunicação interactiva, autodefinida e organizada em torno de um interesse ou finalidade compartilhados. Uma comunidade virtual é formada a partir de afinidades de interesses, de conhecimentos, de projectos mútuos e valores de troca, estabelecidos num processo de cooperação.
Custo-eficácia (Relação) – É a relação entre os efeitos pretendidos pelos objectivos da organização e os custos, incluindo os custos sociais para obtê-los. Ver também **eficácia.**

Eficácia – É a relação entre o objectivo definido e o impacto ou resultado alcançado.

E-Learning Assíncrono – No âmbito da Internet, quando os intervenientes desenvolvem uma interactividade em momentos diferentes. Exemplos de recursos assíncronos: e-mail e fórum.

E-Learning Síncrono – No âmbito da Internet, quando os intervenientes se encontram a desenvolver uma interacção ao mesmo tempo. Exemplos de recursos síncronos: Telefone, Chat, Vídeo-conferência, *Web* conferência.

Empowerment – É o processo pelo qual se atribui influência ou poder acrescido às pessoas (cidadãos ou colaboradores), designadamente através do envolvimento no processo de decisão, concedendo autonomia, etc.

Estratégia – Consiste num plano de acção, para cumprir os objectivos de uma organização.
Factor crítico de sucesso – Actividades ou resultados chave em que o bom desempenho é essencial para o sucesso da organização.

Follow-up – Implementado na sequência de um processo de autoavaliação e de introdução de mudanças na organização, o *follow-up* serve para medir os objectivos atingidos e a partir daí, lançar novas iniciativas bem como ajustar a estratégia e o planeamento ao novo contexto.

Gestão da mudança – A gestão da mudança implica saber gerar as mudanças necessárias numa organização e dominar a dinâmica da mudança, ou seja, incentivar, preparar, implementar e avaliar a mudança.

Gestão das pessoas – Forma como a organização consegue que cada trabalhador desenvolva todo o seu potencial criativo, e use as suas capacidades e conhecimentos na prossecução dos objectivos do serviço.

Input (entrada) – Qualquer tipo dos recursos utilizados para a produção de produtos ou serviços.

Inquérito – Técnica de recolha de opiniões, comportamentos e conhecimentos junto das pessoas ou grupos específicos. Geralmente apenas se solicita participação a uma parte da população.

ISO – ISO é o nome usual com o qual é conhecida a International Organization for Standardization (Organização Internacional de Padronização). É uma entidade fundada em 1947, sediada na Suiça, que congrega organismos de normalização nacionais, cuja principal actividade é a de elaborar padrões para especificações e métodos de trabalho nas mais diversas áreas da sociedade excepto no sector eletro-eletrónico onde a responsabilidade fica a cargo da International Electrotechical Comission. ISO 9000 - O nome genérico ISO 9000 representa todo o conjunto de documentos relacionados com a sistematização de actividades para garantia da qualidade.

Kaizen – Kaizen tem o significado de Melhoria. Organizacionalmente falando, o seu conceito corresponde a uma política e também a uma cultura. Explicando melhor os termos: Política - conjunto de valores definidos como verdade que servirão de orientação para o comportamento de um determinado grupo de pessoas; Cultura - conjunto de valores já incorporados pelo grupo e que pode ser observado pelo comportamento natural do mesmo.

Liderança – Como os dirigentes desenvolvem e prosseguem a missão e visão, e desenvolvem os valores necessários para sustentar, a longo prazo, uma cultura de excelência do serviço público, e os implementam na organização através de acções e comportamentos adequados, e estão pessoalmente envolvidos em garantir que o sistema de gestão é desenvolvido e implementado.

Melhores práticas – Utilização de métodos ou iniciativas que conduzem a organização a um desempenho excepcional. Trata-se de um conceito relativo uma vez que pode significar a adopção de práticas de gestão inovadoras ou interessantes, as quais foram identificadas através do *benchmarking.* Por vezes, é preferível utilizar a expressão “boa prática” quando não é possível assegurar que não existe uma melhor.

Melhoria contínua – Técnica de mudança organizacional, que envolve toda a organização (colaboradores e dirigentes) no esforço de melhoria dos processos de trabalho tendo em vista a qualidade dos serviços, a economia de recursos e de tempo.

Meta – Grau de resultados que se pretende alcançar em termos de qualidade, eficiência, impacto etc. Pode ser desdobrada em objectivos pelo nível político ou pela organização.

Objectivo operacional – A formulação mais concreta de um objectivo ao nível da unidade. Um objectivo operacional pode ser imediatamente transformado num conjunto de actividades.

Objectivos de curto prazo – Objectivos que podem ser realizados a curto prazo, geralmente, em menos de um ano.

Output (saída) – É o resultado imediato da produção, que pode incluir bens ou serviços. No entanto, há que ter em conta a distinção entre saídas intermédias e finais. No primeiro caso os produtos ou serviços são fornecidos por um departamento a outro departamento, da mesma organização; no segundo caso, a saída tem como destinatário uma entidade externa à organização.

Qualidade – «Qualidade» é o conjunto de atributos e características de uma entidade ou produto que determinam a sua aptidão para satisfazer necessidades e expectativas da sociedade (Decreto-Lei nº 140/2004 de 8 de Junho). A qualidade é o conjunto de propriedades e características, de um bem ou serviço, que lhe confere capacidade para satisfazer necessidades explícitas ou implícitas dos clientes. Pode ser medida directamente, em função de um determinado padrão, ou indirectamente pela apreciação ou impacto do cliente/cidadão. A Gestão pela Qualidade Total (TQM) focaliza-se nos procedimentos e processos que são considerados essenciais para a promoção da qualidade.

Top-down – Direcção do fluxo de informação ou das decisões, dentro de uma organização, dos níveis hierárquicos mais altos para os níveis hierárquicos mais baixos. O oposto designa-se por **bottom-up.**

TQM – A tradução mais adequada para esta sigla, consiste em Gestão da Qualidade Total (Total Quality Management). O TQM abrange a gerência do grau de eficácia e de eficiência em todos os elementos, internos e externos à empresa, impactados pela existência do empreendimento. O Sistema de Gestão para a Qualidade Total designa uma filosofia de gestão, focalizada no cliente, que procura continuamente melhorar os processos através da utilização de ferramentas de gestão e do envolvimento dos colaboradores em trabalho de equipa. Existem diversos modelos de TQM, sendo os mais utilizados os seguintes: EFQM, Speyer, Malcom Baldridge e ISO 9000.

Valor – Este conceito refere-se aos valores monetários, de bem-estar, culturais e morais. Os valores morais tendem a ser universais, enquanto que os valores culturais podem mudar entre as organizações e os países. Os valores culturais de uma organização devem estar relacionados com a respectiva missão. Podem ser diferentes entre organizações sem fins lucrativos e organizações privadas.

Visão – É o ideal (provavelmente) exequível do que uma organização pretende fazer e alcançar. Trata-se da projecção da imagem da organização, numa perspectiva de médio e longo prazo, que representa os resultados alcançados (“fotografia do futuro”).pode ser medida directamente, em função de um determinado padrão, ou *Missão* - A razão de ser de uma organização.

Índice Remissivo

A
Abordagem Social Construtivista 67
Aumento Global da Qualidade 102
Auto-Avaliação 24, 95, 99, 103, 105, 215, 260

B
Benchmarking 97, 104, 279

C
Colaboração *On-Line* 26, 63, 110
Comunidade Virtual 23, 24, 27, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 75, 115, 138, 139, 140, 205, 224, 259, 261, 280
Comunidades Virtuais de Aprendizagem 62, 277, 278
Consciencialização para a Qualidade 96

D
Disseminação da Imagem dos Museus 12, 23, 24, 138, 192, 195, 259, 268
Disseminação/Percepção da Imagem 21, 118, 134, 231, 266

E
Educação das Comunidades 109
Espaço de Esquecimento 34
Espaço de Memória 34
Espaço Hierarquizante 34
Experimentação 35, 41, 68, 151, 262

F
Função Social do Museu 35, 52

G
Gestão da Qualidade 20, 25, 29, 92, 94, 95, 103, 112, 136, 137, 139, 204, 209, 229, 255, 263, 268, 272, 273, 278, 282
Guia de Conduta para a Utilização dos Fóruns 75

H
Herança Cultural 41, 45

I
Interactividade 56, 57, 59, 63, 80, 163, 180, 196, 197, 201, 215, 239, 256, 260, 261, 269, 280

K
Kaisan 97

L
Login 192

M
Mapa do *Site* 176, 189, 190

Melhoria Contínua 20, 21, 24, 25, 29, 97, 101, 105, 109, 215, 263
Memória..... 33, 34, 35, 38, 41, 43, 44, 45, 46, 51, 179, 247
Missão……..4, 19, 22, 23, 24, 25, 47, 78, 91, 96, 108, 118, 135, 189, 190, 191, 198, 213, 243, 246, 250, 252, 253, 266, 281, 282
Missão do Museu..... 188, 190
Motor de Busca..... 188, 190
Museu Contemporâneo 43
Museu e Escola 4, 109
Museu Integrado..... 41, 109
Museu Integral 39, 41
Museu Virtual..... 47, 48, 50, 231
Museu Virtual Total 48, 49

N
Não Qualidade..... 105, 106
Nova Museologia 41, 275

O
Objecto Museológico 31, 32, 33

P
Participação e Qualidade..... 21, 266
Patriamonialização 32
Plataforma Moodle……..3, 9, 12, 24, 26, 54, 66, 67, 71, 74, 76, 136, 138, 140, 204, 208, 210, 215, 218, 219, 224, 227, 231, 260, 262
Processo Colaborativo..... 63
Processo Perceptivo Individual 232
Processos Museológicos 28

R
Representações Sociais 232, 233

S
Serviços Educativos..... 27, 49, 245, 248, 249, 250

T
Transversalidade 26

V
Vampirismo..... 116
Verbatim 117
Visão do museu 37
Visita Virtual..... 191