



Faculdade de Letras e Ciências Sociais

Departamento de Arqueologia e Antropologia

Curso de Licenciatura em Arqueologia e Gestão do Património Cultural

*(Re) pensando nos Museus Virtuais como estratégia de comunicação em  
instituições museológicas de Moçambique*

Dissertação apresentada em cumprimento parcial dos requisitos exigidos para  
obtenção do grau de Licenciatura em Arqueologia e Gestão do Património Cultural  
na Universidade Eduardo Mondlane

**Elaborado por:** Alquira Francisco Manhique

**Supervisora:** Dr.<sup>a</sup> Kátia Claudina Filipe

Maputo, Junho de 2021

Dissertação apresentada em cumprimento parcial dos requisitos exigidos para obtenção  
do grau de Licenciatura em Arqueologia e Gestão do Património Cultural na  
Universidade Eduardo Mondlane

Departamento de Arqueologia e Antropologia  
Faculdade de Letras e Ciências Sociais  
Universidade Eduardo Mondlane

**Por:** Alqira Francisco Manhique

**Supervisora:** Dr.<sup>a</sup> Kátia Claudina Filipe

<b>O Júri</b>		
<b>O Presidente:</b>  _____	<b>O Supervisor:</b>  _____	<b>O Oponente:</b>  _____
<b>Data:</b>		

## Índice

DECLARAÇÃO.....	iii
Dedicatória.....	iv
Agradecimentos.....	v
ABREVIATURAS, ACRÓNIMOS E SIGLAS.....	vii
LISTA DE FIGURAS, TABELAS E GRÁFICOS.....	viii
Resumo.....	ix
Abstract.....	x
CAPÍTULO I: Nota Introdutória.....	1
1.1. Introdução.....	1
1.2. Estrutura do trabalho.....	1
1.3. Objectivos.....	2
1.4. Justificativa.....	3
1.5. Problematização.....	4
1.6. Metodologia.....	5
1.6.1. Métodos de pesquisa.....	6
1.6.1.1. Quanto a natureza de pesquisa.....	6
1.6.1.2. Quanto ao método de abordagem e procedimento.....	6
1.6.1.3. Quanto a técnica de colecta de dados.....	8
CAPÍTULO II: Revisão de Literatura.....	9
2.1. Breve historial sobre os Museus.....	10
2.2. Correntes museológicas: Museologia Tradicional Vs. Nova Museologia.....	11
2.3. As TICs em Museus.....	14
2.4. Museu Virtual: conceitos e tipologias.....	16
CAPÍTULO III: Fundamentação Teórica e Conceptual.....	18
3.1. Quadro teórico.....	18

3.2. Quadro conceptual.....	19
3.3. Inovação percebida a partir do Quadro Legal .....	23
3.3. 1. Legislação Internacional.....	23
3.3.2. Legislação nacional .....	25
CAPÍTULO IV: Museus em Moçambique: percurso, dinâmicas e o sentido de Virtual	26
4.1. Panorama museológico em Moçambique.....	27
4.2. Análise situacional no âmbito da <i>Nova Museologia</i> .....	30
4.3. Museu Virtual em Moçambique: dos Desafios ás estratégias de Comunicação ....	33
4.4. Estratégia de Comunicação nos Museus: consolidação do Sentido de Virtual .....	36
CAPÍTULO V: Considerações Finais .....	44
5.1. Referências bibliográficas .....	46
Anexos.....	53

## **DECLARAÇÃO**

Declaro que esta dissertação nunca foi apresentada para a obtenção de qualquer grau académico e que a mesma é resultado da minha investigação pessoal, estando devidamente indicadas, ao longo do texto, as respectivas fontes bibliográficas usadas para a sua realização.

Alquira Francisco Manhique

---

## **Dedicatória**

Aos meus pais, meus maiores incentivadores e instrutores de vida.

## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar, gostaria de endereçar os meus agradecimentos a minha Supervisora Dr.<sup>a</sup> Kátia Filipe por ter aceite acompanhar-me no desafio que foi a elaboração do trabalho de conclusão do curso. Agradeço por sempre estar presente para orientar-me, pela paciência e pelo apoio moral.

A minha gratidão estende-se ao corpo docente do Departamento de Arqueologia e Antropologia que contribuiu para a minha formação: Prof.<sup>a</sup>. Doutora Solange Macamo, Prof. Doutor Hilário Madiquida, Prof. Doutor. Leonardo Adamowicz (em memória), Dr. Ricardo Teixeira Duarte, Dr. Décio Muianga, dra. Marta Langa, dr. Celso Simbine, dr. Cézar Mahumane, Dr. Jossias Humbane, Dr. Omar Madime e Dr. Hamilton Matsimbe, pela instrução e conhecimentos transmitidos ao longo da minha formação.

Aos meus colegas de curso, turma 2015, obrigada pelas experiências, ensinamentos e momentos que juntos passamos. Tenho a certeza que cada um de vós deixou uma marca em mim, não só no âmbito académico, mas também para a vida. Agradeço de igual modo aos colegas das turmas 2014 e 2016, pela troca de experiências e aprendizado.

Aos amigos que o curso me ofereceu nomeadamente, Sheila Machava, Laurinda Mutimucui, Joana Marta, Luísa Lovane, Rassina Farassi, Higinio Mucumusete, Baltazar Zero, Beatriz Messias, Pedro Moiane, Alda Mbiza, Albertina Zunguze, e em especial a Flora Tonela, Amélia Macôa, Janete Matusse, Marta Cossa, Varsil Cossa, Lucas Maluvane e Melizória William, agradeço pelos momentos de partilha de conhecimentos, pelos momentos ímpares de risadas, pela troca de material e pelos pequenos mas valiosos sacrifícios.

Agradeço de forma particular e especial ao Ernesto Maculuve, Hámido Atuia e Sidónio Matusse pelos conselhos, dicas, ideias e sobretudo pela disponibilidade em ajudar-me durante a realização do trabalho.

Os meus agradecimentos são extensivos a todas as instituições que directa ou indirectamente contribuíram para a realização das entrevistas para o presente trabalho. Agradeço pela disponibilidade e apoio prestado.

Agradeço imensamente aos meus pais, Francisco Manhique e Anastácia Mandlate. Aos meus irmãos, Márcia Manhique e Ailton Manhique por sempre incentivarem-me e acreditarem que eu seria capaz de superar os obstáculos que a vida me apresentou. Vocês foram os meus maiores pilares nesta caminhada. Às minhas primas, Saquina Matusse, Lucinda Vilanculos e Sidália Vilanculos, sou grata pela amizade, companheirismo, e suporte em todos os momentos. Serei eternamente grata.

A todos que directa ou indirectamente contribuíram para a conclusão deste sonho e que acreditaram em mim, o meu MUITO OBRIGADA.



## **ABREVIATURAS, ACRÓNIMOS E SIGLAS**

FLCS	Faculdade de Letras e Ciências Sociais
ICOFOM	Comité Internacional de Museologia do ICOM
ICOM	Conselho Internacional de Museus
INE	Instituto Nacional de Estatística
INCM	Instituto Nacional das Comunicações de Moçambique
MC	Museu das Comunicações de Moçambique
MCIM	Monumento e Centro de Interpretação da Matola
MHN	Museu da História Natural
MNM	Museu Nacional da Moeda
NM	Nova Museologia
OMS	Organização Mundial da Saúde
TICs	Tecnologias de Informação e Comunicação
TVM	Televisão de Moçambique
UEM	Universidade Eduardo Mondlane
Vs.	Versus

## LISTA DE FIGURAS E TABELAS

### a) Tabelas

Tabela 1: Âmbitos de intervenção da Museologia .....	12
Tabela 2: Diferenças na actuação dos Museus .....	13
Tabela 3: Desafios e limitações de acesso ao virtual nos museus de Moçambique .....	54
Tabela 4: Linha Evolutiva dos Museus .....	55
Tabela 5: Síntese conceitual de Museus virtuais .....	56
Tabela 6: Caracterização dos tipos de <i>sites</i> de Museus .....	58
Tabela 7: Categorias dos Museus virtuais na internet .....	59
Tabela 8: Categorização das Instituições Museológicas Nacionais .....	60

### b) Figuras

Figura 1: Distribuição dos museus por província.....	28
Figura 2: Comparação de visitas em 2018 e 2019.....	30
Figura 3: Distribuição percentual por natureza das visitas aos Museus .....	30
Figura 4: Círculo virtuoso de Barry.....	38
Figura 5: População com acesso a internet em Moçambique.....	39
Figura 6: População por uso de internet em Moçambique .....	54
Figura 7: População por uso de computador/Tablet/Laptop em Moçambique .....	54

## **Resumo**

O presente trabalho tem como objectivo compreender a combinação entre os Museus Virtuais e a possibilidade de uma maior proximidade entre estas instituições museológicas e seus públicos. Esta proximidade, conforme demonstrado ao longo do trabalho, assenta na possibilidade de criação de museus que privilegiem o sentido virtual, como elemento de reinvenção na gestão dos museus em Moçambique. A pesquisa foi feita com recurso à procedimentos de natureza qualitativa baseados nos métodos indutivo, histórico e comparativo, na análise de material bibliográfico, documental e de entrevistas. Esta combinação de procedimentos metodológicos permitiu recolher e relacionar diferentes dados como por exemplo relatórios estatísticos, vídeos e entrevistas que foram importantes na construção do meu argumento. O meu argumento assenta na ideia da adopção do “virtual” pelas instituições museológicas, como forma de facilitarem uma comunicação mais regular e atractiva por parte dos visitantes, em relação aos próprios museus. Os resultados da pesquisa sugerem que o “virtual” a ser percebido como museu virtual constitui uma estratégia importante para a comunicação e interacção dos museus, através por exemplo do recurso à *website*, às redes sociais, e às exposições virtuais, entre outros. Em todo este contexto, ressalve-se como uma importante mais-valia para a preservação e divulgação do património cultural, o facto de os Museus poderem deixar de ser vistos como uma instituição estática, acessível apenas quando visitados de forma presencial e tornarem-se espaços mais autónomos e interactivos para os visitantes.

**Palavras-chave:** Museus; Museus virtuais; Comunicação; Moçambique.

## **Abstract**

This work aims to understand the combination between Virtual Museums and the possibility of greater proximity between these museological institutions and their audiences. This proximity, as demonstrated throughout the work, is based on the possibility of creating museums that privilege the Virtual sense, as an element of reinvention in the management of museums in Mozambique. The research was carried out using qualitative methodology based on inductive, historical and comparative methods, in the analysis of bibliographic, documentary and interview material. This combination of methodological procedures made it possible to collect and relate different data such as, for example, statistical reports, videos and interviews that were important in the construction of my argument, which is based on the idea of adopting the “virtual” by museological institutions. The results of the research suggest that the “virtual” to be perceived as a virtual museum constitutes an important strategy for museums communication and interaction, through, for example, the use of the website, social networks, virtual exhibitions, among others. In all this context, it should be noted that an important asset for the preservation and dissemination of cultural heritage, the fact that Museums can no longer be seen as a static institution, accessible only when visited in person and become spaces more autonomous and interactive for visitors.

**Keywords:** Museums; Virtual museums; Communication; Mozambique.

## **CAPÍTULO I: Nota Introdutória**

Neste capítulo, é feita a contextualização do presente trabalho. Nesse sentido é trazida uma breve descrição dos pressupostos que possibilitaram a discussão do tema, a delimitação da problemática e da pergunta de partida. De seguida, é apresentada a metodologia que conduziu à materialização da análise a que me propus.

### **1.1. Introdução**

Este trabalho constitui uma tentativa de problematizar e reflectir sobre os museus virtuais como estratégia de comunicação das instituições museológicas em Moçambique. A principal preocupação é compreender como é que os museus virtuais podem representar uma estratégia de comunicação válida para as instituições museológicas em Moçambique.

Nesta perspectiva, importa referir como meu ponto de partida o novo paradigma da teoria museológica. Este novo paradigma defende a dinamização e transformação do “museu tradicional” para um novo tipo de museu que se preocupa com o seu público e particularmente, preocupa-se com as necessidades, sensibilidades e possibilidades de aprendizagem no espaço museológico. À este paradigma atribui-se o nome de *Nova Museologia*.

A problemática em torno dos museus virtuais apresentada neste trabalho surge devido a nova dinâmica mundial, na qual as pessoas encontram-se interligadas através das novas tecnologias de informação e comunicação. Ao mesmo tempo, verifica-se que os museus estão cada vez mais preocupados em estabelecer uma comunicação mais abrangente e eficaz com os seus públicos, quebrando assim as barreiras impostas pela ideia de museu entre “quatro paredes”, entando que espaço físico e cercado, que caracteriza a Museologia Tradicional.

Neste sentido, trago a discussão sobre os museus virtuais que surgem como ferramentas que ultrapassam os limites estabelecidos pelos museus tradicionais e que possibilitam que as instituições museológicas partilhem o seu acervo com um maior número de pessoas, quebrando desta forma as barreiras físico-geográficas. Assim, com este trabalho, espero contribuir na compreensão e adopção das diversas estratégias de comunicação que podem ser usadas a favor dos museus para a disseminação dos seus acervos e actividades.

### **1.2. Estrutura do trabalho**

Para discutir o tema em mãos, o trabalho foi estruturado em cinco (5) capítulos distribuídos da seguinte maneira: no primeiro capítulo são apresentadas as principais questões a serem abordadas de modo a garantir a discussão entre os conceitos de Virtual e de Museu, relacionando-os com o contexto de Moçambique. Nesse sentido, destaco os objectivos do trabalho, a justificativa, a problematização, a metodologia e os métodos.

No segundo capítulo, a partir da revisão de literatura, apresento as principais ideias ou argumentos de diferentes autores sobre o tema. Importa referir que, a literatura em discussão resulta em grande medida de pesquisas feitas com recurso a Internet, à revistas científicas, à repositórios de universidades e no *Google académico*.

Dedico o terceiro capítulo á fundamentação teórico-conceptual. Neste capítulo indico a principal teoria e conceitos que norteiam a análise que faço ao longo do trabalho, bem como o enquadramento legal através do qual abordo um conjunto de documentos legais sobre Museologia e Comunicação, num âmbito mais geral, de nível internacional e outro mais específico, de nível nacional.

O quarto capítulo traz aspectos relativos aos museus em Moçambique, de forma particular, apresenta uma análise situacional no âmbito da *Nova Museologia* e analisa como o virtual se pode manifestar nos museus nacionais. Aqui também, discuto o virtual nos museus de Moçambique e, com base em exemplos de alguns museus, demonstro o sentido de virtual nos museus moçambicanos. Nesta perspectiva, sigo com a minha análise reflectindo sobre as principais limitações, desafios e as estratégias de comunicação que caracterizam o processo de criação, implementação e acesso ao virtual nos museus de Moçambique, tanto por parte do público bem como das instituições. Para finalizar, já no quinto capítulo, teço as considerações finais.

### **1.3. Objectivos**

#### **a) Geral:**

- Compreender a combinação entre os Museus Virtuais e a possibilidade de uma maior proximidade entre estas instituições museológicas e seus públicos.

#### **b) Específicos:**

- Descrever a história dos Museus em Moçambique e no Mundo;
- Reflectir sobre o conceito “*Nova museologia*” tendo em conta o contexto actual da Pandemia de COVID-19 em Moçambique e no mundo;
- Discutir a operacionalização da ideia de Virtual no contexto dos museus moçambicanos;
- Relacionar a implementação dos Museus virtuais com o nível de visitação em instituições museológicas moçambicanas.

#### **1.4. Justificativa**

O interesse pelo tema é resultado das diversas matérias discutidas ao longo da minha formação, especialmente as relacionadas com a Museologia. Uma das questões de grande interesse prendeu-se com a necessidade de compreender os mecanismos usados pelas instituições museológicas na comunicação com o público, no contexto da divulgação do património cultural de Moçambique.

Ao interesse acima mencionado, alia-se o facto de que no momento de elaboração deste trabalho, o Mundo enfrentar a Pandemia de COVID-19 a qual impõe novos desafios ao relacionamento entre as pessoas. À este respeito uma das principais medidas de prevenção de acordo com as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS) é a limitação de movimento e de contacto entre as pessoas, sobretudo, a necessidade de evitar aglomerados populacionais.

Foi neste contexto que muitos museus, se não todos, um pouco por todo o mundo foram obrigados através de decretos ministeriais a encerrar as portas para o público. Os museus em particular tiveram que se reinventar, recorrendo estrategicamente às plataformas virtuais de modo a manterem-se “vivos”. Por hora, face à esta pandemia, as plataformas virtuais constituem o principal meio que permite uma aproximação entre os museus e os seus públicos.

Neste sentido, esta pesquisa é importante na medida em que constitui uma oportunidade para reflectir sobre os museus, a museologia e as suas transformações em tempos de avanços tecnológicos bem como em tempos de crises como esta que o mundo testemunha hoje. Desta forma, diferente daquela visão de museu como um lugar físico e de práticas de coleccionismo, este trabalho propõe uma abordagem inovadora na forma de pensar a museologia e os museus bem como os mecanismos para preservá-los, interpretar e

sobretudo comunicar ao público sobre o património existente. Este estudo demonstra similarmemente a convergência existente entre a comunicação e a museologia evidenciando dessa forma o carácter interdisciplinar e transversal existente entre estas duas áreas do saber.

O tema constitui também uma possibilidade para reflectir sobre a pertinência da aplicação das diversas estratégias de comunicação e disseminação dos museus no contexto do avanço tecnológico que se assiste, tal como é referenciado na Resolução nº12/97 de 10 de Junho que aprova a Política Cultural e Estratégia de sua Implementação. A referida resolução, no artigo nº 8 direcciona a sua atenção para as TICs que contribuem para o acesso rápido a todo tipo de informação e para a aproximação entre as instituições de todo o mundo (Resolução nº12/97 de 10 de Junho).

### **1.5. Problematização**

Nos dias de hoje, a comunicação tornou-se um factor indispensável para as instituições e organizações da sociedade, sendo que estas procuram a cada dia melhorar as suas acções de partilha e acesso a informação através do uso das novas tecnologias com particular destaque para aquelas ligadas à *internet*. Neste contexto, os museus por si só não têm como competir com a densidade de informação que a *internet* e demais ferramentas de informação e comunicação proporcionam, uma vez que a interacção com uma exposição virtual e facilidades de acesso podem parecer mais atractivas e cada vez mais simples e intuitivas de manejar-se (Velooso 2017). Em contexto da globalização<sup>1</sup>, as instituições são cada vez mais chamadas a adoptar medidas que se adequam aos novos parâmetros de partilha de informação e neste contexto, os museus são também convidados a partilhar as suas actividades e o acervo que têm disponível.

O processo é desafiador pois, diante das novas (e avançadas) tecnologias de informação e comunicação torna-se necessário transferir, criar e recriar o museu de modo a transpor as suas paredes e engrenar no espaço virtual. Aqui, o museu encontra um espaço favorável e estratégico para a preservação do património, encontra ainda uma maior interacção com seus públicos, locais e/ou globais. Trata-se sem dúvida de ferramentas que oferecem inúmeras vantagens. A partir destas ferramentas tecnológicas, os museus

---

<sup>1</sup> “Diminuição do espaço geográfico pelo encurtamento do tempo; o que acontece num determinado lugar tem um impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a grande distância” (Hall 2002).



virtuais têm a possibilidade de interagir melhor e de forma eficaz com um público diversificado, possibilitando a partilha de informações, de forma a tornar possível para os seus públicos visitar o museu a partir de qualquer ponto do mundo e à qualquer hora. Contudo, é preciso considerar que a criação de um museu virtual implica a necessidade de digitalizar o acervo existente, adoptar novas medidas e estratégias de comunicação que sejam mais abrangentes e eficazes e, muitas vezes este aspecto torna-se um obstáculo marcante.

Em Moçambique, os museus ainda enfrentam grandes obstáculos para que o processo de partilha de informação, no sentido acima referido, seja completo: (i) ainda existem limitações relativas aos elevados custos de internet e à baixa qualidade da rede (Joanguete 2011); (ii) pode-se falar de um relativo desinteresse e pouco conhecimento das pessoas sobre os museus e sobre a importância dos mesmos, não obstante os esforços existentes em alguns museus para partilhar os seus acervos através dos medias sociais e outras plataformas; (iii) a comunicação entre os museus e seus “públicos” continua a ser um desafio (Muchacho 2005).

Considerando que tradicionalmente o museu foi concebido como um espaço fechado, fisicamente delimitado com o objectivo principal de preservar e salvaguardar o património, nesta perspectiva, a interacção ou comunicação entre estas instituições e seus públicos dependerá da presença física do público-visitante no espaço museológico. Contudo, as cada vez mais incontornáveis novas tecnologias de comunicação, em combinação com os processos de digitalização no contexto da gestão de todo o tipo de instituição, incluindo a museológica, obrigam à um repensar em termos de sua estrutura, visibilidade, funcionamento e, sobretudo, de estratégias de comunicação, sob pena de estas instituições se tornarem desactualizadas, temporalmente descontextualizadas e, sobretudo não abrangentes. É uma perspectiva distinta deste último cenário a que se discute em relação aos Museus em Moçambique. Assim sendo, surge como pergunta de partida a seguinte:

*Como é que os Museus Virtuais podem constituir estratégia de comunicação em instituições museológicas de Moçambique?*

## **1.6. Metodologia**

A metodologia é segundo Gerhardt & Silveira (2009), o estudo do método, ou seja, é o corpo de regras e procedimentos estabelecidos para realizar uma pesquisa. Neste sentido, com vista a analisar a combinação entre os museus virtuais e a possibilidade de uma maior proximidade entre estas instituições museológicas e seus públicos, recorri a diferentes métodos aplicados nas Ciências Sociais que são a seguir descritos.

### **1.6.1. Métodos de pesquisa**

Para os efeitos deste trabalho, classifiquei os métodos aplicados em três categorias nomeadamente: a natureza de pesquisa, os métodos de abordagem e as técnicas de colecta de dados. Estas categorias permitiram sintetizar os procedimentos e apresentar as ferramentas usadas para responder à pergunta de partida e alcançar os objectivos do trabalho.

#### **1.6.1.1. Quanto à natureza da pesquisa**

No presente trabalho, optei pela pesquisa de natureza qualitativa que segundo Minayo (2001), enfatiza o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde à um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenómenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. A explicação dada por Minayo (2001) reforça a ideia central deste trabalho de que os Museus virtuais aliam-se ao significado que as estratégias de comunicação em Museus podem ter para o cumprimento das funções museológicas e igualmente para a forma como estas instituições podem ser vistas e valorizadas pela Sociedade.

A pesquisa de natureza qualitativa não se preocupa com a representatividade numérica, mas sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. (Gerhardt & Silveira 2009). Entretanto, não obstante o carácter qualitativo da pesquisa, recorri também à análise quantitativa como forma de permitir uma reflexão mais abrangente à alguns dados encontrados ao longo da pesquisa.

#### **1.6.1.2. Quanto ao método de abordagem e procedimento**

**a) Método indutivo:** considera a aproximação dos fenómenos como parte de planos cada vez mais abrangentes, indo das constatações mais particulares às leis e teorias (conexão ascendente) (Lakatos & Marconi 2011). A aplicação deste método abrange três fases essenciais para uma indução correcta: (i) observei atentamente certos factos ou

fenómenos; (ii) classifiquei, isto é, agrupamento dos factos ou fenómenos da mesma espécie, a relação constante que se nota entre eles e por fim, (iii) categorizei os fenómenos que resultam da generalização da relação observada (Lakatos & Marconi 2011). A partir destas três fases, o método indutivo foi aplicado no trabalho da seguinte forma:

- **Observação**

Foram realizadas visitas virtuais para melhor conhecimento de causa ao discutir o sentido de virtual em instituições museológicas. Os museus virtualmente visitados foram os seguintes: Museu de Louvre (França), Museu virtual da Rádio e Televisão de Portugal (Portugal) e o Museu das Comunicações de Moçambique. Visitei igualmente algumas páginas de museus nacionais com maior enfoque para as disponibilizadas através dos *medias* sociais, em particular pelo *Facebook*, o que me permitiu perceber, como os *medias* sociais são usados para a divulgação dos museus e de que forma, as pessoas seguem as páginas dos museus nestas plataformas. Destas visitas, percebi que a maior parte dos museus nacionais têm uma página no *facebook* como por exemplo o Museu de História Natural, Museu Nacional da Moeda, Museu Nacional de Geologia, Museu de Arqueologia, Museu Regional de Inhambane, entre outros. Contudo, poucos são os museus que publicam as suas actividades ou conteúdos com frequência, algumas páginas não tem publicações e por isso, não há nenhuma interacção com o público. Em contrapartida, as páginas dos museus mais activos no *facebook* (Museu de História Natural, Museu Nacional de Geologia, Museu Mafalala e a Fortaleza Nossa Senhora da Conceição que alberga o Museu Histórico-Militar) apresentam um número considerável de seguidores o que representa uma mais-valia na divulgação do seu conteúdo.

- **Classificação**

Consistiu em agrupar e classificar os museus em duas dimensões: (i) de museus que são apenas virtuais, e (ii) museus virtuais que também existem em formato físico. Este procedimento possibilitou-me compreender as vantagens e o impacto da “virtualização” na divulgação do acervo e património museológico no país e no mundo. Após a observação, procurei agrupar e classificar os museus que existem apenas na dimensão virtual e aqueles que para além do virtual, existem também na dimensão física. Este procedimento possibilitou-me compreender as vantagens e o impacto da implementação

da “virtualização” por parte dos museus que já existem na sua dimensão física, bem como perceber como estes (os museus físicos) podem expandir os seus serviços e actividades através da implementação de ferramentas virtuais.

- **Categorização**

A partir de exemplos de museus virtuais existentes em outros países, esta fase permitiu-me compreender no caso de Moçambique, o que poderia considerar museu virtual e o que considero museu que faz o uso do virtual.

**b) Método histórico:** Consiste em perceber acontecimentos, processos e instituições do passado para verificar a sua influência na sociedade de hoje. Aqui, importa referir que as instituições alcançaram a sua forma actual através de alterações de suas partes integrantes que, ao longo do tempo, foram influenciadas pelo contexto cultural particular de cada época (Lakatos & Marconi 2011). Assim sendo, este método possibilitou-me demonstrar historicamente os diferentes períodos marcantes na transformação dos museus em Moçambique e no mundo, fazendo referência ao contexto social, político e económico que motivou a criação destas instituições.

**c) Método comparativo:** realiza comparações com a finalidade de verificar similaridades e explicar divergências. Este método é usado tanto para comparações de grupos no presente, no passado, ou entre os existentes e os do passado, quanto entre sociedades de iguais ou de diferentes estágios de desenvolvimento (Lakatos & Marconi 2011). A escolha deste método facilitou a comparação de fenómenos tais como: (i) a Museologia tradicional e a *Nova museologia*; (ii) as tipologias de Museus virtuais existentes em Moçambique e em outros países e (iii) o estado da Museologia em Moçambique antes e após a independência, com maior destaque para as mudanças que ocorreram após a promulgação da Resolução n° 11/2010 de 2 de Junho que aprova a Política dos Museus.

#### **1.6.1.3. Quanto a técnica de colecta de dados**

**d) Pesquisa bibliográfica:** A pesquisa bibliográfica visa “procurar, recolher, analisar, interpretar e julgar as contribuições teóricas já existentes sobre um certo assunto” (Ludwig 2009). Este tipo de pesquisa, procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. No contexto deste trabalho, foi feita uma pesquisa bibliográfica que consistiu na identificação, selecção e recolha de literatura em

diferentes fontes tais como livros, revistas científicas, jornais, monografias e teses disponibilizadas em motores de busca da *Internet*.

**e) Pesquisa documental:** A característica da pesquisa documental é que a fonte de colecta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias (Lakatos & Marconi 2011). Estas fontes podem pertencer a arquivos públicos, fontes estatísticas, arquivos particulares de instituições e domicílios. Neste caso, a pesquisa documental restringiu-se aos documentos escritos nomeadamente: dados estatísticos do INE (2018 e 2019) que, ao longo do trabalho, são apresentados através de gráficos; e documentos normativos nacionais e internacionais a partir dos quais, identifiquei e analisei os principais instrumentos legais sobre a museologia.

**f) Entrevistas:** foram feitas a partir de um roteiro de perguntas que serviu de base para a conversa com os entrevistados. Particularmente, recorri à entrevista semiestruturada que, segundo Lakatos e Marconi (1996), possibilita ao entrevistador uma maior flexibilidade na obtenção de informação, pois, o entrevistador pode repetir ou esclarecer perguntas. De igual modo, esta técnica oferece maior oportunidade para observar, avaliar atitudes e condutas do entrevistado em relação ao que diz e como diz (registo de reacções e gestos). Nesse sentido, entrevistei quatro (4) pessoas nomeadamente, Elisabeth Chirindza (Guia do Museu de História Natural), Guilherme Mussane (Curador do Museu das Comunicações de Moçambique), António Macandza (Guia do Monumento e Centro de Interpretação da Matola) e Jorge Anselmo (Curador do Museu Nacional da Moeda). Esta técnica permitiu-me colectar informações em alguns museus da cidade de Maputo sobre como são implementadas as plataformas virtuais para a comunicação sobre o património cultural existente nestas instituições e o meio usado para a sua gestão.

## **CAPÍTULO II: Revisão de Literatura**

Neste capítulo, apresento os principais argumentos ou ideias que sustentam o debate em torno da *Nova Museologia*, das TICs em museus, das estratégias de comunicação em museus e dos museus virtuais. A literatura discutida é resultado da pesquisa bibliográfica feita em revistas científicas, repositórios e jornais disponíveis em ferramentas

electrónicas (a nível nacional e internacional). De referir que no decorrer deste processo houve dificuldades para encontrar materiais específicos sobre os museus virtuais em Moçambique, provavelmente por se tratar de um tema relativamente novo.

## **2.1. Breve historial sobre os Museus**

Os museus apresentam uma evolução significativa ao longo da história e, com isto, as funções destas instituições vêm sendo adaptadas aos diferentes períodos. Neste âmbito, vários autores têm estudado os museus e demonstrando os processos de sua evolução e transformação.

A palavra museu é derivada do grego *mouseion*, que significa “templo das musas”. Este termo denominava o templo das nove musas ligadas a diferentes ramos das artes e ciências. Estes templos podem ser entendidos como locais de contemplação e reservados aos estudos científicos, literários e artísticos (Suano 1986). De acordo com Ambrose & Paine (2006), o termo museu foi pela primeira vez usado em inglês *museum* em 1682 para descrever colecções raras e exóticas que Elias Ashmole ofereceu a Universidade de Oxford. Tratava-se de objectos fora do comum, por tal motivo suficientes para despertar a curiosidade e motivar visitas aos locais onde eram expostos, destacando-se assim as Galerias Palacianas, usadas para exposição de esculturas e pinturas, ainda que estivessem confinados num círculo privado e profundamente elitista. Não obstante, vão surgindo Sociedades e Instituições que passam a ter sua própria colecção e a funcionarem sob gestão igualmente específica (Filipe 2017: 4), estes acontecimentos levaram ao surgimento em 1671 do primeiro museu universitário e mais tarde em 1683 o primeiro museu moderno.

Com a criação destes Museus, o círculo elitista e privado é abandonado e a educação do público passa a ser o principal objectivo dos museus. Entretanto, a noção contemporânea do museu, embora esteja associada a arte, ciência e memória como na Antiguidade, ao longo da história adquiriu novos e múltiplos significados.

Esta dinâmica em torno da actividade museológica e dos museus em particular, permite o surgimento de museus cada vez menos generalistas. Começam a surgir os museus especializados, dada expansão e diversificação das colecções ou acervos de tais museus. São exemplos, o Museu da Ciência de Londres e o Museu Tecnológico de Viena (Filipe 2017: 7) .

No âmbito da linha de evolução dos museus apresentada na tabela 4 (página 55), Moçambique enquanto colónia portuguesa, também experienciou da avidez de criação e expansão de museus, maior parte deles, de especialização. Trata-se de museus que foram criados para servir aos interesses ideológicos e imperialistas de Portugal. Todavia, hoje em dia, esses mesmos museus constituem importantes fontes de história, cultura e investigação, referimo-nos a título de exemplo, ao Museu de História Natural (1913), Museu Nacional de Geologia (1940), Museu Nacional de Etnografia de Nampula (1956), entre outros (*Ibidem*).

Depois da independência, foram desenvolvidas várias acções com o objectivo de recuperar o património cultural e natural de Moçambique, sendo de destacar a Campanha Nacional de Preservação Cultural realizada entre 1978 a 1982 (Issak 2006). Esta campanha permitiu recolher, registar e descrever vários aspectos da cultura e tradições locais a escala nacional, e culminou com a criação de depósitos museológicos em todas as províncias e o enriquecimento das colecções dos museus existentes. Durante muito tempo, a criação e gestão de museus era uma acção quase que exclusiva de instituições tuteladas pelo Governo Moçambicano. Mais recentemente existe uma crescente tendência de criação de museus privados, comunitários e de gestão descentralizada, impulsionados pela vasta diversidade patrimonial (individual ou de comunidades) que é tornada acessível aos visitantes como forma de partilhar e valorizar o seu legado, conforme assegurado pela Resolução nº12/97 de 10 de Junho, que Aprova a Política Cultural e Estratégia de sua Implementação e posteriormente pela Resolução nº 11/2010 de 2 de Junho, que aprova a Política de Museus.

## **2.2. Correntes museológicas: Museologia Tradicional Vs. Nova Museologia**

A Museologia sendo uma ciência que se preocupa com o estudo dos museus, abarca em suas análises a evolução destas instituições. Com isto, surgem duas correntes que se diferenciam pela sua forma de actuação e evolução. Trata-se da *Museologia Tradicional* e da *Nova Museologia*.

### **a) Museologia Tradicional**

Ocupa-se do estudo dos museus compostos por uma colecção de objectos, por um edifício e por um público, cujas funções primordiais são a aquisição, conservação e a apresentação

(Azevedo 2015). De forma sucinta, o museu visto a partir de uma perspectiva tradicional, é centrado no objecto museológico, que constitui seu foco de estudo e o seu objectivo é conservar e informar sobre o mesmo.

O Museu tradicional é puramente racional, especializado, orientado para o produto, centrado nos objectos que eram unicamente originais, orientados para o passado com uma postura formal e autoritária (Queiroz 2013). No entanto, apesar das mudanças que se verificam no sector museológico, a Museologia tradicional resiste e se expande dando indícios de que ainda detém grande poder de influência no ambiente museal.

### **b) Nova Museologia**

A *Nova Museologia* é, segundo Mairesse & Desvallées (2010), um discurso em torno dos papéis sociais e políticos dos museus, a partir do qual são incentivadas novas formas de comunicação e novos estilos de expressão. Segundo Fernandez (1999) citado por Araújo & Candau (2012), os parâmetros da Nova Museologia são: (i) o respeito pela diversidade cultural, (ii) a multidisciplinaridade, (iii) o enfoque no sentido de local, (iv) a interactividade entre o que é exposto e os públicos, (v) a participação comunitária, (vi) o reforço da importância da exposição para o diálogo e a mobilização social.

O Novo Museu, em oposição ao Museu Tradicional, leva em conta as emoções, está orientado para o processo, manifesta a complexidade e tenta visualizar os conceitos. Interessa-se também pelo presente e pelas memórias deste presente, aceita cópias dos objectos, tem uma postura informal, comunicativa e orientada para a inovação (Carvalho 2014).

Chegados a este ponto de análise, com base nas principais características apresentadas, nas tabelas que seguem abaixo (1 e 2) faço a distinção a *Museologia Tradicional* da *Nova Museologia*, tomando como elementos comparativos o espaço, o acervo, o público e a função.

**Tabela 1: Âmbitos de intervenção da Museologia<sup>2</sup>**

<b>Elementos de comparação</b>	<b>Museologia tradicional</b>	<b>Nova museologia</b>
Espaço	Edifícios	Território

<sup>2</sup> Fonte: Varine (2003) citado por Azevedo (2015).



Acervo	Colecções	Património
Público	Público pré-definido	Comunidade participativa
Função	Educativa, no sentido de educar o visitante numa determinada especificidade.	Pedagógica entendida como essencial para o desenvolvimento local

**Tabela 2: Diferenças na actuação dos Museus<sup>3</sup>**

Elementos de comparação	Museu “Clássico”	Museu de Desenvolvimento da Comunidade <sup>4</sup>
Espaço	Edifício(s)	Território
Acervos	Colecção(ões)	Património (cultural e/ou natural) e todos os recursos disponíveis presentes na comunidade
Função	Disciplina(s) científica(s) e prática(s)	Desenvolvimento global, perspectiva interdisciplinar: a) População da comunidade b) Visitantes da comunidade

Portanto, ao comparar estas duas correntes museológicas compreende-se que há características particulares, todavia há também registo de complementaridades nas suas abordagens. Por exemplo, a *Nova Museologia* não elimina a forma de actuação aplicada da Museologia Tradicional mas, pelo contrário, reconhece ser esta um reforço para melhorar o desempenho dos museus. Nesta perspectiva, como parte de suas estratégias de comunicação, a Nova Museologia procura aceder às memórias colectivas, saberes da população sobre o património, e aos objectos que caracterizaram as suas vidas (estes

<sup>3</sup> Fonte: Fernandez (1999) citado por Azevedo (2015).

<sup>4</sup> Museu característico da Nova Museologia.

últimos só podem ser identificados através das colecções muitas vezes existentes nos museus tradicionais).

### **2.3. As TICs em Museus**

Como produto das leituras feitas, foi possível compreender que o museu deve ter capacidade para responder aos desafios e mudanças impostas pela Sociedade e pela dinâmica espaço-temporal. Entretanto, esta capacidade passa pela necessidade de adaptar-se à novas formas de comunicação e usá-las a seu favor para justificar a importância do seu acervo e desta forma comunicá-lo.

Styliani *et al* (2009) discutem a ideia dos museus interessarem-se pelo digital não só para a preservação do património cultural mas também para que o conteúdo da informação que se pretende transmitir seja acessível à grande parte do público, e deste modo, tornar o seu acervo conhecido de forma mais abrangente. Portanto, os museus passam a combinar a possibilidade de cumprimento das suas funções com o conjunto de recursos tecnológicos que os potencia à uma maior e sempre crescente visibilidade, não mais exclusivamente presencial mas também virtual. As atenções são viradas para o público e para a necessidade de alcançar uma maior audiência.

Andrade (2008) e Muchacho (2005) apresentam uma reflexão sobre o uso das novas tecnologias por parte dos museus na promoção dos bens e actividades junto de públicos específicos, com a facilidade de distribuição, acesso à informação via *internet* e a possibilidade de interacção transformadas em ferramentas de comunicação. Para estes autores, é importante a utilização das TICs como instrumento de comunicação entre o museu e o seu público porque, estas novas tecnologias proporcionam maiores facilidades na expansão do património existente nos museus bem como pela possibilidade de maior alcance ao público que deseja conhecer este património.

Por sua vez, Ramos, Vasconcelos e Pinto (2014) discutindo a ideia do uso das TICs em museus como mais um passo para a convergência, complementam a tese defendida por Costa (2010) sobre a urgente abordagem holística, sistémica e integrada considerando o movimento convergente desenvolvido em torno da Museologia e do espaço museológico, a propósito da gestão da informação e do impacto provocado pelas TIC. A integração das TIC em museus proporcionam maior visibilidade da informação que se pretende transmitir e, sobretudo, permitem que os museus acompanhem o desenvolvimento tecnológico que se verifica e, desta forma manter-se sempre actualizado.

A partir do argumento apresentado por estes autores, torna-se possível compreender que as TICs apesar de serem uma ferramenta inovadora usada pelas instituições museológicas, não interferem no cumprimento das principais funções dos museus, sendo necessário que se adoptem medidas relacionadas a gestão de informação dos museus que sejam adequadas ao tipo de instituição em causa, o que garante que as informações sejam apresentadas ao público de forma correcta.

Nesta perspectiva, Maffei (2012) demonstra na sua análise que as TICs são ferramentas que aliadas aos museus podem trazer vantagens notórias como complemento de uma exposição, no processo de transmissão da mensagem e do valor dos museus a um público amplo. Assim, as TICs influenciam também na forma como os visitantes (o público) olham e compreendem o objecto museológico.

Neste contexto, verifica-se que os museus deixaram de ser entendidos como meros repositórios de objectos para assumirem-se como produtores, difusores de informação e de conhecimento, características potenciadas, em grande escala, pela utilização das TICs através do uso de ferramentas como a internet, vídeos, áudios e imagem, o que implica maior diversificação no ambiente museológico e alcance de diferentes públicos. Neste sentido, para manterem-se apelativos e conquistar novos públicos, os museus encontram nas aplicações multimédia, que integram texto, som e imagem associados a interactividade, uma forma inovadora e actual de divulgarem o seu acervo, promoverem as suas actividades e enriquecerem a experiência museológica (Santos & Lima 2014).

Santos & Lima (2014) argumentam que com o desenvolvimento tecnológico, tornou-se possível, a partir de um dispositivo de acesso à rede de Internet, visitar os museus, obras de artistas consagrados sem sair do lugar em que se está. Trata-se do carácter omnipresente oferecido pelas TICs que, reduz a necessidade de deslocações geográficas para visitas presenciais. Mais uma vez, em contextos pandémicos como os actuais causados pela COVID-19, este pressuposto representa um aspecto deveras pertinente e que possibilita a necessária reinvenção das instituições museológicas, com particular destaque para as nacionais.

Costa (2010) apresenta o museu como um sistema de informação e advoga que se o museu tradicional estava orientado para a importância das suas colecções e para a geração de um armazém do conhecimento, o museu actual centra as suas atenções no território onde está cultural e geograficamente inserido. Isto implica que o museu deve envolver nas suas

funções a colecta, o processamento, a transmissão e a disseminação do seu acervo para o público, enfatizando sempre o papel pedagógico e transmissor de legado cultural e identitários dos museus. Assim, Hooper-Greenhill (1994), reflectindo sobre o papel educacional dos museus apresenta e distingue dois tipos de comunicação existentes dentro desta instituição. A primeira é directa e desenvolve-se entre os técnicos do museu e os visitantes, enquanto a segunda é indirecta destinada à um grande número de pessoas e, geralmente é desenvolvida através de exposições e publicações que funcionam como meios de comunicação.

Portanto, as TICs são sem dúvidas ferramentas centrais para a comunicação de qualquer instituição. Como demonstro nos parágrafos anteriores, face a pandemia da COVID-19, os museus recorreram aos seus espaços virtuais para continuar com as suas actividades, disponibilizando os seus acervos em plataformas digitais para o mundo. Desta forma, superaram os desafios impostos pelas restrições na mobilidade e contacto físico entre si e os seus públicos.

#### **2.4. Museu Virtual: conceitos e tipologias**

A palavra virtual vem do latim medieval *virtualis* que, traduz a ideia de força ou potência. De acordo com o filósofo Pierre Levy (1997), o termo “virtual” não pode se opor ao real, mas ao actual, uma vez que a virtualidade e actualidade são apenas duas maneiras diferentes de ser. Nesse contexto, o virtual não substitui o real, mas, antes, multiplica as oportunidades para actualizá-lo. Destaco assim, como parte do meu argumento, que a discussão que trazemos no presente trabalho não pretende qualificar eventual (in)sucesso quer da *Museologia Tradicional* quer da *Nova Museologia* no contexto das instituições museológicas moçambicanas. Almejo pelo contrário, ajudar a reflectir sobre o facto de parte da necessária reinvenção dos museus a funcionarem em Moçambique, poder ser impulsionada por uma estratégia de comunicação assente no sentido de virtual.

Este posicionamento é também suportado por Favoreto *et al* (2012), que definem o virtual numa relação de paridade com o actual (virtual e actual como partições do real). Na sua perspectiva o virtual não seria algo ilusório nem diria respeito a uma ausência de contraparte material para qualquer conceito mas sim a actualidade em potência.

A discussão sobre o que é ou pode ser virtual é bastante complexa. Por exemplo, no senso comum, o virtual remete ao sentido de imaginário que, faz oposição à algo que existe fisicamente e está sempre associado ao computador ou a internet. O conceito virtual está

associado àquilo que tem existência aparente e não propriamente real nem física, estando através do acesso à *Internet* disponível para pessoas em todo mundo. Os computadores, telas e corpos fazem parte da realidade, entretanto, o virtual pode ser entendido como o que não é físico. O mundo da significação que é o verdadeiro mundo virtual começa com a linguagem. Os computadores apenas manipulam os signos da linguagem fazendo com que, a virtualidade torne-se uma abstracção (Mariano 2017).

Quando associado ao conceito de museu, o virtual pode ser percebido de várias formas. Magaldi e Scheiner (2010) relacionam o surgimento e desenvolvimento do conceito “museu virtual” às transformações ocorridas na concepção de museu nas últimas décadas. Segundo Schweibenz (2004) existem diferentes designações que se referem ao museu virtual, sendo ainda necessária a determinação de um termo que possa ser usado por todos pesquisadores. O Museu Virtual é também designado como Museu *online*, Museu electrónico, Museu digital, Hipermuseu, Cibermuseu, Museu digital e Webmuseu. Styliani *et al* (2009) recorrem ao termo Museu Virtual para designar uma colecção digital que é apresentada através da *Internet*, sendo uma extensão do museu físico ou que possa ser imaginado.

Ao se estabelecer a relação entre virtual e *Internet*, surgem elementos ainda mais complexos. Independentemente da designação, a ideia por detrás desse fenómeno é construir uma extensão digital do museu na *Internet* ou seja, um Museu sem paredes. Este tipo de museu manifesta-se de diferentes formas, o que levou Schweibenz (2004) a propor uma categorização dos tipos de museus virtuais desenvolvidos na *Internet* (Vide tabela 6 em anexo). No entanto, o virtual não pode ser limitado ao uso da internet e da *Web* pois, ocorre também no espaço físico do museu.

Deste modo, segundo Dutra (2018), o virtual possibilita maior interacção com o público tanto para exibir o seu conteúdo quanto para fazer com que os usuários aprendam através dele como é o caso das salas que incluem *games*, cabines fotográficas, sensores, instalações multimídia e outros, que acabam por facilitar e dinamizar os meios de recuperação da informação e aprendizado pelo usuário. No âmbito da visita a um museu virtual, de acordo com a descrição feita por Magaldi *et al* (2011) e Dutra (2018), o visitante acede em tempo real, às salas virtuais das exposições, limitando-se às imagens que aparecem na tela do computador, aos sons e ao *click* no *mouse*, em um ritmo definido por ele mesmo, podendo caminhar pelos corredores dos museus, clicar em suas obras e

deter informações sobre as mesmas. Este processo é bastante diferente do que no passado se considerava um museu entanto que espaço exclusivamente físico.

### **CAPÍTULO III: Fundamentação Teórica e Conceptual**

Neste capítulo, apresenta-se o enquadramento teórico do trabalho e, de igual modo, faz-se a discussão de alguns termos básicos adoptados ao longo da análise.

#### **3.1. Quadro teórico**

A principal fundamentação teórica do trabalho está assente na abordagem denominada *Nova Museologia* legitimada pela Declaração de Québec em 1984. Esta Declaração aborda os princípios de base da Nova Museologia e propõe que:

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

No entanto, para alcançar estes objectivos e integrar as populações em suas acções, a museologia deve servir-se cada vez mais da interdisciplinaridade, de métodos contemporâneos de comunicação comuns ao conjunto da acção cultural e igualmente dos meios de gestão moderna que integram os seus usuários (*Ibidem*). A importância desta nova perspectiva vem sendo reforçada por vários autores que se interessam pelo estudo dos museus.

Dentre outros autores, destaca-se Duarte (2013), que caracteriza a *Nova Museologia* como um movimento de larga abrangência teórica e metodológica, cujos posicionamentos são centrais para uma efectiva renovação de todos os museus do século XXI. Entretanto, Azevedo (2015) argumenta que no novo museu há um diálogo constante entre os sujeitos da acção museológica e os membros da comunidade que não são simples sujeitos passivos deste museu, mas actantes em todas as fases da acção museológica. Nesta perspectiva, ao longo das nossas análises e à luz da Declaração de Québec (1984), tomaremos como base a *Nova Museologia* e procuraremos fazer uma análise das estratégias de comunicação contemporâneas que podem ser aplicadas em instituições museológicas de modo a, de entre outras questões, alcançar um público mais vasto e diversificado. O museu virtual será visto como um aliado importante da *Nova Museologia* e como uma ferramenta que possibilita a interacção entre o visitante e a instituição museológica, oferecendo assim a possibilidade de o público passar a ser activo nas acções dos museus, sobretudo ao nível da visibilidade dos museus.

## **3.2. Quadro conceptual**

### **3.2.1. Comunicação**

Derivada do latim *communicare* que significa “tornar comum a muitos ou partilhar”, a comunicação (C) é a acção de veicular-se uma informação entre um ou vários emissores (E) e um ou vários receptores (R), por meio de um canal (Serra 2007). Entretanto, de acordo com Carvalho (2014), a comunicação pode ser de igual forma compreendida como o conjunto dos métodos e técnicas que se apliquem com o objectivo de transmitir informação para o público, podendo ser feita através de várias formas ou suportes, desde publicações às próprias exposições. No contexto dos museus, a comunicação aparece como a apresentação dos resultados da pesquisa efetuada sobre as colecções (catálogos, artigos, conferências, exposições) e como o acesso aos objectos que compõem as colecções (exposições de curta, média e longa duração bem como de informações associadas) (Mairesse & Desvallées 2010).

Para os efeitos deste trabalho, adoptamos o posicionamento de Carvalho (2014) que nos permite clarificar o termo Comunicação no contexto dos museus como o conjunto de técnicas e métodos que se aplicam com a finalidade de transmitir ao público o conteúdo existente nos museus usando para tal as diversas ferramentas oferecidas pelas TICs.

### **3.2.2. Museologia**

Durante o 36º simpósio anual do ICOFOM<sup>5</sup>, o termo Museologia foi definido como sendo um conjunto de teorias e reflexões críticas relacionadas ao campo do museu (ICOFOM 2014). Entretanto, Macamo (2003) define a Museologia como uma ciência sobre a relação específica do Homem com a realidade, a qual se expressa em coleccionar, documentar, investigar e comunicar os seus resultados ao serviço da comunidade. A Museologia, por conseguinte, não é uma pura disciplina académica, mas consiste num corpo de conhecimentos aplicáveis para áreas escolhidas do trabalho de museus.

Neste trabalho, tratamos a museologia como sendo a ciência dos museus, recorrendo a interdisciplinaridade para melhorar as suas funções e, deste modo, une a teoria e a prática museológicas para que o museu se mantenha sempre actualizado e acessível aos vários públicos.

### **3.2.3. Museu**

---

<sup>5</sup> Simpósio realizado em 2014, Paris, França onde foram debatidas as novas tendências em Museologia.



O termo museu é definido segundo o dicionário Aurélio<sup>6</sup> como sendo um estabelecimento ou instituição que se dedica à preservação, análise e procura de objectos valiosos artisticamente, expondo-os ao público. Na mesma senda, a Resolução nº12/97 de 10 de Junho, define o Museu como um espaço de preservação, investigação e comunicação do património cultural e natural. Ele engloba para além das actividades de preservação, a interpretação científica do valor informativo do património cultural e natural, e a sua comunicação, através de exposições documentadas, do interesse da comunidade e de actividades, tais como publicações, ciclos de palestras, sessões de audiovisuais, oficinas e outros programas educativos.

Entretanto, de acordo com o ICOM (2008), museu é toda a instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e expõe com finalidade de estudo, educação e entretenimento, a evidência material do Homem e o seu meio ambiente. É esta definição que melhor se enquadra com os objectivos do presente trabalho.

#### **3.2.4. Museu Virtual**

É uma colecção de objectos digitais logicamente relacionados, composta de uma variedade de meios e, devido a sua capacidade de proporcionar conexão e vários pontos de acesso, presta-se a transcender os métodos tradicionais de comunicação e a interacção com o usuário mostra-se flexível em função de suas necessidades e interesses (Schweibenz 1998). Rodrigues (2010) define o Museu Virtual como um espaço da virtualidade, que pode disponibilizar colecções baseadas em histórias, imagens como também, vídeo e gravações auditivas às pessoas que não podem visitar sem que, para tal, seja necessário aceder às instalações do museu físico. Segundo Muchacho (2005), o Museu Virtual é essencialmente um Museu sem fronteiras, capaz de criar um diálogo com o visitante, dando-lhe uma visão dinâmica, multidisciplinar e um contacto com a colecção e com o espaço expositivo. Ao tentar representar o real cria-se uma nova realidade, paralela e coexistente com a primeira, que deve ser vista como uma nova visão ou conjunto de novas visões sobre o museu tradicional.

Para os efeitos do presente trabalho, procuro analisar os museus virtuais olhando para elementos tais como, a existência de museus no ambiente *Internet* e que podem ser

---

<sup>6</sup> Novo dicionário Aurélio de língua portuguesa. 2Ed. Disponível em [www.dicio.com.br/aurélio](http://www.dicio.com.br/aurélio).

simuladas pelo computador, bem como no sentido do uso das novas tecnologias em espaços físicos da exposição que fazem o uso simultâneo do virtual e do real.

Contudo, reconheço que o conceito do museu virtual tem levantado grandes debates entre os pesquisadores da área e, por isso, sugerimos na tabela 5 (Vide página 55) diferentes formas de definir Museu Virtual. Esta diversidade de perspectivas mais uma vez demonstra a complexidade em discutir este conceito.

### **3.2.5. Virtualidade**

Magaldi (2010) advoga que a virtualidade é melhor compreendida pela nossa sociedade através do advento das novas tecnologias especialmente com o surgimento da *Internet*. Através da *Internet*, o museu virtualiza-se electronicamente transcendendo a sua existência física e presencial, passa a manifestar-se em meios electrónicos, desterritorializando, mudando de certa forma, o seu carácter de permanência. Em suma, considera-se a virtualidade como o que detém carácter ou atributo de virtual.

Neste trabalho, a virtualidade é apresentada no sentido do que não é real ou palpável. Deste modo, o museu pode adoptar esse termo para descrever as colecções que são apresentadas em formato de vídeos, imagens e texto para o caso de museus que não existem na vertente física e ou para o público que por algum motivo não pode dirigir-se aos museus físicos.

### **3.2.6. Tecnologia de Informação e Comunicação (TICs)**

As TICs são procedimentos, métodos e equipamentos utilizados para processar informação e comunicar, que surgiram no contexto da Revolução Informática, Revolução Telemática ou Terceira Revolução Industrial, desenvolvidos gradualmente desde a segunda metade da década de 70 e principalmente, nos anos 90 (Afonso 2010). No entender de Maffee (2012), as TICs são um conjunto de produtos e serviços, equipamentos e aplicativos que permitem a busca, o armazenamento, transferência e a utilização de dados. O aumento da capacidade e velocidade de processamentos das TICs proporciona sistemas inteligentes e comunicação electrónica. Estas tecnologias agilizaram e tornaram menos palpável o conteúdo da comunicação, por meio da digitalização e da comunicação em redes para a captação, transmissão e distribuição das informações, que podem assumir a forma de texto, imagem estática, vídeo ou som (Afonso 2010).

As concepções dos autores acima citados fundamentam a minha reflexão sobre o uso das TICs no sector museológico. Neste trabalho auxilio-me das TICs como ferramentas que permitem o armazenamento, transferência e partilha de informações referentes a um dado museu ou exposição, assumindo diversas configurações tais como texto, imagem, vídeos, entre outras. Ademais, as TICs são a base para a definição de uma estratégia de comunicação dos museus por isso, num contexto de reinvenção são necessárias para tornar as instituições museológicas moçambicanas vivas, dinâmicas e abrangentes.

### **3.3. Inovação percebida a partir do Quadro Legal**

A ideia de transformação e inovação em museus é defendida em alguns documentos normativos ao nível nacional e internacional que reforçam a necessidade de adopção de medidas que acompanham o avanço tecnológico do século XXI. É neste âmbito que analiso cinco (5) documentos normativos que divido-os em duas categorias: nacionais e internacionais. Deste modo, à luz da legislação internacional e nacional, procuro demonstrar e analisar a transformação que ocorre na Museologia, de forma particular, na Museologia em Moçambique.

#### **3.3. 1. Legislação Internacional**

A nível internacional existem e são promulgadas várias leis que se dedicam a protecção e criação de novas directrizes em relação ao património cultural e em particular, aos museus. As referidas directrizes podem ser aplicadas em Moçambique pois, os museus nacionais não se encontram isolados dos avanços tecnológicos que se assistem no mundo. Neste domínio, além da Declaração de Québec (já referida no quadro teórico), analisaremos as deliberações resultantes da Mesa-Redonda de Santiago do Chile e a Declaração de Caracas que nos fornecem dados para a nossa análise.

##### **3.3. 1.1. Mesa-Redonda de Santiago do Chile 1972**

A Mesa Redonda de Santiago do Chile<sup>7</sup> discute os princípios de base do museu integral considerando que as transformações sociais, económicas e culturais que se produzem no mundo e, sobretudo em um grande número de regiões em via de desenvolvimento, são um desafio para a Museologia. De entre outras questões, recomenda que, os museus sejam usados para aumentar a consciência sobre a necessidade de promover-se um maior desenvolvimento científico e tecnológico. Em relação ao nosso objecto de estudo, a Mesa Redonda de Santiago de Chile reforça a ideia de que, os museus devem optar pelo desenvolvimento tecnológico e incluir em seus planos as comunidades locais. Neste sentido, através da adopção de programas de educação patrimonial, os museus têm-se esforçado na consciencialização das comunidades para o desenvolvimento científico e tecnológico. Outro facto importante nessa transformação é a inclusão dos museus na agenda do governo nacional.

### **3.3.1.2. Declaração de Caracas (1992)**

A declaração de Caracas é o resultado de um seminário realizado a 16 de Janeiro e 06 de Fevereiro de 1992 em Caracas, Venezuela, que ao reunir vários participantes e a partir do reconhecimento da profunda crise social, política, económica e ambiental que assolava a América Latina, pretendia avaliar os novos desafios que se colocavam ao museu e encontrar acções para enfrentá-los. De entre várias acções ou estratégias, importa-nos destacar o segundo ponto desta Declaração que é referente ao processo de comunicação e as acções do museu que se resumem no seguinte: i) O museu como um meio de comunicação; ii) O museu deve reflectir as diferentes linguagens culturais em sua acção comunicadora, permitindo a emissão e a recepção de mensagens; iii) O processo de comunicação não é unidireccional, mas é um processo interactivo, um diálogo permanente entre emissores e receptores; iv) Não pode existir um museu integral, ou integrado na comunidade se o discurso museológico não utilizar uma linguagem aberta, democrática e participativa (Declaração de Caracas 1992).

Apesar de esta Declaração ter sido concebida no contexto da América Latina, as suas recomendações podem ser aplicáveis ao contexto de Moçambique na medida em que, as

---

<sup>7</sup> Encontro que aconteceu no Chile entre os dias 20 e 31 de Maio de 1972 a pedido da Unesco e organizado pelo Conselho Internacional de Museus (ICOM).

acções acima indicadas permitem-nos compreender que os museus no seu processo de transformação são chamados a ter em conta não só os objectos expostos mas também o meio em que se encontram, analisando a situação política, social, económica e cultural e privilegiando uma comunicação que seja acessível à diferentes públicos.

### **3.3.2. Legislação nacional**

Moçambique não se encontra indiferente ao movimento de protecção do património cultural pelo Mundo. Nesta perspectiva, foram criadas no país, leis que protegem os bens do património cultural. Para este trabalho, consideramos e analisamos três documentos normativos nacionais nomeadamente a Lei n° 10/88 de 22 de Dezembro, a Resolução n° 12/97 de 10 de Junho e por fim, a Resolução n° 11/2010 de 2 de Junho.

#### **3.3.2.1. Lei n° 10/88 de 22 de Dezembro**, determina a protecção legal dos Bens materiais e imateriais do património cultural moçambicano

Aprovada em 1988, esta lei tem como objecto a protecção legal dos bens materiais e imateriais do património cultural moçambicano, sendo aplicável à todos os bens na posse do Estado, organismos de direito público, pessoas singulares ou colectivas. No seu terceiro capítulo (artigo 4), sobre a responsabilidade da protecção e valorização do património cultural, atribui ao Estado a responsabilidade de *“incentivar a criação de instituições científicas e técnicas (museus, bibliotecas, arquivos, laboratórios e oficinas de conservação e restauro) necessárias à protecção e valorização do património cultural”* (Lei n° 10/88 de 22 de Dezembro).

Do ponto de vista de sua aplicação, esta lei norteou a elaboração de outros dispositivos legais necessários para a protecção e gestão do património cultural, por isso, é considerada a “lei-chave”. Concretamente, com base nesta lei, foram feitos documentos normativos importantes como as resoluções n° 12/97 de 10 de Junho e n° 11/2010 de 2 de Junho que abordaremos de seguida. Importa referir que, ao conferir protecção ao património cultural moçambicano, estes instrumentos legais são indispensáveis para a análise, compreensão dos processos de gestão e funcionamento dos museus em Moçambique pois, os museus são os principais depositários dos bens patrimoniais.

#### **3.3.2.2. Resolução n° 12/97 de 10 de Junho**, sobre a Política Cultural e Estratégia de sua implementação

A Resolução nº 12/97 de 10 de Junho que aprova a política cultural e estratégia de sua implementação estimula e apoia o conhecimento e a apropriação das novas tecnologias, devendo estas integrar-se na realidade nacional e contribuir para a solução dos problemas do país. De acordo com esta resolução: *“entre as tecnologias merecedoras de particular atenção, destacam-se as tecnologias de informação, incluindo a comunicação electrónica e a rede de comunicação mundial (Internet), que já contribuem para o acesso rápido a todo o tipo de informação e para aproximação entre as instituições do mundo e os homens da cultura, ciência, política e negócios e para a tomada rápida de decisões”* (Resolução nº 12/97 de 10 de Junho). Portanto, este documento reforça o papel aglutinador, inclusivo e flexível das TIC no contexto do reconhecimento e valorização de elementos culturais e identitários. Este aspecto aplica-se nos Museus.

### **3.3.2.3. Resolução nº 11/2010 de 2 de Junho, que aprova a Política de Museus**

A Política de Museus define prioridades e linhas de orientação relativas ao futuro dos museus no país, tendo em conta a diversidade geográfica, cultural, socioeconómica, os múltiplos interesses, necessidades dos indivíduos e das comunidades de Moçambique. Deste modo, citando-a, procura valorizar e tornar os bens culturais mais acessíveis ao público e às comunidades. Em seus princípios orientadores, a Política dos Museus, no artigo 3 (alíneas a, c, i), incentiva a valorização dos Bens Móveis do Património Cultural Moçambicano à guarda de museus, coleccionadores e outras entidades, no país e no exterior; o acesso público dos Bens Móveis do Património Cultural; e a cooperação com instituições e organismos internacionais vocacionados na área da Museologia e do Património. Nesse sentido, não se isentam os recursos tecnológicos como importante estratégia de comunicação entre os museus e seus públicos, de forma sempre inclusiva, abrangente e flexível.

Portanto, os documentos normativos acima não sendo os únicos que nos contextualizam sobre a relação entre o sentido de Virtual e a comunicação em museus, ajudam a perceber que para os museus, é cada vez mais insuficiente assegurar seu funcionamento apenas no formato físico e presencial. As TIC tornaram-se incontornáveis.

## **CAPÍTULO IV: Museus em Moçambique: percurso, dinâmicas e o sentido de Virtual**

No presente capítulo, é apresentado o quadro panorâmico actual dos museus em Moçambique. Um dos aspectos dominantes é a análise em torno dos dados estatísticos,

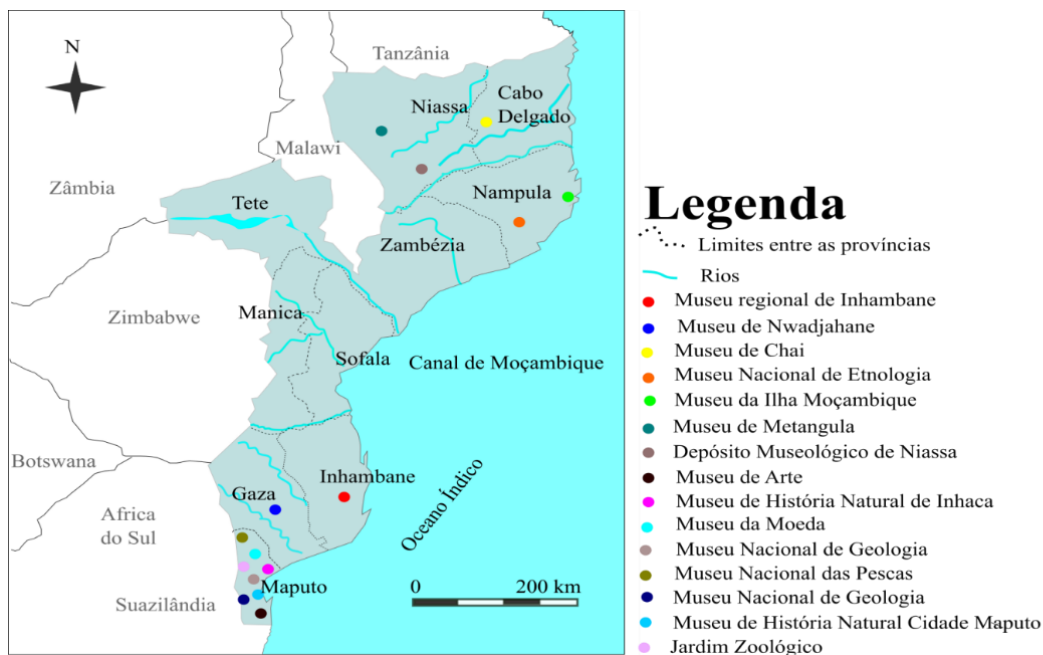
cuja principal fonte é o documento produzido pelo INE. Nos dados que nos são trazidos pelo INE destacamos, estrategicamente, aspectos relacionados com a distribuição dos museus pelo território nacional, o perfil dos visitantes e o nível de adesão do público visitante aos espaços museológicos. Deste modo procuro compreender como é que a *Nova Museologia* é percebida e materializada no contexto da actuação do sector museológico moçambicano. De forma complementar, trago a discussão sobre o uso das TICs em museus, para assim analisarmos como é que o recurso ao Virtual e á ferramentas digitais podem constituir estratégia de comunicação em instituições museológicas.

#### **4.1. Panorama museológico em Moçambique**

Não obstante a grande diversidade cultural e patrimonial de Moçambique, ainda é desigual a distribuição dos museus e outras instituições museológicas por todo o território nacional. Continua marcante o número de museus existentes na Cidade de Maputo, representando cerca de 78% do total (INE 2018: 29). No entanto, importa referir, como lacuna nestes dados do INE, o facto de os mesmos serem referentes aos museus e as casas de cultura e não haver menção á outras instituições tais como, as Casas-museu, Centros de Interpretação, Galerias entre outros. Assume-se assim que instituição museológica é simplificada na ideia exclusiva de museu. Este facto, no nosso entender, pode contribuir para que muita informação estatística, administrativa e até patrimonial e de valor museológico seja esquecida, omissa ou incompleta.

Para efeitos do presente trabalho irei considerar, também, todas outras instituições que sejam depositárias do património cultural, a título de exemplo, o Monumento e Centro de Interpretação da Matola.

Para melhor percepção apresento a seguir o mapa sobre a distribuição de museus por província ao longo do território nacional. Entretanto, em anexo apresento igualmente, uma tabela na qual estão categorizadas todas as instituições museológicas a nível nacional (Vide tabela 8).



**Figura 1:** Distribuição dos museus por província<sup>8</sup>

Outro aspecto a destacar na minha análise diz respeito às visitas. Apenas para exemplificar, recorri à uma análise comparativa entre os anos 2018 e 2019 e, nesse período verifica-se que o ambiente museológico nacional é caracterizado por um aumento de visitas efectuadas a estas instituições (INE 2018 e 2019). No entanto e ainda segundo a mesma fonte, para o mesmo período acontece uma redução de visitas nas províncias de Nampula, Niassa e cidade de Maputo, tal como ilustra a figura 2. Por não ser propósito do presente trabalho, não aprofundamos as razões desta redução.

Para melhor enquadramento, julgo pertinente antes de mais perceber que ao se falar de público em museus devemos ter em conta duas categorias: (i) *público real*, que diz respeito aos que visitam o museu. Dentro desta categoria pode encontrar-se a sub-categoria de *público global*, referente aos visitantes voluntários, que o fazem por iniciativa própria. Uma segunda sub-categoria é a de *público especializado*, que se pode resumir nas figuras de estudantes, docentes e especialistas da área; (ii) *público potencial* como sendo os que não visitam o museu, mas que poderão visitá-lo (Rivière 1989 citado por Andrade 2008: 6).

A operacionalização da minha análise está em torno da segunda categoria, referente ao *público potencial*. Portanto, do conjunto de pessoas que pode ser motivada a visitar o

<sup>8</sup> Fonte: INE (2019) adaptado pela autora.



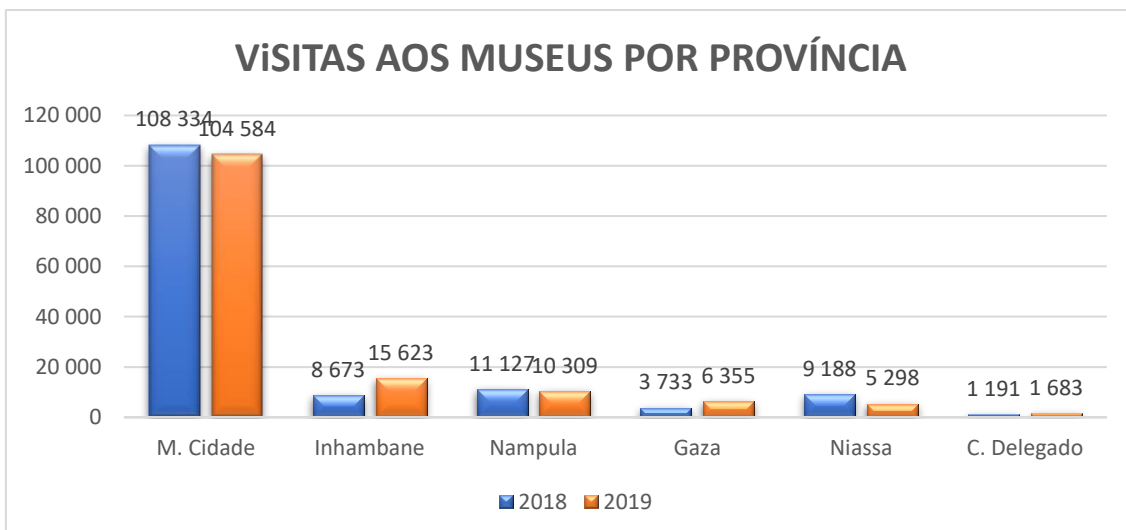
museu ou qualquer outra instituição museológica, através do recurso á ferramentas tecnológicas, ao sentido de virtual e, acima de tudo, á materialização da ideia de inovação e de reinvenção em museus. Assim sendo e para maior especificidade, passo a apresentar alguns excertos das entrevistas realizadas pois elucidam-nos sobre o perfil, as motivações do público e o nível de visitação dos mesmos.

*De uma forma geral são estudantes de todos os níveis. Pessoas que vêm por imperativos pedagógicos. Aqueles que nos visitam por vontade própria a maior parte são adultos, maiores de 18 anos e a maior parte são nacionais e depois estrangeiros (Jorge Anselmo, 07/10/2020, Maputo).*

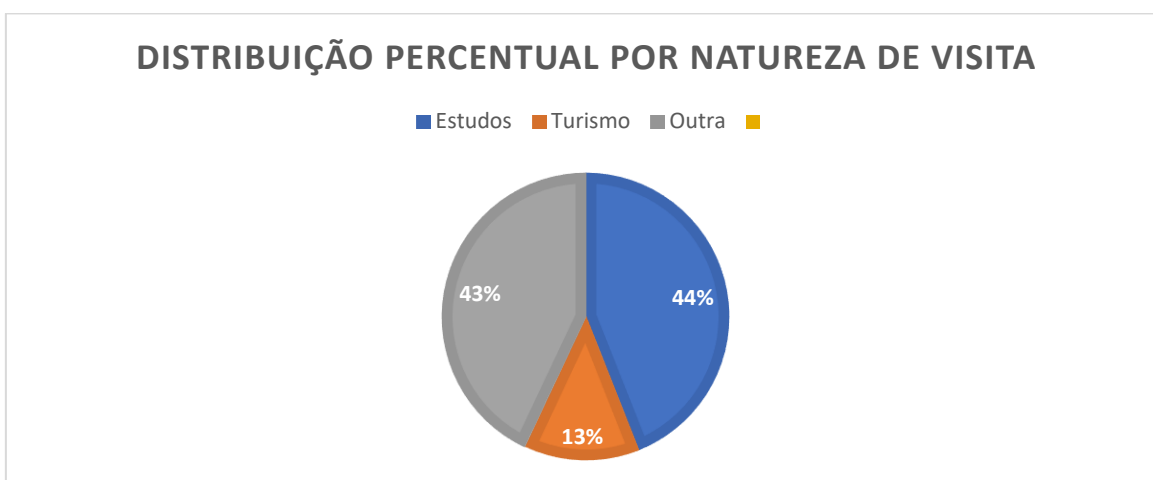
*Quanto a visita, nós recebemos estudantes do ensino primário, secundário e superior. Ai fazemos estatística de homens, mulheres, estudantes e outros tratamos como turistas. Todas faixas etárias nos visitam, mas os que vem mais são estudantes, principalmente do ensino primário (Elisabeth Chirindza, 14/10/2020, Maputo).*

As duas afirmações acima remetem-me ao facto de as visitas aos museus serem maioritariamente efectuadas por estudantes (tal como ilustra a figura 3 abaixo). É também notável, a partir da afirmação do Sr. Jorge Anselmo, que os jovens poucas vezes dirigem-se aos museus por vontade própria tendo como principal motivação questões académicas, o que nos leva a inferir que é necessário que sejam criadas mais estratégias para despertar e criar nos jovens maior interesse pelos museus.

Estas estratégias podem ser enquadradas no contexto da produção de material audiovisual que possa ser partilhado nas redes sociais, nas páginas dos museus da realização de exposições virtuais, da concepção de jogos *online* que possam ter como base os temas das exposições, incluindo a montagem de *puzzle* relativos á representação ou reconstituição de objectos expostos, sobretudo os que mais se destacam na exposição. Poderiam ser produzidos vídeos, bandas desenhadas, filmes de curta metragem, áudios e outras formas criativas de representar e apresentar a exposição e acervo do museu sem que as pessoas, sobretudo os jovens, tivessem que se deslocar fisicamente.



**Figura 2:** Comparação de visitas em 2018 e 2019<sup>9</sup>



**Figura 3:** Distribuição percentual por natureza das visitas aos Museus<sup>10</sup>

#### 4.2. Análise situacional no âmbito da *Nova Museologia*

Em Moçambique ocorre a aplicação dos parâmetros da *Nova Museologia* tais como a democracia cultural, consciencialização da comunidade sobre a existência e importância dos museus e valor de sua própria cultura, modelo museológico aberto e interactivo entre outros. Estes parâmetros são materializados pelo objectivo de os museus de estarem cada vez mais próximos do público, criando assim programas que levam os museus até as

<sup>9</sup> Fonte: INE 2018/19 adaptado pela autora.

<sup>10</sup> Fonte: INE 2019

comunidades. Por exemplo, o Museu Nacional da Moeda e o Museu de História Natural têm programas que visam levar os museus até aos alunos das escolas primárias e secundárias e têm tido respostas positivas em termos de visibilidade e interesse em visitá-los. Verifica-se também que a preocupação dos museus não está mais apenas na exposição, mas também na experiência que o visitante poderá ter depois de visitar estas instituições. Recorre-se igualmente a diversas ferramentas, como o jogo “quebra cabeça” usando uma nota de Cem meticais existente no Museu Nacional da Moeda como atractivo para as crianças durante a visita (Alde 2016: 18), o que permite proporcionar uma visita mais rica, em termos de conteúdo e qualidade da exposição.

A partir destes parâmetros, fica evidente que contrariamente a abordagem dos museus tradicionais, na *Nova Museologia* a educação é um dos principais alicerces e por conseguinte, a comunicação e a participação do público visitante são questões fundamentais. Um dos exemplos de que os museus em Moçambique procuram cada vez mais seguir os parâmetros da *Nova Museologia*, são as acções do Museu Nacional da Moeda, de acordo com o trecho abaixo:

*O que nós fazemos é, inicialmente nós usamos panfletos sobre as acções em curso, o que temos na nossa exposição e sobre o edifício [...]. Um outro meio que nós produzimos foi uma espécie de um caderno de como preparar uma visita ao museu e distribuímos pelas escolas para usarem este material para prepararem as visitas ao museu por cada nível, neste caso este panfleto vai desde a 8ª até a 12ª classe e estamos a nos preparar para produzir este material também para o nível do ensino primário, neste caso é um panfleto que explica a história (Jorge Anselmo, 07/10/2020, Maputo).*

Verifica-se nas acções acima descritas que, os museus têm cada vez mais se preocupado em ir ao encontro dos seus públicos fora do espaço físico destas instituições e procuram, desta forma, criar espaços que sejam cada vez mais inclusivos, o que permite que o museu desempenhe um papel educacional na sociedade. Nesta perspectiva, os museus engajam-se em actividades interactivas que os levam a juntar-se a instituições como escolas, bibliotecas, associações locais, a partir das quais desenvolvem projectos de divulgação do acervo e da história, e promove debates em áreas temáticas que fazem sentido para as populações locais.

Alguns museus como é o caso do Museu Nacional da Moeda e do Museu de História Natural implementaram projectos denominados “O museu vai à escola”, o uso da *internet* e a oferta de folhetos com vista a uma maior aproximação com o público e a conscientização sobre a existência do património cultural e natural nestas instituições, conforme verificamos nas entrevistas abaixo:

*[...] Temos um programa chamado o museu vai a escola, onde levamos alguns materiais e vamos montar uma pequena exposição na escola (Elisabeth Chirindza, 14/10/2020, Maputo).*

*O que nós fazemos é, inicialmente nós usamos panfletos sobre as acções em curso, o que temos na nossa exposição em termos de património material que é exposto [...] (Jorge Anselmo, 07/10/2020, Maputo).*

De igual modo, alguns museus adoptam novas formas para ampliar as suas atribuições, procuram usar meios tecnológicos na exposição e agregam em suas funções, métodos interdisciplinares que abrem espaço para a integração de diferentes públicos no ambiente expositivo. Essas acções podem ser verificadas pela adopção de ferramentas interactivas no espaço físico da exposição, tal como se pode verificar no excerto abaixo:

*Temos esses computadores, que falam de alguns animais, sua vida, o que comem, temos algumas fotos de como é a sua sobrevivência. No computador só aparecem algumas informações, não toda. Vem um animal, fala-se do animal, tem algumas curiosidades e tem fotos (Elisabeth Chirindza, 14/10/2020, Maputo).*

Das palavras de Elisabeth Chirindza, é possível compreender as vantagens que as tecnologias trazem ao ambiente expositivo, não só para o visitante mas também para os profissionais dos museus. Por outro lado, o visitante ganha autonomia que lhe permite não depender totalmente do guia para mostrar o percurso a seguir durante a visita e passa a ter liberdade para escolher o material que deseja ver e a sequência a seguir. Conforme referiu António Macandza, (em entrevista, 24/09/2020, Maputo):

*[...] temos ecrãs que funcionavam como um livro, basta fazer um touch para o ecrã abrir e mostrar o índice [...]. Se fosse na condição antiga de um centro de interpretação, seriam muitos painéis sequenciados, mas ali, tens muitos painéis sequenciados num único só, e pode escolher aquele que deseja ver naquele momento [...] (António Macandza, 24/09/2020, Maputo).*

Entretanto, observa-se que com a conquista da referida autonomia, surge uma tendência na qual a figura do guia do museu vai perdendo espaço durante as visitas, pois o visitante deixa de ser totalmente dependente deste profissional principalmente quando não é a primeira vez a efectuar a visita. A esse respeito, Elisabeth Chirindza (em entrevista, 14/10/2020, Maputo) disse o seguinte: “*as pessoas vêm e dizem que já sabem de tudo que tem aqui. As vezes dizem que nem querem guia, só querem ver [...]*”.

Contudo, para além dos museus que fazem uso de ferramentas digitais em suas exposições e para a divulgação destas instituições, em Moçambique verificou-se recentemente a criação de um museu totalmente virtual, o Museu das Comunicações de Moçambique que no momento existe apenas na vertente virtual. No entanto, em relação ao uso da tecnologia no museu, quando questionado sobre como será constituído o Museu das Comunicações, que no momento está na sua fase de implantação, o nosso entrevistado demonstrou o seu entusiasmo com relação as ferramentas interactivas nos seguintes termos:

*O museu será dividido em partes, onde tem a componente de imprensa, e terá uma série de informações, vai ter rollups, o que houver de ponta será usado no museu. As histórias de vida vão passar em telas gigantes, vai ser high technology<sup>11</sup> [...] (Guilherme Mussane, 29/09/2020, Maputo).*

Desta forma, a partir dos excertos acima mencionados, é possível verificar que em decorrência da massificação do uso das TICs, torna-se indispensável falar da implementação dos parâmetros da *Nova Museologia* sem que se busquem as vantagens que as novas tecnologias oferecem na criação de novas dinâmicas no ambiente museológico.

#### **4.3. Museu Virtual em Moçambique: dos Desafios ás estratégias de Comunicação**

Como verificado durante a revisão de literatura, o sentido de virtual nos museus pode manifestar-se na vertente do acesso apenas através da conexão à uma rede de *Internet*, sendo que para tal é preciso que a pessoa tenha um dispositivo que permita aceder a essa plataforma. Todavia, o virtual não se limita apenas a *internet*, podendo manifestar-se também no ambiente físico do museu através do uso de ferramentas tais como

---

<sup>11</sup> Alta tecnologia/tecnologia de ponta (Tradução pessoal).

*touchscreen*<sup>12</sup>, *Roll up*<sup>13</sup>, vídeos, sons, fotografias e *games*, o que possibilita ao visitante envolver-se no ambiente expositivo do museu, criando-se assim uma interação entre o visitante e a exposição.

Á título de exemplo da demonstração e aplicação do virtual no ambiente físico do museu destacamos o Monumento e Centro de interpretação da Matola que faz o uso de dispositivos multimédia com destaque para os vídeos e *touchscreens* que servem de auxílio para a exposição. A partir destes dispositivos, segundo António Macandza (em entrevista, 24/09/2020, Maputo) [...] *o ecrã funcionava como um livro e através de um touch era possível aceder á toda informação pretendida. Desta forma, o visitante tinha a oportunidade de escolher o que desejava ler/ver [...]*.

Em contrapartida, além da existência de configurações que os museus virtuais podem adoptar, partindo do pressuposto de que estes podem ser complementos do museu físico, as acções museológicas podem ser também efectuadas na sua maioria apenas em um espaço virtual. Contudo, apesar das inúmeras vantagens, a implementação das TICs em museu constitui um grande desafio para o sector pois, para além da aquisição de dispositivos que ofereçam uma experiência virtual é necessário que sejam capacitados profissionais que poderão lidar com essas novas tecnologias.

Outro constrangimento tem a ver com a falta de manutenção dos equipamentos e o uso de tecnologias pouco conhecidas que, pode proporcionar o surgimento de problemas tais como a perda de informação. Como relatou o nosso entrevistado:

*Em termos de tecnologia, a falha que houve (talvez por ser a primeira experiência) foi o facto de usar uma tecnologia não comum em Moçambique [...] Essa falha criou um colapso porque os técnicos moçambicanos não têm domínio daquela marca, não têm acessórios, não têm discos, não têm material para aquela marca, então quando eles vão para lá para reparar deparam-se com essa situação e não conseguem fazer nada [...] Tudo aquilo ficou congelado e a informação, eu não sei onde é que vai se ter porque aquilo ali não tem backup<sup>14</sup>.*

---

<sup>12</sup> É um tipo de tecnologia adaptativa, para usuários que tem dificuldades com dispositivos externos, dispensando assim a necessidade de outro periférico de entrada de dados, como teclado e *mouses* (Saikiran & Kamalakannan, 2014).

<sup>13</sup> É um tipo de formato de exibição de publicidade. Uma ferramenta de exposição que pode ser usado para desenrolar cartazes (Ferreira, 2017).

<sup>14</sup> Cópia de segurança.

*Essa foi a maior falha, usar uma tecnologia pouco conhecida e não houve também cuidado de capacitar técnicos para tal (António Macandza, 24/09/2020, Maputo).*

As palavras do entrevistado demonstram a necessidade de os museus buscarem pessoas com conhecimentos e habilidades tecnológicas para uma melhor gestão dos dispositivos existentes nos museus, bem como a necessidade de fazer-se cópias de segurança das informações existentes sobre o museu e sobre a exposição, evitando desse modo a perda de informações. Para tal, é preciso que se crie um plano de segurança que seja capaz de dar uma resposta rápida em caso de avaria ou falha dos dispositivos.

No entanto, diferentemente da situação relatada pelo guia do Monumento e Centro de Interpretação da Matola, o Museu das Comunicações de Moçambique conta com profissionais qualificados e foi projectado levando em consideração questões de segurança relacionadas com o acervo digital. De acordo com o curador do Museu das Comunicações de Moçambique há uma preocupação em garantir que a informação seja armazenada em diferentes locais e dispositivos:

*[...] Tudo que é original temos que guardar. A qualquer momento as coisas podem se estragar e não podemos ter desculpas para não ter o museu. Todos os objectos estão fotografados e catalogados. Tenho que levar o museu ao INCM para guardar no servidor e disponibilizar ao público. O museu vai ficar no servidor, vai ficar aqui e em outros lugares [...] Mas isso tudo tem custos, o museu tem 402 GB [...]. Só de memória externa temos por volta de sete dispositivos e cada um deles custa 11 mil e temos cerca de 70 mil investidos só em memória externa (Guilherme Mussane, 29/09/2020, Maputo).*

Para além da preocupação relativa a segurança, a partir do excerto acima, verifica-se a necessidade de existência de orçamento que garanta a aquisição de dispositivos que não só farão parte da exposição, mas que também serão usados para o armazenamento das informações. Entretanto, é de salientar que nem todos os museus dispõem de fundos para a implementação de tecnologias de ponta pois, muitas dessas instituições dependem do orçamento disponibilizado pelo Estado, por instituições parceiras e de seus próprios fundos, que as vezes não são suficientes para a aquisição de ferramentas tecnológicas de ponta. Esta é a situação do Museu de História Natural que [...] *depende de fundos próprios e do orçamento disponibilizado pela UEM [...]* (Elisabeth Chirindza, em entrevista, 14/10/2020, Maputo).

Em Moçambique, não são apenas os museus que se debatem com limitações. Verifica-se também que as comunidades não estão preparadas para o uso de tecnologias de ponta por diversos factores, dos quais destacamos três que são apresentados por Sangonet (2009) como “fosso digital interno”. De acordo com este autor citado por Joanguete (2011), fosso digital interno refere-se as três áreas que levam a uma exclusão digital da comunidade. Trata-se de áreas relativas às infra-estruturas, capacitação humana e preço da internet que, vistos de uma perspectiva museológica nos levam a identificar os desafios e limitações na operacionalização do virtual nos museus moçambicanos como demonstrado na tabela 3 em anexo. As limitações arroladas na tabela 3 (como por exemplo a lentidão e oscilação na conexão de Internet, a desigualdade de acesso á recursos tecnológicos, a competência tecnológica e o preço de acesso á Internet) trazem consigo um grande impacto no que se refere ao uso do virtual nos museus a nível nacional. Podemos assim afirmar que este conjunto de limitações interfere directamente na relação entre estas instituições e os potenciais visitantes.

Outro impacto reside no facto de, na maioria das vezes, os museus estarem condicionados á um funcionamento virtual que cobre grandemente as zonas urbanas e nem tanto as zonas rurais, onde o acesso á Internet é ainda mais deficitário, tal como sustenta o IV recenseamento Geral da População e Habitação de 2017<sup>15</sup>.

Não obstante estas limitações e sempre na perspectiva criativa, pode-se pensar em algumas alternativas para a visibilidade não física do Museu, sobretudo recorrendo á recursos relativamente mais acessíveis para a população moçambicana. Um destes exemplos é o da televisão.

A partir de um espaço na televisão é possível fazer uma apresentação do museu e de suas colecções, aliando-se ao som e a imagem para apresentar a exposição. Pode-se citar o caso da Televisão de Moçambique (TVM) em relação aos museus da Ilha de Moçambique aquando das festividades do dia dos museus, que realizou uma reportagem que reflectia uma visita á estes museus (TVM 18/05/2020). Ainda nesse contexto, a Soico Televisão (STV) também tem pautado pelo mesmo tipo de reportagem.

#### **4.4. Estratégia de Comunicação nos Museus: consolidação do Sentido de Virtual**

---

<sup>15</sup> Vide figuras 5 e 6 em anexo.



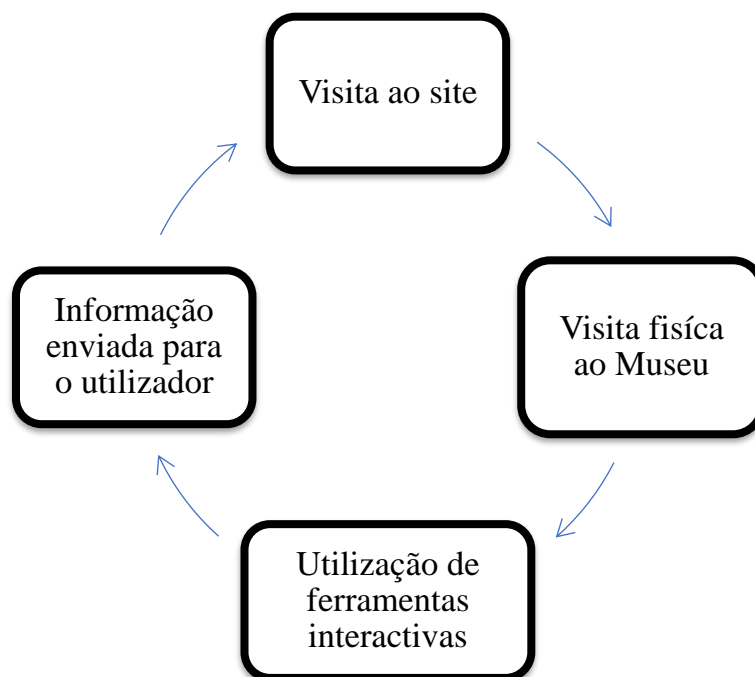
Nesta parte do trabalho interessa-me demonstrar que a discussão que norteia o presente trabalho, relacionada com o papel da Comunicação e das estratégias de sua implementação no contexto museológico deve ser percebida sempre na perspectiva de inovação. Ademais, objectivo destacar a consciencialização de que o Sentido de Virtual em relação aos museus deve ser concebido a partir da percepção de que o museu tem públicos distintos e com interesses particulares. Assim, a materialização do que se chamar virtual deve ser considerada sempre como um processo inacabado. Há sempre algo novo por se mostrar e assim continuar a atrair mais público para os museus.

É neste contexto que consideramos o posicionamento de Remelgado (2014), segundo o qual a integração da tecnologia não alterou o sentido tradicional de Comunicação (emissor-receptor-mensagem-canal-*feedback*/interacção), mas passa a destacar o papel da interacção/*feedback*. Os museus, entanto que instituições sociais dinâmicas, não ficam alheios á esta realidade, materializando a mesma nas suas políticas e estratégias de comunicação

O interesse dos museus pela Comunicação surgiu principalmente a partir das décadas de 80 e 90, conforme referido anteriormente, sendo actualmente considerada pelos responsáveis dos museus, como algo essencial e incontornável para se garantir o sucesso das instituições museológicas. Face a revolução nas novas tecnologias de informação e comunicação, a crescente facilitação na mobilidade internacional, ao desenvolvimento do turismo cultural e ao aumento da concorrência, tornou-se imperioso aos museus afirmarem a sua existência e promoverem a sua oferta, recorrendo a meios e técnicas de comunicação (Andrade 2008). Pode-se assim afirmar que este desenvolvimento tecnológico que passa a influenciar a existência e funcionamento dos museus, vai abrindo um espaço cada vez mais crescente e diversificado a partir do qual os museus poderiam dar a conhecer seu acervo.

Na adopção deste novo paradigma, a *internet* vem facilitar e fortificar o cumprimento das funções dos museus, o que leva estas instituições a reconhecer a importância de estar *online* e assim estar sempre disponível para que o potencial visitante possa aceder ao museu às suas colecções. Esta liberdade de se visitar o museu á qualquer dia e á qualquer hora que o visitante o desejar, obriga á um maior cuidado com os conteúdos a serem visualizados conforme a lógica emanada através do Círculo virtuoso de Barry (Vide figura 4).

A visita ao *site* do museu deve estimular a visita presencial durante a qual, o visitante deverá ter ao seu dispor um conjunto de ferramentas que lhe permitam interagir com a exposição, seleccionar a informação e enviá-la (por exemplo, para o seu *email*, em formato de *link*) estimulando assim, uma nova visita *online* e assim reproduzir um ciclo de visitas. (Barry 2006).



**Figura 4:** Círculo virtuoso de Barry<sup>16</sup>

O círculo virtuoso de Barry estabelece uma ligação entre o museu físico e a página *online*, demonstrando dessa forma que as acções realizadas quando se executa uma visita ao museu no digital têm uma relação directa com as visitas efectuadas ao museu físico. Desta forma, este modelo reforça a ideia de que, o museu virtual não substitui a importância do museu físico, mas pode ser uma mais-valia para a divulgação dos museus visto que, as TIC através do uso da *internet* têm conquistado um espaço significativo no quotidiano da população, proporcionando assim a quebra de barreiras geográficas e temporais, a possibilidade de maior interacção entre o visitante e a exposição, e a oferta de experiências diferentes à cada visita.

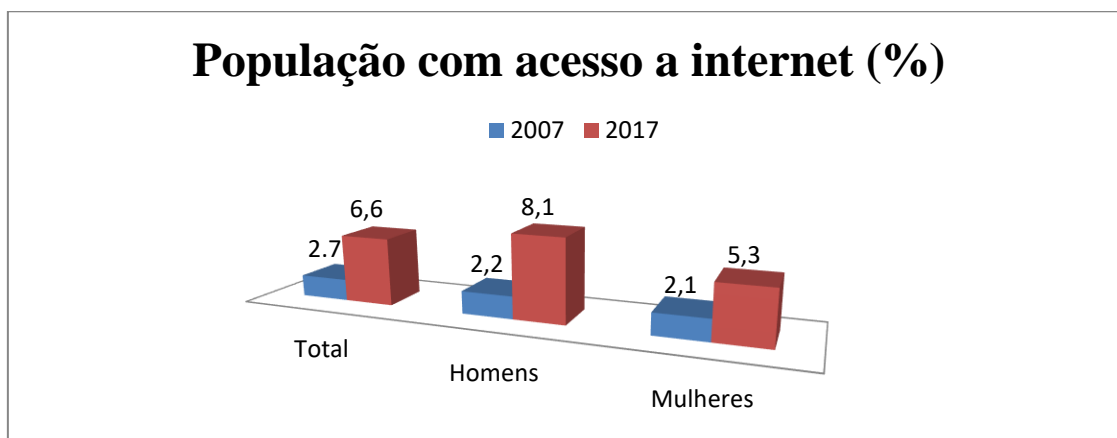
Nesse sentido, a lógica do círculo virtuoso de Barry (2006) aplica-se no contexto museológico de Moçambique na medida em que, a implementação dos museus virtuais como estratégia de comunicação poderá ser útil para fortalecer o interesse do *público real*

<sup>16</sup> Fonte: Barry (2006).

pelo conteúdo oferecido pelo museu, bem como para despertar maior interesse do *público potencial* para efectuar visitas também ao espaço físico da exposição.

Deste modo, o museu como importante meio de comunicação tem que aproveitar todo este desenvolvimento comunicacional e tecnológico, no sentido de satisfazer as novas correntes da museologia (tal como a *Nova Museologia*) que, cada vez mais, tratam o papel do museu na sociedade actual (Muchacho 2005). Este papel passa pela capacidade de o museu ser uma instituição de preservação da memória cultural de um povo, de pesquisa, de educação e de lazer.

Em Moçambique, os museus têm usado as TIC para a divulgação do seu acervo e actividades através de plataformas *online* como é o caso das redes sociais e *websites*. Neste contexto, tendo acesso a *internet* torna-se possível (para qualquer cidadão nacional ou não) efectuar visitas às páginas dos museus e obter informações sobre a instituição e suas actividades. No entanto, apesar do acesso à internet ter triplicado nos últimos 10 anos (Caldeira 2019), há muito ainda que se fazer para que esta rede possa alcançar um maior número de habitantes, conforme o gráfico abaixo.



**Figura 5:** População com acesso a internet em Moçambique<sup>17</sup>

Conclui-se assim que o acesso aos museus através das suas plataformas *online* ainda é limitado ou impossível para a maioria da população moçambicana devido ao baixo acesso à Internet. Todavia, há necessidade de recorrer à abordagens alternativas que permitam aproximar os museus de seus públicos, em complemento ao referido no ponto anterior.

---

<sup>17</sup> Fonte: INE (2017).

É neste contexto que, a título de exemplo, o Museu das Comunicações de Moçambique demonstra a possibilidade de criação e divulgação do museu virtual sem precisar conectar-se a internet, bastando ter o museu em um dispositivo de memória externa e um computador para possível projecção do museu:

*Eu para abrir este museu virtual não preciso de internet [...]. Eu posso levar este museu para o interior de Namicopo<sup>18</sup> e ir apresentar este museu, eu posso levar este museu para Katembe<sup>19</sup> onde não há energia e ir apresentar. Esta é a vantagem de você ter museu na forma virtual [...]* (Guilherme Mussane, 29/09/2020, Maputo).

Aqui, encontro espaço para uma discussão em torno do conceito de Museu Virtual (Vide tabela 5 em anexo). Para Henriques (2004), o museu virtual pode apresentar duas configurações: vertentes virtuais de determinado museu físico, ou seja, podem ser uma outra dimensão do museu físico ou museus essencialmente virtuais, em que a existência de um museu virtual não pressupõe a existência de um museu físico. No primeiro caso, os museus virtuais são complementos do museu físico pois, podem trabalhar suas acções museológicas de forma diferente nas suas duas vertentes. Nesse sentido, o processo museológico é muito enriquecedor porque o público terá duas abordagens diferentes de um mesmo património: uma abordagem presencial e uma abordagem remota, tornando assim o conteúdo da visualização do acervo mais completo e inclusivo.

No segundo caso, as acções museológicas são efectuadas, na sua maioria, no espaço virtual, ou seja, não é um museu a ser visitado pelo público em seu espaço físico. No entanto, isso não invalida algumas acções museológicas fora do seu espaço virtual e do espaço físico, mas a essência das suas actividades museológicas concentra-se no seu espaço virtual (Henriques 2004).

É importante destacar que muitas vezes o que é intitulado de museu virtual é apenas um *site* informativo sobre as actividades do museu, esquecendo as potencialidades e novas perspectivas das TIC face aos museus, em especial na forma como expõem os objectos e comunicam com o público (Muchacho 2005). Assim sendo, a apresentação de visitas virtuais não configura o *site* como um museu virtual, sendo para tal, necessário levar-se em consideração vários outros aspectos. Um desses aspectos é notável porque os museus

---

<sup>18</sup> Um dos cinco postos administrativos da Cidade de Nampula (Araújo 2005).

<sup>19</sup> Distrito municipal situado a Sul da cidade de Maputo ([www.cmaputo.gov.mz](http://www.cmaputo.gov.mz)).

virtuais além de poderem interagir de forma mais dinâmica com o público, questionam o conceito de que para ser museu é necessário ter um edifício. De acordo com o seguinte relato:

*O que existe na internet não é o museu virtual, é a webpage do museu [...]. Está a ver este museu virtual na minha mão?<sup>20</sup> [...]. O designer da Webpage e do museu virtual são diferentes. Este é o museu virtual, como vês não está ligada a internet mas podes levar a partir daqui para onde quiseres (Guilherme Mussane, 29/09/2020, Maputo).*

Entretanto, este conceito é rompido pela abordagem inovadora defendida pela *Nova Museologia* que intensifica as funções dos museus virtuais. Para Tinkler (1998) citado por Sabbatini (2010) o museu virtual tem como principais funções: i) Proporcionar suporte às exposições presentes no museu físico, gerando interesse e incentivando a comunidade a visitar o museu real; ii) Servir como forma de aprofundamento para aqueles visitantes que desejem ampliar seu conhecimento; iii) Funcionar como recurso de pesquisa para a comunidade *museística*, através de bases de dados; e iv) Fomentar o debate e discussão como ponto de encontro da sociedade.

No Monumento e Centro de Interpretação da Matola, por exemplo, estas funções eram visíveis, conforme o excerto abaixo:

*Se fosse na condição antiga de um centro de interpretação, seriam muitos painéis sequenciados, mas ali, tens muitos painéis sequenciados num único só, e pode escolher aquele que deseja ver naquele momento. É um grande ganho, por isso os turistas ou visitantes, nunca se fartaram, veja que há pessoas que visitam duas a três vezes no mesmo ano e sempre haveria novidades porque só o que existe num touchscreen não seria possível esgotar em um ou dois dias (António Macandza, 24/09/2020, Maputo).*

No entanto, outra forma de disponibilizar o museu ao público através das novas tecnologias é a adoção das *medias sociais*<sup>21</sup> que, possibilitam ao utilizador contribuir de forma colaborativa ou não, sem que no entanto encontre barreiras temporais ou

---

<sup>20</sup> Questionou-me Guilherme Mussane mostrando um disco externo no qual está armazenado o museu virtual do MC.

<sup>21</sup> As Medias Sociais representam um espaço onde ocorre a partilha de conteúdos, opiniões, experiências etc. (Mian *et al*, 2013).

geográficas. A comunicação do museu, das suas colecções e das suas actividades através das *medias sociais*, transforma o museu numa instituição em parte sem fronteiras ou horários, capaz de manter um diálogo virtual personalizado com os seus visitantes, promovendo uma visão dinâmica, multidisciplinar e multiplataforma criando uma relação interactiva entre a instituição e a sua audiência (Carvalho & Raposo 2012).

Deste modo, a adopção dos *medias sociais* constitui uma mais-valia para os museus visto que estas plataformas permitem que a informação seja partilhada com maior rapidez e seja de alcance de um maior número de pessoas, podendo também obter os comentários das pessoas sobre o conteúdo divulgado de forma rápida.

Nesta perspectiva, o museu virtual, através do uso das tecnologias digitais, realiza a mediação entre os objectos musealizados difundidos no ambiente virtual, possibilitando que cada visitante faça a sua interpretação das informações sobre os acervos documentais da instituição. Nesse processo, a comunicação museológica auxilia na apropriação das informações ao mesmo tempo em que possibilita maior visibilidade ao património documental que está sob o seu domínio (Rafael & Valdir 2018).

Uma das vantagens da adopção das tecnologias digitais e em particular do uso dos museus virtuais é verificada em tempos de crise global como no caso do surgimento do novo *Coronavírus* (Covid-19) que obriga várias pessoas a recorrerem ao distanciamento social como forma de reduzir a propagação do vírus. Por conseguinte, torna-se necessário o encerramento temporário de diversos serviços que possam juntar pessoas, de modo a fazer face á situação (inclusive os museus). Entretanto, como forma de contribuir para a prevenção e controle desta pandemia evitando aglomerados populacionais (uma recomendação da OMS), diversos museus a nível mundial adoptaram medidas para levar o museu até ao público em suas residências.

Desta forma, os museus a nível mundial, não só disponibilizam como também intensificam os seus apelos para as visitas virtuais, tal como ocorre no Museu de Louvre em Paris, o Pinacoteca de Brera em Milão, os Museus do Vaticano, Museu Metropolitano de Nova York, entre outros.

Em Moçambique, ainda que seja de uma forma tímida, os profissionais dos museus começam a procurar formas de se reinventar, face ao rápido desenvolvimento tecnológico bem como à pandemia do *Coronavírus*, recorrendo aos *medias sociais* para a divulgação dos museus. Entretanto, ainda são poucos os museus que fazem o uso dessas *medias*.

Alguns museus apesar de terem páginas no *facebook*, por exemplo, fazem o uso das mesmas poucas vezes:

*Não usamos com muita frequência. Tínhamos alguém que fazia esse trabalho, mas do momento não tem ninguém especializado a fazer esse trabalho* (Elisabeth Chirindza, 14/10/2020, Maputo).

*Nós temos este facebook já há algum tempo, mas só agora com essa crise que estamos a usar mais o facebook. Já estão lá alguns panfletos, mas são panfletos ultrapassados. Agora vamos colocar um vídeo para a nossa exposição só para mostrar as partes, um vídeo de pouco tempo, só para mostrar as pessoas que existe um museu que pode ser visitado a qualquer momento* (Jorge Anselmo, 07/10/2020, Maputo).

*O que posso dizer é que essas plataformas, a internet, facebook é um meio que temos que aproveitar nesta época da pandemia que não temos como nos fazer sentir fora do museu porque por força da pandemia as visitas reduziram então podemos mandar alguma coisa para as pessoas lá em casa verem, analisar por ai em diante, por isso disse que queremos apostar no facebook, estamos a reinventar-nos. Muitos museus, não só este não usavam as plataformas digitais, agora chegou o momento de usarmos essas plataformas para a divulgação do museu* (Jorge Anselmo, 07/10/2020, Maputo).

O governo através do Ministério da Cultura e Turismo lançou uma visita virtual ao Museu Nacional da Moeda<sup>22</sup>, no dia 16 de Junho de 2020, por ocasião do Dia do Metical. Através desta iniciativa, foi possível abrir as portas do museu ao público e desta forma, levar o museu ao encontro dos visitantes onde quer que estivessem. Destacamos de igual modo, a visita virtual ao Museu dos CFM<sup>23</sup> disponibilizada no *facebook* aquando das comemorações do Dia Internacional dos Museus que se assinala a 18 de Maio.

Deste modo, a iniciativa do governo e dos Portos e Caminhos de Ferro de Moçambique em disponibilizar visita virtual á museus, pode ser vista como uma motivação para que mais museus encontrem no virtual e na componente digital uma estratégia de comunicação incontornável e por tal mais abrangente, dinâmica e, acima de tudo actualizada. Este aspecto constitui um suporte importante para o argumento do presente

---

<sup>22</sup> Ministério da Cultura e Turismo. Visita virtual Museu da Moeda, Maputo, Moçambique. 16/06/2020.

<sup>23</sup> <https://www.facebook.com/CFMMoz/videos/831949361069061/>

trabalho sobre a importância da Comunicação, através do Sentido de Virtual, para um funcionamento mais estrategicamente visível dos museus moçambicanos.

## **CAPÍTULO V: Considerações Finais**

O presente trabalho teve como objectivo analisar a influência que os Museus virtuais apresentam na relação entre o público e as instituições museológicas em Moçambique. A questão principal do trabalho é a aplicação das TIC (com destaque para a implementação do sentido de virtual) em museus com vista a melhorar e inovar na componente da comunicação e divulgação de suas actividades. Deste modo, recorri à legislação específica de nível nacional e internacional que defende a inclusão de meios inovadores



que possam ser aplicados em museus levando em consideração a situação socioeconómica, política e cultural de cada região ou comunidade. Demonstrei através dos dados disponibilizados pelo INE, uma visão sobre a situação dos museus no país do ponto de vista de sua distribuição, tendo-se verificado que a maior parte destas instituições encontram-se localizadas na Cidade de Maputo. Este facto, conduziu-me á conclusão da desigualdade de acesso á recursos tecnológicos e por tal, de limitações espaciais e sociais no acesso á Internet e, conseqüentemente, ao que define-se como Museu Virtual.

Verifiquei através de algumas acções postas em prática em alguns museus do país que, ainda que seja de forma gradual, a *Nova Museologia* começa a ganhar espaço no que diz respeito às práticas museológicas. Esta nova forma de actuação é comprovada pela adopção de medidas que se propõem a levar até ao público a essência do museu através do uso de recursos multimídias em forma de plataformas *online* e ou de recursos usados dentro do museu físico, o que comprova que o virtual não se manifesta apenas através da *Internet*.

Os museus virtuais podem trazer benefícios na forma como os museus comunicam-se com o público através do uso da *Internet* evitando a deslocação das pessoas para os museus. Esta forma de actuação pode ser aplicada por exemplo em tempos em que se apela a uma menor movimentação de pessoas com vista a evitar-se um desastre humanitário devido a propagação da pandemia da Covid-19. Todavia, apesar de estas medidas serem as recomendadas no momento, no caso particular de Moçambique vem a tona uma das dificuldades e ou fragilidades enfrentadas pelos museus visto que grande parte da população não tem acesso a rede de *Internet*, o que dificulta a adopção de medidas tais como a disponibilização das visitas *online* aos museus.

Portanto, ao longo deste trabalho ao discutir o sentido de Virtual no contexto museológico elevo a importância da necessidade de uma discussão mais aprofundada sobre o que se deve considerar ou não como Museu Virtual. Esta complexidade aumenta á medida em que apercebo-me que não há e nem pode haver um público de museus que seja homogéneo quer em termos de perfil quer em termos de interesses. Isto obriga á que a inovação tecnológica seja sempre actual, dinâmica e inclusiva para não tornar as visitas virtuais ou presenciais, monótonas e desinteressantes.

Assim, a principal conclusão á que chego é que (re)pensar as estratégias de comunicação em museus de Moçambique é um grande desafio, sobretudo pelas limitações de funcionamento dos nossos museus. Contudo, deve ser encarada como um incentivo para mais estudos sobre os museus e assim ter-se mais contributos para ver melhorar o funcionamento e visibilidade dos museus em Moçambique.

## **5.1. Referências bibliográficas**

### **Artigos**

Araújo, M. 2005. Cidade de Nampula: A Rainha do Norte de Moçambique. In: *Finisterra XL*. Pp. 209-222.

- Barry, A. 2006. Creating a virtuous circle between a Museum's online and physical spaces. J. Trant and D. Bearman (Eds.). Toronto: Archives & Museum Informatics. In: *Museums and the web*. Pp. 1-9.
- Caldeira, A. 2019. Acesso a internet triplicou em Moçambique. In: *Jornal a verdade*. Pp. 1-2, Disponível em: WWW. Verdade. Co.mz (acesso em 11 de Janeiro de 2020).
- Carlan, C. 2008. Os Museus e o Património Histórico: uma relação complexa. In: *Historia*.UNIRIO. São Paulo 27 (2), pp. 75-88.
- Carvalho, J & Raposo, R. 2012. O potencial dos social media como ferramenta de comunicação dos museus com o seu público através do digital. Universidade do Aveiro. In: *Revista comunicando*. Pp.1-14.
- Duarte, A. 2013. Nova Museologia: os pontapés de saída de uma abordagem ainda Inovadora. In: *Revista Museologia e Património*. vol. 6.pp. 99-117
- Favoreto, F; Hipólito, R & Rebello, M. 2012. A virtualidade nas proposições vivenciais. In: *Revista Valise*. Vol. 2, nº 3. Pp. 87-99.
- Ferreira, A. 2017. Roll-up: a nova moda de marketing e da publicidade. In: *Marketing, publicidade exteior*.
- Henriques, R. 2018. Os museus virtuais: conceito e configurações. In: *Cadernos de Sociomuseologia*, nº 12: 55.
- ICOFOM. 2014. New trends in museology. In: *ICOFOM study series archive*. 36th annual ICOFOM symposium. Paris
- Issak, A. 2006. Museus como unidades documentais: Seu papel na educação da comunidade. In: *3º Seminário Regional Sul de Arquivos, Bibliotecas, Centros de Documentação e Museus*. Pp. 1-6.
- Joanguete, C. 2011. Política pública moçambicana sobre a inclusão digital. In: *Revista Académica REDMARKA*, nº 7, Pp-61-82.
- Julião, L. 2006. Apontamentos sobre a história do Museu. In: *cadernos de directrizes museológicas*. 2ed. Pp.19-32.
- Magaldi, M & Scheiner, T. 2010. Reflexões sobre o museu virtual. In: *XI encontro nacional de pesquisa em ciência da informação*. Pp.1-25.

- Magaldi, M; Scheiner, T & Soares, B. 2011. Museus e Pessoas no Museu da Pessoa: pensando o virtual como social. In: *XI ENANCIB - Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*. Pp. 2954-29969.
- Mariano, C. 2017. A acessibilidade em museus virtuais de arte: uma abordagem sobre a virtualidade. In: *26° Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, Campinas*. Pp. 2694-2698. Campinas: Pontifícia Universidade Católica de Campinas.
- Mendes, J. 1999. O papel educativo dos Museus: Evolução histórica e tendências actuais. In: *Didaskalia*. Pp. 667-692.
- Muchacho, R. 2005. O Museu Virtual: as novas tecnologias e a reinvenção do espaço museológico. In: *Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II Ibérico*. Pp. 579-583.
- Paiva, K, & Primon, J. (2013). Museus no Brasil: a nova museologia e os benefícios proporcionados à prática pedagógica na escola. In: *A. Brasil (Ed.), XXVII Simpósio Nacional de História*. Natal - RN: UFRN. Pp. 1-12.
- Rafael, C & Valdir, M. 2018. Os impactos dos usos das mídias sociais em Museus. In: *VII encontro regional sul de História da mídia*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Ramos, J; Vasconcelos, E & Pinto, M. 2014. As TICs em Museus: mais um passo para a convergência. Pp. 14-35.
- Ross, M. 2004. Interpreting the new museology. In: *Museum and society* 2 (2), pp. 84-103.
- Salkiran, C & Kamalakana, J. 2014. Different paradigm for touch-screens technology: a survey. In: *Researchgate*.
- Santos, P & Lima, F. 2014. Museu e suas tipologias: O webmuseu em destaque. In: *Informação & Sociedade*. Pp. 57-68.
- Scheiner, T & Magaldi, M. 2010. Museologia, comunicação e informação: as Transformações sociais e a rede. In: *GT 9 – Museu, Património e Informação*. Pp. 1-19.
- Schweibenz, W. 2004. Virtual Museums: The Development of Virtual Museums. In: *ICOM NEWS*, n°. 3.

Soares, B. 2007. How the museum deals with reality: from museum techniques to the ethical matters. In: *ICOFOM Study Series 36*. Viena/Áustria. Pp.25-31.

Styliani, S; Fotis, L; Kostas, K & Petros, P. 2009. Virtual museums, a survey and some issues for consideration. In: *Journal of Cultural Heritage* 10:520-528.

### **Brochuras**

Filipe, K. 2017. *Museu de Ontem, de Hoje e o de Amanhã: Uma Reflexão Em Torno da História e Evolução dos Museus em Moçambique e no Mundo*. Texto de Apoio Para Aulas de Museologia e Museografia (Adaptado e compilado).

Macamo, S. 2003. *Dicionário de Arqueologia e Património Cultural de Moçambique*. (Texto não publicado).Maputo. Ministério da Cultura.

### **Entrevistas**

António Macandza. Guia do Monumento e Centro de Interpretação da Matola. 24.09.2020. Maputo.

Elisabeth Chirindza. Guia do Museu de História Natural. 14.10.2020. Maputo.

Guilherme Mussane. Curador do Museu das Comunicações de Moçambique. 29.09.2020. Maputo.

Jorge Anselmo. Curador do Museu Nacional da Moeda. 07.10.2020. Maputo.

### **Livros**

Afonso, A. 2010. *Manual de Tecnologias de Informação e Comunicação e OpenOffice.org*. 2ª Ed. Lisboa.

Ambrose, T & Paine, C. 2006. *Museum Basics*. Rutledge Taylor & Francis Group. New York and London.

Desvallées & Mairesse (Coord).2013. *Conceitos-chave de Museologia*. São Paulo: Secretaria do Estado da Cultura.

Gerhardt, T. & Silveira, T (Org.). 2009. *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.

Hernández, F. 2016. *Manual de museologia*. Consultado em <https://www.researchgate.net/publication/31731134>.

- Hooper-Greenhill. 1994. *The Educational Role of the Museums*. London: Routledge.
- International Council of Museums. 2008. *Código de ética para museus do ICOM*. São Paulo.
- Lévy, P.1997. *O que é o virtual?* São Paulo. Editora 34.
- Lindon, D ; Lendrevie, J & Vicen, J. 2000. *Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Ludwig, W. 2009. *Fundamentos e prática de metodologia científica*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Maffei, W. 2012. *O impacto das tecnologias de informação e comunicação em Museus: estudo de caso do museu da gente sergipana*. UFRGS. Porto Alegre.
- Marconi, M. & Lakatos, E. 2011. *Metodologia Científica*. São Paulo: Editora Atlas. 6ª ed.
- McCall, V and Gray, C. 2013. *Museums and the New museology: theory, practice and organisational change*.
- Mian, R; Andrade, G; Leme, F & Lemos, C. 2013. *Manual UDOP de actuação nas mídias sociais*. Araçatula. SP.
- Minayo, M. (Org). 2001. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes.
- Primo, J. 1999. *Museologia e Património. Documentos Fundamentais- Organização e Apresentação*. In: Cadernos de Sociomuseologia (15) Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Remelgado, P. 2014. *Estratégias de Comunicação em Museus: Instrumentos de Gestão em Instituições Museológicas*. V. 3. Consultado em <http://www.uam.es/mikel.asensio>
- Sabbatini, M. 2010. *Reflexões sobre o museu virtual: a mediação educacional do objecto, da informação e do visitante em um novo espaço de representação*.
- Santos, D. 2015. *Museus: nas trilhas do património cultural*. Universidade de Brasília. Brasília DF.

Schweibenz, W. 1998. *The Virtual Museum: new perspectives for museums to present objects and information using the Internet as a knowledge base and communications systems*.

Serra, P. 2007. *Manual de teoria da comunicação*. Universidade da Beira Interior. Livros Labcom. Consultado em <http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/>

Suano, M. 1986. *O que é Museus*. São Paulo: Ed. Brasiliense.

### **Referências documentais**

Declaração De Caracas. 1992. Novos desafios do museu de hoje. In: *Cadernos de Sociomuseologia* (1999) n° 15.

Declaração de Quebec. 1984. Princípios de base de uma nova museologia. In: *Primo, J. 1999. Museologia e Património: Documentos Fundamentais-Organização e Apresentação. Cadernos de Sociomuseologia* 15. Lisboa, Pp.189-191.

Instituto Nacional de Estatística. 2017. IV Recenseamento Geral da População e Habitação.

Instituto Nacional de Estatística. 2018. Estatísticas da cultura.

Instituto Nacional de Estatística. 2019. Estatísticas da cultura.

Lei n.º 10/88 de 22 de Dezembro, que determina a protecção legal dos bens materiais e imateriais do património cultural moçambicano. Boletim da República n° 51 (I).

Mesa-Redonda de Santiago do Chile. 1972. Mesa Redonda sobre la Importancia y el Desarrollo de los Museos en el Mundo Contemporáneo. In: *Nascimento, J et al (Org)*. 2012. Brasília: Ibram/ MinC; Programa IberoMuseos.

Resolução n° 11/2010 de 2 de Junho, que aprova a Política de Museus. Boletim da República n° 22 (I Série). Maputo (Moçambique).

Resolução n°12/97 de 10 de Junho, que Aprova a Política Cultural e Estratégia de sua Implementação. Boletim da república n° 23 (I Série). Maputo (Moçambique).

### **Teses e Dissertações**

Alde, M. 2016. *O Papel dos Museus na Disseminação do Património Cultural: O caso do Museu Nacional da Moeda, Maputo*. Dissertação de Licenciatura. Maputo: departamento de Arqueologia e Antropologia-UEM.

Andrade, J. 2008. *O museu na era da comunicação online*. Dissertação de Mestrado. Universidade do Minho.

Araújo, H & Candau, V. 2012. *Museu da Maré: entre educação, memórias e identidades*. Tese de doutoramento. Rio de Janeiro.

Azevedo, J. 2015. *O Museu municipal de Benavente: Um espaço e uma região em mudança- contributo para novos desafios*. Dissertação de mestrado. UAB.

Costa, I. 2010. *Museu como sistema de informação*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Porto.

Dutra, L. 2018. *Gestão da informação e tecnologias: Directrizes para projectos da interface de museus virtuais no âmbito da autenticidade*. Dissertação de Mestrado. Belo horizonte.

Henriques, R. 2004. *Memória, museologia e virtualidade: um estudo sobre o Museu da Pessoa*. Tese de Doutoramento. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, Lisboa.

Magaldi, M. 2010. *Navegando no museu virtual: Um olhar sobre formas criativas de manifestação do fenómeno museu*. Dissertação de mestrado. UNIRIO.

Marin, S. 2011. *Comunicação virtual de museus: a informação sobre arte nos sites da TATE e do MAC*. Dissertação de mestrado. USP/SP.

Queiroz, E.2013. *Novo Museu, Velha museologia: uma análise museológica do memorial inacabado da Novacap (2005-2013)*. Monografia de graduação. Brasília/DF.

Rodrigues, N. 2010. *Museu Virtual da Cidade Velha*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Aveiro.

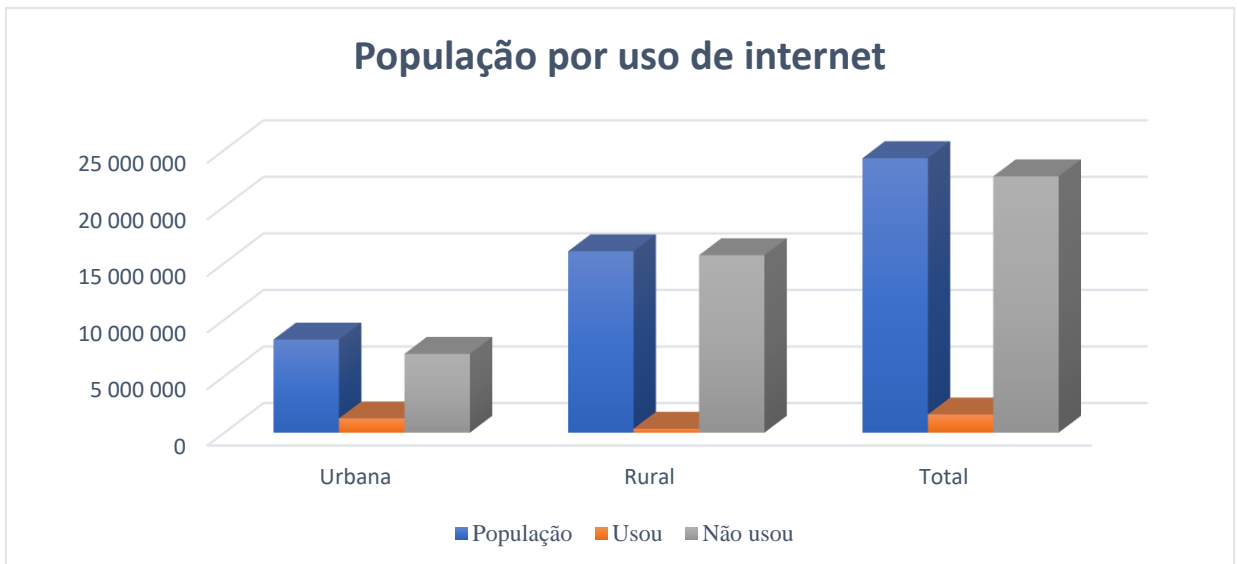
## **Vídeos**

Ministério da Cultura e Turismo. 2020. *Visita virtual Museu da Moeda, Maputo, Moçambique*. YouTube. (12min: 38seg).

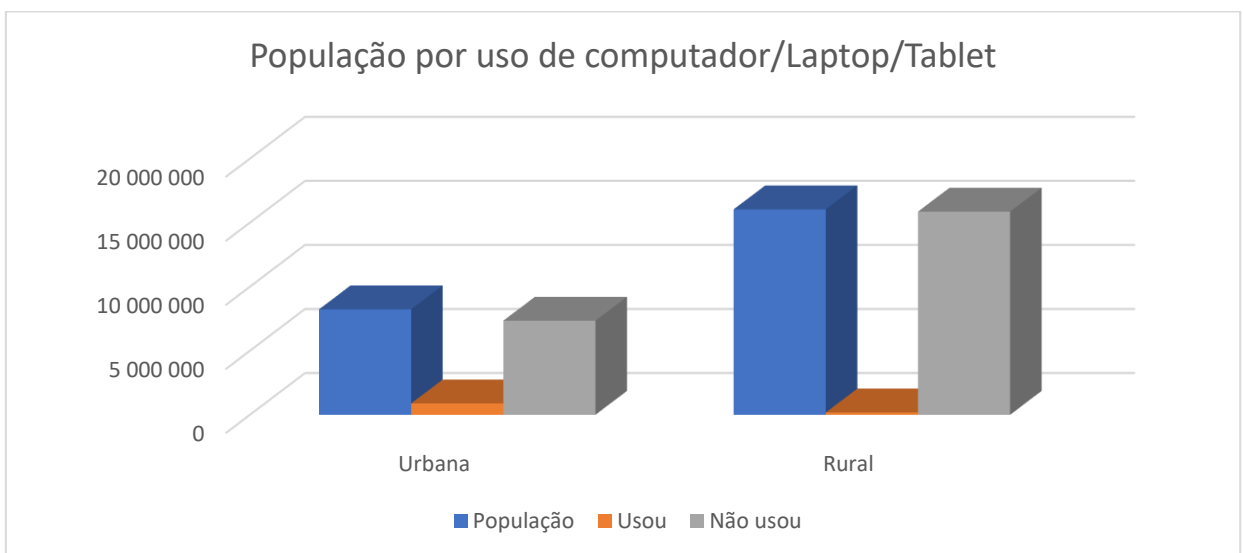


Televisão de Moçambique. 2020. Telejornal: Dia dos Museus.

**Anexos**



**Figura 6:** População por uso de internet em Moçambique<sup>24</sup>



**Figura 7:** População por uso de computador/Tablet/Laptop em Moçambique<sup>25</sup>

**Tabela 3:** Desafios e limitações de acesso ao virtual nos museus de Moçambique<sup>26</sup>

<sup>24</sup> Fonte: INE (2017).

<sup>25</sup> Fonte: INE (2017).

<sup>26</sup> Fonte: Sangonet (2009) citado por Joanguete (2011), adaptado pela autora.

<b>Áreas abrangidas</b>	<b>Limitações</b>	<b>Desafios</b>
Infra-estruturas físicas	<p>A conectividade e a comunicação de dados é extremamente lenta, oscilação e quedas constantes;</p> <p>As infra-estruturas de telecomunicações não estão distribuídas pelo país de forma equitativa, mas concentram-se mais nas grandes urbes, oferecendo menos oportunidade de acesso para a maioria da população;</p> <p>O acesso às infra-estruturas de telecomunicações depende da existência de energia, mas a fraca qualidade da energia fornecida também constitui factor de impedimento.</p>	<p>Promover a regulamentação de partilha de infra-estruturas;</p> <p>Assegurar a igualdade de acesso a rede;</p> <p>Apoiar os projectos de difusão e acesso às TICs para pessoas portadoras de deficiência.</p>
Capacitação Humana	<p>Grosso número da população moçambicana situa-se na zona rural, no entanto, os recursos e as oportunidades chegam primeiro as grandes cidades e só depois à comunidade rural que assume que os computadores e a Internet são para pessoas ricas ou com qualificações académicas mais altas.</p>	<p>Massificação de formação, concretamente na capacitação do uso efectivo de TICs;</p> <p>Aposta no sistema nacional de educação como agente promotor de inclusão digital.</p>
Preço da internet	<p>Extremamente alto, sobretudo para a população rural que vive com menos de um dólar por dia.</p>	<p>Baixar o custo da <i>Internet</i> junto dos operadores ou assegurar que os usuários beneficiem de preços reduzidos.</p>

**Tabela 4: Linha Evolutiva dos Museus<sup>27</sup>**

<sup>27</sup> Fonte: Adaptado de vários autores.

<b>Período</b>	<b>Acontecimentos</b>
II Milénio A.D	<p>Desenvolveu-se o hábito de copiar e registar histórias e feitos de personalidades locais, de modo a preservar essa mesma memória para gerações futuras.</p> <p>A colecção de antiguidades passa a ser prática durante os reinados de Nabuconosor e Nabonido e dos Sacerdotes locais, sendo que tais preciosidades eram devidamente identificadas dando assim início aos primórdios do sistema de catalogação actual (Filipe 2017).</p>
Século XV-XVIII	<p>Reaparecimento do termo museu no século XV com o surgimento do coleccionismo na Europa, o que originou os gabinetes de curiosidade dos séculos XVI e XVII (Suano 1986);</p> <p>Muitas dessas colecções, que se formaram entre os séculos XV e XVIII, se transformaram depois em museus, tal como hoje são conhecidos, sendo que estes eram destinados a fruição exclusiva de seus proprietários e de pessoas que lhes eram próximas (Julião 2006);</p> <p>Formação ou criação de outros museus, muitos sob o prisma da ideologia colonial (Filipe 2017).</p>
Séculos XIX-XX	<p>Abandona-se o simples coleccionismo e passa-se a incluir novas categorias e temas, enfatizando a exposição e catalogação mais rigorosas, sistemáticas e metódicas.</p> <p>Passa-se a adoptar critérios de aquisição mais cuidadosos e cientificamente ajustáveis às áreas de especialização dos museus, sobretudo em meados do Século XX.</p> <p>Passam a ser primordiais a interdisciplinaridade e premissas educativas dos museus (Filipe 2017).</p>

**Tabela 5: Síntese conceitual de Museus virtuais<sup>28</sup>**

<b>Autor</b>	<b>Conceito</b>
<b>Jamie Mackenzie</b>	<p>Um museu virtual é uma colecção organizada de artefactos electrónicos e recursos de informações, praticamente qualquer coisa que possa ser digitalizada. A colecção pode incluir pinturas, desenhos, fotografias, diagramas, gráficos, gravações, segmento de vídeo, artigos de jornal, transcrições de entrevistas, bases de dados</p>

<sup>28</sup> Fonte: Lima e Santos (2014).

	numéricos e uma série de outros itens que podem ser guardados no servidor de arquivos do museu virtual. (Mackenzie 1997).
<b>James Andrews e Werner Schweibenz</b>	Uma colecção logicamente relacionada de objectos digitais composto em uma variedade de meios, que, por causa da sua capacidade de fornecer ligações e vários pontos de acesso, presta-se a transcender aos tradicionais métodos de comunicar e interagir com os visitantes; Não tem lugar real ou espaço, seus objectos e as informações relacionados podem ser divulgados em todo o mundo. (Andrews; Chweibenz 1998).
<b>António Cerveira Pinto</b>	[...] lugar interactivo do saber, do prazer e da contemplação. [...]. O “museu virtual” deverá ser, sobretudo, um novo sistema operativo dedicado as artes. (Cerveira Pinto apud Bellido Gant 2001: 249).
<b>Arturo Colorado Castellary</b>	[...] museu virtual é o meio que oferece ao visitante um fácil acesso às peças e as informações que deseja encontrar em diferentes temas artísticos e em diferentes museus. De fato o museu virtual seria a ligação entre muitas colecções digitalizadas e pode ser utilizado como um recurso para organizar exposições individuais, na medida da expectativa e interesse do usuário (Colorado Castellary apud Bellido Gant 2001: 249)
<b>Sérgio Talens Oliag; José Hernández Orallo</b>	Os museus virtuais recebem fundamentalmente esta denominação porque frequentemente copiam os conteúdos de algum outro museu real, seguem a obra de algum artista ou tratam um tema especial. Embora os museus virtuais nunca substituíssem as visitas físicas para ver os originais de obras históricas para a humanidade, quando a distância ou a possibilidade económica não permitem ir, sempre podem ser uma opção muito válida para uma primeira aproximação, de uma forma mais próxima (virtual) ao que seria a verdadeira visita. (Talens Oliag; Hernández apud Bellido Gant 2001:249).
<b>José Cláudio Oliveira</b>	Museus que advêm da concepção de Malraux e que podem ser estendidos a CD-ROM, DVD e VHS, mas que, sempre <i>off-line</i> , não possuem novidade no suporte apresentado. (Oliveira 2007:13).

**Tabela 6: Caracterização dos tipos de *sites* de Museus<sup>29</sup>**

Designação	Características
<b>Folheto electrónico</b> <i>(eletronic brochure)</i>	<p>Apresentação do museu, a partir de uma ferramenta de comunicação e de <i>marketing</i>. O utilizador tem acesso à história do museu, aos horários de funcionamentos e, às vezes ao corpo técnico do museu. É o tipo mais comum em quase todos os museus, sendo alguns mais elaborados, dependendo dos recursos disponíveis, mas todos têm como objectivo principal ser uma apresentação visual, tal como um folheto. Nesse caso, a Internet funciona como uma forma de tornar o museu mais conhecido e possibilitar acesso às visitas presenciais.</p>
<b>Museu no mundo virtual</b>	<p>Apresenta informações mais detalhadas sobre o acervo e, muitas vezes, proporciona visitas virtuais. O <i>site</i> projecta o museu na virtualidade, e, muitas vezes exposições temporárias que já não se encontram mais montadas em seu espaço original, fazendo da Internet uma espécie de reserva técnica de exposições. Muitos deles disponibilizam bases de dados do seu acervo, mostrando objectos que não se encontram em exposição naquele momento e informações sobre determinado assunto.</p>
<b>Museus realmente interactivos</b>	<p>Presença de elementos de interactividade que envolvem o visitante. Às vezes, o museu reproduz os conteúdos expositivos do museu presencial e em outros casos, o museu virtual é bem diferente. Os museus interactivos trabalham com o público de modo especial e a interactividade permite que o público actue na proposta oferecida pelo museu.</p>

<sup>29</sup> Fonte: Henriques (2004) adaptado de Piacente (1996).

**Tabela 7: Categorias dos Museus virtuais na internet<sup>30</sup>**

<b>Categoria</b>	<b>Características e objectivos</b>
<b>O museu do folheto</b>	É um <i>site</i> que contém informações básicas sobre o museu, como os tipos de colecção, detalhes de contacto etc. seu objectivo é informar os visitantes o potencial do museu.
<b>O museu de conteúdo</b>	É um <i>site</i> que apresenta as colecções do museu e convida o visitante virtual a explorá-las online. O conteúdo é apresentado de maneira orientada a objectos e basicamente idêntico ao banco de dados da colecção. É mais útil para especialistas do que para leigos, porque o conteúdo não é aprimorado didacticamente. O objectivo deste tipo de museu é fornecer um retrato detalhado das colecções do museu.
<b>O museu do aprendizado</b>	É um <i>site</i> que oferece diferentes pontos de acesso aos visitantes virtuais, de acordo com a idade, o histórico e o conhecimento. As informações são apresentadas de maneira orientada ao contexto, em vez de orientadas a objectos. Além disso, o <i>site</i> é didacticamente aprimorado e vinculado a informações adicionais que motivam o visitante virtual a aprender mais sobre um assunto em que está interessado e a visitar o site. O objectivo do museu de aprendizado é fazer com que o visitante virtual volte e estabeleça um relacionamento pessoal com a colecção <i>online</i> , podendo eventualmente levá-lo ao museu para ver os objectos reais.
<b>O museu virtual</b>	O próximo passo do museu de aprendizagem é fornecer não apenas informações sobre a colecção da instituição, mas também vincular a colecções digitais de outras pessoas. Dessa forma são criadas colecções digitais que não têm contrapartes no mundo real, e ao mesmo tempo este museu entrará em contacto com visitantes virtuais que talvez nunca possam visitar um determinado museu pessoalmente.

<sup>30</sup> Fonte: Schweibenz (2004).

**Tabela 8: Categorização das Instituições Museológicas Nacionais<sup>31</sup>**

<b>Categorias</b>	<b>Instituição</b>	<b>Localização</b>
<b>Centros de Interpretação</b>	Monumento e Centro de Interpretação da Matola	Província de Maputo
	Centro de Interpretação da Moeda	Cabo Delgado
<b>Casas-Museu</b>	Casa-Museu Malangatana	Província de Maputo
	Museu-Galeria Chissano	Província de Maputo
	Casa-Museu Samora Machel	Gaza
	Casa-Museu José Craveirinha	Província de Maputo
	Casa-Galeria Eugénio Lemos	Província de Maputo
<b>Museus</b>	Museu de Manica	Manica
	Museu de Metangula	Niassa
	Museu de Chai	Cabo Delgado
	Museu de Nwadjahane	Gaza
	Museu de Etnologia Nampula	Nampula
	Museu regional de Inhambane	Inhambane
	Museu de História Natural de Inhaca	Cidade de Maputo
	Museu Nacional de Moeda	Cidade de Maputo
	Museu Nacional das Pescas	Cidade de Maputo

<sup>31</sup> Fonte: INE (2018); Filipe (2017); adaptado pela autora.



	Museu Nacional de Arte	Cidade de Maputo
	Museu Nacional de Geologia	Cidade de Maputo
	Museu de História Natural	Cidade de Maputo
	Museu Nacional dos CFM	Cidade de Maputo
	Museu da Revolução	Cidade de Maputo
	Museu Histórico-Militar da Fortaleza de Maputo	Cidade de Maputo
	Museu da Presidência da República	Cidade de Maputo
	Museu Mafalala	Cidade de Maputo
<b>Museus Universitários</b>		
	Museu da Faculdade de Agronomia e Engenharia Florestal, UEM	Cidade de Maputo
	Museu de Ciências, Faculdade de Ciências, UEM	Cidade de Maputo
	Museu de Arqueologia, Faculdade de Letras e Ciências Sociais, UEM	Cidade de Maputo