

RELATÓRIO Nº 1/2025 - DPROMUS/CDP/DDFEM

Processo nº 01415.000761/2025-19

1. APRESENTAÇÃO

1.1. **“O futuro dos museus em comunidades em rápida transformação”** foi o tema trabalhado na **23ª Semana Nacional de Museus**, com foco em três subáreas temáticas principais:

- **Patrimônio Imaterial:** a promoção do patrimônio intangível como fonte dinâmica de inspiração e como testemunho de uma herança cultural coletiva, no passado, no presente e no futuro.
- **Juventude:** o poder transformador dos jovens no coração da atividade dos museus, transformando-os em centros vibrantes de inovação, de cooperação, de desenvolvimento e crescimento econômico, social e cultural.
- **Novas tecnologias:** a sua importância na transformação dos museus em hubs sustentáveis e inovadores, enquanto espaços promotores de uma participação cidadã ativa e de aprendizagem para todos os públicos.

1.2. A Semana Nacional de Museus é uma temporada cultural coordenada pelo Ibram e aberta à participação de museus, instituições de memória, espaços e centros culturais brasileiros, que objetiva valorizar os museus brasileiros e intensificar a relação destes com a sociedade.

1.3. A iniciativa acontece anualmente em comemoração ao Dia Internacional dos Museus (18 de maio), e, este ano, foi realizado entre os dias **12 e 18 de maio**.

2. IDENTIDADE VISUAL

2.1. A concepção da identidade visual da 23ª Semana Nacional dos Museus (2846862) iniciou com conversas sobre o tema com as coordenadoras Luciana Palmeira (DDFEM), Marielle Costa Gonçalves (DPMUS), Raquel Fuscaldi (DPMUS) e Taís Valente (DPMUS). Dos debates surgiram as imagens do Afrofuturismo e Futurismo Indígena. Os dois movimentos, que revisitam o passado para abordar o futuro, foram uma importante referência às pesquisas e ao processo criativo.

2.2. A identidade visual da 23ª Semana Nacional dos Museus (2846862) foi desenvolvida, portanto, com o intuito de comunicar de forma harmoniosa e impactante a temática do evento. Cada escolha de cor, forma e representação foi feita com o propósito de defender e promover o patrimônio imaterial, a juventude, as novas tecnologias e as comunidades, garantindo que todos esses e outros elementos sejam devidamente valorizados e celebrados.

2.3. O desafio deste ano foi conectar o tema **‘Futuro dos Museus em Comunidades em Rápida Transformação’** com as subáreas: Patrimônio Imaterial, Juventude e Novas Tecnologias. Percebemos que o tema é uma provocação aos museus e instituições para o movimento, para ultrapassar a barreira das visitas presenciais, entrar nas comunidades e também trazer as comunidades para dentro dos museus.

2.4. O Patrimônio Imaterial é representado por expressões culturais como a dança, o frevo, o modo de fazer a cajuína e a arte Kusiwa. Ao incluí-las na identidade visual, reforçamos a importância de preservar e valorizar essas tradições, que são fundamentais para a nossa identidade nacional.

2.5. A Juventude, por sua vez, está presente nas colagens que compõem os cartazes. Essas

representações visuais capturam a energia, a criatividade e o dinamismo dos jovens, destacando seu papel na transformação e no futuro dos museus.

2.6. As Novas Tecnologias são representadas pelos movimentos artísticos afrofuturista e o futurismo indígena, que inspiraram a composição estética e inserem a cultura ancestral em uma visão de futuro, indo além do entretenimento para abordar temas como sobrevivência e resistência.

2.7. As cores amarelo e laranja foram selecionadas por sua associação com a alegria, o otimismo e a vitalidade, características que queremos vincular à participação jovem no evento.

2.8. As tonalidades azuis, frequentemente associadas à tecnologia, foram utilizadas para simbolizar inovação e progresso. Já o verde foi incorporado para representar a sustentabilidade, um valor essencial em qualquer discussão sobre o futuro.

3. INOVAÇÕES E PLATAFORMAS DIGITAIS

3.1. A 23ª Semana Nacional de Museus **foi realizada pela primeira vez com a nova plataforma Visite Museus**, uma inovação que ampliou e enriqueceu a experiência das instituições e participantes.

3.2. Essa ferramenta trouxe um avanço significativo em relação ao modelo anterior, que dependia de download e revisão dos dados, diagramação e fechamento de arquivos em PDF para divulgar as programações. Apesar de serem amplamente conhecidos, os PDFs apresentavam limitações, como a necessidade de formatação manual, demora na consolidação de dados e a geração de novos documentos a cada atualização, o que podia levar a informações desatualizadas. Além disso, os arquivos grandes dificultavam o acesso em conexões lentas e a navegação rápida.

3.3. A nova plataforma resolveu esses problemas, oferecendo *atualizações em tempo real, busca facilitada e maior acessibilidade*, marcando uma evolução importante na forma de divulgar e gerenciar a programação dos museus.

3.4. O Visite Museus permite que as instituições ajustem suas programações rapidamente e que o público tenha sempre acesso às informações mais recentes. A busca por atividades tornou-se mais eficiente: em vez de percorrer páginas de um documento pesado e estático, os usuários podem filtrar eventos por museu, cidade, tipo de atividade ou data, facilitando o planejamento de visitas.

3.5. A migração para um sistema digital integrado também está alinhada com as tendências de tecnologia. A plataforma é responsiva, adaptando-se a celulares, tablets e computadores, e permite integração com serviços como mapas e redes sociais, ampliando o alcance das instituições.

3.6. Reconhecemos que toda transição exige adaptação, mas acreditamos que os benefícios da nova plataforma — como atualização instantânea, personalização da experiência do usuário e maior eficiência — justificam o esforço. Para apoiar as instituições nesse processo, disponibilizamos recursos como um tutorial simplificado com passo a passo detalhado, atendimento personalizado via WhatsApp e um canal oficial para divulgação de novidades.

3.7. Reforçamos que a modernização do sistema foi necessária para acompanhar as demandas tecnológicas e oferecer um serviço mais integrado aos museus brasileiros. O sistema anterior, após mais de uma década em uso, estava defasado e sem suporte técnico adequado. A nova plataforma centraliza a gestão e a divulgação das instituições, facilitando não apenas a participação em eventos como a Semana Nacional de Museus, mas também a interação com o público.

4. DIFICULDADES E DESAFIOS DA NOVA PLATAFORMA VISITE MUSEUS

4.1. A implementação da plataforma **Visite Museus** durante a 23ª Semana Nacional de Museus marcou um passo importante na disponibilização das informações dos museus participantes, suas atividades e modernização da divulgação. No entanto, como toda inovação tecnológica em fase de consolidação, a ferramenta ainda enfrenta desafios que precisam ser superados para que atenda plenamente às expectativas das instituições museológicas e do público. Essas dificuldades **revelam a complexidade envolvida na criação de um sistema digital abrangente e a necessidade de investimento contínuo em seu desenvolvimento e manutenção**.

4.2. Um dos aspectos que demandam atenção é a **incompletude das funcionalidades**

oferecidas. Embora a plataforma já permita a atualização em tempo real das programações e ofereça ferramentas de busca mais eficientes do que o antigo sistema baseado em PDF, características essenciais necessitam de ajustes.

4.3. Os **problemas técnicos e a necessidade de correções no código** também se apresentam como obstáculos. Durante a utilização da plataforma, usuários relataram instabilidades, especialmente em momentos de maior acesso, como no período de inscrições. Essas falhas podem comprometer a experiência do usuário e a eficiência das instituições na divulgação de suas atividades.

4.4. A **acessibilidade**, um dos pilares anunciados no lançamento da plataforma, é outra área que requer avanços. Embora o **Visite Museus** tenha sido desenvolvido com a preocupação de atender a diversos públicos, incluindo pessoas com deficiência, a implementação de recursos como leitores de tela compatíveis com todas as funcionalidades, opções de contraste ajustável e descrições detalhadas de imagens ainda não está totalmente consolidada. Essas lacunas limitam o acesso pleno de alguns usuários e vão na contramão dos princípios de inclusão que devem guiar as políticas culturais. A correção dessas falhas e a ampliação das ferramentas de acessibilidade deve ser um compromisso com a democratização do acesso aos museus.

4.5. Além disso, a **sustentabilidade financeira e técnica da plataforma** no longo prazo é uma questão que precisa ser considerada. O desenvolvimento e a manutenção de uma ferramenta digital dessa magnitude **exigem investimento constante em infraestrutura, segurança de dados e atualizações tecnológicas.**

4.6. A chave para o sucesso da plataforma, portanto, está no **reconhecimento das lacunas apontadas** e no **compromisso contínuo com seu aprimoramento.** O diálogo constante com as instituições museológicas, a priorização de correções com base no *feedback* (relatório) dos usuários e o investimento em novas funcionalidades **serão determinantes para que a ferramenta cumpra seu papel de fortalecer a promoção dos museus brasileiros.**

4.7. A consolidação do **Visite Museus** como uma ferramenta eficiente e abrangente dependerá da **capacidade de transformar esses desafios em oportunidades de crescimento,** sempre com o objetivo final de aproximar o público da riqueza e da diversidade dos museus do país.

5. DIFICULDADES DE DIVULGAÇÃO DA PLATAFORMA

5.1. Além dos desafios técnicos e da **necessidade de um suporte específico** para a estrutura da plataforma Visite Museus que viabilize **recursos eficientes para aferição de dados estatísticos sobre a divulgação e o impacto dos eventos da Semana e da Primavera dos Museus.**

5.2. Atualmente, a ferramenta não oferece mecanismos adequados para a extração de relatórios consolidados, sendo necessário recorrer à CGSIM para que os técnicos baixem planilhas complexas e apliquem múltiplos filtros para obter informações que estavam disponíveis de forma ágil e automatizada no sistema anterior. O principal exemplo dessa limitação é a dificuldade em acessar dados básicos, como o **número real de museus inscritos em cada edição.**

5.3. Como a plataforma ainda enfrenta problemas de duplicação de registros, os números divulgados podem não refletir com precisão a realidade do **total de atividades cadastradas.**

5.4. Essa fragilidade na produção de dados é especialmente preocupante quando consideramos que a Semana e a Primavera dos Museus são os principais eventos do calendário museológico nacional. Sem as devidas informações sobre adesão, perfil dos participantes e alcance das atividades, fica comprometido o **monitoramento efetivo** dos eventos.

6. DIFICULDADES DE DIVULGAÇÃO DAS INSCRIÇÕES

6.1. A 23ª edição da Semana Nacional de Museus, realizada por meio da Visite Museus, apresentou 1.033 instituições participantes e 3.189 atividades cadastradas em todo o país, lembrando que os números certamente são menores, já que foram observadas diversas atividades duplicadas na plataforma. A distribuição regional foi a seguinte:

- Centro-Oeste: 64 atividades

- Nordeste: 261 atividades
- Norte: 58 atividades
- Sudeste: 448 atividades
- Sul: 202 atividades

6.2. Esses resultados ficaram abaixo das últimas edições pós pandemia, evidenciando uma necessidade de análise em prol de uma retomada de crescimento na participação.

6.3. Assim, os dados desta edição reforçam a necessidade de:

- Aprimorar a plataforma Visite Museus, especialmente em relação à geração de relatórios e acompanhamento das inscrições em tempo real.
- Oferecer maior suporte dedicado a mitigar erros das instituições no uso do sistema.

6.4. Um dos fatores críticos para o sucesso da Semana e da Primavera dos Museus ***sempre foi a efetiva divulgação das ações junto à imprensa e ao público***, garantindo visibilidade nacional e estimulando a participação de museus e visitantes. No entanto, a ***descontinuidade de ferramentas essenciais de comunicação – como o sistema de Clipping (monitoramento de notícias) e Mailing (banco de dados de jornalistas) – e de monitoramento aprofundado das redes sociais, podem ter contribuído para a redução no número de inscrições e atividades nas últimas edições.***

6.5. O ***Clipping*** era uma ferramenta fundamental para acompanhar a repercussão da Semana e Primavera dos Museus na mídia, permitindo:

- Mensurar o alcance das ações – Saber quantas matérias foram veiculadas, em quais veículos e regiões, ajudava a avaliar o impacto da campanha.
- Identificar oportunidades de divulgação – Se um jornal ou portal publicava uma matéria, a equipe poderia entrar em contato para ampliar a cobertura.
- Gerar relatórios de impacto – Esses dados eram usados para justificar investimentos e melhorar estratégias de comunicação.

6.6. Já o ***Mailing de jornalistas*** era um banco de dados atualizado de profissionais da imprensa (cultural, turismo, educação) em todo o Brasil, essencial para:

- Garantir que os *releases* chegassem aos veículos certos – Evitando que as informações se perdessem em contatos genéricos.
- Facilitar o diálogo direto com a mídia – Jornalistas especializados em cultura tinham acesso rápido às programações, aumentando as chances de publicação.
- Personalizar o envio de informações – Museus de diferentes regiões podiam ser divulgados para veículos locais, fortalecendo a capilaridade do evento.

6.7. Com a ***desativação*** desses sistemas, a comunicação com a imprensa ficou fragilizada, não havendo como medir adequadamente a repercussão ou identificar veículos que poderiam ser acionados para ampliar a divulgação. Sem dados concretos de mídia, fica difícil comprovar a relevância da Semana e Primavera dos Museus para financiadores e parceiros.

6.8. Para tentar ampliar a adesão dos museus e a visibilidade dos eventos, seria necessário que o Ibram:

- Reative as ferramentas de clipping e mailing, garantindo que a comunicação com a imprensa seja eficiente e mensurável e reestabeleça o contato direto com jornalistas culturais, assegurando que

as programações cheguem aos veículos certos.

- Implemente um sistema de monitoramento de redes sociais, permitindo ajustes rápidos nas estratégias de divulgação.

7. DIFICULDADES DE DIVULGAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO

7.1. A fase pós-inscrições, quando a programação dos museus já está consolidada e pronta para divulgação, representa justamente o momento em que o **contato estratégico com a imprensa se torna imprescindível**. É aqui que as ferramentas de Clipping (monitoramento de mídia) e Mailing (base de jornalistas) demonstrariam seu valor máximo, potencializando o alcance das ações culturais.

7.2. Os resultados dos eventos em 2023, quando ainda dispúnhamos desses recursos, servem como demonstração de sua eficácia:

- **R\$ 27 milhões de reais** em mídia espontânea gerados durante o evento (Valor Equivalente Publicitário - VEP)*.
- **R\$ 45 milhões de reais** em mídia espontânea ao considerar toda a cobertura relacionada aos museus no período*.

*Dados coletados através da Plataforma Comunique-se/Ascom. In: revista [InfoMuseus](#).

7.3. Estes números representam como ferramentas de comunicação conseguiu:

- Multiplicar gratuitamente o alcance das ações através da imprensa.
- Gerar credibilidade ao ter veículos jornalísticos legitimando a programação.
- Criar um efeito cascata onde cada matéria publicada incentivava novos museus a participarem nas edições seguintes.

7.4. Os números de 2023 comprovam que o investimento nessas ferramentas de baixo custo retornava em visibilidade, participação e valorização do setor museal.

8. INTERRUPÇÃO NO MAPA DE PROGRAMAÇÃO DO ICOM

8.1. A importante [parceria](#) entre o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) e o International Council of Museums (ICOM), que desde 2021 havia colocado o Brasil em posição de destaque no cenário museológico internacional, não se concretizou em 2025. Segundo justificativa oficial da presidência do ICOM no Brasil, as dificuldades técnicas enfrentadas pelo ICOM Internacional impossibilitaram a articulação necessária entre as bases de dados das instituições.

8.2. Em comunicado, o comitê brasileiro expressou seu profundo pesar pela situação: "Infelizmente este ano não foi possível articular as bases de dados, por fragilidades do ICOM Internacional. O comitê brasileiro fez tudo ao seu alcance para superar essas dificuldades, mas não obtivemos êxito. Lamentamos muito essa interrupção, que representa uma perda significativa para a visibilidade dos museus brasileiros no exterior."

8.3. Em 2021, por exemplo, a integração entre os sistemas permitiu que mais de 1.500 atividades brasileiras fossem incluídas no mapa mundial do ICOM - número que representou **mais da metade de todos os eventos registrados globalmente para o Dia Internacional de Museus**. Essa sinergia projetou internacionalmente o trabalho desenvolvido pelos museus nacionais e fortaleceu o posicionamento do Brasil como líder de participação em atividades para o Dia Internacional de Museus.

8.4. Apesar do contratempo, o ICOM Brasil mantém expectativas positivas para o futuro: "Temos a plena expectativa de que no próximo ano essas dificuldades técnicas sejam superadas e possamos retomar esta parceria tão frutífera para a comunidade museal brasileira."

8.5. De todo modo, foi possível manter as postagens em Colab no Instagram com o Icom Brasil.

9. CONCLUSÃO

9.1. A equipe de planejamento responsável pela plataforma Visite Museus enfrenta desafios estruturais que impactam diretamente a eficácia dos eventos nacionais, como a Semana e a Primavera dos Museus. A ausência de um suporte dedicado tem gerado obstáculos que comprometem a operacionalização da ferramenta e o engajamento das instituições museológicas.

9.2. Uma das principais soluções para plataforma é a manutenção e ao aprimoramento contínuo da plataforma, a saber:

- Manutenção contínua e resposta rápida a falhas.

Implementar um sistema de monitoramento em tempo real para identificar e corrigir problemas técnicos imediatamente, garantindo a estabilidade da plataforma durante períodos críticos, como as fases de inscrição e divulgação dos eventos.

- Desenvolvimento de Novas Funcionalidades.

Priorizar a implementação de novas ferramentas, como painéis de controle, relatórios automatizados e melhor integração com sistemas do Ibram. Isso tornaria a plataforma mais atrativa e funcional.

- Comunicação Integrada com a Imprensa.

Restabelecer sistemas de clipping e mailing, vinculados à plataforma, para garantir que as atividades cadastradas tenham divulgação ampla e mensurável junto à mídia.

9.3. Portanto, o suporte dedicado e especializado é uma das principais necessidades para o sucesso da plataforma Visite Museus e, conseqüentemente, para o crescimento dos eventos nacionais. A médio e longo prazo, essa medida poderia se traduzir em números mais robustos de inscrições e atividades, maior visibilidade para as instituições e um retorno do investimento público.

9.4. A Semana e a Primavera dos Museus são eventos importantes para a democratização da cultura no Brasil, podendo ser ampliados com uma plataforma mais dinâmica e inclusiva.

9.5. É o que se submete à apreciação superior.

Atenciosamente,



Documento assinado eletronicamente por **Daniel Belizario de Britto e Silva, Chefe da Divisão de Promoção Museal**, em 28/05/2025, às 15:53, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Elisa Guimarães Francisco Zubcov, Analista I - Publicidade**, em 28/05/2025, às 15:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Simone Kimura, Coordenador(a) de Difusão e Promoção do Setor Museal**, em 28/05/2025, às 15:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.museus.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2846863** e o código CRC **EDC80D42**.