



Museu de Arte Popular - MAP

Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC)

José Ribeiro Mendes

Museu de Arte Popular - MAP

Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC)

Índice

Introdução	2
Estratégia Económica Europeia 2020.....	3
Agenda Digital 2020 para a Europa.....	5
Confiança e segurança.....	5
Aumentar a literacia digital, as competências e a inclusão	5
TIC e benefícios para os cidadãos.....	5
Promover a diversidade cultural e conteúdos criativos.....	5
Agenda Digital para o MAP	7
Infra-estrutura de rede - acesso rápido à Internet	7
Intervenções para a Promoção e Comunicação	8
Apresentação Audiovisual Interactiva	8
Web TV – O Português do Século XXI	9
Campanha de Marketing Viral na Internet	12
Intervenções para a Exposição (fase1)	13
Sistemas de áudio vídeo Guias	13
Interpretação interactiva das Pinturas Murais	14
Quiosques para interpretação das salas.....	14
Biblioteca Digital (Europeana)	14
Espectáculo Audiovisual Multimédia.....	15
Intervenções para a Exposição (fase2)	15
Espaço Infantil (Sala Minho)	15
Videoteca e Fonoteca (Sala Beiras).....	16
Arquivo Fotográfico (Mezanina 1)	16
Arquivo Documental (Mezanina 2)	16
Serviços Administrativos (Mezanina 3).....	17
Manutenção	17
Síntese das intervenções e valores propostos:.....	18
Conclusão	19

Instituto Politécnico de Tomar

Centro de eLearning, Junho de 2010

Introdução

Este documento constitui uma análise sintetizada para aplicação das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no Museu de Arte Popular (MAP). Foi elaborado auscultando a Direcção do MAP, nomeadamente, no que se refere ao seu Plano Museológico, sua vocação e sua estratégia.

Com este projecto implementado, o MAP ficará dotado de infra-estruturas, aplicações e serviços, que lhe permitem estar alinhado com a Estratégia Europeia para 2020 e, em particular, com a Agenda Digital 2020.

O presente documento começa por apresentar em que medida o MAP se alinha com a Estratégia Económica Europeia 2020 e com a iniciativa *Agenda Digital 2020* já aprovada pela Comissão.

Depois apresentam-se várias propostas de intervenção que colocam o MAP como um Museu do Século XXI, referência nacional e internacional.

Genericamente, as intervenções propostas têm o objectivo de proporcionar ao visitante, através da utilização das TIC, uma visita enriquecida pela experiência fruída. Isto, quer na ocupação do seu tempo durante a visita, seja presencial ou com acesso à Internet, quer ainda no que estas visitas possam traduzir-se em termos aquisição de conhecimento (através de uma plataforma de eLearning já disponível) e potencialização do lazer (interagindo com tecnologias que permitem interpretar, jogar, visualizar, seleccionar e navegar em informação cultural e turística para, por exemplo, criar itinerários temáticos). Com esta estratégia pretende-se também potenciar o impacto mediático do MAP e, simultaneamente, é difundido e preservado o seu valor patrimonial pela digitalização dos bens do museu e da sua preservação digital. Neste contexto, as redes sociais Web2.0 são fomentadas permitindo, entre outras vantagens, recolher informação dispersa por proprietários anónimos, não conhecida do grande público e em risco de desaparecer.

Para se atingir os objectivos propõe-se o desenvolvimento e utilização de ferramentas de comunicação que explorem ao máximo as possibilidades da Internet e de vários equipamentos e tecnologias já disponíveis para interagir, interpretar e aprender (e.g. audiovideoguias, ecrans tácteis, 3D). Por outro lado, pretendem-se

utilizar ferramentas para produção de conteúdos digitais de última geração (realidade virtual tridimensional e aumentada) para otimizar os investimentos e maximizar o impacto da iniciativa. Como exemplo da criação de conteúdos, refira-se a biblioteca digital que permite disponibilizar os seus conteúdos para a Europeia e, em consequência, disponibilizar os conteúdos do MAP, também através de exposições virtuais, para um número muito significativo de cidadãos nacionais e estrangeiros. Ao classificar os itens digitais (textos, fotografias, áudios, vídeos, 3D) segundo os standards da Europeia estabelecem-se pontes com o MATRIX NET em desenvolvimento no IMC.

Como exemplo do potencial de produção de conteúdos, refira-se a possibilidade de se criarem redes ou subredes, com outros museus, para partilha virtual de outras colecções que possam estar relacionadas de algum modo entre si, por exemplo, com museus de etnografia, museus de Barcelos, com o museu de etnologia ou de arqueologia. Além disso, potenciar as parcerias que estão em curso, nomeadamente, com RTP, RDP, Cinemateca, Musica Portuguesa e Fado, INATEL e com as entidades regionais de Turismo e da Educação, permite disponibilizar um conjunto muito rico de conteúdos alusivos à arte popular portuguesa. Outras parcerias que se pretendem desenvolver são com países da lusofonia onde a arte popular portuguesa têm uma expressão incomensurável e ainda por divulgar.

Apresenta-se por fim, neste documento uma estimativa orçamental para a execução de cada intervenção.

Estratégia Económica Europeia 2020

A estratégia económica europeia 2020 refere três vectores fundamentais de **crescimento**: o crescimento **inteligente**, o crescimento **sustentado** e o crescimento **inclusivo**.

A **primeira iniciativa** tomada pela União Europeia, no âmbito desta estratégia económica foi a **Agenda Digital 2020**, aprovada no mês de Maio 2010.

A *Agenda Digital* ter sido a primeira iniciativa aprovada reflecte bem a importância que as TIC assumem para o crescimento, a competitividade e o emprego. Pretende-se retirar, de forma sustentável, benefícios económicos e sociais do mercado único digital baseado na internet de alta velocidade. Um dos objectivos é até 2013, ter todos os 400M de europeus a aceder à Internet de alta velocidade.

Vão ser propostas outras iniciativas emblemáticas a nível europeu, e de cada estado membro, para se atingir os objectivos: uma Europa da **Inovação** (colmatando o desfasamento que existe entre ciência e o mercado, transformando os resultados em produtos), uma **juventude** em

movimento, uma Europa eficiente em termos de recursos; uma indústria verde; uma Agenda para **novas qualificações e novos empregos**; e uma Plataforma Europeia contra a pobreza.

O MAP pode ampliar a sua missão, fazendo um alinhamento claro com a Estratégia Económica Europeia, nos vectores do **crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, e em particular com a iniciativa Agenda Digital 2020**.

Quanto ao crescimento inteligente, o MAP pode contribuir directamente para os objectivos definidos de promover o conhecimento, a inovação, a educação e a sociedade digital.

Quanto ao crescimento sustentável, o MAP pode vir a ser uma referência nacional e internacional pela interacção com o público recorrendo às TIC, sendo um atractivo de referência pode originar receitas provenientes das visitas, das consultas aos conteúdos digitais e da interacção com aqueles conteúdos.

Quanto ao crescimento inclusivo, o MAP pode contribuir através das actuais preocupações de inclusão social como a integração de pessoas com deficiência, invisuais e surdos mudos, nomeadamente, permitindo o acesso aos conteúdos digitais adaptados para aquele efeito. Por outro lado, pode transmitir o saber entre gerações, promovendo qualificações de recursos humanos em áreas de saber como a cestaria e a olaria relacionadas com as colecções do museu, as danças e cantares com a captação de testemunhos vivos, etc.,. Ainda, ao aplicar as TIC e ao tornar-se sustentável, pode promover o emprego em áreas de novos serviços a criar.

Finalmente, quanto às intervenções a realizar, enquadradas na Agenda Digital 2020, é o que se analisa a seguir neste documento.

Agenda Digital 2020 para a Europa

No âmbito da Agenda Digital dá-se prioridade, entre outras, à **segurança, ao acesso à Internet, à literacia digital e inclusão, e aos benefícios** que as TIC podem disponibilizar aos cidadãos.

O sector das TIC é directamente responsável por 5% do PIB europeu, com um valor de mercado anual de €660B, e contribui com muito mais para o crescimento da produtividade (20% directamente e 30% de investimentos em TIC). Ao mesmo tempo o impacto social das TIC tem sido cada vez maior - são **250Milhões os utilizadores diários** da Internet e todos os europeus usam telemóvel e referem que as TIC têm vindo a modificar o seu estilo de vida quotidiano, tendo melhorias significativas em áreas como a informação, o lazer e a cultura.

Confiança e segurança

Os europeus utilizam as TIC porque têm confiança e segurança. As **compras e pagamentos online** estão a crescer exponencialmente. Também neste contexto da segurança, instalar um sistema de **vídeo vigilância** para a segurança material do espaço, dos funcionários e dos visitantes, com recurso à infra-estrutura de comunicações de rede, é uma possibilidade a considerar.

Por outro lado, a segurança da informação (gestão, inventário, conteúdos produzidos, informação científica), é necessário estar assegurada já que é o principal activo de qualquer organização.

Aumentar a literacia digital, as competências e a inclusão

A era digital deve fortalecer os recursos humanos e sua emancipação; a formação ou competências não devem ser barreiras para aceder a este potencial das TIC. As competências em negócio electrónico, necessárias para a inovação e crescimento precisam ser aumentadas e actualizadas. Promover a **participação dos cidadãos, através da Internet, na formação, na aprendizagem(eLearning) e nas redes sociais Web 2.0. é um objectivo.**

TIC e benefícios para os cidadãos

O uso de tecnologias inteligentes e a exploração de informação ajuda-nos a endereçar os desafios da sociedade de hoje, tais como o envelhecimento da população e o ambiente.

Promover a diversidade cultural e conteúdos criativos

A convenção 2005 da UNESCO sobre diversidade cultural (ratificada pela UE em 2006) indica promover e proteger a diversidade cultural no mundo e aplica-se também aos novos ambientes digitais. Os novos media digitais permitem uma **larga distribuição de conteúdos culturais criativos, já que a sua reprodução é rápida e barata**, e cria novas oportunidades para autores e fornecedores de conteúdos para alcançarem novas e vastas audiências. A Internet é também um meio de pluralismo nos media permitindo o acesso a várias fontes e pontos de vista e, por outro lado, permitindo aos cidadãos expressarem-se totalmente e em liberdade. Digitalizar o cinema europeu é necessário para salvaguardar a diversidade cultural. A

clarificação de direitos de autor e **a *Europeana* – a biblioteca pública digital europeia – precisa ser reforçada**. Aumentar o financiamento público e promover iniciativas com parceiros privados é necessário para digitalizar em larga escala e permitir o **acesso online ao património cultural europeu comum**. O património cultural europeu tem que ser mais acessível usando **multilinguismo**. Promover serviços Media baseados como na **WEB TV e *ondemand* é também um objectivo**.

A Comissão Europeia, numa das suas linhas de acção chave, vai propor um modelo sustentável de financiar a *Europeana* e a digitalização de conteúdos e propor medidas para **“desbloquear o potencial das indústrias culturais e criativas”**, assegurar a implementação da directiva dos serviços Media no que respeita a **diversidade cultural** e trabalhar com os países em vias de desenvolvimento para aumentar as condições de negociar bens e serviços digitais.

Agenda Digital para o MAP

Apresentam-se a seguir as intervenções que se consideram fundamentais desenvolver e respectiva estimativa orçamental.

Os valores que se indicam incluem a entrega '**chave na mão**' **integral** de todas as componentes. Incluído software, hardware, instalação, testes de funcionamento e desenvolvimento ou integração de conteúdos, quando necessário.

Nota: as intervenções e valores descritos a seguir são uma estimativa precisa, embora estimativa. Os valores finais podem variar em função dos requisitos específicos que finalmente sejam necessários após análise mais detalhada junto da Direcção do MAP.

Infra-estrutura de rede - acesso rápido à Internet

O MAP deve ser equipado com uma infra-estrutura de rede que permita oferecer serviços aos utilizadores com um acesso rápido à Internet.

Os serviços disponíveis devem contemplar uma rede com fios e uma rede sem fios.

No que respeita à rede com fios propõe-se a instalação de fibra óptica (cabos de Fibra óptica: norma OM-4) em alguns segmentos da rede que complementam os restantes segmentos em Cabos UTP (cabos categoria 6).

Quanto à rede sem fios propõe-se um protocolo actual com acessos eficientes (compatíveis com as normas b/g/n, norma n 3x3) para permitir que os visitantes do MAP possam aceder à Internet e, como consequência, terem acesso aos serviços disponibilizados (*downloads* da informação disponível). Estes serviços são suportados por bastidores de comunicações e bastidores de servidores. Os switch devem contemplar 96 portas em cobre e 12 portas em fibra.

De referir que a infra-estrutura de rede permite ligar pontos de acesso da rede sem fios (APs), computadores, telefones e comunicações de voz sobre o protocolo Internet (VoIP) e câmaras IP de vídeo vigilância.

Esta ferramenta é fundamental já que o programa do futuro museu assenta em grande parte sobre a interação do público com temas históricos em suporte audiovisual em complemento da leitura das colecções, ilustração das técnicas e testemunhos fílmicos do património imaterial.

Intervenções para a Promoção e Comunicação

No âmbito da promoção propomos três intervenções cujos públicos alvo são especialmente os jovens, a comunidade científica e os meios de comunicação social. As intervenções são uma apresentação audiovisual multimédia,

Apresentação Audiovisual Interactiva

Desenvolvimento de **uma apresentação audiovisual interactiva** que incluirá **um documentário de aproximadamente 12 minutos**, com **3 entrevistas de 3 minutos**, a personalidades relacionadas com o projecto de reabertura do MAP, uma secção actualizável com imagens do projecto em curso e um calendário que mostra as fases do projecto.

O documentário consistirá num audiovisual orientado à cidadania e aos media em que se descreve em detalhe a História do MAP no contexto de Lisboa e Portugal, as actividades e o esforço que o Ministério da Cultura e o IMC estão a realizar. Pode-se também apresentar algumas componentes da identidade do português. Este documentário integra imagens do passado e presente do MAP com entrevistas aos agentes envolvidos na sua história (Ministra da Cultura, Secretário de Estado, Director do IMC, Directora do MAP, arquitectos, cidadãos) e como será o novo MAP integrado na sua cidade de Lisboa. Este documentário poderá ser distribuído e difundido através de diferentes meios: Internet, DVD, TV.

O documentário será visualizado através de uma aplicação interactiva que permite criar secções de conteúdos paralelas ao vídeo, como por exemplo uma versão mais extensa do vídeo, ou mais entrevistas, ou imagens das várias fases do projecto, ou simulações de como será o novo MAP.

Aquela aplicação interactiva resulta muito bem **para realizar apresentações** e tem a vantagem de ser **editável para poder incluir novos conteúdos** à medida que se avança nas fases do projecto.

Podem ser encontrados exemplos desta aplicação já a funcionar no Arquivo Histórico de Eusakdi e pode ser também visualizado um documentário já elaborado para o Museu de Arqueologia de Bilbao.

Exemplos de secções pode ser contar a história do edifício de Pavilhão a museu. Perspectivar Belém como aterro do mundo português e oferecer ao público aquilo que não se oferece em mais lado nenhum na ilha museu: o património que é o eixo *Belém Ajuda*, uma interpretação do local onde o público está (Onde estou?), que significa esta zona da cidade (historia) e ainda o que pode fazer (comprar pasteis de nata) e ver (outros museus da rede).

<p>APRESENTAÇÃO AUDIOVISUAL INTERACTIVA (Em 3 idiomas)</p> <p>Inclui:</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplicação interactiva• Vídeo de 15 min• 3 entrevistas de 3 minutos cada uma• Calendário das fases do projecto• Secção de fotos actualizáveis do projecto	<p>24.500 euro</p>
--	---------------------------

Web TV – O Português do Século XXI

Este sitio abarca a **temática do português do século XXI**, sendo este desenvolvimento um reflexo na Internet dos temas centrais na exposição do MAP. Esta Web TV apresenta conteúdos relacionados com **a cultura portuguesa actual**, que respondam às preocupações, inquietudes e interesses dos cidadãos que se sentem identificados com o canal do MAP.

A criação de um canal de comunicação com este suporte tem no futuro as seguintes vantagens para o Museu:

- **Eficiência comunicativa**

Através de um meio de comunicação inovador e aproveitando a combinação da televisão e Internet, propõe-se um canal de comunicação que não tem limites geográficos e será um incomensurável escaparate durante as 24 horas do dia 7 dias da semana.

- **Posicionamento na Internet e Actualidade**

Graças à Web TV, aumenta-se a presença na Internet e consegue-se posicionar o MAP na excelência de aplicar TIC. Além do mais, a Web TV permite aumentar a presença nas redes sociais (facebook, delicious, myspace, etc.), já que o conteúdo deste canal pode ser partilhado com estas redes e aproveitar-se todo o potencial das Web 2.0 (grandes audiências; participação dos cidadãos; possíveis campanhas de recolha de fundos; colectar, analisar e difundir conhecimento informal; etc.).

- **Um canal que une**

O novo canal é um lugar de encontro e partilha de informação para todas as pessoas que acompanhem de perto as actividades do MAP e que desejem colaborar numa reflexão ou investigação sobre os temas relacionados com o exposto no MAP ou na sua história.

- **Criar uma comunidade, fomentar a participação**

A Web TV é um canal de comunicação participativo em que o utilizador além de poder comentar ou votar sobre alguns conteúdos, pode ele próprio alimentar o próprio canal do MAP ou alimentar outros canais e redes sociais reenviando textos, fotografias, vídeos, 3Ds, etc.

- **Arquivo audiovisual próprio**

O canal da Web TV do MAP pode ser um espaço onde é armazenado todo o conteúdo audiovisual já criado ou a criar. Desta forma os conteúdos vão crescendo em variedade e quantidade permitindo aumentar a oferta de pesquisas e resultados aos cidadãos.

Estrutura da Web TV

A seguir apresentam-se dois exemplos de páginas de início duma Web TV, com o seu design e organização de conteúdos, dando total protagonismo à imagem:



Os conteúdos do canal do MAP podem ser provenientes da comunidade científica, do Ministério da Cultura e dos cidadãos que contribuem para o canal com vídeos próprios. Esta proposta contempla **uma produção anual de 16 vídeos**, 4 para o início e 12 ao longo do ano.

O design da página de início tem em **conta a imagem corporativa do MAP** contribuindo desta forma para o seu posicionamento e promoção na Internet.

O objectivo fundamental deste canal é criar um **maior grau de vinculação entre o cidadão, o MAP, o IMC e o Ministério da Cultura**, de forma a dar uma percepção imediata de associação da identidade portuguesa com as actividades que realizam os referidos organismos. Seria um prolongamento natural do Museu na Internet sendo possível o lançamento deste canal previamente à inauguração do mesmo. Podem apresentar-se exemplos como o canal para a formação profissional no País Basco, Hiru Telebista.

<p>WEB TV 'PORTUGUÊS DO SÉCULO XXI'.</p> <p>Inclui:</p> <p>Activação do sítio</p> <ul style="list-style-type: none">• Análise das necessidades do cliente• Definição e design• Maquetar e desenvolvimento• Licenciamento para uso de plataforma e definições iniciais <p>Alojamento y manutenção anual</p> <ul style="list-style-type: none">• Manutenção e alojamento• Gestão do cliente• Licença anual para uso da plataforma• Codificação, carregamento e publicação de conteúdos mensalmente• Transcrição de vídeos para versões acessíveis <p>Criação de conteúdos</p> <ul style="list-style-type: none">• Produção anual de 16 peças de vídeo• 4 elementos de continuidade	<p>Activação integral do sitio (custo total 1º ano):</p> <p>37.250 euro</p> <p>Criação de Conteúdos:</p> <p>65.000 euro</p>
---	---

Campanha de Marketing Viral na Internet

Desenvolvimento de uma campanha de marketing viral na Internet anunciando o que está em curso no MAP e as actuações que a tutela desenvolve para a abertura do MAP.

Sendo a **Internet um dos principais meios de difusão**, propomos que o MAP desenvolva uma campanha de promoção online fundamentalmente orientada **às redes sociais existentes e meios de comunicação seleccionados**.

Esta campanha estaria **dividida em 2 fases**; uma de *teaser* onde se criará intriga de cara a criar notoriedade onde não aparecerá o anunciante, e uma de *resolução*, onde se desvenda a mensagem na totalidade e se mostrará o anunciante. Este tipo de campanhas tem como característica serem mais dinâmicas e criarem maior notoriedade e recordação no público alvo.

Este desenvolvimento de campanha requeria uma **pequena página de reclame**, que seguirá o mesmo lema e conceito que a campanha (o domínio poderia ser, por exemplo, www.portuguesdoseculo21.com).

Para despertar o interesse do público alvo criavam-se **dois vídeos de aproximadamente 30 segundos** que sigam o mesmo estilo gráfico – baseado na identidade gráfica do MAP - e que apresentem temas quotidianos e familiares para todos os portugueses. Estes vídeos, convém referir que podem ainda sob o ponto de vista promocional ser importantes para passar nas Feiras de Cultura e Turismo.

Estes vídeos podem ter **diferentes enfoques e tratar temas muito variados** como por exemplo: abordar com humor um novo Zé Povinho super activo e empreendedor; mostrar referências comuns a todos os portugueses como por exemplo a imagem de uma pessoa lendo um livro de Fernando Pessoa; visitar, seguindo os passos de um turista, a muita emblemática zona de Belém oferecendo uma pista para o lugar em que queremos centrar a atenção; etc. Estes são exemplos de temas para os vídeos cujos guiões se elaboravam na fase de definição da campanha de marketing viral.

<p>CAMPANHA VIRAL ON-LINE.</p> <p>Inclui:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição da estratégia e fases • Criação de 2 peças de vídeo de 30 segundos • Difusão das peças na Internet • Criação do vídeo • Difusão do vídeo 	<p>23.500 euro</p>
--	---------------------------

Intervenções para a Exposição (fase1)

As intervenções mais prementes a desenvolver para a exposição, para a sua fase de abertura prevista para Novembro de 2010, contemplam sistemas de videoguia para a visita completa ao museu, sistemas interactivos para interpretar as nove pinturas murais e quioskes informativos das salas de cada uma das regiões no museu. Complementarmente, considera-se também importante o desenvolvimento de um espectáculo audiovisual multimédia e de criar condições para disponibilizar alguns conteúdos na biblioteca digital.

Sistemas de áudio vídeo Guias

<p>SISTEMA VIDEOGUÍAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 vídeo guias (Ipod-Touch) • Desenvolvimento da aplicação interactiva • 9 peças explicativas para os murais • 5 peças explicativas para as salas • Integração de conteúdos • Provas e funcionamento 	<p>84.650 euro</p>
--	---------------------------

Interpretação interactiva das Pinturas Murais

<p>INTERACTIVO PINTURA MURAL (sem Quiosque)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição y design • Maquetar • Desenvolvimento e programação 	<p>Por cada Mural: 14.200 euro</p> <p>Total de 9 Murais 127.800 euro</p>
<p>Quioskes</p> <p>Pinturas Murais 9 pinturas</p>	<p>9*4200,00=37 800,00€</p>

Quiosques para interpretação das salas

<p>Quioskes</p> <p>Salas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Tecelagem (Minho) 2- Transfugueiro (Trás-os-Montes) 3- Aldeia mais Portuguesa (Beiras) 4- Olaria (Alentejo) 5- Cestaria (Algarve) 6- Verde Gaio Festas (Estremadura) 	<p>6*4200,00=25 200€</p>
---	--------------------------

Biblioteca Digital (Europeana)

<p>BIBLIOTECA DIGITAL</p> <p>Inclui:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compilar Textos, Fotografias, Vídeos e outros objectos digitais • Disponibilizar pesquisas • Visualizar resultados da pesquisa • Base Dados para Europeana 	<p>47 000,00 euro</p>
--	-----------------------

Espectáculo Audiovisual Multimédia

<p>ESPECTÁCULO AUDIOVISUAL MULTIMEDIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição • Documentação e guião • Gravação e pesquisa de imagens • Edição e pós produção • Tradução (2 idiomas) • Locução (3 idiomas) • Instalação e sincronização de sistema audiovisual • Provas e funcionamento 	<p>61.370 euro</p>
---	---------------------------

Intervenções para a Exposição (fase2)

Espaço Infantil (Sala Minho)

<p>Espaço Infantil (Sala Minho) Espaço principal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dois pontos de escuta com botão de selecção de idioma • Duas peças áudio de 2 minutos em 3 idiomas • Dois ecrãs de 19" • Duas peças visuais de 1 minuto • Desenvolvimento gráfico em vinil para as paredes da sala • Solo cenográfico com retro iluminação e sensor de movimento <p>Espaço secundário:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição • Documentação y guião • Desenho das etiquetas • Edição y pós produção • Tradução (2 idiomas) • Instalação e sincronização do sistema audiovisual • Sistema de áudio dirigido com música y efeitos sonoros • Botão de selecção de idioma • Provas e funcionamento 	<p>82.040 euro</p>
--	--------------------

Videoteca e Fonoteca (Sala Beiras)

Videoteca e Fonoteca <ul style="list-style-type: none">• Desenvolvimento gráfico y criação da cenografia• 4 ecrãs de 15” integrados na cenografia• 4 peças audiovisuais de 1 minutos	105.302 euro
--	--------------

Arquivo Fotográfico (Mezanina 1)

MEZANINAS Arquivo de imagens (Mezanina 1) <ul style="list-style-type: none">• Desenvolvimento gráfico para a ambientação dos espaços “Português do século XXI”• 2 pontos interactivos de 19”• 2 aplicações interactivas em 3 idiomas• 2 pontos de escuta com áudio dirigido• 12 vídeos de 1 minuto em 3 idiomas (2 por tema)	47.770 euro
---	--------------------

Arquivo Documental (Mezanina 2)

Centro Documental (Mezanina 2) <ul style="list-style-type: none">• Desenvolvimento gráfico para a ambientação dos espaços “Português do século XXI”• Desenvolvimento do grafismo com dados e imagens em vinil• 1 ecrã táctil de 31”• 1 aplicação interactiva em 3 idiomas	57.450 euro
---	--------------------

Serviços Administrativos (Mezanina 3)

<p>Serviços Administrativos (Mezanina 3)</p> <ul style="list-style-type: none">• Desenvolvimento gráfico para a ambientação dos espaços “Português do século XXI”• 1 ponto interactivo com ecrã táctil de 22” e Webcam integrada• Aplicação interactiva em 3 idiomas• Banda de leds contínua para emissão de mensagens	<p>8 000,00 euro</p>
--	----------------------

Manutenção

Estima-se um valor anual de 24 000,00€.

Síntese das intervenções e valores propostos:

Infra-estruturas de rede

Com fios (fibra óptica e cobre) e sem fios (n 3*3)	28 500,00€
---	------------

Intervenções para a Promoção e Comunicação

Audiovisual Interactivo	24 500,00€
Web TV "Português do Século XXI"	65 000,00€
Web TV activação e manutenção 1 ano	37 250,00€
Campanha Viral na Internet	23 500,00€

Actividades para a Exposição (Outubro 2010)

Sistema de Vídeo Guias (30 unid)	84 650,00€
Interactivo para Pintura Mural (9 unid)	127 800,00€
Quioskes pinturas murais (9 unid)	37 800,00€
Quioskes salas (6 unid)	25 200,00€
Biblioteca Digital	47 000,00€
Espectáculo Audiovisual Multimédia	61 370,00€

Actividades para a Exposição (a definir)

Espaço Infantil	82 040,00€
Espaço Videoteca e Fonoteca	105 302,00€
Arquivo fotográfico	47 770,00€
Arquivo documental	57 450,00€
Serviços Administrativos	8 000,00€

Manutenção

Manutenção (anual)	24 000,00€
--------------------	------------

Conclusão

Foi feita uma análise da aplicação das TIC no MAP, tendo a preocupação de enquadrar intervenções na Agenda Digital 2020.

Os visitantes do MAP, presenciais ou pela Internet, ficam com confiança, segurança e podem usufruir dos benefícios da era digital. São propostas infra-estruturas de redes, de distribuição *online* de conteúdos criativos (Web TV, eLearning, Biblioteca Digital articuladas com a Europeia e o Matrix Net), de espectáculos multimédia, de interpretação (seja por quiosques seja por sistemas portáteis de vídeo-guias), espaços infantis, de videoteca, fonoteca, fotografia, cinema e sistemas de realidade aumentada e virtual.

Fez-se ainda uma distinção entre o que é conveniente estar concluído para a abertura do museu e o que pode ser desenvolvido posteriormente. Em face das decisões a tomar sobre quais intervenções realizar, será feito um plano cronológico para cada intervenção.

Os volumes financeiros envolvidos para as intervenções propostas são indicativos sendo que dão uma indicação global para o projecto, não estando aqui incluídos os valores para a bilhética e para a videovigilância embora possam também ser apresentados.

Não foi aqui referido o desenvolvimento do site do Museu, www.map.imc-ip.pt, uma vez que se encontra já desenvolvido, em fase de carregamento de conteúdos, mas previsto articular com todas as intervenções aqui propostas.

Com a implementação destas intervenções, mesmo que parcialmente, estamos convictos que o MAP ficará uma referência nacional e internacional, no domínio da museologia.