



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
PERNAMBUCO

Campus Recife

Departamento Acadêmico de Cursos Superiores DACS

Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo

RENATA CRISTINA DA SILVA COELHO

**MUSEALIZE RECIFE: proposta de site para divulgação e promoção dos
museus da cidade do Recife**

Recife

2023

RENATA CRISTINA DA SILVA COELHO

**MUSEALIZE RECIFE: proposta de site para divulgação e promoção dos
museus da cidade do Recife**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento Acadêmico do curso Superior em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Pereira da Silva

Recife

2023

Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária Danielle Castro da Silva CRB4/1457

C672m

2023 Coelho, Renata Cristina da Silva

MUSEALIZE RECIFE: proposta de site para divulgação e promoção dos museus da cidade do Recife. / Renata Cristina da Silva . --- Recife: A autora, 2023.

87f. il. Color.

Trabalho de Conclusão (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, Recife , 2023.

Inclui Referências e Apêndice.

Orientadora: Professora Dra. Luciana Pereira da Silva .

1. Turismo. 2. Museu. 3. Instagram . 4. Tripadvisor. 5. Comunicação I. Título. II. Silva, Luciana Pereira da (orientadora). III. Instituto Federal de Pernambuco.

CDD 338.4791 (21ed.)

RENATA CRISTINA DA SILVA COELHO

**MUSEALIZE RECIFE: proposta de site para divulgação e promoção dos
museus da cidade do Recife**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento Acadêmico do curso Superior em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Aprovado em: 14/07/2023

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Luciana Pereira da Silva (Orientadora)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco

Profa. Dra. Iraneide Pereira da Silva (Examinadora Interna)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco

Bráulio Moura (Examinador Externo)
Secretaria de Turismo e Lazer do Recife

Recife

2023

À Ivanilda Fernandes da Silva (*In memoriam*), aos meus familiares
e amigos por todo apoio.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente à Deus, por permitir chegar até aqui, por me dar forças para concluir essa etapa tão importante para mim. A minha família, em especial à minha irmã Sirlei, que sempre acreditou que eu iria conseguir, me ajudou em muitos momentos, sem ela eu não teria conseguido chegar até o fim.

Ao Instituto Federal de Pernambuco, pela excelência e qualidade no ensino. A todas e todos os docentes do curso Superior em Gestão de Turismo, que tanto contribuíram para a minha formação como pessoa e profissional. Quero fazer um agradecimento especial a minha orientadora, Professora Luciana Pereira, que embarcou comigo quando este projeto era apenas uma ideia e sempre me incentivou a entregar meu melhor. A senhora me inspirou desde o primeiro período do curso, na sua aula de metodologia científica e é um privilégio poder ter sido sua orientanda. Muito Obrigada!

Também quero agradecer as professoras Bruna Moury e Leda Silva, que despertaram meu interesse pelo estudo do patrimônio cultural.

Aos colegas de classe e amigas que fiz e com certeza levarei para vida, em especial Juliete Queiroz, Aline Nardice e Natália Lopes.

RESUMO

No Brasil existe pouca articulação entre turismo e museus. Os museus são espaços relevantes para a sociedade, não apenas como disseminadores de conhecimento, mas espaços de lazer. A ausência de esforços para aumentar a atratividade destes equipamentos, e falta de um espaço que agregue as informações destes em um único lugar resultam na baixa visitação desses espaços e seu desconhecimento por parte dos visitantes e residentes. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é propor um site para os museus da cidade do Recife, com o intuito de divulgar os espaços museológicos da cidade e estimular a visitação. A metodologia aplicada neste trabalho foi a pesquisa documental, através da análise do site Tripadvisor e o Instagram @VisitRecife. Como resultados obtidos, foi possível fazer uma comparação entre os museus mais visitados e mais bem avaliados, relacionando-os com a frequência de aparição na página do Instagram.

Palavras-chave: turismo; museus; instagram; tripadvisor; comunicação

ABSTRACT

In Brazil there is little articulation between tourism and museums. The museums are relevant spaces for society, not only as disseminators of knowledge, but also as leisure spaces. The absence of efforts to increase the attractiveness of these equipments, and the lack of a space that aggregates their information in a single place result in the low visitation of these spaces and their ignorance by visitors and residents. Thus, the goal of this work is to propose a website for the museums of the city of Recife, in order to publicize the museological spaces of the city and stimulate visitation. The methodology applied in this work was the documental research, through the analysis of the Tripadvisor website and the Instagram @VisitRecife. As obtained results, it was possible to make a comparison between the most visited and most highly rated museums, relating them to the frequency of appearance on the Instagram page.

Keywords: tourism; museums; instagram; tripadvisor; communication

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Site Which Museum	15
Figura 2 - Plataforma do Ibram "Museusbr"	16
Figura 3 - Fases Teóricas do Turismo	22
Figura 4 - Chegada de Turistas Internacionais por motivação da viagem	24
Figura 5 - Seção Museus no Tripadvisor.....	36
Figura 6 - Página Inicial do site.....	39
Figura 7 – Seção Viva Recife.....	40
Figura 8 - Seção E-books e Guias.....	40
Figura 9 - Seção Experiências.....	41
Figura 10 - Seção Agenda.....	41
Figura 11 – Seção Artigos	42
Figura 12 - Final da página inicial do site.....	42
Figura 13 - Aba O que fazer	43
Figura 14 - Seção Experiências página inicial	45
Figura 15 - Acesso Rápido fim da página inicial	45
Figura 16 - Página ao clicar no acesso rápido museus	46
Figura 17 - Perfil do Instagram @visitrecife.....	47
Figura 18 - Instagram Viva Recife	48
Figura 19 - Página Inicial do Site	56
Figura 20 - Seção do site Musealize Recife - "Bairros"	56
Figura 21 - Página Museus por bairros	57
Figura 22 - Seção Avaliações do site	58
Figura 23 - Final da página inicial do site.....	58
Figura 24 - Página inicial ao clicar em um museu.....	59
Figura 25 - Seção imagens do museu.....	59
Figura 26 - Informações sobre Funcionamento e entrada.....	60
Figura 27 - Mapa de localização do museu	60
Figura 28 - Exposições no museu	61
Figura 29 - Seção Avaliações	61
Figura 30 - Logotipo do projeto	68

LISTA DE ABREVIATURAS

IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus

IFPE – Instituto Federal de Pernambuco

IPHAN-Instituto do Patrimônio Histórico, Artístico Nacional

MTUR- Ministério do Turismo

OMT- Organização Mundial do Turismo

PIB- Produto Interno Bruto

WTTC - World Travel and Tourism Council

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Justificativa	16
2 OBJETIVOS	19
2.1 Objetivo Geral	19
2.2 Objetivos Específicos	19
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
3.1 Turismo: definições e outras reflexões	20
3.2 Turismo Cultural e o patrimônio	24
3.3 Museus e Turismo	28
3.3.1 Os museus e sua evolução no mundo	28
3.3.2 Os museus no Brasil	31
4 METODOLOGIA	34
5 ANÁLISE DE RESULTADOS	36
5.1 Os museus do Recife no site Tripadvisor	36
5.2 Os museus do Recife nos canais promocionais da Setur-L	39
5.2.1 Análise do site Visit Recife	39
5.2.2 Análise dos Instagrams Oficiais da Setur-L	46
6 DETALHAMENTO DO PROJETO	50
6.1 Localização e abrangência	50
6.2 O site Musealize Recife	55
6.3 Objetivos e Metas	62
6.3.1 Objetivos	62
6.3.2 Metas	62
6.4 Plano Operacional	63
6.4.1 Etapa de planejamento	63
6.4.2 Etapa de desenvolvimento	63
6.4.3 Etapa de execução e Lançamento	63
6.4.4 Etapa de avaliação	64
6.5 Medidas de Implementação	64
6.5.1 Medidas Legais	64
6.6 Plano de Comunicação	68

6.6.1 Logotipo	68
6.6.2 Usuários	69
6.6.3 Objetivos de marketing	70
6.6.4 Estratégias e Ações	70
6.7 Canais de Comunicação	71
6.8 Recursos	71
6.8.1 Recursos materiais iniciais	71
6.8.2 Recursos Profissionais	71
6.9 Orçamento	72
6.10 Possíveis Parcerias	75
6.11 Possíveis Apoiadores	75
6.12 Possíveis Patrocinadores	75
6.13 Cronograma Físico	76
6.14 Resultados Esperados	77
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
REFERENCIAS	80
Apêndice A – Lista de museus da cidade do Recife	82
APÊNDICE B – Avaliação dos museus do Recife no site Tripadvisor	84

1 INTRODUÇÃO

O turismo por muito tempo foi estudado apenas por uma perspectiva econômica, devido a sua relevância para a economia global. No entanto, é um fenômeno muito mais complexo de entender e conceituar. Para Burkart e Medlik (apud Barreto, 2014, p. 12) o turismo é uma amálgama de fenômenos e relações que surgem por causa do movimento de pessoas e sua permanência nos destinos.

A Organização Mundial do Turismo – OMT¹, principal fonte de dados do turismo global, apresenta o conceito de turismo como sendo

as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos não relacionados ao exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.² (OMT,1999)

Esses deslocamentos envolvem a troca de experiências entre os turistas e os residentes, dessa forma, o turismo exerce papel fundamental como uma atividade cultural e social. Logo, pode-se dizer que todo turismo é cultural (Funari, 2012). Essa relação entre turismo e cultura pode ser observada desde os primeiros indícios históricos do que viria a ser conhecido como turismo, os chamados Grand Tour.

O Grand Tour era uma prática realizada por jovens da nobreza, acompanhados por seus tutores, em longas viagens pela Europa, com o objetivo de conhecer cidades, monumentos, obras e culturas tidas como referencial de erudição. (MOREIRA; ALVES, 2010 apud MOTA, 2020).

Atualmente, esses tipos de viagens caracterizam o segmento³ do turismo conhecido como turismo cultural, definido pelo Ministério do Turismo – Mtur como

¹ A OMT tem reconhecido, repetidas vezes, a diversidade de possíveis definições de turismo e apontado as variadas necessidades e objetivos dos diferentes países. Em um de seus principais documentos sobre o assunto, a OMT afirma: “Alguns países e determinados setores de atividade dispõem de uma gama ampla e diversificada de fontes de dados sobre turismo, que apresentam conceitos e definições diferentes para alcançar estas metas (...)” (OMT, 1995 apud PAKMAN)

² Esta definição foi apresentada no documento Atualização das Recomendações sobre estatísticas de turismo, em 1999 na Comissão de Estatísticas da ONU, tendo incluído um adendo à definição de turismo de 1991 (Conferência de Ottawa), que vinha sendo utilizada até então. A modificação consistiu em um acréscimo especificando que a motivação da viagem não pode estar relacionada à atividades remuneradas.

³ Para o Ministério do Turismo, a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda

“as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”.

Em seu caderno de orientações básicas para o Turismo Cultural, o Ministério do turismo apresenta a visitação à museus e casas de cultura como atividades turísticas que podem ser realizadas no âmbito do segmento⁴ (Mtur, 2010, p.34). Nesse contexto, os museus são instrumentos importantes por representarem espaços que guardam e preservam a memória de um povo, como dialogam com as culturais locais. O museu pode representar verdadeiras portas de entrada para o turismo (IBRAM, 2014).

No caderno do Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM, *Museus e Turismo: estratégias de cooperação*, o conceito de museu apresentado é a definição presente na Lei 11.904/2009, que institui o estatuto dos museus,

Consideram-se museus as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento. (IBRAM, 2014)

Embora sendo um dos setores que mais sofreram os impactos ocasionados pela pandemia de Covid-19, o turismo continua sendo uma das mais importantes atividades econômicas do mundo. Segundo o relatório anual do Conselho Mundial de Viagens e Turismo – WTCC (da sigla em inglês *World Travel and Tourism Council*), o Brasil ocupou a 11ª posição no ranking mundial de maior mercado do setor de turismo em 2021, representando 6,4% do PIB mundial do setor, o que equivale a aproximadamente 103 trilhões de dólares. A WTCC também prevê uma taxa de crescimento anual de 2% para os próximos 10 anos, gerando um total de 1,8 milhão de empregos para o setor no país. Estudos realizados no Brasil também trazem dados sobre o reaquecimento do setor. Devido ao avanço da vacinação e o

⁴ O conhecimento dos tipos de atividades que podem ser praticadas nos destinos com vocação para o segmento de Turismo Cultural, é um fator importante para a identificação de oportunidades existentes que ajudem a formatar produtos turísticos diferenciados. É importante compreender, ainda, que tais atividades podem se somar à oferta turística de destinos que tenham como vocação principal outro setor, agregando valor aos produtos turísticos ofertados, diversificando a oferta e contribuindo para a diminuição da sazonalidade da atividade. (MTUR, 2010)

cancelamento das medidas restritivas, o turista voltou a realizar viagens, principalmente aquelas de curta duração e pequenas distâncias. Especialistas do setor apontam que o turismo doméstico surgiu como alternativa durante essa retomada. É o que comprova estudo realizado pelo IBGE em parceria com o Ministério do turismo⁵, que levantou informações para quantificar os fluxos de turistas nacionais entre as diferentes regiões do País e para o exterior. Segundo o mesmo, 99,3% das viagens realizadas em 2021 foram para dentro do Brasil. Sendo 35,7% destas viagens motivadas pelo lazer. Ainda, a pesquisa mostra que as viagens motivadas pela cultura e gastronomia apresentaram um aumento, em comparação com dados do boletim anterior, passando de 15,5% em 2020 para 16% em 2021.

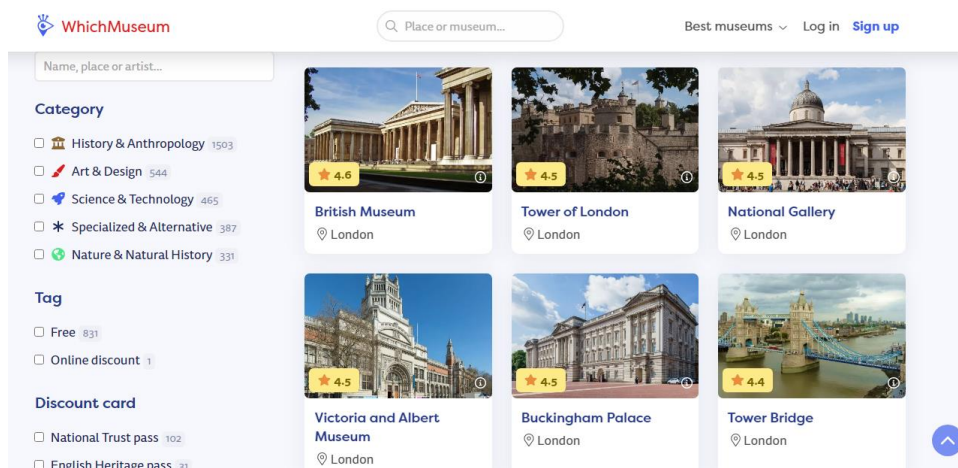
Embora os dados demonstrem a relevância do turismo doméstico nesse momento de avanço para o setor turístico, e como já fora apontado acerca da importância em diversificar a oferta turística para atender aos mais variados perfis de visitantes, o Brasil ainda tem um longo caminho a percorrer no que diz respeito ao desenvolvimento do segmento cultural. Ainda que apresente um enorme potencial de atratividade, a falta de divulgação direcionadas para os equipamentos culturais contribui para o desconhecimento de destinos que tenham essa vocação. Nesse contexto, os museus são exemplos destes espaços que são relevantes para a sociedade, não apenas como disseminadores de conhecimento, mas espaços de lazer. A ausência de esforços para aumentar a atratividade dos equipamentos culturais, e falta de um espaço que agregue as informações destes em um único lugar resultam na baixa visitação desses espaços e seu desconhecimento por parte dos visitantes e residentes. Então, como a existência de uma plataforma poderá facilitar o conhecimento sobre os museus da cidade do Recife, e facilitar o acesso à informação?

Dessa forma, o objetivo deste trabalho é propor um site para os museus da cidade do Recife, com o intuito de divulgar os espaços museológicos da cidade e

⁵ A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD Contínua foi realizada em 2021 em 71,5 milhões de domicílios no Brasil em que 12,7% deles ocorreram pelo menos uma viagem que havia sido finalizada nos três meses anteriores à pesquisa. Foram investigadas 12,3 milhões de viagens realizadas por turistas nacionais. Foram apurados gastos e características das viagens realizadas que, associados a outras variáveis, permitem uma consistente avaliação sobre a demanda turística doméstica.

estimular a visitação. Este projeto é inspirado na plataforma europeia *Which Museum*⁶ (Figura 1), que serve de instrumento de promoção dos museus europeus, comunicação com a gestão desses espaços configurando-se como rico banco de informação para residentes e visitantes.

Figura 1 - Site Which Museum



Fonte: Site Which Museum (2022)

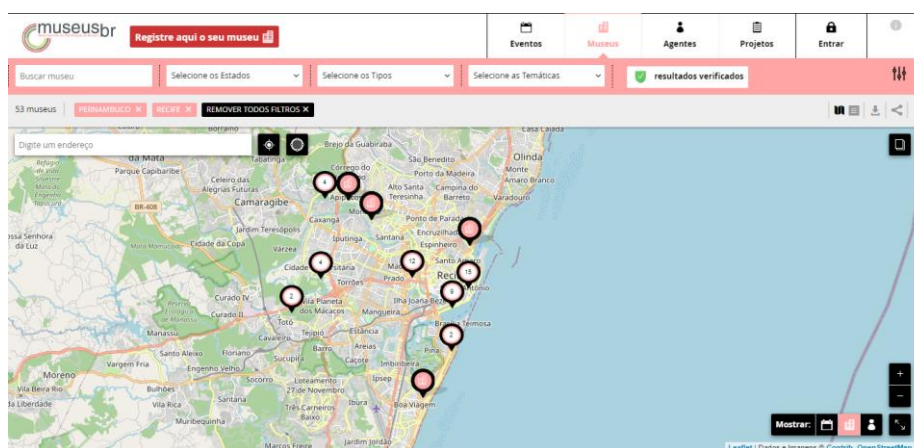
O presente trabalho está dividido nas seguintes seções: introdução, fundamentação teórica, metodologia, análise de resultados, detalhamento do projeto. A introdução apresenta o tema do projeto e traz as primeiras discussões sobre turismo e museus, apresenta a problemática e a justificativa para a escolha do tema proposto, como também os objetivos, geral e específicos. Na seção da fundamentação teórica, serão abordados diferentes conceitos acerca de turismo, museus, e turismo e tecnologia que servirão de base para fundamentar a pesquisa. A seção que trata da metodologia traz os procedimentos metodológicos utilizados no desenvolvimento deste trabalho. A última seção apresenta a proposta do projeto que será desenvolvido ao final deste trabalho, apresentando as ações a serem realizadas, os recursos necessários para o desenvolvimento do projeto e as ações promocionais para divulgação.

⁶ O site Which Museum é uma plataforma que conta com mais de 30 países cadastrados. Através do site é possível procurar por museus, exposições em exibição, resenhas e, também, compartilhar suas experiências culturais. A navegação no site é simples, você pode pesquisar pelos museus através de categorias como: tipo de museu (história, arte, ciências naturais etc.), público ou privado, os que fazem parte dos programas de descontos europeus, além de filtrá-los pelos serviços oferecidos (estacionamento, restaurantes ou cafés, lojas, etc) e pela acessibilidade. Ao escolher um museu, você terá acesso a informações como horário de funcionamento, acervos, exibições, etc. O site ainda conta com avaliações de usuários dos museus e a aba “gerencie seu museu”, que possibilita aos gestores dos espaços administrarem as informações e atualizações sobre o seu museu no site.

1.1 Justificativa

A cidade do Recife, que já foi o porto principal da capitania de Pernambuco, passou por um crescimento urbano com a presença dos holandeses e, entre a segunda metade do século XIX e início do século XX sofreu significativas mudanças na sua paisagem para a abertura de novas ruas. A paisagem atualmente é uma mistura de edifícios do período colonial que resistiram, junto a construções modernistas que juntas revelam os diferentes períodos históricos de formação da cidade. Recife conta com conjuntos urbanos e diversas edificações que são preservadas pelas legislações federal (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional -IPHAN), estadual (Conselho Estadual de Preservação do Patrimônio Cultural de Pernambuco - CEPPC/PE) e municipal (Zonas Especiais de Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural -ZEPH). Passear pelos bairros e ruas do Recife é como estar em um museu à céu aberto, porém ainda existe um distanciamento entre esse patrimônio e os moradores da cidade e visitantes. De acordo com levantamento realizado através da plataforma Museusbr⁷ (Figura 2), do IBRAM, a cidade do Recife possui 52 museus⁸ – ver Apêndice A

Figura 2 - Plataforma do Ibram "Museusbr"



Fonte: Site Museusbr (2023)

⁷ Museusbr é o sistema nacional de identificação de museus e plataforma para mapeamento colaborativo, gestão e compartilhamento de informações. Foi criado pela Portaria Ibram nº 215, de 04 de março de 2021, e é a fonte mais atualizada disponível sobre os museus brasileiros.

⁸ O levantamento do quantitativo de museus existentes no Recife foi baseado nos dados disponibilizados pelo IBRAM. Este número não apresenta a total realidade, pois alguns destes equipamentos já não estão mais em funcionamento, porém ainda estão presentes no levantamento do instituto, como também presentes em pesquisas on-line. Além disso, alguns dos referidos museus não estão abertos a visitação todos os dias.

No Brasil existe pouca articulação entre turismo e museus, e quando ela ocorre geralmente são selecionados alguns poucos equipamentos museológicos para serem transformados em atrativos turísticos, porém essas ações podem contribuir para uma segregação social do uso desses espaços. Uma importante questão a salientar na dificuldade do desenvolvimento do turismo cultural é justamente a exclusão social, uma vez que o uso desses espaços não é uma realidade de todas as camadas da sociedade. A existência desses equipamentos culturais não significa o conhecimento deles por parte da comunidade local. Morettoni (2018) reflete sobre esse “ostracismo social”⁹, em sua discussão acerca de museus, lazer e turismo cidadão, apontando que

Em sua abertura gradual ao público, os museus passaram a receber visitantes de características heterogêneas, gerando, inclusive, o desconforto entre as classes dominantes –como a criação de cartilhas de comportamento para pessoas de classes populares (SUANO,1986) –e representando um espaço em certa medida excludente. (SUANO, 1986 apud MORETTONI, 2018)

A partir dessas observações, surgiu o interesse em propor algum projeto para solucionar essa carência. O desejo em abordar a temática surgiu logo no início da graduação, sempre gostei de visitar museus nos meus momentos de lazer. Ainda no primeiro período do curso, conversando com alguns colegas descobrimos que o museu de ciências nucleares se localiza na mesma rua do Instituto Federal de Pernambuco, mesmo tão próximo quase ninguém sabia da sua existência. Na ocasião, isso me causou desconforto, pois apesar do meu interesse por museus percebi que não conhecia nem a metade dos que existem na cidade do Recife.

Durante o segundo semestre do curso tive a oportunidade de estagiar pela Prefeitura do Recife, inicialmente como atendente no Centro de Atendimento ao Turista -CAT, posteriormente como estagiária da gerência de marketing turístico da Secretaria de Turismo. Nessas duas vivências, percebi que o potencial que a cidade possui para turismo cultural é mal aproveitado. Nos centros de atendimentos ao turista existe pouco material sobre os museus e centros culturais da cidade, além

⁹ Morettoni, Mestre em Sociologia da Universidade Federal Fluminense, traz em seu ensaio - Museus, Lazer e Turismo Cidadão: um diálogo interdisciplinar - reflexões acerca do turismo cidadão em museus como possibilidade de inclusão social. Ela traz como uma das justificativas para o distanciamento entre os museus e o público em geral, a ideia de que desde seu surgimento “os museus emergiram como espaços destinados a preservar os testemunhos do passado, narrando a história “oficial” de grupos privilegiados que possuíam pouca identificação com as diferentes classes sociais (LOPES e GOMES, 2013), e que este abismo permanece até os dias atuais.

dos mapas turísticos que dão destaque só a uma parcela mínima desses equipamentos. O marketing realizado para vender o destino Recife também deixa de fora essa potencialidade, o mais perto de atingir tal objetivo são os roteiros no projeto Olha Recife, que funcionam como interpretação do patrimônio, porém não atingem público de forma a promover de maneira efetiva tais espaços.

Em 2019, passei um curto período estagiando na empresa Luck Receptivo. Minhas conclusões após a experiência foram que as empresas do trade turístico ficam presas aos roteiros tradicionais, vendendo Recife e Olinda como um destino único, com foco maior para o segmento Sol e mar. Essas duas experiências de estágio foram o impulso que eu precisava para abordar esse tema no meu trabalho de conclusão. Como futura turismóloga, acredito no potencial que a cidade do Recife tem para se destacar como um destino de turismo cultural e como cidadã enxergo no turismo e nos museus formas de lazer que garantem a cidadania, pois uma cidade boa para o morador é uma cidade boa para o visitante.

2 OBJETIVOS

Esta seção apresenta os objetivos deste trabalho.

2.1 Objetivo Geral

Propor uma plataforma para divulgar os museus da cidade do Recife.

2.2 Objetivos Específicos

Identificar quantos museus existem na cidade do Recife;

Categorizar os museus existentes;

Montar a plataforma.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão abordados alguns conceitos que norteiam a pesquisa deste trabalho, tais como as definições de turismo e turismo cultural, através de um olhar para a literatura que os tratam pela perspectiva social. Também serão apresentadas algumas discussões a respeito da relação entre turismo e museus, a importância desses espaços e da atividade turística como uma garantia à cidadania, o que será abordado ao tratar sobre turismo cidadão e políticas públicas. E, por fim, sobre o uso das tecnologias no turismo, e sua importância como meio de comunicação e promoção dos espaços turísticos.

3.1 Turismo: definições e outras reflexões

Devido o caráter social, econômico e cultural da atividade turística, diversas áreas de estudo, como Economia, Sociologia, Antropologia, História, Administração, entre outras, consideram o turismo um fenômeno a ser pesquisado, apresentando enfoques específicos. Segundo Marujo (2005), “A diversidade dos diferentes estudos na área do turismo reflete à interdisciplinaridade do seu objeto”. Marujo afirma, ainda, que “a interdisciplinaridade, fundamental à análise do turismo como fenômeno social, cultural, comunicacional, econômico e subjetivo, ultrapassa as fronteiras de uma única disciplina ou de um único campo do saber” (MOESCH, 2002 apud MARUJO, 2005).

Para fundamentar essa discussão é preciso abordar os aspectos históricos do turismo (KNUPP, 2015). O ato de viajar é tão antigo quanto à história da humanidade, pois existem pesquisas arqueológicas¹⁰ que comprovam esses deslocamentos. Há autores que apontam os deslocamentos na Grécia, para ver os jogos olímpicos¹¹, no século VIII a.C. como o marco inicial do turismo. Para outros

¹⁰ Pesquisas arqueológicas revelam que há 13 mil anos, os grupos humanos habitantes da Caverna de Mas -d’Azil, nos Pirineus franceses, viajavam até o mar e retornavam. (Leakey, 1985 apud Barreto, 2014)

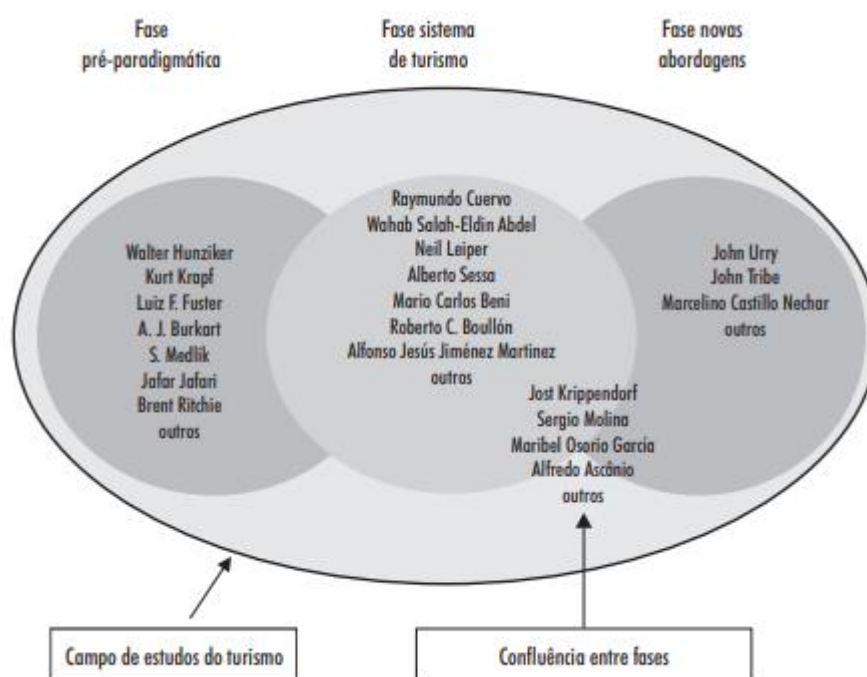
¹¹ Inicialmente, os Jogos Olímpicos eram deslocamentos motivados pela religião (um culto religioso a Zeus, rei dos deuses gregos), evoluindo ao longo da história para um megaevento esportivo, como conhecemos atualmente, e que é reconhecido como um atrativo turístico capaz de movimentar grande número de pessoas no mundo inteiro. (KNUPP,2015)

estudiosos, acreditam que os fenícios (inventores da moeda e do comércio) foram os primeiros viajantes, porém essas viagens não configuram ainda o que conhecemos como turismo atualmente. Historicamente, os antecedentes do turismo moderno remontam ao século XVI, com o surgimento dos *tours*, viagens de ida e volta, realizados pela classe privilegiada, uma minoria rica (elite), um tour de aventura, masculino, esporádico e com uma duração aproximada de três anos (BARRETO, 2014). Só no início do século XIX, com a revolução industrial, o turismo passa a ser explorado como uma atividade econômica. Diversos fatores como a melhoria dos transportes, a realização das primeiras viagens organizadas com a intervenção de um agente, o surgimento de uma classe média, a reivindicação por mais tempo de lazer marca o que os autores chamam de início do turismo moderno. Dessa forma, estes fatores contribuem para que lentamente o turismo se transforme em um fenômeno mundial de massas. O primeiro a apresentar uma definição para o termo turismo foi o economista austríaco Hermann von Schullern zu Schattenhofen, em 1911, que descreveu como “o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”. No período chamado de turismo contemporâneo (Pós segunda Guerra Mundial), a atividade se consolidou como “uma indústria”, o que justifica o grande volume de estudos científicos sobre turismo virem das ciências econômicas e administrativas, “que analisam o crescimento e a movimentação de capitais baseados na chamada indústria do turismo, ou seja, nos negócios turísticos”. Porém, analisar o turismo apenas por este aspecto leva ao esquecimento as dimensões e implicações sociais do fenômeno. (BARRETO,2019).

Panosso Netto (2005), baseado na teoria dos paradigmas científicos de Thomas S. Kuhn, apresenta três fases teóricas do turismo, divisão em três grupos básicos de autores que buscam explicar teoricamente o turismo. A primeira fase é chamada de pré-paradigmática, composta pelos primeiros autores a sugerir uma análise teórica do turismo, não baseada na Teoria Geral dos Sistemas. Representantes dessa fase são nomes como K. Krapf, A. J. Burkart e S. Medlik (1974), Jafar Jafari e Brent Ritchie (1981). Há um momento de transição entre as duas fases, onde estão autores como Salah-Eldin Abdel Wahab (1977) e Raymundo Cuervo (1967), que propuseram analisar o turismo tendo como base a Teoria Geral

de Sistemas (TGS). A segunda fase, denominada paradigmática, é composta por autores que utilizaram a TGS nos estudos turísticos. Alguns representantes dessa fase são Raymundo Cuervo (1967), Neil Leiper (1979), Mario Carlos Beni (2001) e Roberto Boullón (2002). Também há uma transição entre a segunda e terceira fase teórica, formada por autores como Jost Krippendorf (1985) e Sergio Molina (1991), que ainda utilizam dos fundamentos da TGS porém apresentam em seus trabalhos novas abordagens sobre o turismo. A terceira fase teórica, chamada de novas abordagens, propõe análises diferentes e inovadoras do turismo. A abordagem apresentada pelos autores aqui propõe reformulações da Teoria Geral de Sistemas aplicada no turismo e/ou abordagens sociológicas, colocando o homem no centro da discussão. Esse grupo é formado por autores como Jafar Jafari (1995), John Urry (1996), John Tribe (1997) e Marcelino Castillo Nechar (2006). A Figura 1 ilustra essas três fases com as duas áreas de transição (PANOSSO NETTO,2009).

Figura 3 - Fases Teóricas do Turismo



Fonte: Panosso Netto (2005)

Sendo assim, de acordo com a abordagem haverá diferentes definições para o que é o turismo. Este trabalho dará uma ênfase maior aos conceitos que abordem os aspectos sociais e culturais presentes nestas definições e as teorias

apresentadas pelos autores da terceira fase.

A partir do momento que o turismo passou a ser estudado no campo científico, muitas definições surgiram. Os elementos mais importantes presentes em todas as definições são o deslocamento voluntário e temporário, o tempo de permanência e o caráter não lucrativo da visita (BARRETO, 2014). Barreto afirma, ainda, que a grande quantidade de definições evidencia a diversidade de abordagens teóricas dos estudos realizados sobre o assunto. Dentre as primeiras contribuições para definir o turismo, onde pode-se verificar a aparição de termos como cultura e bens culturais, destaca-se a apresentada por Morgenroth, da chamada “escola berlinesa”, que conceituou o turismo como

Tráfego de pessoas que se afastam temporariamente do seu lugar fixo de residência para deter-se em outro local com o objetivo de satisfazer suas necessidades vitais e de cultura ou para realizar desejos de diversas índoles, unicamente como consumidores de bens econômicos e culturais. (MORGENROTH apud BARRETO, 2014, p. 10)

Posteriormente, outros estudiosos apresentaram novas contribuições que originaram outras definições, abordando uma maior visão. Para Walter Hunziker e Kurt Krapf (Suíça, 1942),

turismo é o conjunto das relações e dos fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora de seu local de domicílio, sempre que ditos deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa.¹² (BARRETO, 2014, p. 10)

Oscar de La Torre traz um conceito interessante a respeito de turismo como fenômeno social:

Um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (De La Torre 1992, p.19 apud Barreto 2014, p. 13).

¹² Esta é a definição adotada pela AIEST (Associação Internacional de Especialidades na Ciência do Turismo). A AIEST é a mais antiga associação internacional de especialistas científicos do turismo, e é dedicada a uma abordagem interdisciplinar para atender às necessidades de pesquisa em turismo.

3.2 Turismo Cultural e o patrimônio

O segmento de turismo cultural apresenta um crescimento ao longo dos últimos anos (Figura 3), diversos estudos nacionais e internacionais sobre a demanda turística e segmentação do mercado apontam que cada vez mais aumenta o número de pessoas que viajam tendo a cultura como motivação principal. Segundo dados do anuário estatístico do turismo, em 2019 13,4 % dos turistas internacionais que chegaram ao Brasil, tiveram a cultura como motivação.

Figura 4 - Chegada de Turistas Internacionais por motivação da viagem

Característica da viagem					
	2015	2016	2017	2018	2019
Motivo da viagem ^(1, 2)	(%)				
Lazer	51,3	56,8	58,8	58,8	54,3
Negócios, eventos e convenções	20,2	18,7	15,6	13,5	15,4
Outros motivos	28,5	24,5	25,6	27,7	30,3
Motivação da viagem a lazer ⁽³⁾	(%)				
Sol e praia	69,4	68,8	72,4	71,7	64,8
Natureza, ecoturismo ou aventura	15,7	16,6	16,3	16,3	18,6
Cultura	12,1	9,7	9,0	9,5	13,4
Esportes	1,5	1,3	1,5	1,6	2,4
Viagem de incentivo	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3
Outros motivos ⁽⁴⁾	1,1	3,5	0,7	0,7	0,5
Lazer relacionado a grandes eventos	--	2,8	--	--	--
Outras motivações de lazer	1,1	0,7	0,7	0,7	0,5

Fonte: Anuário Estatístico do Turismo – Mtur (2019)

Em alusão ao Grand Tour, que pode ser considerado o embrião do turismo cultural, os primeiros estudos e conceitos apresentados sobre o segmento tem relação estreita com o interesse por sítios históricos e monumentos. A primeira carta internacional voltada para o turismo cultural (ICOMOS, 1976), o define como sendo “aquela forma de turismo que tem por objetivo, entre outros fins, o conhecimento de monumentos e sítios histórico-artísticos”. A carta ressalta, ainda, o turismo cultural exerce efeito positivo sobre este patrimônio, o que pode contribuir para a sua manutenção e proteção. Em sua segunda carta (1999), o ICOMOS aponta o turismo

cultural como um dos maiores atrativos do período de globalização:

O turismo doméstico e internacional continuam a estar entre os veículos mais importantes para as trocas culturais, proporcionando uma experiência pessoal, não só sobre aquilo que sobreviveu do passado, mas sobre a vida e a sociedade contemporânea dos outros. Ele é crescentemente apreciado como sendo uma força positiva para a conservação natural e cultural. (ICOMOS,1999)

Um ponto importante que a carta de turismo cultural de 1999 traz como um dos seus objetivos, é encorajar a gestão desse patrimônio a tornar o significado deste acessível para a comunidade residente e seus visitantes. Segundo a carta, “o acesso ao patrimônio, razoável e bem gerido física, intelectual e emocionalmente, e ao desenvolvimento cultural é tanto um direito, como um privilégio”.

A definição apresentada pelo Ministério do Turismo (2010, p. 15), também se norteia pela vivência de atividades que compreendem o patrimônio. Segundo o Mtur, o turismo cultural “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”.

Barreto (2012) aponta que uma definição bastante equilibrada foi a apresentada por Craik (1995 apud Ryan 2002, p. 953), para a autora o turismo cultural é

Uma incursão personalizada em outros locais e culturas para aprender sobre as pessoas, seus estilos de vida, seu legado e sua arte, características que devem ser mostradas de uma forma tal que represente genuinamente essas culturas e seus contextos históricos.

Devido a abrangência acerca do turismo e cultura, o turismo cultural é segmentado em tipos, de acordo com particularidades e áreas de interesse específico que geram uma oferta e/ou demanda própria. Alguns autores criaram uma tipologia baseada na oferta de bens culturais que podem caracterizar produtos turísticos, como é o caso dos tipos apresentados pelo Ministério do Turismo. Segundo a cartilha Turismo Cultural – orientações básicas (Mtur, 2010), os tipos de turismo cultural, considerando aqueles temas e áreas onde a diversidade cultural brasileira apresenta maior potencial, são:

- Turismo Cívico: ocorre em função de deslocamentos motivados pelo conhecimento de monumentos, acompanhar e rememorar fatos, observar ou

participar em eventos cívicos, que representem a situação presente ou da memória política e histórica de determinados locais.

- Turismo Religioso: configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizada, independentemente da origem étnica ou do credo.
- Turismo Místico e Esotérico: caracterizam-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca da espiritualidade e do autoconhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos.
- Turismo étnico: constitui-se de atividades turísticas envolvendo a vivência de experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos.
- Turismo cinematográfico: caracteriza-se pelos deslocamentos motivados para a visita a locais ou atrações que tiveram aparição no cinema ou na TV, dentro do contexto da produção audiovisual em que está inserido.
- Turismo arqueológico: segmento no qual ocorre o deslocamento voluntário e temporário de indivíduos, motivados pelo interesse ou desejo de conhecimento de aspectos pertinentes a culturas passadas, a locais onde se encontram vestígios materiais representativos de processo evolutivo do homem no planeta, deixados por sociedades pretéritas.
- Turismo gastronômico: pode ser definido como uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade.
- Enoturismo: ocorre por deslocamentos motivados para o conhecimento do processo da produção de vinhos, realizando visitas a vinhedos e vinícolas, fazendo parte da experiência a degustação de vinhos e seus derivados.
- Turismo ferroviário: os serviços de trens turísticos e culturais caracterizam-se pelo transporte não regular de passageiros com o objetivo de agregar valor aos destinos turísticos, contribuindo para a preservação da memória ferroviária. Normalmente, os passeios são acompanhados de atividades culturais, tais como apresentações teatrais, de música e dança, e degustação

de alimentos e bebidas.

A segmentação proposta pelo Mtur para subdividir o segmento do turismo cultural, apresenta uma abordagem baseada na presença de atrativos culturais previamente classificados que compõem a oferta capaz de movimentar fluxos turísticos para determinado destino. Por outro lado, as definições baseadas na demanda turística, abordam o turismo cultural através das motivações de viagem, e percepções e experiências pessoais destes turistas.

Para Köhler (2019), "nesse sentido não são os atributos de espaços ou objetos mas as interpretações dadas à experiência turística que define se ela pode ou não ser classificada como cultural".

Conforme é trabalhado na literatura analítica, histórica e de estudos de caso do campo de turismo por autores que adotam definições segundo a demanda, ainda pode-se incluir na tipologia de turismo cultural os seguintes tipos:

- turismo patrimonial e turismo histórico: o termo turismo patrimonial acaba, muitas vezes, por ser utilizado como sinônimo para turismo cultural. Poria, Butler e Airey (2001) apud Köhler (2019), definem o Turismo patrimonial e o Turismo histórico a partir das motivações e das avaliações dos turistas acerca das atrações visitadas.
- turismo de legado ou turismo genealógico: é formado por turistas que viajam para coletar informações acerca da sua área genealógica e/ou para se sentir ligado aos seus ancestrais e as suas raízes.
- turismo sombrio (dark tourism): consiste na motivação de conhecer e consumir experiências em monumentos, sítios históricos e lugares associados a genocídios, massacres e violação a direitos humanos fundamentais.
- turismo literário: caracteriza-se pela motivação em conhecer um destino ou atração ligada à um escritor ou obra literária.

As pesquisas apontam que devido à complexidade e pluralidade do segmento de turismo cultural, vários esforços foram feitos para delinear tipos para o segmento. Cabe ressaltar que a discussão acerca das possibilidades que o segmento apresenta podem resultar em ações práticas tanto do poder público como do setor privado. A diversificação da oferta pode diminuir os impactos da sazonalidade em

destinos onde outros segmentos como sol e mar são carros chefes. Já o estudo das motivações particulares dos turistas pode facilitar o atendimento especializado desse público.

É nesse contexto que os museus desempenham importante papel para o turismo cultural. Segundo a cartilha Museus e Turismo do IBRAM, “o grau de atratividade do bem museu depende do que ele tem a oferecer como espaço de lazer, cultura e entretenimento, bem como a facilidade de acesso”. De acordo com os conceitos trazidos neste trabalho, o museu pode constituir-se atrativo turístico para mais de uma tipologia de turismo cultural. Um museu localizado em um edifício histórico, guardando acervo de um poeta famoso, pode exemplificar uma motivação tanto para turismo literário como para turismo patrimonial.

A seguir serão discutidos alguns aspectos acerca dos espaços museológicos, apresentando um breve histórico, a evolução dos museus no Brasil e sua aproximação ao turismo.

3.3 Museus e Turismo

Nesta seção, discutimos a evolução histórica dos museus no mundo e no Brasil, o impacto da sua origem na percepção que os públicos têm desses equipamentos, e sua relação com o turismo.

3.3.1 Os museus e sua evolução no mundo

O ato de produzir e reunir artefatos de acordo com suas necessidades está presente desde os primórdios da humanidade. Existem indícios que foram descobertos em escavações arqueológicas de câmaras funerárias do período pré-histórico. No século II a.C, na Mesopotâmia, existiam locais que abrigavam cópias de antigas inscrições reproduzidas para uso educativo nas escolas. (LEWIS, 2004, p.1 apud BAUER, 2014, p. 37). No Egito, os indícios estão presentes nos tesouros que eram acumulados nas câmaras mortuária dos faraós, cuja crença era de que iriam acompanhá-los em sua passagem para a eternidade. Esses artefatos egípcios estão atualmente acessíveis em diversas coleções pelos museus do mundo todo.

Todavia a origem da palavra Museu vem do vocábulo grego *mouseion*, termo que significa casa das musas¹³, que na mitologia grega eram as nove filhas de Zeus com Mnemosine, a divindade da memória. O *mouseion* era uma mistura de templo e instituição de pesquisa, voltado ao saber filosófico. As obras expostas ali existiam em função de agradar as divindades. (SUANO, p. 10 apud BAUER, 2014, p. 38).

No século II a.C., em Alexandria, também se usou o termo *mouseion* para denominar o local que tinha como objetivo o saber enciclopédico. Ele é considerado o protótipo do museu da Antiguidade. O espaço possuía obras de arte, e também dispunha de biblioteca, anfiteatro, jardim botânico e zoológico. (SUANO, 1982, p. 11 apud Köhler (2019, p. 39).

Durante o período de construção do Império Romano, a ideia de museu passou a estar associada ao “fenômeno do colecionismo”. Ao conquistar e dominar outros territórios, os romanos acumulavam objetos, obras de arte, formando variadas coleções que eram expostas em templos. Na Idade Média, os grandes colecionadores passam a ser a Igreja Católica, com suas coleções de relíquias e objetos sagrados. Para Pomian (1984), a Igreja além de lugar de culto, oferecia ao olhar do público uma quantidade de objetos, que configuravam verdadeiras coleções empregando os objetos com uma intenção pedagógica e um caráter moral.

No Renascimento, com o enfraquecimento do poder da Igreja, as coleções privadas ganham força. Os grandes reinados compravam objetos antigos, financiavam artistas e ficavam com sua produção. (IBRAM, 2014). São as chamadas coleções *principescas* e coleções reais. A partir destas coleções, surgem os Gabinetes de curiosidades, que podemos considerar como os precursores dos museus como conhecemos atualmente. Os Gabinetes reuniam coleções heterogêneas e, geralmente, provenientes de novas explorações. Contudo, originalmente, os Gabinetes de Curiosidades estavam fechados ao público, para visita-los era necessário autorização dos proprietários.

¹³ Musas [...] entidades mitológicas a que são atribuídas capacidade de inspirar a criação artística ou científica na Grécia. As musas presidiam as Artes e as Ciências e acreditava-se que inspiravam os artistas, em especial poetas, filósofos e músicos. As nove deusas são: *Calliope*, musa da poesia épica, *Clio* da História, *Euterpe* da poesia lírica, *Melpómene* da tragédia, *Terpsícore* da música e da dança, *Erato* da poesia amorosa, *Polímnia* da poesia sagrada, *Urania* da Astronomia e *Talia* da comédia. Fonte: GUIMARÃES. Ruth. Dicionário da Mitologia Grega. São Paulo: Editora Cultrix, 1972 citado por Köhler (2019).

Posteriormente, entre os séculos XVIII e XIX, começam a surgir instituições oficiais e coleções privadas ao mesmo tempo em que os Gabinetes de curiosidades foram desaparecendo. Os acervos dos primeiros museus de história natural e artes eram compostos por objetos considerados interessantes, provenientes dos Gabinetes. Um exemplo é o Museu Britânico, em Londres, considerado por alguns estudiosos como o primeiro museu aberto ao público, originado a partir de doação particular à nação e que desde o seu início esteve aberto à visitação, porém, mediante pagamento de ingresso, com ressalvas e restrições. (Kohler, 2019).

O sentido de museu, como conhecemos atualmente, surgiu através da Revolução Francesa (1789-1799) e seus ideais, "onde através de decretos e instruções foram adotados procedimentos de preservação do patrimônio nacional com a montagem de um aparato técnico e jurídico". (CHOAY, 2006, p. 97 *apud* BAUER, 2014, p. 43). Foi durante esse período, que foram criados quatro museus na França que tinham como objetivo o seu serviço à sociedade: Museu do Louvre (1793), Museu dos monumentos, Museu de história natural e Museu de artes e ofícios.

A partir daí, os primeiros museus foram sendo inaugurados, com o propósito de formar o cidadão com base no conhecimento do passado, o que expressa o caráter nacionalista destes espaços. Muitos destes, são considerados os maiores e mais importantes museus da Europa até os dias atuais: Museu do Prado - Madri, 1891 -; Altes Museum - Berlin, 1810 - e Museu do Hermitage - Leningrado, 1852. (SUANO, 1982, p.28-29 *apud* BAUER, 2014, p. 43)

No continente americano, a grande maioria dos museus já surgiram voltados para o público. Nos Estados Unidos, a criação dos grandes espaços museais, referências mundiais até os dias atuais, estão ligadas ao mecenato. Um exemplo disto, é o Smithsonian Institution (1846), um legado de John Smithson, o maior complexo museológico e de pesquisa do mundo. (BAUER, 2014, p.44).

A partir da experiência estadunidense, surgiram novas formas e abordagens de expor acervos, como a criação de ecossistemas inteiros e a exposição de animais em seu habitat natural, como é o caso do Museu Nacional de História Natural de Nova Iorque.

Nos países da América do Sul, o surgimento dos museus aconteceu a partir do século XIX, a exemplo da Argentina com a criação do Museu de História Natural em

Buenos Aires e a Colômbia com o surgimento do Museu Nacional de Bogotá, ambos criados em 1823 (IBRAM, 2014).

3.3.2 Os museus no Brasil

No Brasil, a primeira experiência considerada como de caráter museológico foram as coleções de Mauricio de Nassau, no Palácio de Vrijburg, em Pernambuco no século XVII. (CHAGAS, 2003, p. 102 apud BAUER, 2014, p. 45). No Rio de Janeiro, no século XVIII, surgem os jardins botânicos e o Gabinete de História natural de Francisco Xavier Cardoso Silveira, também conhecido como Casa dos Pássaros¹⁴, que deu origem ao Museu Real ou Museu Nacional (1818):

nosso primeiro museu de caráter científico, criado por iniciativa de D. João VI, a partir da vinda da família real ao Brasil, que representou a introdução dos modelos institucionais europeus. Junto com a família real vieram coleções que originariam, um século mais tarde, o Museu Nacional de Belas Artes, no Rio de Janeiro (1937). Outros importantes museus surgiram no Brasil, ainda durante esse período, com destaque a dois etnográficos: o Paraense Emílio Goeldi, no Pará (1866) e o Museu Paulista, em São Paulo (1894). (JULIÃO, 2006, p.21-22 apud BAUER, 2014)

A experiência museológica no Brasil surgiu de forma equivalente aos primeiros museus europeus, possuindo caráter enciclopédico, voltados para a formação de coleções que combinavam elementos das ciências humanas e naturais, com o propósito de buscar compreender o homem brasileiro (CANDIDO, 2013). A partir de 1922, as instituições que surgiam no Brasil passaram a ter caráter nacionalista. O Museu Histórico Nacional, surgiu dentro deste cenário, durante as construções dos Pavilhões da Exposição Comemorativa do Centenário de Independência do Brasil. O Museu Histórico Nacional “era consagrado à história, à pátria, destinado a formular, por meio da cultura material, uma representação de nacionalidade, construindo um discurso positivista da nação”. Ele serviu de modelo para as demais instituições museológicas que foram criadas no Brasil. Ele também foi um marco para a criação

¹⁴ Em 1784, o 12º vice-rei do Brasil, Luís de Vasconcelos e Sousa, criou o primeiro Gabinete de História Natural do Brasil e das Américas – a “Casa dos Pássaros”, precursor do Museu Nacional. Tratava-se de um galpão, situado à antiga Rua da Lampadosa, no qual animais, particularmente aves, eram alvejados a tiros (daí o seu nome “Casa dos Pássaros”) e posteriormente taxidermizados, expostos ou remetidos para Portugal. Para a direção do Gabinete, o vice-rei nomeou o hábil taxidermista catarinense Francisco Xavier Cardoso Caldeira, o “Xavier dos Pássaros”, que ocupou este cargo por 20 anos. (Absolon et al, 2018)

do primeiro curso de museologia (1932), instituindo no local o primeiro curso voltado para a qualificação de mão-de-obra para os museus.

Para Chagas (2003), “O cenário museológico brasileiro constitui-se decididamente no século XX”. Nesse período, a política pública assume dois modelos que atingem os museus: na primeira metade, experiências totalitárias, buscando controlar a criação artística e na segunda metade, intervenções do estado ocasionando significativas democratizações dos museus. Esse período foi marcado por um grande crescimento e marca o surgimento de diferentes modelos e iniciativas institucionais (CÂNDIDO, 2013, p.38). O quadro abaixo, aponta os principais marcos e acontecimentos no século XX para a museologia no país.

Quadro 1 – Marcos históricos para os museus no Brasil

Principais marcos históricos para os museus no Brasil	
Marco/ Acontecimento	Ano
Fundação do Museu Histórico Nacional (RJ)	1922
Criação do primeiro curso de museus	1932
Criação da Inspeção de Monumentos Nacionais 1º órgão de preservação do patrimônio edificado para todo território brasileiro, vinculado ao Museu Histórico Nacional	1934
Criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) ¹⁵	1937
Transformação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) em Diretoria (DPHAN); criação dos Distritos da Diretoria em Recife (PE), Salvador (BA), Belo Horizonte (MG) e São Paulo (SP)	1946/ Decreto-Lei nº 8.534/1946
Realização do Primeiro Congresso Nacional de Museus (Ouro Preto/MG)	1956
Realização do Seminário Regional da Unesco sobre a Função Educativa dos Museus (Museu de Arte Moderna, no Rio de Janeiro)	1958
Criação da Associação Brasileira de Museologistas, atual Associação Brasileira de Museologia.	1963

¹⁵ A criação do SPHAN foi um marco no processo da institucionalização de uma política para o patrimônio cultural no país e que representou um momento de preservação do patrimônio nacional, associada à construção de uma nacionalidade. O SPHAN trouxe medidas importantes aos museus brasileiros, como, por exemplo, a busca pelo impedimento da evasão de acervos do país e a implementação de uma política de criação de museus novos nacionais. (BAUER, 2014)

A Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional passa a se chamar Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)	1970
Foi realizado em Recife o 1o Encontro Nacional de Dirigentes de Museus ¹⁶	1976

Fonte: Produzido pela autora com base em Bauer (2014)

¹⁶ Desse encontro resultou um documento denominado Subsídios para Implantação de uma Política Museológica Brasileira, publicado pelo Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais e, durante longo tempo, utilizado na orientação de projetos.

4 METODOLOGIA

O intuito deste trabalho é propor uma plataforma para os museus da cidade do Recife, que concentre todas as informações destes equipamentos, visando uma maior divulgação dos mesmos. Esta seção traz os procedimentos metodológicos adotados para atingir tal objetivo. Após a definição do objetivo geral deste projeto, foi necessário seguir uma estrutura para a elaboração do presente trabalho. Segundo Bertucci (2008, p. 45), estes são os elementos mais essenciais para um projeto de pesquisa, e que vem a conferir cientificidade ao trabalho realizado.

Quanto ao tipo de pesquisa, para a elaboração deste projeto foi realizada uma pesquisa do tipo exploratória. Bertucci, (2008, p. 48), apresenta o conceito de Carlos Gil para este tipo de pesquisa, como sendo aquelas que:

(...) têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses. Pode-se dizer que tais pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

A definição da técnica de pesquisa a ser utilizada é muito importante, pois cada tipo pode apresentar vantagens e limitações. Além disso, é preciso considerar quais as possibilidades de acesso às informações. (Bertucci, 2008). Este trabalho utilizou como técnica a pesquisa bibliográfica, através da revisão de literatura sobre a temática turismo e museus. Foram utilizados livros e artigos científicos que tratam dos temas turismo, turismo cultural, patrimônio, museus, políticas públicas e cidadania, e a tecnologia e o turismo. Os principais autores em que este trabalho foi fundamentado foram Barreto, Funari, Gastal, Panosso Netto, entre outros. Também foram feitas leituras e análises de documentos disponíveis pelo Ministério do Turismo, a WTCC, o IBGE e o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM).

O processo de coleta de dados, inicialmente será através do instrumento de coleta documental. A coleta documental pode ser realizada através de dois tipos de fontes: primárias e secundárias. Fontes primárias constituem-se de documentos restritos, que não se tornaram públicos. Por outro lado, as fontes secundárias são compostas por documentos que de alguma forma já estão disponíveis para a consulta pública (Bertucci, 2008). Sendo assim, este trabalho utilizou fontes

secundárias como documentos do Ministério do Turismo, IBRAM, IBGE, WTCC, Observatório do Turismo do Recife, dentre outros.

Após definidos tipo de pesquisa, técnica e instrumentos de coleta de dados para compor a revisão literária deste TCC, alguns caminhos foram traçados para confirmar a hipótese de pesquisa levantada por este trabalho. O primeiro passo foi delimitar a área geográfica para o desenvolvimento do projeto. O município do Recife foi escolhido como objeto de estudo devido a sua importância histórica, cultural e turística, uma vez que possui um grande patrimônio ainda desconhecido, ou pouco visitado, por turistas e seus próprios residentes. Tendo escolhido o local, o próximo passo foi mapear os museus existentes em Recife. Durante esta etapa, foi utilizada a plataforma Museusbr – do Instituto Brasileiro de Museus – a fonte mais atualizada no que diz respeito a mapear os museus brasileiros. Criada pela portaria Ibram nº 215 de 4 de março de 2021, Museusbr é o sistema nacional de identificação de museus e plataforma para mapeamento colaborativo, gestão e compartilhamento de informações sobre os museus brasileiros.

Após mapear os museus que fariam parte do projeto, iniciou um processo de análise destes espaços, avaliando a comunicação e divulgação dos museus da cidade do Recife em meio online. Para isto, foi escolhido dois instrumentos para coleta destes dados: o site Tripadvisor e as mídias sociais da secretaria de Turismo do Recife, responsável pelo marketing turístico da cidade. Dessa forma, foi possível verificar como é feita a divulgação dos equipamentos, quais possuem maior espaço no marketing turístico da cidade, como é a avaliação dos museus pelos seus visitantes e qual a quantidade de visitas recebidas.

Foi realizado um levantamento através do site TripAdvisor para identificar quais os museus possuem as melhores avaliações, e o número total de avaliações recebidas por cada equipamento, visando assim relacionar o número de avaliações com a quantidade de visitantes que cada equipamento recebe.

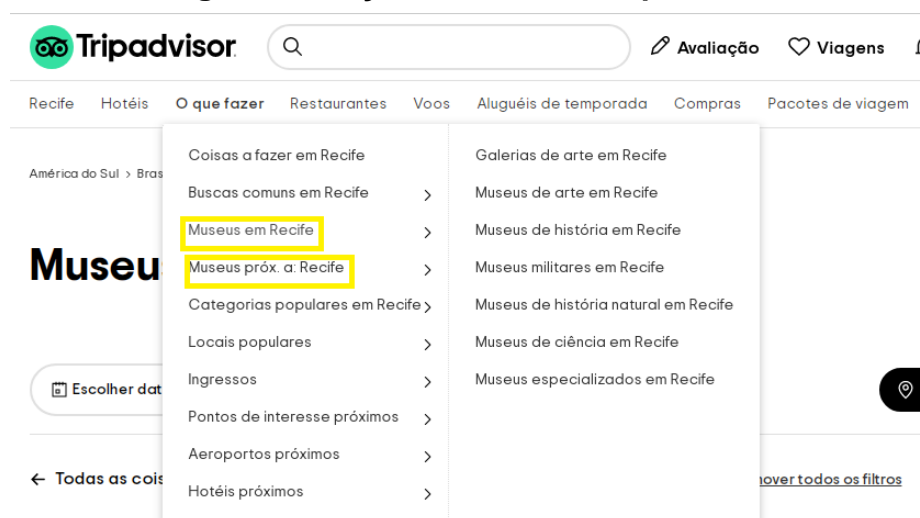
5 ANÁLISE DE RESULTADOS

Nesta seção, são apresentados as análises e principais resultados obtidos das informações coletadas por meio das técnicas de coleta de dados citadas anteriormente na metodologia deste trabalho. Para melhor compreensão, os resultados foram apresentados divididos em dois itens: Análise dos museus no site Tripadvisor e resultado das análises obtidas nos instagrans da Secretaria de Turismo do Recife.

5.1 Os museus do Recife no site Tripadvisor

O próprio site do Tripadvisor conta com uma seção sobre os museus da cidade do Recife, presentes na seção o que fazer em Recife.

Figura 5 - Seção Museus no Tripadvisor



Fonte: Site do Tripadvisor (2022)

Conforme o quadro abaixo, estes são os dez melhores museus, em Recife, mais bem avaliados segundo metodologia do site tripadvisor¹⁷.

¹⁷ O site tripadvisor possui diretrizes gerais da comunidade e diretrizes específicas para a publicação de avaliações. As avaliações são publicadas no perfil de estabelecimentos e associadas a uma pontuação por círculos de 1 a 5. As pontuações afetam a posição no ranking de popularidade do Tripadvisor e a forma como estabelecimentos aparecem na plataforma. Os comentários devem ser baseados em experiências pessoais e incluir dicas úteis e relevantes para outros viajantes e

Quadro 1 – 10 melhores museus em Recife segundo site TripAdvisor

Museu	Nota (★)	Número de avaliações
1. Instituto Ricardo Brennand	5,0	9.742
2. Oficina Cerâmica Francisco Brennand	4,5	3.048
3. Museus Cais do Sertão	4,5	2.571
4. Paço do Frevo ¹⁸	4,5	1.836
5. Casa da Cultura de Pernambuco	4,0	2.824
6. Fundação Gilberto Freyre	4,5	227
7. Museu da Cidade do Recife (Forte das Cinco Pintas)	4,0	343
8. Embaixada dos Bonecos Gigantes	4,0	1.166
9. Jardim Botânico do Recife	4,0	275
10. Museu do Trem	4,0	119

Contudo, para a realização deste projeto as avaliações do site Tripadvisor foram utilizadas como instrumento metodológico para mensurar a quantidade de visitas e classificações para os 52 museus objeto deste trabalho. Dessa forma, foi possível fazer uma comparação entre os mais visitados e mais bem avaliados pelos usuários do site, com os últimos colocados. O quadro a seguir, apresenta os 14 museus com o maior número de avaliações, sua nota no site e posição em um ranking de 219 coisas a fazer em Recife. Para a lista completa com a avaliação dos 52 museus – ver apêndice B.

membros do site. Para garantir que as opiniões sejam recentes e atuais, todas as avaliações devem ser enviadas até um ano após a experiência.

¹⁸ O Paço do Frevo consta no site Tripadvisor como o 4º melhor museu em Recife, porém ele não consta como um museu para o cadastro nacional de museus do IBRAM.

Quadro 2 – Os 14 museus com maior número de avaliações no Tripadvisor

Museu	Nota (★)	Número de avaliações	Posição no Ranking “o que fazer”
1. Instituto Ricardo Brennand	5,0	9.742	1º
2. Oficina Cerâmica Francisco Brennand	4,5	3.048	2º
3. Museus Cais do Sertão	4,5	2.571	8º
4. Sinagoga Kahal Zur	4,5	811	17º
5. Parque Estadual Dois Irmãos	3,5	562	48º
6. Caixa Cultural do Recife	4,5	498	13º
7. Museu da Cidade do Recife (Forte das Cinco Pintas)	4,0	343	27º
8. Jardim Botânico do Recife	4,0	275	37º
9. Casa-museu Magdalena e Gilberto Freyre	4,5	227	3º
10. Museu do Homem do Nordeste	4,0	212	34º
11. Museu do Estado de Pernambuco	4,5	139	42º

12. Museu do Trem do Recife	4	119	45º
13. Museu da Polícia Militar de PE	4,5	117	44º
14. Centro Cultural Benfica	4	109	46º

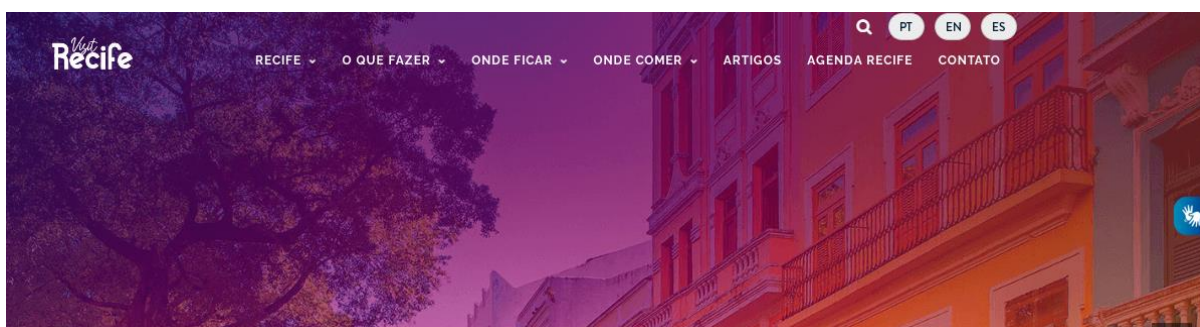
Ao analisar os dados encontrados no Tripadvisor, é possível identificar que apesar de receber um dado número de avaliações, que conseqüentemente se configuram em número de visitas, nem todos os museus são bem-posicionados nos rankings e recebem nota 5 estrelas. Outros fatores corroboram para uma boa colocação na plataforma.

5.2 Os museus do Recife nos canais promocionais da Setur-L

5.2.1 Análise do site Visit Recife

A página Visit Recife é o site oficial de promoção turística da cidade do Recife. O site possui o recurso de acessibilidade em libras e conta com versão em três idiomas: português, inglês e espanhol.

Figura 6 - Página Inicial do site



Fonte: Site do Visit Recife (2022)

A página inicial apresenta opções de navegação divididas em temáticas:

- **Viva Recife:** conta com informações e a programação de projetos realizados pela secretaria (Olha! Recife, Quarta na pracinha, Recife Walking tour e Quinta no antigo).

Figura 7 – Seção Viva Recife



Fonte: Site do Visit Recife (2022)

- **E-books e guias:** disponibiliza o e-book Recife criativo, o guia do ciclista e o guia Recife+.

Figura 8 - Seção E-books e Guias



Fonte: Site do Visit Recife (2022)

- **Experiências:** Segundo o próprio site, nesta área ficam os espaços e locais considerados imperdíveis para visitar no Recife.

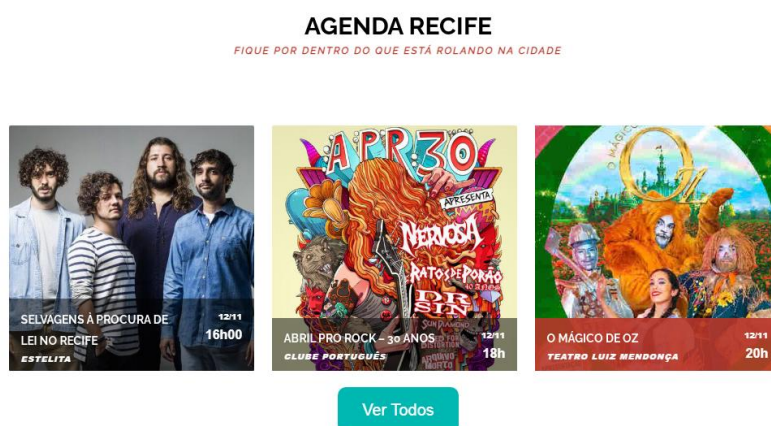
Figura 9 - Seção Experiências



Fonte: Site do Visit Recife (2022)

- **Agenda Recife:** Apresenta a agenda atualizada de eventos que ocorrem na cidade.

Figura 10 - Seção Agenda



Fonte: Site do Visit Recife (2022)

- **Artigos:** Seção que conta com publicações informativas referentes aos mais diversos temas do turismo. Ao clicar nessa parte, o site redireciona para mais artigos, porém essa seção está desatualizada. A última publicação é de 04 de Setembro de 2020.

Figura 11 – Seção Artigos



Fonte: Site do Visit Recife (2022)

Na parte final da página inicial do Visit Recife, existe um espaço com acesso rápido para os conteúdos presentes no site. Por fim, os logotipos da prefeitura do Recife e dos Instagrams oficiais de divulgação turística, o @vivarecife e o @visitrecife.

Figura 12 - Final da página inicial do site

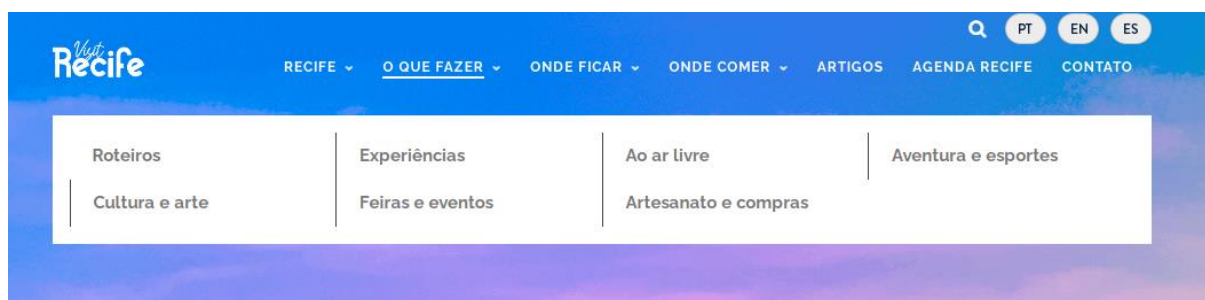


Fonte: Site do Visit Recife (2022)

Após a análise de todo o conteúdo do site Visit Recife, pode-se verificar em quais seções aparecem informações referentes aos museus da cidade, desde menções a informações mais detalhadas sobre os mesmos. Também procurou-se verificar quais os museus que mais aparecem no site (em opções de roteiros, experiências etc.)

Na parte superior do site, a aba O que fazer apresenta as possibilidades de navegação pelos temas: roteiros, cultura e arte, experiências, feiras e eventos, ao ar livre, artesanato e compras aventura e esportes.

Figura 13 - Aba O que fazer



Fonte: Site do Visit Recife (2022)

Conforme análise da aba O que fazer, foi elaborado o quadro abaixo constando os museus e as informações sobre os mesmos que estão presentes no site.

Quadro 3 – Aba “O que fazer roteiros” no site Visit Recife

Aba O que Fazer – Roteiros	
Roteiro de 3 dias	1º dia: São citados como opções Paço do Frevo, Cais do Sertão, Forte do Brum, Embaixada de Bonecos e Sinagoga Kahal Zur; 2º dia: Forte das cinco pontas, Casa da cultura e Museu do Estado. 3º dia: Instituto Ricardo Brennand e Oficina Francisco Brennand.
Roteiro de 5 dias	1º dia: não há menção aos museus do Recife; 2º dia: não há menção aos museus do Recife; 3º dia: não há menção aos museus do Recife; 4º dia: Roteiro sugere visita a IRB e Oficina Francisco Brennand; 5º dia: É citado o Forte das cinco pontas
Roteiro de 7 dias	Só há menção aos museus nos 4º e 5º dias da sugestão de roteiro, IRB, Oficina Francisco Brennand e Forte das Cinco Pontas.
Bairro do Recife	Paço do Frevo, Cais do Sertão, Embaixada dos Bonecos Gigantes, Sinagoga Kahal Zur Israel e Forte do Brum.
Casa Forte, Apipucos e Poço da Panela	Museu do Homem do Nordeste, Fundação Gilberto Freyre e Parque Estadual de Dois Irmãos.
Madalena, Cordeiro e Várzea	IRB, Oficina Francisco Brennand, Museu da Abolição
Espinheiro, Graças, Aflitos e Jaqueira	Academia Pernambucana de Letras, Museu do Estado de PE
Carnaval do Recife	Paço do Frevo, Memorial Chico Science, Museu do Homem do Nordeste

No link **Cultura e arte**, são apresentados dicas de equipamentos culturais voltados para o tema. Dos 53 museus existentes na cidade do Recife, encontramos 28 listados nesta seção do site visit Recife:

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. Caixa Cultural do Recife | 7. Sinagoga Kahal Zur |
| 2. Embaixada dos Bonecos de Olinda | 8. Palácio da Justiça |
| 3. Museu Cais do Sertão | 9. Instituto Ricardo Brennand |
| 4. Museu da Cidade do Recife | 10. Fundação Gilberto Freyre |
| 5. Oficina Francisco Brennand | 11. Museu de Ciências Nucleares |
| 6. Paço do Frevo | 12. MAMAM |
| 13. Museu do Trem | 21. Memorial da Medicina |
| 14. Museu Louis Jacques Brunet | 22. Acad. Pernambucana de Letras |
| 15. Museu da Abolição | 23. Inst. Arqueológico, Histórico, geográfico |
| 16. Memorial da Justiça | 24. Memorial Luiz Gonzaga |
| 17. Museu Murilo La Greca | 25. Museu do Homem do NE |
| 18. Museu Forte do Brum | 26. Casa do Carnaval |
| 19. Espaço Pasárgada | 27. Memorial Chico Science |
| 20. Palácio Joaquim Nabuco | 28. Museu do Estado de PE |

Nos links Experiências, Feiras e eventos, Artesanato e Compras, e Aventuras e esportes não existe conteúdo referente aos museus.

No link **Ao ar Livre** são apresentadas diversas opções de lazer e passeios em espaços ao ar livre, e nessa seção temos menção ao Jardim Botânico, que segundo mapeamento do IBRAM é considerado um museu.

Ainda na página inicial, na seção experiências aparecem novamente o Cais do Sertão, Paço do Frevo e Oficina Francisco Brennand (Figura 14).

Figura 14 - Seção Experiências página inicial



Fonte: site visit Recife (2023)

Nas demais seções do site não houveram mais informações sobre os museus do Recife.

Ao final da página inicial do visit Recife, existe um hiperlink de acesso rápido “museus” (Figura 15). Porém ao clicar no local não é redirecionado para um conteúdo sobre museus (Figura 16).

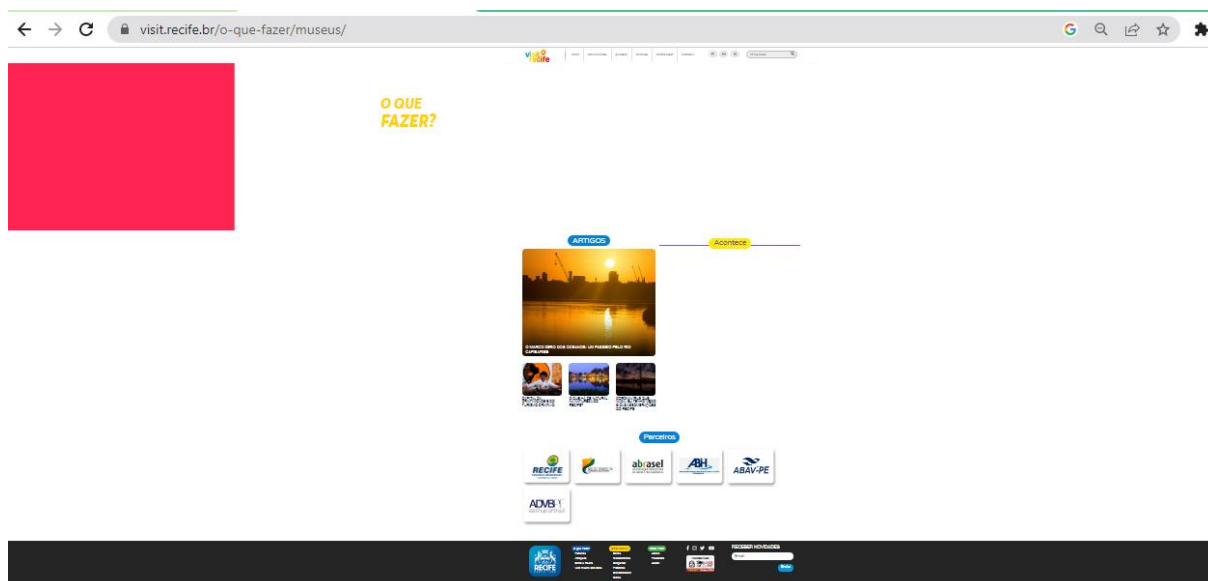
Figura 15 - Acesso Rápido fim da página inicial



Fonte: Site visit Recife (2023)

Porém ao clicar no local não é redirecionado para um conteúdo sobre museus (Figura 16).

Figura 16 - Página ao clicar no acesso rápido museus



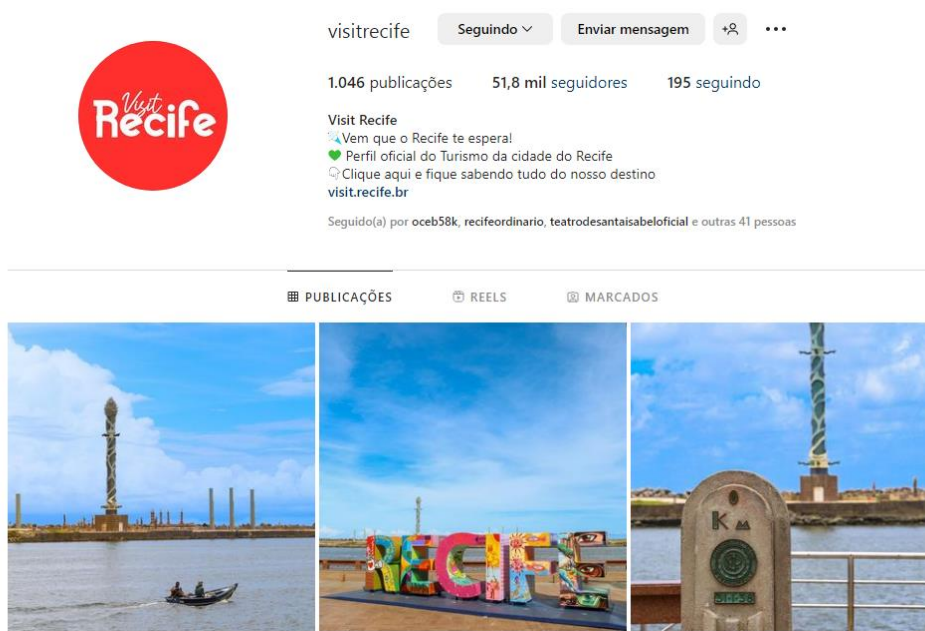
Fonte: Site visit Recife (2023)

5.2.2 Análise dos Instagrams Oficiais da Setur-L

A Secretaria de Turismo e Lazer da Prefeitura do Recife, por meio da Gerência de Marketing turístico do município, possui duas páginas na rede social Instagram voltadas para a promoção do turismo da cidade: O @visitrecife e o @vivarecife.

Juntas as duas páginas da rede social somam um total de 81,9 mil seguidores e 1.621 publicações. A principal diferença entre os dois perfis, está na maneira como comunicam as informações. O instagram visitrecife possui uma comunicação mais institucional, em sua própria bio (descrição do perfil) se intitulam perfil oficial do turismo do Recife (Figura 15), além de suas publicações serem mais voltadas para os turistas, nacionais e internacionais, apresentando dicas do destino Recife.

Figura 17 - Perfil do Instagram @visitrecife



Fonte: Instagram Visit Recife (2023)

Para a análise da comunicação dos museus de Recife, junto aos canais promocionais da secretaria de Turismo, ao investigar os dois perfis no Instagram foi escolhido fazer um recorte temporal do período de três meses (Setembro, Outubro e Novembro de 2022). Dessa forma, pretende-se observar a frequência em que estes espaços aparecem no marketing turístico da cidade.

O Instagram @visitrecife, no período pesquisado, realizou 40 postagens em sua página, no intervalo de 02 de Setembro a 24 de novembro. O quadro abaixo apresenta a lista de postagens relacionadas aos museus do Recife.

Quadro 4 - Postagens do Instagram Visit Recife

Instagram Visit Recife
Publicação do dia 14 de Setembro de 2022 sobre o Paço do Frevo
Publicação do dia 16 de Setembro de 2022 sobre 3 roteiros gratuitos para fazer na semana da Abav – menciona o Museu da Cidade do Recife (Forte das cinco pontas) no roteiro Recife Holandês
Publicação do dia 27 de Setembro de 2022 sobre 4 Lugares do Recife para curtir o turismo criativo – menciona o Cais do Sertão
Publicação do dia 29 de Setembro de 2022 sobre o museu Cais do Sertão
Publicação do dia 03 de Outubro de 2022 sobre a Rua do Bom Jesus – Mencionados Sinagoga Kahal Zur Israel e Museu dos Bonecos Gigantes
Publicação do dia 22 de Outubro de 2022 sobre O que fazer no final de semana em Recife – mencionados Paço do Frevo e Museu dos Bonecos Gigantes

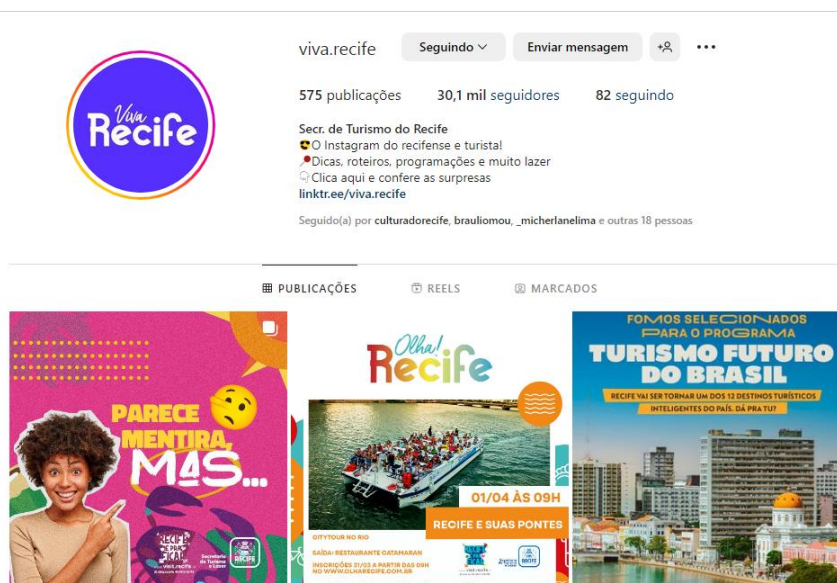
Publicação do dia 02 de Novembro sobre O que fazer no feriado em Recife – Mencionados Paço do Frevo, Sinagoga Kahal Zur Israel, Oficina Francisco Brennand e Instituto Ricardo Brennand

Publicação do dia 10 de Novembro de 2022 sobre O que fazer no Pátio de São Pedro – Mencionados Memorial Luiz Gonzaga e Casa do Carnaval

Por outro lado, o instagram @vivarecife (Figura 16) possui uma comunicação também voltada para o recifense. Em sua bio, descrevem o perfil como “O Instagram do recifense e turista!”. Além das dicas de roteiros, programações também apresentam em suas postagens opções de lazer para moradores, projetos frequentes da secretaria como Olha! Recife, Viva Guararapes, Ciclo Faixa de Turismo, dentre outros, tudo isso com uma linguagem mais informal e descontraída.

Ao analisar o instagram Viva Recife no mesmo período, de Setembro a Novembro de 2022, foram pesquisadas 79 publicações no período de 01 de Setembro a 30 de Novembro.

Figura 18 - Instagram Viva Recife



Fonte: Instagram Viva Recife (2023)

O quadro abaixo apresenta a lista de postagens do instagram Viva Recife, relacionadas aos museus do Recife.

Quadro 5 - Postagens do instagram Viva Recife

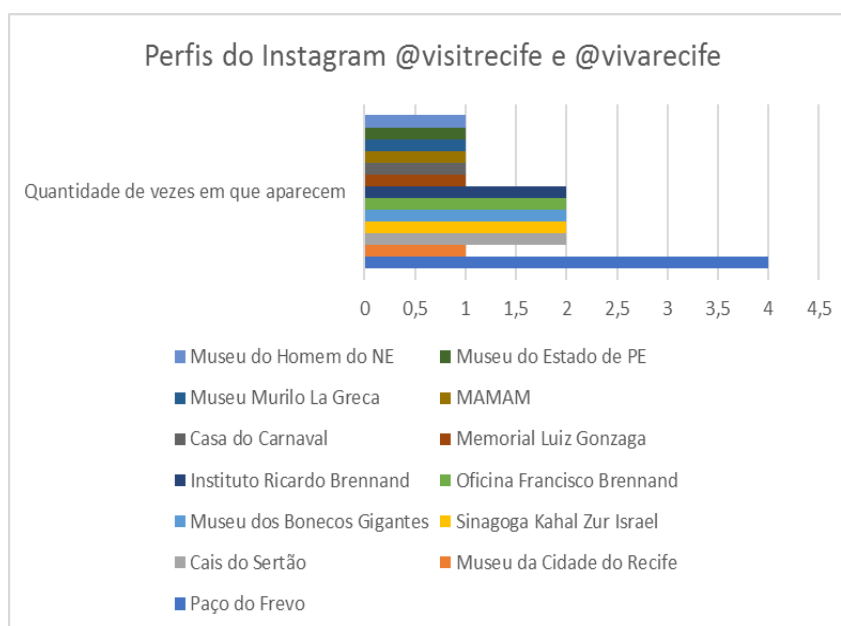
Instagram Viva Recife
Publicação do dia 22 de Setembro de 2022 sobre Olha Recife especial estação museus – roteiros especiais na primavera dos museus, são mencionados Paço do Frevo, MAMAM, Museu do Estado de PE, Museu Murilo la Greca e IRB, Oficina Francisco Brennand e Museu do Homem do NE,

Fonte: autora

Após a pesquisa junto ao instagram viva Recife, pode-se perceber que a postagens publicadas na página estão muito voltadas as ações de lazer e divulgação do destino em eventos, porém quando comparado ao instagram visit Recife o volume de posts voltados para os museus do Recife foi muito menor. Só foi registrado nesta pesquisa uma publicação no referido período analisado que mencionava os nomes dos museus no roteiro específico.

Ao finalizar a análise dos canais promocionais da Setur-L escolhidos para esta pesquisa, pode-se identificar quais equipamentos museológicos aparecem com maior frequência no site e nos perfis do instagram. Como resultado, foi criado o gráfico a seguir:

Gráfico 1 – Análise Instagrams Visit Recife e Viva Recife



6 DETALHAMENTO DO PROJETO

6.1 Localização e abrangência

O projeto tem o objetivo de criar uma plataforma para os museus da cidade do Recife. Após um levantamento no site do Instituto Brasileiro de Museus, foi identificado que a cidade do Recife possui um total 52 museus. Como o intuito do projeto é fornecer um banco de informações úteis para turistas, moradores, gestores e demais interessados em conhecer os museus da cidade, a plataforma será criada com as informações de todos os museus existentes no Recife. A criação dessa plataforma ajudará a divulgar esses equipamentos que muitos desconhecem na cidade, e estimular a visitação aos mesmos.

O município do Recife, capital do estado de Pernambuco, está localizado na mesorregião metropolitana do Recife. Possui uma área territorial de 218,843 km² (dados IBGE 2021). Segundo dados da prefeitura do Recife, o município possui 94 bairros, divididos em 06 Regiões Politico-Administrativas – RPAs e uma densidade demográfica de 7.370,68 habitantes/ km². A sua população estimada em 2021 era 1.661.017 pessoas. O PIB *per capita*, em 2019 foi de R\$ 33.232,26. Ainda segundo dados do IBGE, seu Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) em 2010 foi de 0,772. O salário médio mensal dos trabalhadores formais em 2020 foi de 3,2 salários mínimos e a taxa de população ocupada era 41,5%.

Recife foi fundada em 12 de março de 1709, e já foi o porto principal da capitania, passando por um crescimento urbano com a presença dos holandeses e, entre a segunda metade do século XIX e início do século XX sofrendo significativas mudanças na sua paisagem para a abertura de novas ruas. A paisagem atualmente é uma mistura de edifícios do período colonial que resistiram, junto a construções modernistas que juntas revelam os diferentes períodos históricos de formação da cidade. A cidade conta com conjuntos urbanos e diversas edificações que são preservadas pelas legislações federal (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional -IPHAN), estadual (Conselho Estadual de Preservação do Patrimônio

Cultura de Pernambuco - CEPPC/PE) e municipal (Zonas Especiais de Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural -ZEPH).

A atividade turística no Recife é componente importante para a economia do município e do Estado. Com muitos atrativos já consolidados a nível nacional, como o bairro do Recife, conhecido como Recife Antigo e seus equipamentos do entorno, e até de nível internacional como o carnaval. Em 2021, o Recife foi indicado pelo Ministério do Turismo como o mais novo Destino Turístico Inteligente do Brasil. Como no mundo todo, a atividade sofreu uma queda devido a pandemia do Corona Vírus, de 2020 para cá, porém segundo dados apresentados pelo Observatório do Turismo do Recife (OTREC), um site que conta com informações que contribui para a construção de um cenário do setor turístico no Recife, a fim de dar subsídio para a definição de políticas públicas, projetos e ações no setor, o mês de maio apresentou recuperação do setor. Os dados fornecidos, através pesquisas e análise de dados, pelo Observatório registraram uma variação positiva de 34 % no faturamento das empresas em atividades turísticas, na comparação do desempenho de 2021 versus 2020. Em maio de 2022, o faturamento da área contabilizou R\$ 64,7 milhões. A Arrecadação de Imposto sobre Serviços (ISS), mostra uma variação positiva de 79,5% das atividades turísticas, comparado com os números do mesmo período de 2021. Segundo a ABIH- PE (Associação Brasileira de Indústrias Hoteleiras de Pernambuco), foi a taxa média de ocupação hoteleira da cidade do Recife no mês de maio foi de 66,12%.

O OTREC ainda aponta que em maio de 2022, a cidade do Recife operou com 36 destinos, sendo 35 nacionais e 1 internacional. O Aeroporto do Recife registrou 721.267 passageiros, sendo 213.817 voos domésticos e 5.083 desembarques internacionais.

Com o grande fluxo de passageiros que o Aeroporto Internacional do Recife recebe anualmente, o perfil do visitante do Estado e da cidade do Recife é diversificado. Existe um grande quantitativo de turistas que visitam o Recife e poderiam aproveitar muito mais sua experiência no destino e aumentar o seu tempo de permanência. Nesse cenário, os museus com a sua vasta gama de opções de acervos, eventos e programações tem papel importante como vetor de atratividade para o Recife.

Abaixo, o quadro expositivo apresenta em síntese as principais informações acerca dos museus existentes na cidade e sua comunicação online.

Quadro 6 - Resumo Expositivo Museus da Cidade do Recife

Quadro Expositivo - Museus do Recife				
Museu	Localização	Tipologia do acervo ¹⁹	Tipo de gestão	Possui comunicação online?
1. Sinagoga Israelita do Recife	Boa Vista	História	Privada	Facebook
2. Caixa Cultural Recife	Bairro do Recife	Artes Visuais	Público	Website, Instagram, Facebook, Página na Wikipedia,
3. Casa-Museu Gilberto Freyre	Apipucos	-	Privado	Website, Facebook, Instagram, Página na Wikipedia,
4. Centro Cultural Benfica - UFPE	Madalena	Artes Visuais, História	Público	Instagram, Facebook
5. Sinagoga Kahal Zur Israel	Bairro do Recife	História	Privado	Página na Wikipedia, Facebook, Instagram,
6. Casa do Carnaval	São José	-	Público	Blogspot, Link no site da prefeitura, Instagram, Facebook
7. Memória da Justiça Eleitoral	Bairro do Recife	-	-	-
8. Espaço Pasárgada	Boa Vista	?	Público	Facebook, Instagram
9. Museu do Trem do Recife	São José	História, Imagem e Som	Público	Facebook, Instagram, link no site Cultura PE, Página na Wikipedia
10. Oficina Cerâmica Francisco Brennand	Várzea	Artes Visuais	Privado	Facebook, Instagram, Youtube,
11. Instituto Ricardo Brennand	Várzea	Artes Visuais, História	Privado	Site, Instagram, Youtube, Facebook, LinkedIn, Twitter, TikTok
12. Jardim Botânico do Recife	Curado	Ciências Naturais, História Natural	Público	Site, Instagram, Facebook,

¹⁹ A tipologia do acervo apresentada neste trabalho é baseada em pesquisas junto ao Instituto Brasileiro de Museus – IBRAM. Os museus que não apresentam classificação é porque essa informação não foi encontrada na plataforma do IBRAM.

13. Memorial Chico Science	São José	Imagem e Som	Público	Facebook
14. Memorial da Justiça de PE	Brum	História	Público	Instagram, Facebook
15. Memorial da Justiça do Trabalho de PE	Boa Viagem	Arquivístico e História	Público	Instagram,
16. Memorial da UFRPE	Dois Irmãos	História	Público	Site, Facebook,
17. Memorial Dom Helder Câmara	Boa Vista	-	Privado	Não possui
18. Memorial Luiz Gonzaga	São José	História	Público	Facebook, Instagram
19. Cais do Sertão	Bairro do Recife	Antropologia e Etnografia, História, Virtual	Público	Website, Facebook, Instagram, Página na Wikipedia
20. Museu da Abolição	Madalena	História	Público	Instagram, Facebook
21. Academia Pernambucana de Letras	Graças	História	Privado	Website, Página na Wikipedia, Instagram, Facebook, Youtube
22. Museu da Cidade do Recife – Forte das Cinco Pontas	São José	Arqueologia e História	Público	Website, link no site da prefeitura, Instagram, Página na Wikipedia, Facebook
23. Museu da Imagem e do Som de Pernambuco	Santo Antônio	-	Público	Facebook
24. Museu da Imprensa de Pernambuco	Soledade	Arqueologia, História, Imagem e Som, Outros	Privado	Website,
25. Museu da Medicina de Pernambuco	Derby	História, Imagem e Som	Privado	Facebook,
26. Museu da Polícia Militar de PE	Derby	História	Público	Facebook,
27. Museu de Arqueologia e Ciências Naturais da Unicap	Soledade	Arqueologia; Ciências Naturais e História Natural; História	Privado	Instagram, Site*, Facebook, Twitter
28. Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães	Boa Vista	Artes Visuais	Público	Link no site da prefeitura, Instagram, Blog no wordpress, Facebook, página na Wikipedia
29. Museu de Arte Popular do Recife	São José	Artes Visuais	Público	Instagram, Facebook
30. Museu de Arte Sacra Roberto Barbalho	Santo Antônio	?	Privado	Não possui
31. Museu de Artes Afro-Brasil	Bairro do	Antropologia	Privado	Facebook

Rolando Toro	Recife	e Etnografia; Artes Visuais		
32.Parque Estadual Dois Irmãos	Dois Irmãos	?	Público	Instagram, Facebook,
33.Museu de Ciências Nucleares	Cidade Universitária	Ciência e Tecnologia	Público	Website, Instagram, Facebook
34.Museu de História Natural Louis Jacques Brunet	Santo Amaro	Ciências naturais, História natural	Público	Página na Wikipedia, Facebook, Instagram,
35.Museu de Malacologia UFRPE	Dois Irmãos	Ciências naturais História natural	Público	Não possui
36.Museu de Minerais e Rochas UFPE	Cidade Universitária	Ciências naturais e História natural	Público	Facebook, Instagram
37.Museu de Oceanografia UFPE	Cidade Universitária	Ciências naturais	Público	Não possui
38.Museu de Zoologia UFPE	Cidade Universitária	Ciências naturais	Público	Não possui
39.Museu do Automóvel de Recife	Bairro do Recife	História	Privado	Não possui
40.Museu do Estado de Pernambuco	Graças	Antropologia e Etnografia, Artes Visuais, História	Público	Website, link no site Cultura PE, Facebook, Instagram, Página na Wikipedia
41.Museu do Frevo Levino Ferreira	São José	-	Privado	Não possui
42.Museu do Homem do Nordeste	Casa Forte	Antropologia e Etnografia; Artes Visuais; História; Imagem e Som	Público	Instagram, Facebook
43.Museu do IMIP	Boa Vista	História	Privado	Facebook, Instagram
44.Instituto Arqueológico, Histórico e Geográfico Pernambucano	Boa Vista	Arqueologia, História e Geografia	Privado	Instagram, Facebook
45.Museu Dom Vital	São José	-	Privado	Não possui
46.Museu do Remo	Santo Amaro	-	Privado	Não possui
47.Museu Franciscano de Arte Sacra	Santo Antônio	-	Privado	Instagram
48.Museu Militar do Forte do	Bairro do	História	Público	Página na Wikipedia,

Brum	Recife			Facebook, Instagram,
49.Museu Murillo La Greca	Parnamirim	Artes Visuais	Público	Facebook, Instagram
50.Museu Palácio Joaquim Nabuco (ALEPE)	Boa Vista	-	Público	Página na Wikipedia, Facebook, link no site da ALEPE
51.Museu Universo Compesa	Santo Amaro	Arquivístico, História, Virtual, Outros	Público	Link no site da compesa,
52.Paço do Frevo	Bairro do Recife	-	Público	Instagram, Facebook, Site

6.2 O site Musealize Recife

O presente projeto consiste na criação do website Musealize Recife, um site dinâmico e responsivo, com o objetivo de divulgar informações sobre os 53 museus existentes no município e, dessa forma, ajudar a promover estes espaços culturais, aumentando sua visitação e visibilidade dentro do turismo praticado em Recife.

A ideia é concentrar em um único lugar o máximo possível de informações úteis para quem deseja conhecer os museus que a cidade abriga. E, conseqüentemente, criar uma comunidade onde todos os amantes de museus possam acessar de forma fácil, rápida e prática os horários de funcionamento, endereços, dicas de como chegar aos museus, mapas, fotos, exposições e eventos que estejam acontecendo, dentre várias outras dicas úteis para uma ótima experiência durante a visita. Por outro lado, os gestores dos museus localizados em Recife, poderão entrar em contato com a equipe do Musealize Recife, através de formulário disponível no próprio site, para administrar as informações dos seus museus, possibilitando uma alimentação constante e atualizada das novidades destes espaços.

Os museus poderão ser acessados através de botão de pesquisa, na página inicial, digitando o nome do museu que deseja acessar as informações. Além disso, o site também disponibiliza os museus por categorias, classificados pelo tipo de acervo (histórico, ciências naturais, artes visuais etc.).

Outras informações também serão mapeadas e poderão ser encontradas no site, tais como: acessibilidade, lojas de souvenirs, cafés e restaurantes, e espaços para eventos.

Figura 19 - Página Inicial do Site



Fonte: Autora (2023)

Os museus também poderão ser pesquisados de acordo com a localização, divididos em uma seção por bairros. Essa seção do site permite que os usuários encontrem opções pela localidade, além de expor uma visão de quantos museus existem por distribuição geográfica na cidade.

Figura 20 - Seção do site Musealize Recife - "Bairros"



Fonte: Autora (2023)

Ao escolher um bairro para pesquisa, o site direciona para a página do bairro escolhido. Nela é possível navegar pelos museus presentes naquela localidade. Além disso, o usuário pode filtrar sua pesquisa por categorias, caso queira visualizar os museus por tipo de acervo. Também é possível verificar quais deles são acessíveis, possuem áudio descrição, como também lojas e restaurantes em seu espaço.

Figura 21 - Página Museus por bairros



Fonte: Autora (2023)

Os visitantes assíduos ainda poderão deixar avaliações sobre a sua experiência ao visitar os espaços museais, ajudando na pesquisa e escolha de outros visitantes e terão uma seção própria para eles no site. Com apenas um cadastro simples, poderão deixar suas opiniões e contribuições no Musealize Recife.

Figura 22 - Seção Avaliações do site

Avaliações Recentes



Fonte: Autora (2023)

Ao final da página inicial do site, encontramos os termos de uso, políticas de privacidade e cookies, quem somos, centro de ajuda, espaço para fale conosco, além das mídias sociais do projeto.

Figura 23 - Final da página inicial do site



Fonte: Autora (2023)

Durante a navegação do site, ao clicar em um museu que deseja obter informações, o visitante será redirecionado para a página do museu dentro do Musealize Recife. A página poderá ser administrada pela gestão do equipamento cultural ou pela equipe do site. Na primeira página, vemos uma breve apresentação do museu, e das informações que encontraremos, tais como endereço, contatos, imagens, etc.

Figura 24 - Página inicial ao clicar em um museu



Fonte: Autora (2023)

Em seguida, é possível verificar a galeria de fotos do museu, disponível no site do Musealize Recife.

Figura 25 - Seção imagens do museu



Fonte: Autora (2023)

Também encontraremos as informações sobre ingressos, políticas de meia entrada e entrada gratuita (quando o museu tiver a prática), horários de funcionamento e formas de pagamento aceitas – em caso de museu que cobram a entrada.

Figura 26 - Informações sobre Funcionamento e entrada

Informações

Horários de Funcionamento

Domingo a Domingo, das 09h00 às 21h00.
Última entrada pontualmente às 20h00

Última terça-feira de cada mês tem entrada franca, exceto nos meses de Janeiro, Julho e Dezembro que não são contemplados com a entrada gratuita, com capacidade reduzida e por ordem de chegada. A partir das 13h, serão distribuídos os ingressos cortesia por ordem de chegada.

Obs: Informamos que os portões de entrada serão fechados assim que alcançarmos o limite total de ingressos distribuídos.



Ingressos

De Segunda a Sexta-feira
Das 09h00 às 17h00
Inteira: R\$ 50,00 | Meia*: R\$ 25,00
Das 17h00 às 21h00
Inteira: R\$ 80,00 | Meia*: R\$ 40,00

Sábados, domingos e feriados
Das 09h00 às 17h00
Inteira: R\$ 80,00 | Meia*: R\$ 40,00
Das 17h00 às 21h00
Inteira: R\$ 100,00 | Meia*: R\$ 50,00

*Meia entrada | Mediante documentação comprobatória
*Pessoas com deficiência, estudantes, professores e idosos acima de 60 anos

Aceitamos cartão de débito e crédito:



Fonte :Autora (2023)

A página dedica ao museu também apresenta o mapa de localização, e informações sobre exposições que estejam acontecendo em seu espaço (Figuras 27 e 28).

Figura 27 - Mapa de localização do museu



Fonte: Autora (2023)

Figura 28 - Exposições no museu

Exposições

OSGEMEOS - NOSSOS SEGREDOS NO INSTITUTO RICARDO BRENNAND
Pela primeira vez no Nordeste

Das 09h00 às 21h00 | De 28 de junho a 27 de agosto de 2023
(domingo a domingo)

VISTA POR APROXIMADAMENTE 1,5 MILHÃO DE PESSOAS EM RJ E BH.

Vagas limitadas!
OSGEMEOS - NOSSOS SEGREDOS



Fonte: Autora (2023)

Por fim, a última seção da página dedicada ao museu é a de avaliação. Nela o usuário pode deixar sua crítica sobre a sua experiência, uma vez que já tenha visitado o local. Dessa forma, contribuindo para a escolha dos próximos usuários do site e potenciais visitantes dos museus pesquisados.

Figura 29 - Seção Avaliações

Avaliações

Sua avaliação ajuda outras pessoas a decidirem sobre a escolha dos museus a conhecer. Se você já visitou o museu, pode escrever sua avaliação abaixo! Preste atenção às nossas [diretrizes de conteúdo](#) antes de postar sua avaliação.

Faça login ou cadastre-se para deixar sua avaliação

Avaliação ▼ Idioma ▼ data da visita (opcional)

Sua opinião (opcional)

Fonte: Autora (2023)

6.3 Objetivos e Metas

6.3.1 Objetivos

O objetivo deste trabalho é divulgar informações úteis e atualizadas sobre os museus existentes no município do Recife através da criação de um website e, dessa forma, ajudar na promoção destes espaços culturais, para os residentes e turistas, aumentando, assim, sua visitação e visibilidade dentro do turismo praticado em Recife. Além disso, pretende-se, através desta iniciativa, estimular o turismo cultural no município, e também no estado de Pernambuco, uma vez que os museus são portas de entrada para o segmento e desempenham papel importante, além do seu caráter educativo, como espaços de lazer e entretenimento.

Quanto aos objetivos específicos, são estes:

- Promover os espaços museológicos existentes na cidade do Recife;
- Aumentar a visibilidade dos museus dentro do turismo no município;
- Proporcionar o acesso, dos residentes e turistas, a estes equipamentos culturais através de informação atualizada;
- Promover o turismo cultural em Recife e Pernambuco;
- Incentivar a elaboração de projetos e políticas públicas voltadas para os equipamentos culturais;
- Fortalecer a relação museus e turismo, possibilitando uma aproximação entre as duas áreas.

6.3.2 Metas

Para alcançar os objetivos traçados, colocam-se as seguintes metas:

- Em 30 dias, realizar reuniões com a equipe para alinhar informações e elaborar o briefing, que irão nortear as demais etapas de construção do website;

- A cada 15 dias, realizar reuniões com as equipes de conteúdo e pesquisa, design e programação afim de estruturar as informações que estarão presentes no site;
- Em 3 meses, concluir toda a etapa de programação e codificação;
- Realizar atualizações do website a cada 6 meses, nos meses de Fevereiro e Novembro;
- Alcançar 1000 visitas no primeiro ano (nota de rodapé)
- Em 5 anos, expandir o projeto para contemplar todos os museus de Pernambuco.

6.4 Plano Operacional

6.4.1 Etapa de planejamento

- Elaboração do Briefing
- Planejamento de conteúdo (Pesquisa de Mercado e SEO)
- Produção de conteúdo (registros fotográficos, preparação e edição das informações que irão constar no site)
- Criação do Wireframe (mapa do site)

6.4.2 Etapa de desenvolvimento

- Codificação
- Programação e testes
- Design de Experiência do usuário

6.4.3 Etapa de execução e Lançamento

- Publicação
- Domínio
- Hospedagem

6.4.4 Etapa de avaliação

- Google Analytics – Ferramenta de mapeamento de usuários de um site. Entrega informações como tempo de visualização e taxa de rejeição.
- PageSpeed Insights – Ferramenta de avaliação de performance do website. Fornece um relatório com informações de melhorias e acertos do site, desde questões técnicas à otimização.
- Search Console – Permite monitorar a presença do site nos resultados das buscas. É possível obter informações sobre como o rastreador do Google está lendo sua página, palavras-chaves que fazem com que seu site apareça nos resultados de busca.

6.5 Medidas de Implementação

6.5.1 Medidas Legais

Para a criação de um website é necessário seguir a legislação acerca do uso da internet no Brasil. Estas leis existem para estabelecer princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no país. É necessário verificar os requisitos das legislações para garantir o cumprimento das normas na criação da página. A primeira delas é a Lei 12.965/2014 que segundo Disposições preliminares:

Art. 1º Esta Lei estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil e determina as diretrizes para atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria.

Em seu Capítulo II – Direitos e Garantias dos Usuários – a lei assegura os seguintes direitos dos usuários, que se aplicam a criação de websites:

I - inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

II - inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações pela internet, salvo por ordem judicial, na forma da lei;

III - inviolabilidade e sigilo de suas comunicações privadas armazenadas, salvo por ordem judicial;

VI - informações claras e completas constantes dos contratos de prestação de serviços, com detalhamento sobre o regime de proteção aos registros de conexão e aos registros de acesso a aplicações de internet, bem como sobre práticas de gerenciamento da rede que possam afetar sua qualidade;

VII - não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, inclusive registros de conexão, e de acesso a aplicações de internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei;

VIII - informações claras e completas sobre coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de seus dados pessoais, que somente poderão ser utilizados para finalidades que:

- a) justifiquem sua coleta;
- b) não sejam vedadas pela legislação; e
- c) estejam especificadas nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet;

Outra legislação importante para o cumprimento das normas de uso da internet é a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD. Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural (Disposições Gerais, Art.1º).

O artigo 2º da LGPD traz os fundamentos da disciplina da proteção de dados pessoais:

- I - o respeito à privacidade;
- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e

VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

Enquanto o Art. 6º trata dos princípios que as atividades de tratamento de dados pessoais deverão observar:

- finalidade: realização do tratamento para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular, sem possibilidade de tratamento posterior de forma incompatível com essas finalidades;

II - adequação: compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular, de acordo com o contexto do tratamento;

III - necessidade: limitação do tratamento ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados;

IV - livre acesso: garantia, aos titulares, de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais;

V - qualidade dos dados: garantia, aos titulares, de exatidão, clareza, relevância e atualização dos dados, de acordo com a necessidade e para o cumprimento da finalidade de seu tratamento;

VI - transparência: garantia, aos titulares, de informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial;

VII - segurança: utilização de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão;

VIII - prevenção: adoção de medidas para prevenir a ocorrência de danos em virtude do tratamento de dados pessoais;

IX - não discriminação: impossibilidade de realização do tratamento para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos;

X - responsabilização e prestação de contas: demonstração, pelo agente, da adoção de medidas eficazes e capazes de comprovar a observância e o cumprimento das normas de proteção de dados pessoais e, inclusive, da eficácia dessas medidas.

Seguindo alguns passos é possível estar de acordo com a legislação que rege a internet no Brasil e cumprir as normas para criação e utilização de websites. Estes passos são:

- a) Fornecer informações completas para os usuários do site (seção sobre quem é a empresa, contatos, etc.);
- b) Ser transparente a respeito dos produtos e serviços que o site oferece;
- c) Transparência quanto ao uso dos dados (informações sobre o uso de cookies, análise de dados do Google Analytics ou outros meios de análise de métricas, mesmo que a coleta de dados seja sem identificação).
- d) Possuir uma política de privacidade (Quais dados são colhidos, Motivo da coleta de dados e do uso dos dados, Período de uso de dados, Limite da utilização dos dados, Como a empresa mantém os dados seguros e Questões sobre privacidade e identificação de usuários).
- e) Desenvolver os Termos de Uso do website, o qual estabelece as regras do site e os limites dos direitos e deveres dele em relação ao usuário. O Termo de Uso deve estar de acordo com as leis do consumidor (CDC) bem como resguardar a clareza quanto à forma de uso e às proibições.

6.6 Plano de Comunicação

6.6.1 Logotipo

Figura 30 - Logotipo do projeto



Fonte: o autor (2023)

A identidade visual do projeto foi pensada considerando os objetivos, a essência e o posicionamento que o site pretende alcançar como marca. Os elementos e as cores do design foram escolhidos de forma que possam resumir bem o que é o projeto.

Sendo assim, foram escolhidos como elementos o símbolo de museus inserido dentro do símbolo do pin de localização. O símbolo de museu é a representação universal gráfica quando se refere a museus. Já a escolha do pin de localização fez referência ao objetivo principal de informar o público-alvo acerca destes espaços. A simbologia da combinação destes dois ícones gráficos fortalece o slogan criado para o website: “Encontre aqui o seu museu.”

No que se refere a escolha das cores, usando como base os estudos da psicologia das cores aplicada ao design, branding e marketing, foram escolhidas as cores azul e roxo, em diferentes tonalidades. O azul transmite a ideia de confiança, verdade e segurança, enquanto o roxo representa criatividade, sabedoria e sucesso. As cores estão alinhadas com o posicionamento almejado pelo projeto, em se tornar uma

fonte de informações confiáveis, e de ser pioneiro na promoção destes equipamentos culturais como espaços de lazer e turismo.

A escolha do nome do projeto resultou do uso das palavras musealize, imperativo do verbo musealizar, e Recife, local de abrangência. Os termos agregam valor ao conjunto visual, passando a ideia de incentivar a ação de conhecer estes espaços.

6.6.2 Usuários²⁰

- **Público-alvo**

Pessoas interessadas em museus, sem distinção de gênero, restrição de idade ou perfil socioeconômico, residentes da região metropolitana do Recife que estejam interessadas nos museus como equipamentos culturais, de lazer e entretenimento, como também, turistas nacionais e internacionais, que tenham como motivação o interesse pela cultura, patrimônio e arte.

- **Buyer persona**

Persona 1- Rodrigo, 34 anos, solteiro, reside em Belo Horizonte – MG, é historiador formado pela UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais. Gosta de viajar sozinho ou com amigos, e tem preferência por destinos culturais, como cidades históricas, sempre buscando conhecer a cultura local e seu legado. Busca por maior liberdade na escolha de roteiros, fugindo dos comercializados pelas agências de viagens. Ao planejar suas viagens, faz amplo uso da tecnologia, consultando Instagrams de roteiros e viagens, sites especializados e oficiais de destinos turísticos e lendo resenhas e dicas de outros viajantes. No entanto, Rodrigo encontra certa dificuldade em obter êxito ao montar seu próprio roteiro, devido à falta de informações confiáveis e concentradas em um único local. Muitas vezes, ele desiste de visitar alguns pontos turísticos e equipamentos de seu interesse por não dispor de tempo para procurar em diversas fontes distintas as informações que precisa.

²⁰ A descrição dos usuários do projeto foi baseada no perfil do turista cultural e amantes de equipamentos culturais devido à falta de estudos científicos e pesquisas que agrupem informações acerca do perfil do visitante de museus. O IBRAM possui um instrumento criado para mensuração de visitas, o FVA – Formulário de visitação anual, que apresenta dados mais quantitativos. O FVA foi criado para cumprimento do Decreto nº 8.124/2013, art. 4º, inciso VIII que determina a obrigação dos museus em “enviar ao Ibram dados e informações relativas às visitas anuais, de acordo com ato normativo do Instituto”, porém nem todos os museus aderem ao formulário.

Com isso, Rodrigo acaba visitando locais que já conhece ou indicados por amigos e familiares.

Persona 2 – Sophia, 19 anos, solteira, residente da cidade de Recife, é estudante do primeiro período do curso de Gestão de Turismo do Instituto Federal de Pernambuco – IFPE. Gosta de ir ao cinema, ao shopping e ao Recife Antigo em seus momentos de lazer. Sempre participa de eventos culturais que ocorrem pela cidade, porém não visita tantos museus quanto gostaria. Ao iniciar o curso, e participar de visitas técnicas realizadas como parte da formação, percebeu que desconhece a existência da maioria dos museus que o Recife possui. É uma usuária ativa nas redes sociais, principalmente Instagram e TikTok, e segue criadores de conteúdo, porém só costuma visitar os museus mais populares e divulgados por estas páginas. A falta de divulgação contribui para que Sophia não visite estes espaços.

6.6.3 Objetivos de marketing

Divulgar os museus do Recife e atrair visitantes;

Criar vantagem competitiva e fortalecer o turismo cultural;

Engajar, fidelizar e criar um relacionamento com os visitantes dos museus.

6.6.4 Estratégias e Ações

Em conformidade com os objetivos de marketing anteriormente citados, apresenta-se as estratégias e ações a seguir:

- **Divulgar os museus do Recife e atrair visitantes**

Criar as páginas do Facebook e Instagram do projeto;

Disseminar o projeto nas Instituições de Ensino e secretarias estaduais e municipal de turismo e cultura;

Usar as redes sociais para difundir o projeto e manter contato com o público-alvo.

- **Criar vantagem competitiva e fortalecer o turismo cultural**

Criar um website pioneiro na divulgação de informações, conteúdos e dicas relacionadas a espaços museológicos do Recife;

Desenvolver um website voltado para a experiência do usuário, entregando soluções para o problema dos visitantes e interessados em museus;

Se tornar um instrumento na promoção da cidade do Recife como um destino cultural.

- **Engajar, fidelizar e criar um relacionamento com os visitantes dos museus.**

Produzir um conteúdo de qualidade, atualizado e confiável, sobre os museus do Recife contribuindo para melhorar a experiência dos visitantes;

Realizar marketing de relacionamento através das mídias sociais (em especial Instagram e Facebook);

Se tornar uma comunidade de resenhas e avaliações, auxiliando na pesquisa de outros usuários.

6.7 Canais de Comunicação

Instagram

Facebook

Tik Tok

6.8 Recursos

6.8.1 Recursos materiais iniciais

- Mesas, cadeiras, armários, canetas e outros itens de escritório
- Computador, impressora e smartphone.

6.8.2 Recursos Profissionais

Para desenvolvimento do projeto de criação do website para os museus da cidade do Recife, serão necessários a contratação de um turismólogo, um museólogo para prestar consultoria, um fotógrafo para registros dos conteúdos, e de profissionais da

área de tecnologia da informação e design.

- Web designer: profissional responsável pelo conteúdo visual do website. Ele gerencia toda a identidade do site (imagens, textos, banners), organizando os conteúdos de forma a desenvolver a navegação da página.
- Desenvolvedor ou programador: responsável por redigir o código-fonte. Esse profissional desenvolve, adapta e corrige falhas em sistemas de gerenciamento de conteúdo, plugins e templates, de forma a resolver problemas e melhorar o funcionamento dos mesmos.
- Editor de conteúdo: Esse profissional cria e prepara conteúdo para um site, seja qual for o propósito deste, desde um site corporativo a um jornal digital.
- Analista de Marketing Digital: É o especialista em publicidade para a web. Sua função está centrada em identificar novas oportunidades, tendências e problemas para o desenvolvimento de produtos com êxito.
- Especialista de SEO (Search Engine Optimization): Profissional responsável por otimizar seus conteúdos para que ele apareça mais bem posicionado nos resultados das buscas. Seu foco é identificar palavras-chave, analisar competidores e conseguir que o site encabece e se mantenha na lista dos sites de busca.

6.9 Orçamento²¹

Para criação e desenvolvimento do projeto, foi necessário realizar um levantamento acerca dos custos dos recursos materiais, profissionais e demais serviços necessários para a execução desta proposta.

²¹ Os números indicados nesta seção foram estimados utilizando como base pesquisas e buscas de valores reais (de acordo com o mercado atual), consultados via internet, diretamente com profissionais da área de Tecnologia da Informação e fornecedores dos serviços e/ou produtos necessários. Os valores referentes

O orçamento está apresentado, nas tabelas a seguir, por tipo de recursos e seus valores, para um melhor entendimento.

Tabela 1 – Recursos Materiais do Projeto

Orçamento Recursos Materiais do Projeto Musealize Recife				
Item	Descrição do Item	Quant.	Valor Unitário	Valor Mensal
1	Notebook	1	R\$ 2.564,05	R\$ 2.564,05
2	Impressora	1	R\$ 726,53	R\$ 726,53
3	Smartphone	1	R\$ 1.719,00	R\$ 1.719,00
4	Mesa	1	R\$ 418,90	R\$ 418,90
5	Cadeira	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
6	Canetas	20	R\$ 0,98	R\$ 19,60
7	Bloco de Notas	10	R\$ 2,95	R\$ 29,50
8	Caderno	3	R\$ 9,00	R\$ 27,00

		Valor Mensal
Total dos Recursos Materiais		R\$ 5.804,58

Fonte: Autora (2023)

A primeira parte do levantamento consiste nos valores referentes aos materiais necessários para criação, desenvolvimento e execução do site. Foi necessário incluir materiais de escritórios e demais itens utilizados em reuniões de planejamento e etapas de finalização do projeto.

Tabela 2 – Recursos Profissionais do Projeto

Orçamento Recursos Profissionais do Projeto Musealize Recife					
Item	Descrição do Item	Quant.	Valor Unitário	Valor Mensal	Valor Total (3 meses)
1	Turismólogo	1	R\$ 2.795,23	R\$ 2.795,23	R\$ 8.385,69
2	Fotógrafo	1	R\$ 2.317,00	R\$ 2.317,00	R\$ 6.951,00
3	Museólogo	1	R\$ 3.059,96	R\$ 3.059,96	R\$ 9.179,88
4	Web Designer	1	R\$ 2.718,25	R\$ 2.718,25	R\$ 8.154,75
5	Desenvolvedor	1	R\$ 4.227,00	R\$ 4.227,00	R\$ 12.681,00
6	Editor de conteúdo	1	R\$ 3.776,00	R\$ 3.776,00	R\$ 11.328,00
7	Analista Marketing Digital	1	R\$ 2.976,01	R\$ 2.976,01	R\$ 8.928,03
8	Especialista em SEO	1	R\$ 2.578,00	R\$ 2.578,00	R\$ 7.734,00

	Valor Mensal	Valor Total (3 meses)
Total dos Recursos Profissionais	R\$ 24.447,45	R\$ 73.342,35

Fonte: Autora (2023)

Na tabela acima foram incluídos os principais profissionais necessários para execução do projeto antes, durante e após o seu lançamento. Foram orçados valores relacionados aos serviços prestados mensalmente e apresentado o valor total para o período estimado de criação até o lançamento.

Tabela 3 – Criação/Desenvolvimento do projeto

Orçamento de Criação/Desenvolvimento do Projeto Musealize Recife				
Item	Descrição do Item	Quant.	Valor Unitário	Valor Anual
1	Domínio	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
2	Hospedagem do site	1	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
3	Manutenção do site	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
4	Certificado SSL (Segurança)	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00

	Valor Mensal
Total da Criação/Desenvolvimento	R\$ 1.940,00

Fonte: Autora (2023)

A tabela 3 apresenta um conjunto de fatores comuns que afetam diretamente o custo de criação e manutenção de um site. O primeiro fator é o domínio, que consiste na identidade do site na internet. Segundo agências especializadas, “o custo do domínio do site depende de onde você irá registrá-lo, tipo de domínio de nível superior ou TLD (como .com, código de país como .us e premium, como archi) e taxas iniciais”. O investimento é a partir de R\$ 40,00/ano e diminui de acordo o aumento da quantidade de anos do registro, através do site <https://registro.br>, responsável pelos registros nacionais.

Outro fator indispensável é a hospedagem do site, que é o espaço em um servidor para armazenamento dos arquivos de um site. Para sites profissionais e institucionais, uma hospedagem pode custar de 120 a 24.000 reais anualmente.

É necessário, também, contratar um suporte para manutenção do site. O suporte técnico do site, além de evitar erros, vai ajudar a ranquear melhor no Google, pois

sites com erros são penalizados pelo famoso mecanismo de busca. O custo para manutenção geralmente é feito por tickets ou por horas dedicadas.

Por fim, também é necessário investir em segurança. Um certificado SSL deve ser incluído nos custos de desenvolvimento do site. Você pode conseguir atualmente de graça utilizando o Lets Encrypt (algumas hospedagens já o configuram automaticamente), mas a instalação por um profissional pode cobrar por volta de R\$ 100,00 a R\$ 300,00 por ano.

6.10 Possíveis Parcerias

- Startups do ramo da tecnologia
- Empresas incubadoras de startups
- Perfis do Instagram sobre viagens e destinos

6.11 Possíveis Apoiadores

- Universidade Federal de Pernambuco
- Instituto Federal de Pernambuco
- Empresa de Turismo de Pernambuco – EMPETUR
- Secretaria de Turismo e Lazer do Recife – SETUR-L
- Secretaria Estadual de Cultura – SECULT-PE
- Secretaria de Cultura do Recife

6.12 Possíveis Patrocinadores

- Banco Itaú
- Banco Santander
- Centro Universitário Maurício de Nassau
- SENAC Pernambuco

6.13 Cronograma Físico

Atividades Realizadas	2024					
	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho
realizar reuniões com equipe para elaborar o briefing.	x					
Planejamento de conteúdo -Pesquisa de Mercado e SEO	x	x				
Produção de conteúdo (registros fotográficos, etc.)		x	x			
Codificação e programação		x	x	x		
Etapa de Testes			x	x		
Publicação do site					x	
Etapa de avaliação e monitoramento						x

6.14 Resultados Esperados

Com a realização deste projeto, pretende-se contribuir para uma maior visibilidade dos museus da cidade do Recife enquanto equipamentos de lazer e porta de entrada para o turismo cultural no Estado de Pernambuco. Como consequência, almeja-se um aumento no número de visitas a estes espaços, à garantia do acesso ao lazer e à cultura para os residentes do Recife e região metropolitana e, também, a promoção do destino Recife como uma opção de destino cultural.

Além destes resultados, também busca-se tornar o projeto Musealize Recife uma referência nacional de políticas públicas voltadas para o Turismo, Museus, Lazer e Cultura.

Monitoramento e avaliação: O projeto será monitorado através de métricas de avaliação de desempenho do site. De acordo com o Google, alguns fatores afetam diretamente o desempenho de websites, tais como tempo de carregamento, experiência do usuário, navegação segura e otimização para dispositivos móveis. Além destes fatores, outras métricas também serão analisadas: número de visualizações do site, taxa de rejeição, posicionamento da página em sites de busca, palavras-chaves e velocidade de carregamento do site.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste trabalho foi analisar a importância da comunicação para a promoção dos museus, enquanto espaços de lazer e equipamentos turísticos. Ao longo do trabalho procurou-se expor a relevância do tema, analisar de que maneira os museus do Recife figuram dentro da política pública de turismo, através de uma análise de dois canais de comunicação da Secretaria de Turismo, e como isso impacta na visibilidade destes espaços.

No Brasil ainda existem poucas discussões acerca da relação turismo e museus. Ao longo da pesquisa para elaboração deste trabalho, percebeu-se que este fato está intrínseco desde o surgimento dos museus, que a princípio tinham como função pedagógica e caráter enciclopédico. Além disso, é algo cultural do brasileiro não considerar os museus como espaços de lazer e entretenimento. E como mudar esse cenário sem investir em comunicação e promoção destes espaços?

Após as análises realizadas pode-se responder algumas das questões levantadas no início desta pesquisa, porém muitas outras também surgiram. A hipótese inicial de que a falta de divulgação acarreta o desconhecimento por parte de visitantes e turistas se provou verdadeira. Após analisar as mídias da gestão pública do turismo do Recife, e o site Tripadvisor constatou-se que os museus melhores avaliados, com maior número de críticas escritas na plataforma eram os mesmos que apareceram com mais frequência nos sites e redes sociais pesquisados.

Outro fato a se destacar foi a descoberta de uma fonte rica de informações quantitativas e qualitativas, o site Tripadvisor se mostrou um instrumento valioso para a pesquisa turística, podendo obter insights sobre ranking de destinos, equipamentos, como também traçar perfis de consumo e visitantes, como obter dados sobre a satisfação durante as experiências vividas no destino.

Após análise dos resultados da pesquisa, o projeto Musealize Recife foi pensado como uma alternativa para aproximar os museus do seu público-alvo, e também de conquistar novos usuários. O projeto visa facilitar o acesso à informação, no que diz respeito aos museus, contribuindo para a promoção dos mesmos. É importante ressaltar que o projeto não tem o intuito de realizar o trabalho dos

gestores públicos de turismo, cultura e gestores de museus. E sim de contribuir para estreitar essa relação.

O projeto pretende abrir as discussões sobre museus como espaços de lazer, servindo de exemplo para que outras propostas também venham a surgir.

Por fim, a expectativa é que o projeto possa ser pioneiro na promoção de espaços culturais, contribua para a promoção do destino Recife e possa estender-se para todo o Estado de Pernambuco.

REFERENCIAS

BARRETO, Margaritta. **Manual de iniciação ao estudo do turismo [livro eletrônico]** / Margaritta Barreto – Campinas, SP: Papirus, 2014. Coleção turismo

BARRETO, Margaritta. **Cultura e turismo: discussões contemporâneas [livro eletrônico]** / Margaritta Barreto – Campinas, SP: Papirus, 2015. Coleção turismo

CROWD BLOG. Como desenvolver uma plataforma digital: aprendizados de 7 anos com a Crowd. Disponível em <<https://blog.crowd.br.com/como-desenvolver-uma-plataforma-digital/>> Acesso em: 14 Maio 2022.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Ministério do Turismo indica o Recife como Destino Turístico Inteligente. Disponível em <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/economia/2021/04/ministerio-do-turismo-indica-o-recife-como-destino-turistico-inteligen.html>> Acesso em: 14 Maio 2022.

FUNARI, Pedro Paulo. **Turismo e Patrimônio Cultural**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

HOSTNET BLOG. Quem é o profissional certo para criar um site para a minha empresa? Disponível em <<https://www.hostnet.com.br/blog/escolha-profissional-certo-para-criar-um-site/>> Acesso em: 30 Jun. 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/recife/panorama>> Acesso em 30 Jun. 2022.

ICOM BRASIL. ICOM aprova Nova Definição de Museu. Disponível em <<http://www.icom.org.br/?p=2756>> Acesso em 30 Maio 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Museus e Turismo: estratégias de cooperação**. Brasília-DF: IBRAM, 2014.

INSTITUTO RICARDO BRENNAND. Disponível em <<https://www.institutoricardobrennand.org.br/index.php/oinstitu>> Acesso em 30 Jun. 2023.

KNUPP, Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves. **Fundamentos do Turismo [livro eletrônico]** / Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves Knupp – Curitiba: Intersaberes, 2015.

MENDONÇA, Edvaldo Xavier de. **O melhor museu? Uma análise do Instituto Ricardo Brennand no marketing da cidade do Recife** - Dissertação (Mestrado em Hotelaria e Turismo) – Universidade Federal de Pernambuco, CCSA, p. 106, 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo Cultural: orientações básicas**. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

MORETONNI, Marina Marins. Museus, lazer e turismo cidadão: um diálogo interdisciplinar. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**. Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 80-94, jan./abr. 2018. Disponível em <<https://periodicos.ufmg.br/index.php/rbell/article/view/577>> Acesso em: 14 Maio 2022.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO. Boletim mensal dados do turismo Recife. Maio 2022 – 4. ed. Disponível em <<https://observatorioturismo.visit.recife.br/wp->

content/themes/observatorioturismorecife/pdf/boletim-mensal-maio-2022-observatorio-de-turismo-do-recife.pdf> Acesso em 20 Jul. 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). Introdução ao Turismo. São Paulo: Roca, 2001.

PREFEITURA DO RECIFE. Caracterização do território. Disponível em <https://www2.recife.pe.gov.br/pagina/caracterizacao-do-territorio> Acesso em 14 Maio 2023.

PANOSSO NETTO, Alexandre. **Cenários do turismo brasileiro** / Alexandre Panosso Netto, Luiz Gonzaga Godoi Trigo. – São Paulo : Aleph, 2009. – (Série turismo)

WICH MUSEUM. Museums, exhibitions, reviews & community. Disponível em <https://whichmuseum.com/> Acesso em: 30 Mar. 2023.

.

APÊNDICE A – Lista de museus da cidade do Recife

1	Associação Cultural Synagoga Israelita do Recife
2	Caixa Cultural Recife
3	Casa-Museu Magdalena e Gilberto Freyre
4	Centro Cultural Benfica - Universidade Federal de Pernambuco
5	Centro Cultural Judaico de Pernambuco - Museu Sinagoga Kahal Zur Israel
6	Centro de Formação, Pesquisa e Memória Cultural - Casa do Carnaval
7	Centro de Memória da Justiça Eleitoral de Pernambuco
8	Espaço Pasárgada
9	Estação Central Capiba - Museu do Trem do Recife
11	Oficina Cerâmica Francisco Brennand
12	Instituto Ricardo Brennand
13	Jardim Botânico do Recife
14	Memorial Chico Science
15	Memorial da Justiça de Pernambuco
16	Memorial da Justiça do Trabalho de Pernambuco
17	Memorial da Universidade Federal Rural de Pernambuco
18	Memorial Dom Helder Câmara
19	Memorial Luiz Gonzaga
20	Museu Cais do Sertão
21	Museu da Abolição
22	Museu da Academia Pernambucana de Letras
23	Museu da Cidade do Recife - Forte das Cinco Pontas
24	Museu da Imagem e do Som de Pernambuco
25	Museu da Imprensa de Pernambuco – MIP/AIP
26	Museu da Medicina de Pernambuco - Instituto Pernambucano de História da Medicina
27	Museu da Polícia Militar de Pernambuco

28	Museu de Arqueologia e Ciências Naturais da Universidade Católica de Pernambuco
29	Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães - MAMAM
30	Museu de Arte Popular do Recife - MAP
31	Museu de Arte Sacra Padre Roberto Barbalho
32	Museu de Artes Afro-Brasil Rolando Toro
33	Museu de Ciências Naturais do Parque Estadual de Dois Irmãos
34	Museu de Ciências Nucleares
35	Museu de História Natural Louis Jacques Brunet
36	Museu de Malacologia Professora Rosa de Lima Silva Melo - Universidade Federal Rural de Pernambuco
37	Museu de Minerais e Rochas Universidade Federal de Pernambuco
38	Museu de Oceanografia Professor Petrônio Alves Coelho - Universidade Federal de Pernambuco
39	Museu de Zoologia da Universidade Federal de Pernambuco
40	Museu do Automóvel de Recife
41	Museu do Estado de Pernambuco - MEPE
42	Museu do Frevo Levino Ferreira - CEMCAP
43	Museu do Homem do Nordeste
44	Museu do IMIP (Instituto de Medicina Integral Professor Fernando Figueira)
45	Museu do Instituto Arqueológico, Histórico e Geográfico Pernambucano
46	Museu Dom Vital
47	Museu do Remo
48	Museu Franciscano de Arte Sacra
49	Museu Militar do Forte do Brum
50	Museu Murillo La Greca
51	Museu Palácio Joaquim Nabuco
52	Museu Universo Compesa
53	Paço do Frevo

APÊNDICE B – Avaliação dos museus do Recife no site Tripadvisor

Museu	Nota (★)	Número de avaliações	Posição no Ranking “o que fazer”
1.Associação Cultural Synagoga Israelita do Recife	-	-	-
2. Caixa Cultural Recife	4,5	498	13º
3.Casa-Museu Magdalena e Gilberto Freyre	4,5	227	3º
4.Centro Cultural Benfica - UFPE	4	109	46º
5. Sinagoga Kahal Zur Israel	4,5	811	17º
6. Casa do Carnaval	-	32	74º
7. Centro de Memória da Justiça Eleitoral de PE	-	-	-
8. Espaço Pasárgada	3	4	207º
9. Museu do Trem do Recife	4	119	45º
10.			
11.Oficina Cerâmica Francisco Brennand	4,5	3.048	2º
12. Instituto Ricardo Brennand	5,0	9.742	1º
13. Jardim Botânico do Recife	4,0	275	37º
14. Memorial Chico Science	3,5	42	109º

15.Memorial da Justiça de PE	4	19	96°
16. Memorial da Justiça do Trabalho de PE	-	-	-
17.Memorial da UFRPE	4	10	131°
18. Memorial Dom Helder Câmara	4,5	24	81°
19.Memorial Luiz Gonzaga	4	53	63°
20. Museu Cais do Sertão	4,5	2.571	8°
21. Museu da Abolição	4	37	94°
22.Academia Pernambucana de Letras	-	-	-
23. Museu da Cidade do Recife - Forte das Cinco Pontas	4,0	343	27°
24. Museu da Imagem e do Som de PE	3	9	197°
25.Museu da Imprensa de Pernambuco	4	15	136°
26.Museu da Medicina de Pernambuco	4	10	126°
27.Museu da Polícia Militar de PE	4,5	117	44°
28.Museu de Arqueologia e Ciências Naturais da Unicap	4,5	5	148°
29. Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães – MAMAM	4,5	31	71°
30.Museu de Arte Popular do Recife - MAP	4,5	23	79°
31.Museu de Arte Sacra Padre Roberto Barbalho	3,5	7	162°

32.Museu de Artes Afro-Brasil Rolando Toro	-	-	-
33.Parque Estadual de Dois Irmãos	3,5	562	48°
34.Museu de Ciências Nucleares	4	6	145°
35. Museu de História Natural Louis Jacques Brunet	3,5	8	150°
36.Museu de Malacologia Prof. Rosa de Lima Silva Melo - UFPE	-	-	-
37.Museu de Minerais e Rochas UFPE	4,5	22	83°
38.Museu de Oceanografia Prof. Petrônio Alves Coelho - UFPE	-	-	-
39.Museu de Zoologia da UFPE	-	-	-
40. Museu do Automóvel de Recife	4	10	129°
41.Museu do Estado de Pernambuco	4,5	139	42°
42.Museu do Frevo Levino Ferreira - CEMCAP	4,5	345	11°
43.Museu do Homem do Nordeste	4,0	212	34°
44.Museu do IMIP (Instituto de Medicina Integral Prof. Fernando Figueira)	4	20	101°
45.Museu do Instituto Arqueológico, Histórico e Geográfico Pernambucano	4	19	85°
46.Museu Dom Vital	4	14	110°
47.Museu do Remo	4,5	8	123
48.Museu Franciscano de Arte	4	19	93°

Sacra			
49.Museu Militar do Forte do Brum	4,5	75	54°
50.Museu Murillo La Greca	4,5	18	87°
51.Museu Palácio Joaquim Nabuco	4,5	20	80°
52.Museu Universo Compesa	-	-	-
53. Paço do Frevo	4,5	1.840	18°