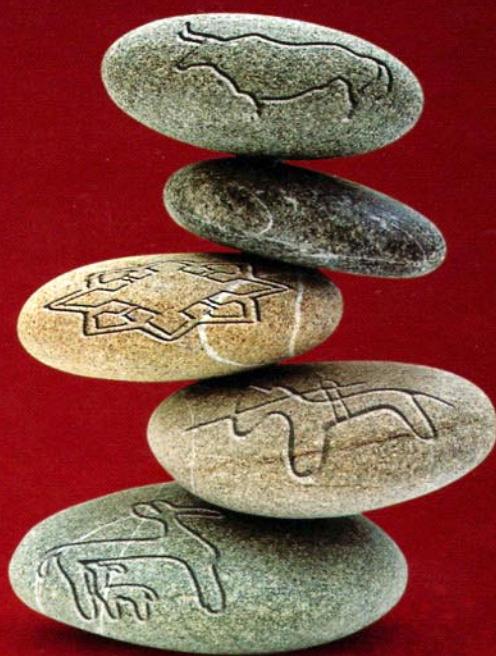


Interpretar

# La Frontera

JORNADAS DE PATRIMONIO,  
TURISMO Y DESARROLLO LOCAL



Manuel Salinas de Frias (Coord.)



Interpretar  
**La  
Frontera**

JORNADAS DE PATRIMONIO,  
TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

26-28 de julio de 2013



*Presidente de la Diputación de Salamanca*

Francisco Javier Iglesias García

*Diputado de Turismo y Patrimonio*

Antonio Gómez Bueno

*Coordinador editorial*

Manuel Salinas de Frías

*Coordinador Jornadas*

Emilio Vidal Matías

*Comisión organizadora*

Belén Cerezuela Povedano

José María Calderón de la Barca

Javier Melgosa Arcos

Marcos Iglesias Caridad

1ª edición: noviembre, 2013

© Diputación de Salamanca y autores

*Diseño de cubierta:* ddgráficos comunicación visual

*Maquetación e impresión:* Imprenta Kadmos

I.S.B.N.: 978-84-7797-426-0

Depósito Legal: S. 463-2013

EDICIONES DE LA DIPUTACIÓN DE SALAMANCA

Departamento de Cultura (Publicaciones)

c/ Felipe Espino, 1, 2ª Planta

37002 Salamanca (España)

Teléfono 923 29 31 00. Ext. 617

Fax 923 29 32 56

e-mail: ediciones@lasalina.es

<http://www.lasalina.es>

Impreso en España.

Imprime: IMPRENTA KADMOS

Salamanca

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida total o parcialmente, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea mecánico, electrónico, químico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

## Índice

|                                                                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| PRESENTACIÓN de FRANCISCO JAVIER IGLESIAS GARCÍA,<br><i>Presidente de la Diputación de Salamanca</i> .....                                                                       | 7   |
| GESTIÓN PATRIMONIAL                                                                                                                                                              |     |
| Cultura para abolir las fronteras: Foz Côa-Siega Verde.....<br>ENRIQUE SAIZ MARTÍN                                                                                               | 11  |
| Innovación y Patrimonio Cultural .....                                                                                                                                           | 23  |
| JESÚS CASTILLO OLI                                                                                                                                                               |     |
| Yacimientos arqueológicos Patrimonio Mundial. Protección jurídica y gestión<br>turística .....                                                                                   | 37  |
| FRANCISCO JAVIER MELGOSA ARCOS                                                                                                                                                   |     |
| Patrimonio histórico y turismo: propuestas locales sobre patrocinio y mecenazgo<br>fiscal en la frontera salmantina.....                                                         | 51  |
| MARCOS IGLESIAS CARIDAD                                                                                                                                                          |     |
| El Sistema Atapuerca Cultura de la Evolución (SACE), una propuesta de ges-<br>tión integral de los yacimientos arqueopaleontológicos de la Sierra de Atapuerca<br>(Burgos) ..... | 71  |
| J. JAVIER FERNÁNDEZ MORENO Y AURORA MARTÍN NÁJERA                                                                                                                                |     |
| PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO                                                                                                                                                          |     |
| Valorização, divulgação e promoção da Arte Rupestre do Vale do Côa.....                                                                                                          | 85  |
| ANTÓNIO PEDRO BATARDA FERNANDES                                                                                                                                                  |     |
| La zona arqueológica de Siega Verde.....                                                                                                                                         | 101 |
| MILAGROS BURÓN ÁLVAREZ Y JESÚS DEL VAL RECIO                                                                                                                                     |     |
| <i>Pintia</i> : un pasado con futuro .....                                                                                                                                       | 115 |
| CARLOS SANZ MÍNGUEZ                                                                                                                                                              |     |

|                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| Territorio vetón: aspectos históricos, patrimoniales y culturales ..... | 127 |
| MANUEL JIMÉNEZ GONZÁLEZ Y MANUEL SALINAS DE FRÍAS                       |     |

|                                                                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| O passado como elemento de formação cívica e incremento turístico. O caso do Museu Arqueológico do Fundão..... | 147 |
| JOÃO MENDES ROSA Y JOANA BIZARRO                                                                               |     |

## PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO

|                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Intervenciones para la puesta en valor de los conjuntos históricos de la provincia de Salamanca. Descripción y metodologías..... | 165 |
| RAMÓN M. PELÁEZ PEZZI                                                                                                            |     |

|                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Los conjuntos históricos de Salamanca; hacia una visión turística de los territorios..... | 181 |
| EUSEBIO LERÁNOZ URTASUN                                                                   |     |

|                                                                                                                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Ateliers design thinking and doing.</i> Uma abordagem concetual como contributo para o desenvolvimento sustentado do território das aldeias históricas de Portugal..... | 189 |
| DALILA MARISA DIAS                                                                                                                                                         |     |

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| El Fuerte de la Concepción como recurso turístico ..... | 201 |
| LUIS E. TOGORES SÁNCHEZ                                 |     |



# **Patrimonio Arqueológico**

Valorização, Divulgação e Promoção da Arte Rupestre  
do Vale do Côa

**ANTÓNIO PEDRO BATARDA FERNANDES**

La zona arqueológica de Siega Verde

**MILAGROS BURÓN ÁLVAREZ Y JESÚS DEL VAL RECIO**

*Pintia*: un pasado con futuro

**CARLOS SANZ MÉNGUEZ**

Territorio vetón: aspectos históricos, patrimoniales  
y culturales

**MANUEL JIMÉNEZ GONZÁLEZ Y MANUEL SALINAS DE FRÍAS**

O passado como elemento de formação cívica e incremento  
turístico. O caso do Museu Arqueológico do Fundão

**JOÃO MENDES ROSA Y JOANA BIZARRO**



# Valorização, Divulgação e Promoção da Arte Rupestre do Vale do Côa

## Management, Divulcation and Promotion of the Coa Valley Rock Art

António Pedro Batarda Fernandes

*Fundação Côa Parque,*  
Rua do Museu, 5150-620  
Vila Nova de Foz Coa, Portugal,  
antoniobatarda@arte-coa.pt

### Resumo

O complexo de Arte Rupestre do Vale do Côa, tornado público em 1994, tem vindo a ser objeto, nas últimas duas décadas, de um projeto global de proteção, conservação e investigação, mas também de valorização, promoção e criação de oferta turística, baseado num património único de arte rupestre, inscrito pela UNESCO na Lista do Património Mundial (e desde 2010, também Siega Verde, como extensão do Vale do Côa). Este projeto contribui para fomentar dinâmicas de desenvolvimento sustentado numa área desfavorecida do interior português, mas também na vizinha região transfronteiriça de Castela e Leão. O Museu do Côa, dedicado à arte rupestre do vale, foi inaugurado em julho de 2010 e constituiu-se, atualmente, como um ponto de referência na oferta turística regional e mesmo nacional. Em conjunto, o Parque Arqueológico do Vale do Côa (PAVC) e o Museu do Côa (MC) atraem, anualmente, dezenas de milhares de visitantes à região. Este breve artigo pretende atualizar o número total de visitantes, já divulgado noutras ocasiões, bem como descrever iniciativas mais recentes de divulgação deste património nas plataformas virtuais comumente designadas por “Redes Sociais”.

**Palavras-chave:** Arte Rupestre do Côa; Museus e Redes Sociais.

### Abstract

The Coa Valley rock art complex, discovered in 1994, has been, in the last two decades the focus of a global protection, conservation and research project but also of appreciation, promotion and creation of tourist offer based on a unique rock art heritage inscribed by UNESCO in the World Heritage List (and since 2010, also Siega Verde as an extension of the Coa Valley) that contributes to foster sustainable development dynamics in a

disadvantaged area of Portugal but also in the neighboring region of Castile and Leon. The Coa Museum, dedicated to the rock art that lies in the valley, open since July 2010 has become a major regional tourist attraction. Together, the Coa Valley Archaeological Park and the Coa Museum, attract each year tens of thousands of visitors to the region. This short article aims to update the total numbers of visitors already made known on other occasions, as well as describing recent initiatives to promote this heritage in the virtual platforms commonly called “Social Networks”.

**Keywords:** Coa Rock Art; Museums and Social Networks.

## Introdução

O PAVC foi criado, em 1996, com o objetivo de proteger, gerir e apresentar ao público o complexo de Arte Rupestre do Vale do Côa (Fernandes 2003). Atendendo a que o presente autor já descreveu e analisou criticamente, noutras ocasiões, a estratégia de conservação implementada, a gestão e a visita pública à Arte do Côa (Fernandes 2003, 2004), o presente artigo dará conta dos últimos desenvolvimentos deste projeto global. Assim, com a abertura ao público do MC (fig. 1) em 2010 (um projeto que já vinha sendo levado a cabo desde que a UNESCO classificou a Arte do Côa como Património Mundial em 1998<sup>1</sup>), iniciou-se um novo capítulo com a criação da Fundação Côa Parque que assumiu a gestão quer do Parque quer do Museu. Para que as linhas mestras da gestão das visitas aos sítios se mantivessem, o clima vigente de rigor orçamental motivou uma maior racionalização dos recursos disponíveis, nomeadamente na sua organização. Por outro lado, foi necessário coordenar, de forma mais eficiente, os recursos humanos existentes, de modo a assegurar quer a visita aos três Núcleos de Arte Rupestre abertos ao público, quer o normal funcionamento do Museu. Paralelamente, verificou-se que era possível flexibilizar o acesso aos Núcleos de Arte Rupestre abertos ao público, especialmente ao mais visitado, o da Penascosa. Aquando da criação do PAVC, estabeleceram-se limites na visita diária aos três Núcleos, sendo o da Penascosa aquele que poderia receber um maior número de visitantes (cerca de 50 p/dia). Esta cautela inicial justificava-se plenamente como foi demonstrado noutra oportunidade pelo autor (Fernandes 2003). A experiência de gestão acumulada nestas últimas décadas permitiu compreender que os três Núcleos de Arte Rupestre abertos ao público, nomeadamente o da Penascosa, poderiam suportar um aumento pontual no número de visitantes (tanto daqueles incorporados nas visitas regulares do PAVC como dos enquadrados por operadores privados) ou mesmo receber novos tipos de visita, como a visita noturna. Contudo, este ajustes não implicaram uma perda do nível de qualidade da visita (tendo-se criado mesmo uma oferta de grande qualidade e sucesso entre o público, como a já mencionada visita noturna) nem provocou danos físicos quer para os painéis de arte rupestre quer para a paisagem circundante. Para este efeito, teve um papel decisivo o facto dos sítios abertos ao público manterem, desde a abertura do PAVC, uma vigilância por parte de profissionais contratados para o efeito.

1. Para uma descrição detalhada deste longo e, por vezes, atribulado processo, consultar Real (2011).

Conjuntamente com os operadores privados, foi possível aumentar a oferta de visita aos Núcleos de Arte Rupestre, especialmente em períodos de maior procura (agosto, Amendoeiras em Flor, etc.), sem colocar em causa a autenticidade e integridade dos valores patrimoniais classificados pela UNESCO, ao mesmo tempo que foi possível demonstrar *in loco* a um número crescente de visitantes a importância estética e científica da Arte do Côa. A sua exibição pública tornou-se num fator decisivo para a sua preservação *in situ* (fig. 2).



Fig. 1. Parte da fachada sul do Museu do Côa (Foto: José Paulo Ruas).



Fig. 2. Visita pública ao Núcleo de Arte Rupestre da Penascosa (Foto: José Paulo Ruas).

## 1. Visitantes

Num artigo de 2008, de que o presente escriba é coautor, divulgou-se o número total de visitantes do Parque Arqueológico do Vale do Côa (PAVC) até 2007 (Fernandes et al. 2008, 3), com o intuito de fazer um breve exercício de carácter interpretativo relativamente ao valor global investido na região pelos visitantes do Parque. Aproveita-se esta ocasião para atualizar o número total de visitantes do PAVC e do, entretanto, inaugurado Museu do Côa (MC) (ver tabela 1). Bos benefícios socioeconómicos são atribuídos à criação do PAVC e à preservação *in situ* da Arte do Côa, em detrimento da construção da barragem do Baixo Côa, o que constitui um parâmetro significativo para medir o sucesso desta opção política. Neste sentido, julgou-se relevante atualizar a informação do artigo mencionado. Assim, estimou-se, em média, um valor de 75€ de gasto por cada visitante, por dia<sup>2</sup>. Para esta estimativa contou-se apenas com os valores gastos em alimentação (30€), em alojamento (30€) e em souvenirs/lembranças (15€). Multiplicando o número de visitantes (apresentado na tabela 1: 327 699) que, em 17 anos, visitaram o Parque e o Museu, pela estimativa de 75€, chegamos a um total de 24 577 425 euros despendidos na região pelos visitantes à Arte do Côa. O valor médio anual situa-se em 1 445 731 euros. Tal como foi anteriormente referido:

“não sendo somas astronómicas, os valores acima referidos não são apenas contribuições marginais para a frágil economia local e regional. Mais, levando em consideração que o aumento do número de turistas que visitaram a região na última década motivou a melhoria da oferta turística existente (...), apercebemo-nos que, além do investimento realizado, novos postos de trabalho foram também criados” (Fernandes *et al.* 2008, 3)

|   | 1996 <sup>1</sup>      | 1997                    | 1998                    | 1999                    | 2000                    | 2001                    | 2002                    | 2003                    | 2004                    | 2005                    | 2006                    | 2007                    | 2008                    | 2009                    | 2010 <sup>2</sup>       | 2011                    | 2012                    | Σ                        |
|---|------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| A | 7<br>762               | 20<br>400               | 18<br>072               | 18<br>348               | 18<br>339               | 16<br>036               | 15<br>355               | 14<br>171               | 13<br>150               | 12<br>432               | 12<br>547               | 15<br>372               | 12<br>956               | 10<br>362               | 6<br>448                | 6<br>707                | 5<br>754                | <u>224</u><br><u>211</u> |
| B | -                      | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | 20<br>065               | 31<br>228               | 23<br>036               | <u>74</u><br><u>329</u>  |
| C | -                      | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | 4<br>815                | 5<br>354                | 3<br>630                | 636                     | <u>14</u><br><u>435</u>  |
| D | -                      | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | -                       | 2<br>429                | 4<br>260                | 4<br>832                | 3<br>203                | <u>14</u><br><u>724</u>  |
| Σ | <u>7</u><br><u>762</u> | <u>20</u><br><u>400</u> | <u>18</u><br><u>072</u> | <u>18</u><br><u>348</u> | <u>18</u><br><u>339</u> | <u>16</u><br><u>036</u> | <u>15</u><br><u>355</u> | <u>14</u><br><u>171</u> | <u>13</u><br><u>150</u> | <u>12</u><br><u>432</u> | <u>12</u><br><u>547</u> | <u>15</u><br><u>372</u> | <u>12</u><br><u>956</u> | <u>17</u><br><u>606</u> | <u>36</u><br><u>127</u> | <u>46</u><br><u>397</u> | <u>32</u><br><u>629</u> | <u>327</u><br><u>699</u> |

**Tabela 1.** A. Visitas realizadas pelo PAVC aos 3 Núcleos de Arte Rupestre abertos ao público; B. Visitas ao MC; C. Outras Visitas (contabilizadas separadamente apenas a partir de 2009). Englobam atividades culturais ocorridas no Museu (espetáculos musicais, inauguração de exposições, etc.) e todas as atividades desenvolvidas pelos Serviços Educativos junto de diversos públicos (o projeto “O Côa na Escola”, Atividades nas Férias Escolares, etc.) à exceção da visita escolar orientada ao Museu e das Oficinas Pedagógicas inseridas em contexto de visita escolar ao Museu contabilizadas, a partir de 2010, em B; D. Visitas de Operadores Privados aos 3 Núcleos de Arte Rupestre abertos ao público contabilizadas separadamente apenas a partir de 2009. Notas: 1. O PAVC abriu ao público em agosto de 1996; 2. O MC abriu ao público em julho de 2010.

<sup>2</sup> Refira-se que praticamente todos os visitantes ao PAVC/MC não provêm da região, como demonstrado noutras ocasiões (Fernandes 2003).

Uma análise mais detalhada à Tabela 1 põe, igualmente, em evidência o papel de relevo assumido pelos operadores privados, especialmente desde a abertura do Museu e na prossecução das visitas aos Núcleos de Arte Rupestre. Deve salientar-se que estes operadores privados são creditados e supervisionados pelo PAVC, sendo que os guias que realizam as visitas recebem uma formação específica sobre arte rupestre, a Arte do Côa e o património regional, havendo ainda um controlo mensal do número de visitantes destes operadores. A existência destas empresas contribuiu, também, para a criação de novos postos de trabalho, para além de novas dinâmicas no campo do micro-empendedorismo regional.

A quebra no número de visitantes aos três Núcleos de Arte Rupestre em visitas realizadas pelo PAVC, verificada nos últimos 4 anos, está relacionada com a diminuição dos guias do quadro do Parque (de 16, em 1996, passaram a 7, em 2011), registando-se, assim, menor disponibilidade a nível de recursos humanos para se levarem a cabo estas visitas. A abertura do Museu, em 2010, veio agudizar esta situação, já que os guias disponíveis tiveram de continuar a assegurar as visitas aos três Núcleos de Arte Rupestre abertos ao público, bem como o normal funcionamento do Museu (bilheteira, loja e realização de visitas guiadas; ver fig. 3). Só foi possível corrigir esta situação em 2012, com a contratação de 4 novos guias pela Fundação Côa Parque que, como foi mencionado, assumiu nesse ano a gestão do PAVC/MC. Assim sendo, os operadores privados absorveram, nos últimos anos, um número crescente (até 2011) de visitantes que o PAVC não pôde incluir na sua oferta de visita regular.

Uma análise à percentagem dos visitantes estrangeiros ao PAVC revela que esta tem vindo, paulatinamente, a crescer (fig. 4)<sup>3</sup>. Este é um facto relevante pois indica que a Arte do Côa tem conseguido angariar cada vez mais visitantes estrangeiros, afirmando-se, assim, como um polo de atração turística, reconhecida pela UNESCO, e importante para esta região economicamente desfavorecida. Por outro lado, habitualmente, este tipo de visitante tem um maior poder de compra, pelo que é plausível afirmar que os valores despendidos na região serão mais elevados do que aqueles desembolsados por visitantes nacionais.

Deve sublinhar-se que o clima de crise económica e de baixa do poder de compra que se vive na Europa (designadamente, em Espanha, país de origem da maioria dos visitantes estrangeiros) e também em Portugal explicará, conjuntamente com a introdução de portagens nas autoestradas que ligam o litoral mais populoso do país à região interior onde se situa o Baixo Côa, a redução de visitas ao PAVC e, particularmente, ao Museu. Importa realçar que, em 2012, a quebra de visitantes nacionais atingiu os 38 %.

3. As percentagens de visitantes estrangeiros ao Museu estão apenas disponíveis para os anos de 2011 e 2012, sendo que em ambos os anos se verificou um valor de 7 %.



Fig. 3. Visita escolar ao MC orientada por Rosa Jardim, um dos elementos dos Serviços Educativos (Foto: Jaime António).

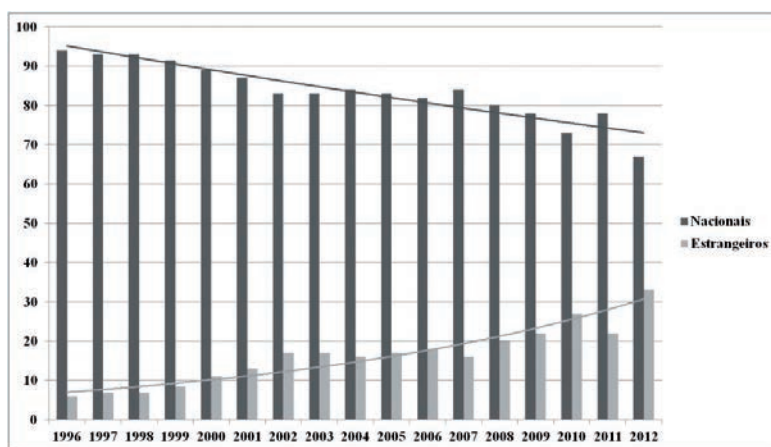


Fig. 4. Evolução da percentagem de visitantes estrangeiros aos Núcleos de Arte Rupestre abertos ao público desde a abertura do Parque.

## 2. Comunicação Institucional e Redes Sociais

Propõe-se que as chamadas redes sociais são, contemporaneamente, um modo de alcançar, de uma forma tendencialmente democrática<sup>4</sup>, o grande público. Os objetivos passam por fazer a promoção dum produto de oferta cultural e turística e por tentar divulgar, com objetivos pedagógicos, a investigação desenvolvida, nos últimos 20 anos, no PAVC sobre o magnífico conjunto patrimonial do Vale do Côa. Como refere Maria Vlachou (2013), tem-se assistido, ultimamente, a uma maior consciência por parte dos Museus sobre o papel das redes sociais na partilha e divulgação de conteúdos, havendo casos em que instituições decidem colocar as suas coleções online, em acesso livre. Por outro lado, projetos como o Google Art Project (<http://bit.ly/15BArpZ>) pretendem constituir-se como um repositório universal de obras de arte, o que obviamente lançará outras questões fundamentais para o debate contemporâneo sobre a função dos Museus e de instituições similares. De qualquer modo, esta estratégia de partilha e divulgação deve ser encarada, neste momento, com um duplo objetivo. Por um lado, aprofundar a democratização do acesso da população em geral ao consumo da oferta cultural e, por outro, fazer um investimento na criação de públicos futuros. Uma das questões que provavelmente se colocará a curto prazo e em diferentes escalas, consoante a dimensão de cada instituição, é precisamente a de determinar se esta disponibilização, tendencialmente universal, de conteúdos online deverá permanecer em acesso livre ou se o público interessado deverá também suportar algum encargo para continuar a aceder, no conforto do seu lar, a estes conteúdos. Para pequenas e médias instituições, que possuam uma robustez orçamental, mais fragil, a resposta a esta questão poderá passar por continuar a disponibilizar alguns conteúdos de forma gratuita, enquanto outros serão cobrados. De qualquer modo, note-se que existirá sempre um público (ainda por determinar se minoritário ou não) que deseja visitar, sempre que possível, a “coisa em si”, mesmo que já tenha tido oportunidade de visualizar e consultar os conteúdos disponibilizados online.

O autor tem vindo a desenvolver, nos últimos dois anos, a presença do PAVC/MC nas chamadas “redes sociais”. A prioridade foi dada à criação duma página no Facebook, para além da criação de um canal no sítio de partilha de vídeos YouTube e da atenção prestada à página do Museu/Parque do Côa na plataforma de partilha e recomendação de destinos turísticos Tripadvisor. Embora não se descurem outras oportunidades que entretanto se possam considerar como relevantes para aumentar o impacto da presença nas redes sociais (nomeadamente o Twitter, o Google+, o Pinterest ou o Tumblr), estas três plataformas, para além do sítio institucional do Parque/Museu ([www.arte-coa.pt](http://www.arte-coa.pt)), constituem-se, por ora, como os canais web privilegiados. Deve salientar-se ainda que cada uma destas três plataformas cumpre objetivos diferentes na política de comunicação e promoção institucional do PAVC/MC, tal como se detalha seguidamente.

4. De acordo com um estudo de 2012, 95 % (!) dos portugueses terão conta no Facebook (Marktest 2012).

## 2.1. Facebook

Como foi referido, a prioridade foi dada à criação duma página do Parque/Museu no Facebook ([www.facebook.com/museudocoa](http://www.facebook.com/museudocoa)), devido ao carácter ubíquo desta plataforma na vida contemporânea. No entanto, como sublinha Baudrillard, “vivemos num mundo onde há cada vez mais e mais informação e menos significado” (1994, 55; tradução do autor). Um dos grandes desafios que se coloca na criação de uma página no Facebook de qualquer instituição cultural é o de, primeiramente, captar a atenção de um público constantemente bombardeado por informação e, seguidamente, partilhar de forma efetiva conteúdos significativos de cariz, ao mesmo tempo, divulgativo e pedagógico, mas também convidativo a uma visita à “coisa em si”, neste caso ao Vale do Côa e ao seu Parque e Museu.

Compreendeu-se, desde o início da criação da página, que esta é um “monstro” que precisa de ser alimentado regularmente. Por conseguinte, paradoxalmente ao que foi acima referido, decidiu proceder-se à atualização diária da página com conteúdos ligados à Arte do Côa, à região, ao seu património global, à Arqueologia em geral e aos Estudos de Arte Rupestre em particular. Considerou-se que não faria muito sentido utilizar a página apenas para publicitar as atividades regulares e eventos que ocorrem no Parque/Museu (apesar de ser, obviamente, um dos principais objetivos), uma vez que seriam relativamente poucas as oportunidades de publicação, para além do carácter repetitivo das mesmas. Assim como no meio académico fará sentido a máxima “publicar ou morrer”, também no Facebook se poderá dizer “publicar ou não ter visibilidade”. E, ao existir uma página, deve haver um esforço, coordenado por um gestor, para chegar a uma audiência cada vez mais vasta, tentando aumentar paulatinamente o número de seguidores. Por definição, esta é a essência de *rede social*.

Desde cedo se privilegiou a partilha de imagens de grande qualidade da Arte Rupestre do Vale do Côa, do Museu ou das magníficas paisagens da região<sup>5</sup>. Estas publicações são as mais populares entre os amigos da página, como se comprova pelo número elevado de Gostos, Comentários e Partilhas que regularmente obtêm. Sendo a atenção do público captada pela imagem, toma-se partido deste facto para se apresentar na legenda, resumidamente e com cariz pedagógico, dados importantes relativamente à Arte do Côa, às atividades no Museu e território, nomeadamente do serviço educativo, ou ao sistema de visita aos Núcleos de Arte Rupestre abertos ao público. Nestas legendas, indica-se também “como saber mais” sobre determinado assunto, apresentando ligações web para notícias mais desenvolvidas e principalmente para a secção do arquivo bibliográfico do sítio do Museu<sup>6</sup> que possui centenas de artigos científicos e de divulgação, em formato digital e em acesso livre. Um exemplo interessante da partilha de conteúdos pedagógicos, também com intuítos apelativos e de entretenimento, é

5. Para tal, contou-se com a grande mestria de vários fotógrafos, a maioria da equipa do Parque/Museu do Côa, que regularmente disponibilizam as suas fotos para partilha no Facebook: Jaime António, Mário Reis, António Martinho Baptista, Dalila Correia, o fotógrafo da DGPC, José Paulo Ruas e também João Romba.

6. <http://www.arte-coa.pt/index.php?Language=pt&Page=Parque&SubPage=Bibliografia>.

a Newsletter “A Arte do Côa em Números” (fig. 5) que periodicamente, em edições mensais, apresenta diferentes informações relevantes sobre a Arte do Côa<sup>7</sup>.

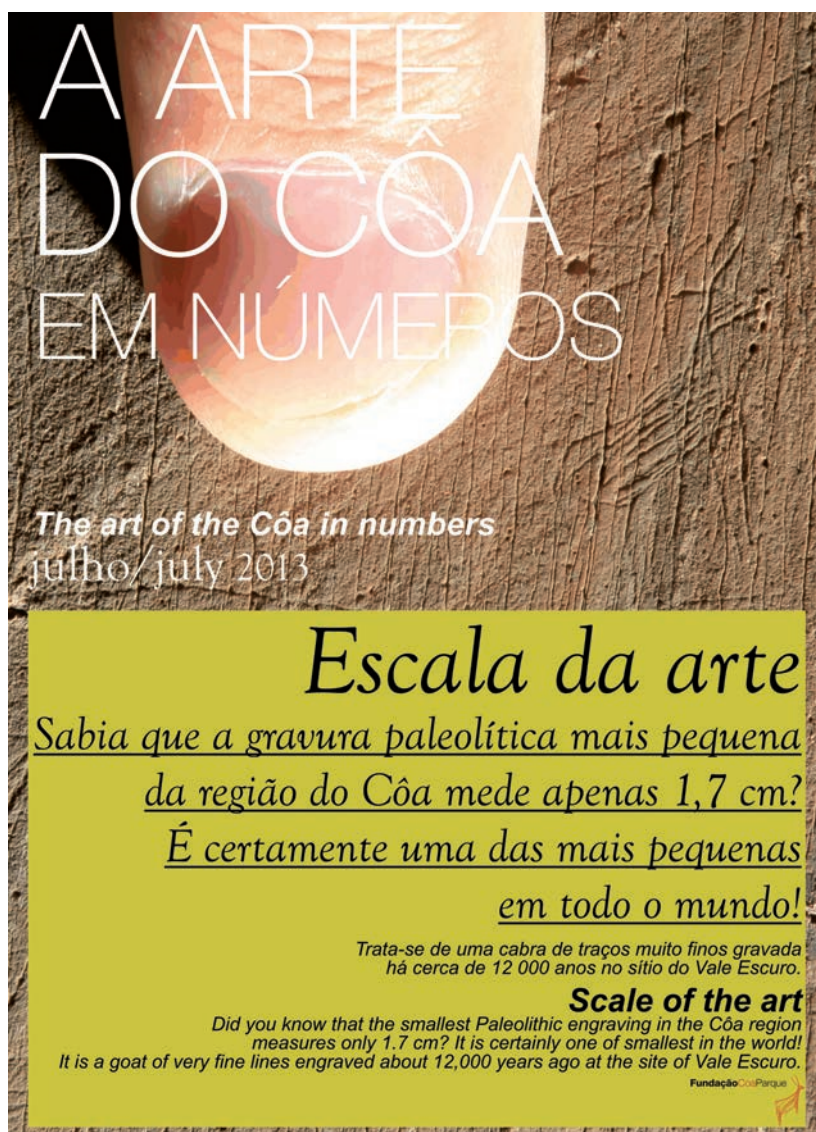


Fig. 5. Número de julho de 2013 da Newsletter “A Arte do Côa em Números”.  
Design gráfico de Jorge Davide Sampaio sobre fotografia de Mário Reis.

7. Para esta Newsletter, bem como para o design gráfico de outras imagens, nomeadamente posters de atividades e eventos que ocorrem no Museu e território, tem-se contado com a colaboração de Jorge Davide Sampaio, que tem realizado este trabalho muitas vezes a partir dos desenhos da Arte do Côa feitos por Fernando Barbosa.

Fazendo um breve ponto da situação relativamente às estatísticas da página, verifica-se que, no início de julho de 2013, obteve cerca de 7 100 Gostos (ou seja, seguidores), foi vista, com as suas atualizações de estado, por cerca de 14 000 pessoas e foi comentada por cerca de 850 seguidores (fig. 6). Note-se, a título de curiosidade, que a publicação mais popular (fig. 7) alcançou cerca de 400 Gostos, 194 Partilhas e 29 Comentários, tendo sido vista por quase 18 000 pessoas. Atendendo à quantidade de seguidores da página, importa realçar que se encontra bem posicionada em diferentes rankings que ordenam, considerando o número de Gostos, as páginas do Facebook de Museus e outras instituições similares. Assim, ao utilizar a palavra “Museu” numa pesquisa no sítio FbRank Pt ([www.fbrankpt.com](http://www.fbrankpt.com)), em julho de 2013, verifica-se que o Museu do Côa está em 6º lugar (fig. 8). Já o sítio Museum Analytics ([www.museum-analytics.org](http://www.museum-analytics.org)) coloca, também em julho de 2013, o MC em 12º lugar, num total de 28 Museus nacionais registados naquele site (fig. 9).

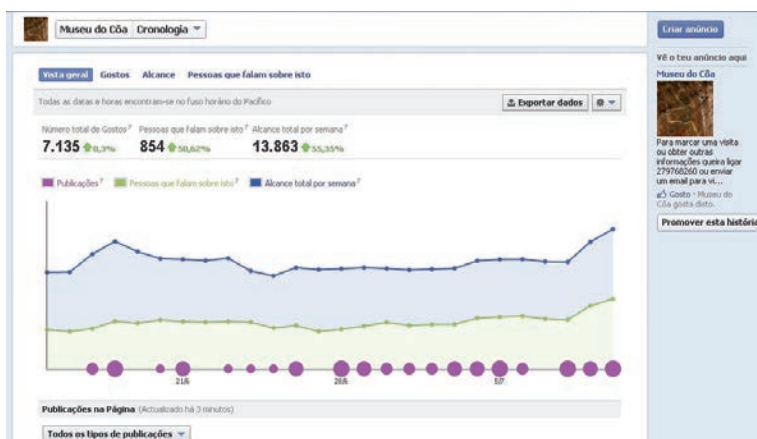


Fig. 6. Vista geral das estatísticas de seguidores da página do Parque/Museu do Côa no Facebook em julho de 2013.



Fig. 7. A foto mais popular de sempre publicada na página do PAVC/MC no Facebook, neve sobre o Museu e paisagem circundante! (Foto: Jaime António).

**RESULTADOS DE PESQUISA**

| #  | Nome / Categoria                                                                    | Págs               | v |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---|
| 1  | Cinemateca Portuguesa-Museu do Cinema<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer             | 43.844<br>+ 10 fás | ↑ |
| 2  | Museu do Caramulo<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer                                 | 43.005<br>+ 24 fás | ↑ |
| 3  | Museu da eletricidade<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer                             | 14.007<br>+ 21 fás | ↑ |
| 4  | Museu da Presidência da República<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer                 | 10.559<br>+ 7 fás  | ↑ |
| 5  | Museu do Fado<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer                                     | 7.195<br>+ 10 fás  | ↑ |
| 6  | Museu do Côa<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer                                      | 7.133<br>+ 7 fás   | ↑ |
| 7  | Museu do Abade de Bagal<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer                           | 6.222<br>-1 fás    | ↓ |
| 8  | Museu Nacional de História Natural e da Ciência<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer   | 5.436<br>+ 2 fás   | ↑ |
| 9  | MUDE - Museu do Design e da Moda - PÁGINA OFICIAL<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer | 4.073<br>+ 6 fás   | ↑ |
| 10 | Museu Nacional do Teatro<br>Marcas / Arte, Cultura e Lazer                          | 4.051<br>Igual     | = |
| 11 | Vianenses   Museu Virtual de Viana<br>Blog e Comunidade / Blog                      | 3.994<br>+ 2 fás   | ↑ |

Fig. 8. Captura de ecrã: <http://www.fbrankpt.com/index.php/paginas/search/museu>.

**Museums**

| Institution                         | City    | Country  | Facebook | Twitter | Online |
|-------------------------------------|---------|----------|----------|---------|--------|
| Associação                          | Porto   | Portugal | 147599   | 6691    | 429477 |
| Comissão de Passagens               | Porto   | Portugal | 110431   | 0       | 0      |
| Fundação Calouste Gulbenkian        | Lisboa  | Portugal | 97229    | 9143    | 0      |
| Museu de Cinema                     | Lisboa  | Portugal | 42842    | 2950    | 0      |
| Museu Nacional de Arte Antiga       | Lisboa  | Portugal | 18804    | 876     | 0      |
| Palácio Nacional de Sintra          | Sintra  | Portugal | 11134    | 0       | 0      |
| Palácio Nacional de Sintra          | Sintra  | Portugal | 10612    | 0       | 0      |
| Museu da Presidência da República   | Lisboa  | Portugal | 10528    | 0       | 0      |
| Museu da Música                     | Lisboa  | Portugal | 8699     | 890     | 0      |
| Casa das Municipalidades de Porto   | Porto   | Portugal | 8621     | 0       | 0      |
| Museu do Fado                       | Lisboa  | Portugal | 7194     | 0       | 0      |
| Museu do Côa                        | Coimbra | Portugal | 7122     | 0       | 0      |
| MUSEU CONTRAPUNTO ART               | Lisboa  | Portugal | 6470     | 0       | 0      |
| Museu Nacional de Arqueologia       | Lisboa  | Portugal | 6066     | 0       | 0      |
| Museu Nacional de Arte Moderna      | Lisboa  | Portugal | 5142     | 0       | 0      |
| Museu do Design e da Moda           | Lisboa  | Portugal | 4872     | 0       | 0      |
| Museu Nacional de Machado de Castro | Coimbra | Portugal | 4618     | 0       | 0      |
| Museu do Fado                       | Lisboa  | Portugal | 4477     | 1289    | 0      |
| Museu do Fado                       | Lisboa  | Portugal | 4398     | 3588    | 0      |
| Museu Nacional do Teatro            | Lisboa  | Portugal | 4051     | 0       | 0      |
| Museu da Marinha                    | Lisboa  | Portugal | 3861     | 0       | 0      |
| Museu Nacional das Cidades          | Lisboa  | Portugal | 3494     | 0       | 0      |
| Museu do Fado                       | Lisboa  | Portugal | 3048     | 920     | 0      |
| Museu do Fado                       | Lisboa  | Portugal | 2089     | 0       | 0      |
| Museu do Fado                       | Lisboa  | Portugal | 1204     | 0       | 0      |
| Museu do Fado                       | Lisboa  | Portugal | 1044     | 0       | 0      |
| Museu da Cidade de Lisboa           | Lisboa  | Portugal | 508      | 0       | 0      |
| Museu do Fado                       | Lisboa  | Portugal | 0        | 0       | 984540 |

Missing a museum? Please send updates to [info@museum-analytics.org](mailto:info@museum-analytics.org)

Fig. 9. Captura de ecrã: <http://www.museum-analytics.org/country/portugal>.

Por último, cabe realçar a vantagem do trabalho em rede no Facebook e a interligação com outras páginas/sítios web com interesses similares e/ou que possam acrescentar mais-valias aos objetivos propostos de divulgação e visibilidade. O mais importante no Facebook, pela sua natureza de rede social, não é o carácter único ou exclusivo de cada página, mas sim o alcance que as páginas e as suas publicações conseguem alcançar. A página do PAVC/MC tem objetivos divulgativos de um património de arte rupestre com um grande potencial que se cumprirá em diversos domínios (cultural, lúdico, mas também turístico e económico) numa região economicamente menos favorecida, mas também, por esse facto, com um capital de oferta turística mais rico e singular e dum domínio da investigação arqueológica (os Estudos de Arte Rupestre) tradicionalmente um pouco mais negligenciado em Portugal e no Mundo. Assim, fará todo o sentido conjugar esforços, trabalhar de forma interligada para que o alcance de um determinado número de páginas com objetivos similares (a promoção de uma região, dos seus patrimónios, etc.) seja o mais alargado possível, tirando partido das sinergias que mutuamente se podem criar. Deste modo, a página do Museu partilha e é partilhada por várias outras páginas e blogs. Entre estes, destacamos, a nível regional, a “Foz Côa Friends” ou o “Farrapos de Memória”, as páginas dos Municípios incluídos na área do Parque, com especial incidência para a de Vila Nova de Foz Côa e Figueira de Castelo Rodrigo e a de outras instituições ou projetos como a “Reserva da Faia Brava”, o “Museu do Douro” ou o “Arquivo de Memória do Vale do Côa”. A nível internacional, desenvolvem-se interligações com a página da UNESCO, mas também com a página da Zona Arqueológica de Siega Verde<sup>8</sup>.

Deve ainda mencionar-se a possibilidade que estas plataformas oferecem para criar uma rede interligada de sítios web na própria instituição, com características e intuitos diferentes de que o Facebook será o “navio almirante”. Entre os conteúdos que se podem interligar e potenciar através do Facebook estão os dois de que falaremos seguidamente, mas também a Loja Online do Museu, desenvolvida pelo autor e que se encontra neste momento em fase final de testes ou ainda, obviamente, o próprio sítio institucional do Parque/Museu.

## 2.2. YouTube

Com a criação do canal do Museu do Côa no YouTube ([www.youtube.com/musedocoa](http://www.youtube.com/musedocoa)), pretendeu constituir-se um arquivo de memória da história recente da região e do Parque/Museu do Côa, com destaque para a controvérsia que se seguiu à descoberta da Arte do Côa, aproveitando o vasto espólio documental em suporte videográfico detido pelo MC. De facto, entre os mais de 50 vídeos já arquivados e

8. A este propósito, salienta-se, ainda, entre muitas outras iniciativas, a implementação, no verão de 2013, do bilhete conjunto “Côa/Siega Verde” que permite a visita gratuita a um dos sítios e que se espera que possa contribuir para aumentar o nº de visitantes em ambas as zonas arqueológicas.

disponibilizados ao público<sup>9</sup>, encontram-se documentários, curtas-metragens de animação, reportagens, debates e noticiários de diferente proveniência que, cada um à sua maneira, constituem documentos históricos de inegável valor. Evidentemente, a criação deste canal teve também propósitos pedagógicos e lúdicos, complementando, assim, a oferta divulgativa da página no Facebook, espaço onde são, aliás, regularmente partilhados estes documentos videográficos que atingem, também, à escala da página FB, grande popularidade. Um outro objetivo prende-se ainda com a necessidade de uma plataforma de alojamento dos vídeos produzidos pelo próprio MC, de que é exemplo “O que Aprendi. Fernando Barbosa e a Arte do Côa” (<http://bit.ly/12DDdYC>). Este pequeno vídeo, editado pelo autor a partir de filmagens do profissional do MC, Jaime António, foi produzido na casa com recurso aos meios semiprofissionais, hoje em dia amplamente disponíveis, de captura e edição de vídeo. Pretende-se, com estes pequenos vídeos, partilhar o saber dos profissionais do Museu, as experiências de visita do seu público e os anseios e experiências de vida dos habitantes da região, de uma forma autêntica, utilizando meios de produção simples, mas trabalhados de maneira cuidada.



Fig. 10. Captura de ecrã da página do PAVC/MC no TripAdvisor em <http://bit.ly/16KebQ3>. Note-se a menção ao Certificado de Excelência obtido em 2013.

9. No moroso processo de upload destes vídeos, contou-se com a colaboração de Mário Reis que também levou a cabo a complexa digitalização do material videográfico, uma vez que a maioria dos registos se encontrava num formato já obsoleto (VHS).

### 2.3. TripAdvisor

O TripAdvisor ([www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)) afirma-se como o maior site de viagens do mundo, com mais de 200 milhões de visitantes mensais, cerca de 100 milhões de comentários e opiniões dos utilizadores reportando-se a mais de 2,5 milhões de acomodações, restaurantes e atrações, e operando nos 30 países mais representativos do mercado turístico mundial. Sendo os utilizadores do sítio os que criam as páginas dos muitos pontos de interesse turístico avaliados, a relativa ao PAVC/MC (<http://bit.ly/16KebQ3>) encontrava-se já disponibilizada há alguns anos. No entanto, até se prestar mais atenção a esta página, em Maio de 2012, com o fornecimento de conteúdos fotográficos e textos de informação e enquadramento, mas, sobretudo, com a sua interligação à página do Facebook, apenas havia registo de três opiniões de visitantes. Esta situação mudou com esta estratégia de interligação com a página do Parque/Museu no Facebook: as três opiniões existentes em maio de 2012 transformaram-se em 27 (em julho de 2013), sendo que a média das avaliações deixadas pelos visitantes foi bem elevada (ver fig. 10). De tal modo foi significativo este crescimento quantitativo e qualitativo que, em 2013, o PAVC/MC conquistou o Certificado de Excelência do TripAdvisor. Este prémio é concedido apenas a 10 % das atrações avaliadas e os dois critérios de atribuição estão relacionados com a manutenção de uma média de avaliação superior a “Bom” e um crescimento elevado no número de avaliações, durante um período de tempo, para ambos os itens, correspondente aos 12 meses prévios. Refira-se, como curiosidade, que três das oito avaliações de visitantes, não portugueses, mencionam que o Côa é um segredo bem guardado e um local a visitar antes que se torne numa atração ‘demasiado’ turística...

### 3. Conclusão

O aparecimento de múltiplas plataformas de redes sociais e a sua adesão em massa por grande parte da população, significa que o ritmo de produção de todo o género de informação tem aumentado exponencialmente nos últimos tempos. Aliás, um estudo recente sugere que 90 % de toda a informação existente tenha sido produzida nos últimos dois anos devido, em larguíssima medida, ao aparecimento e popularidade das redes sociais (Dragland 2013). Assim, sugere-se a existência de uma nova disciplina (Arqueologia da Internet) como uma ferramenta não só de investigação histórica, mas também como um esforço para manter a memória da quantidade maciça de informação que é hoje em dia criada (Huggett 2004). Neste âmbito, a modesta contribuição do Parque/Museu, nestes últimos anos, em termos de disponibilização e criação de informação digital contribuirá, certamente, no futuro, para ajudar a fazer a história de um importante projeto de preservação, valorização e divulgação do património arqueológico singular constituído pela Arte do Côa.

## Bibliografia

- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press. 1994. ISBN 9780472065219.
- DRAGLAND, Asa. Big Data – for better or worse. *SINTEF* [Em linha]. Maio 2013 (Consultado em 2013-07-10). Disponível em <http://www.sintef.no/home/Press-Room/Research-News/Big-Data--for-better-or-worse/>
- FERNANDES, António Pedro Batarda. “O Sistema de Visita e a Preservação da Arte Rupestre em Dois Sítios de Ar Livre do Nordeste Português : o Vale do Côa e Mazouco”, em *Revista Portuguesa de Arqueologia*, 2003, vol. 6, nº 2, p. 5-47.
- FERNANDES, António Pedro Batarda. “O Programa de Conservação do Parque Arqueológico do Vale do Côa : filosofia, objectivos e acções concretas”, em *Revista Portuguesa de Arqueologia*, 2004, vol. 7, nº 1, p. 5-37.
- FERNANDES, António Pedro Batarda, *et al.* “A Relação entre o Parque Arqueológico do Vale do Côa e a População Local. Balanço da primeira década”, em *Almadan*, 2008, vol. 16 (II Série), Adenda Electrónica.
- HUGGETT, Jeremy. “The past in bits : towards an archaeology of information technology”, em *Internet Archaeology*. 2004, vol. 15.
- MARKTEST, “Os Portugueses e as Redes Sociais 2012”. *Marktest* [Em Linha] Dezembro 2012 (Consultado em 2013-07-10). Disponível em [http://www.marktest.com/wap/private/images/logos/Folheto\\_redes\\_sociais\\_2012.pdf](http://www.marktest.com/wap/private/images/logos/Folheto_redes_sociais_2012.pdf)
- REAL, Fernando. “Do Parque Arqueológico ao Museu do Côa: do conceito à execução”, em *Património Estudos*, 2011, vol. 11, p. 11-20.
- VLACHOU, Maria. “Museus e fotografia: despachos e realidades”, em *Público*, 2013-06-23.