



SARA VIDAL MAIA

**ROTAS MUSEOLÓGICAS NA REGIÃO DE AVEIRO –
UM ESTUDO EMPÍRICO**



SARA VIDAL MAIA

**ROTAS MUSEOLÓGICAS NA REGIÃO DE AVEIRO –
UM ESTUDO EMPÍRICO**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão em Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista, Professora Auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro, e do Professor Doutor Carlos Manuel Martins da Costa, Professor Associado com Agregação do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho aos meus pais por me darem a possibilidade de poder estudar. À minha irmã e ao João por fazerem parte da minha vida.

o júri

presidente

Prof. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Larissa Latif Plácido Saré
Professora Titular 1 da Universidade da Amazônia – Belém do Pará

Prof. Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista
Professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Carlos Manuel Martins da Costa
Professor associado com agregação da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Agradeço aos meus pais, João Guilherme e Adelaide, todo o apoio e entusiasmo acadêmicos que sempre me deram. À minha irmã Beatriz por existir e ao meu pilar, João, pela ajuda emocional e técnica.

Um agradecimento especial à Doutora Maria Manuel Baptista e ao Doutor Carlos Costa pela transmissão de conhecimento, pela ajuda e pela orientação que me deram.

Aos colegas Luís, Zé Miguel, Ana Cláudia e Uiara pela troca de informação, companheirismo e modéstia. Aos colegas de trabalho pela compreensão e o profissionalismo.

A todos os entrevistados nesta investigação, pela disponibilidade e simpatia com que me acolheram e pela veemência com que receberam este estudo.

palavras-chave

Turismo Cultural, Museologia, Rotas Museológicas, Redes Museológicas, Região de Aveiro

resumo

A presente investigação procura identificar a importância do Turismo Cultural na actualidade, ao mesmo tempo que admite a possibilidade de relacionamento entre esta actividade e a prática museológica na região de Aveiro. Na contextualização teórica desenvolvem-se temáticas relacionadas com o Turismo Cultural, a Museologia, as rotas turísticas e as redes de museus. Reconhecendo a importância da aplicação prática dos conceitos teóricos, o presente estudo procura criar rotas e sub-rotas de museus na região de Aveiro, baseando-se nas condições museológicas que o espaço por nós delimitado oferece e na procura exigente de um potencial turista cultural.

keywords

Cultural Tourism, Museology, Museologic Itinerary, Museologic Networks, Region of Aveiro

abstract

This research seeks to identify the importance of Cultural Tourism at present, while it admits the possibility of a relationship between this activity and museological practice in the region of Aveiro. The theoretical context develops themes related to the Cultural Tourism, Museology, touristic itineraries and networks of museums. Recognizing the importance of the practical application of theoretical concepts, this study seeks to create itineraries and sub-itineraries of museums in the region of Aveiro, based on the museological conditions that this limited space offers and on the high demands of the potential cultural tourist.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	12
Capítulo I – METODOLOGIA	16
1.1. A metodologia na investigação	16
1.2. Objectivos e processo de investigação	18
1.3. Delimitação da questão e das hipóteses de investigação	20
1.4. Revisão de literatura	23
1.5. Instrumentos de recolha de dados	24
I. Recolha de dados primários	24
II. Recolha de dados secundários	27
1.6. Técnicas de análise de dados	27
Capítulo II – ANÁLISE CONCEPTUAL DO TURISMO	30
2.1. O Turismo na contemporaneidade: desenvolvimento, planeamento e gestão do destino turístico	30
2.2. Cultura e Turismo: uma relação sustentável	32
2.3. De recurso a atracção turística: o produto cultural	36
2.4. Os conceitos de Património e de Património Histórico-Cultural e a sua funcionalidade turística	38
Capítulo III – TURISMO E MUSEOLOGIA	42
3.1. Museu: conceitos e contextualização	42
3.2. Benefícios da actividade museológica	46
3.3. Museus e Turismo Cultural	48
3.4. “Clusters” de museus: uma solução possível	50
Capítulo IV – ROTAS TURÍSTICAS	52
4.1. Rotas ou itinerários turísticos	52
4.2. Rotas culturais	57
4.3. Rotas museológicas	59

Capítulo V – REDES MUSEOLÓGICAS	62
5.1. Teoria dos Sistemas (redes)	62
5.1.1. O Sistema Cultural	63
5.1.2. O Sistur	64
5.2. Redes de museus	65
Capítulo VI – PROPOSTA DE ROTAS MUSEOLÓGICAS NA REGIÃO DE AVEIRO	68
6.1. A região de Aveiro	68
6.2. Turistas culturais na região Centro	70
6.3. Delimitação das rotas museológicas	72
6.4. Constituição das rotas museológicas	78
6.5. Proposta de rotas museológicas	82
Capítulo VII – PERCEÇÃO DE BENEFÍCIOS E OBSTÁCULOS NA CONSTITUIÇÃO DE ROTAS MUSEOLÓGICAS – UM ESTUDO EMPÍRICO	96
7.1. Justificação da investigação e apresentação do problema em estudo	96
7.2. Instrumento de investigação	97
7.3. Apresentação dos dados	98
7.3.1. Caracterização dos sujeitos	98
7.4. Análise e discussão de dados	104
7.4.1. Validação das hipóteses de investigação	115
Capítulo VIII – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	120
BIBLIOGRAFIA	126
ANEXOS	140

ÍNDICE DE TABELAS

Capítulo II

Tabela 1.1. - Fases e Etapas do Processo de Investigação	17
Tabela 1.2. - Questão e Hipóteses de Investigação	20
Tabela 1.3. - Tabela Descritiva das Hipóteses de Investigação	21

Capítulo III

Tabela 3.1. - Registos da BDMuseus por Situação e Por Ano (números absolutos, percentagens e taxa de variação)	43
Tabela 3.2. - Registos por Tutela e por Situação: 2005 (percentagem em coluna)	44
Tabela 3.3. - Museu por Região e por Ano (percentagem em coluna e taxa de variação)	44
Tabela 3.4. - Museus por Tutela e por Ano	45
Tabela 3.5. - Museus da Administração Local por Ano (percentagem em coluna)	45

Capítulo IV

Tabela 4.1. - Fases da Organização de um Itinerário ou Rota	53
--	----

Capítulo VI

Tabela 6.1. - Tabela com o Número de Museus por Concelho do Distrito de Aveiro	72
Tabela 6.2. - Temáticas Museológicas	74
Tabela 6.3. - Pré-listagem dos Museus	76
Tabela 6.4. - Constituição das Rotas Museológicas na Região de Aveiro por Museu	80
Tabela 6.5. - Tabela Descritiva das Rotas e Respective Objectivos	81

Capítulo VII

Tabela 7.1. - Identificação dos Sujeitos Entrevistados: Responsabilidade, Género e Formação	100
Tabela 7.2. - Tabela de Cruzamento das Respostas dos Entrevistados	102
Tabela 7.3. - Classificação dos Museus Segundo a sua Pertença Tutelar	104
Tabela 7.4. - Interesse em Participar numa Rota Museológica na Região de Aveiro	105
Tabela 7.5. - Sinopse das Entrevistas Realizadas aos Sujeitos	106
Tabela 7.6. - Benefícios da Integração dos Museus numa Rota Museológica na Região de Aveiro – Problemáticas e Número de Referências	107
Tabela 7.7. - Dificuldades/Obstáculos na Implementação de uma Rota Museológica na Região de Aveiro – Problemáticas e Número de Referências	108
Tabela 7.8. - Interesse do Museu em Trabalhar em Rede com outros Museus, dentro da sua Rota ou entre Rotas – Problemáticas e Número de Referências	109
Tabela 7.9. - Análise dos Benefícios que teria a Integração do Museu numa Rota	110
Tabela 7.10. - Relação entre a Formação Académica dos Entrevistados e o Número de Benefícios e Obstáculos que teria a Integração do Museu numa Rota	111
Tabela 7.11. - Relação entre o Contexto dos Museus e o Número de Benefícios e Obstáculos que teria	112

a Integração do Museu numa Rota

Tabela 7.12. - Relação entre a Tutela e o Nível de Motivação dos Museus 113

Tabela 7.13. - Relação entre a Temática e o Nível de Motivação dos Museus 114

ÍNDICE DE FIGURAS

Capítulo II

Figura 2.1. - Formação do Turismo Cultural 34

Figura 2.2. - Esquema do Produto Turístico-Cultural 38

Figura 2.3. - Processo de Transformação do Património Histórico-Cultural em Atractivo Turístico 41

Capítulo II

Figura 3.1. - Níveis dos Benefícios dos Museus 47

Capítulo V

Figura 5.1. - Sistema Turístico-Cultural (esquema) 67

Capítulo VI

Figura 6.1. - Rota "A casa tradicional da região de Aveiro dos séculos XIX e XX" 83

Figura 6.2. - Rota "Personalidades da região de Aveiro - as suas casas-museu" 85

Figura 6.3. - Rota "A Arte Sacra na região de Aveiro - uma viagem pelos seus museus" 87

Figura 6.4. - Rota "Colecções de Arte - compilações museológicas na região de Aveiro" 89

Figura 6.5. - Componente a. da Rota "Arte, vivência e personalidades - uma experiência museológica na região de Aveiro" 91

Figura 6.6. - Componente b. da Rota "Arte, vivência e personalidades - uma experiência museológica na região de Aveiro" 92

Figura 6.7. - Componente c. Rota "Arte, vivência e personalidades - uma experiência na região de Aveiro" 93

Figura 6.8. - Componente d. da Rota "Arte, vivência e personalidades - uma experiência museológica na região de Aveiro" 94

Capítulo VII

Figura 7.1. - Esquema Representativo do Processo de Obtenção e Análise de Dados 96

INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo em que vivemos, o Turismo transformou-se numa actividade social, cultural e económica de enorme expressão que afecta milhões de pessoas, a cada segundo, directa ou indirectamente. Não existe um único indivíduo que não tenha sido atingido pela actividade turística, ou porque viaja, ou porque trabalha no ramo, ou porque a sua comunidade se encontra no caminho de um ponto turístico. Tudo isto são situações diárias que, consciente ou inconscientemente, vão empurrando as pessoas para uma área de negócio que gere recursos de grande monta.

Nas últimas décadas, a vertente cultural do Turismo têm tido algum destaque, na medida em que as pessoas têm aprendido a assimilar a importância das existências, histórias, biografias e acções socioculturais. Cada vez mais, o turista procura conhecer costumes e vivências *in loco*, na esperança de abrir os seus horizontes culturais enquanto descansa da sua própria rotina cultural.

As rotas turísticas têm sido uma das práticas mais procuradas na vertente de Turismo Cultural, pois permitem que este tipo de turista (tão conhecido pela sua exigência) possa seleccionar a temática museológica ou outra que pretende visitar, tendo acesso a vários locais turísticos, ao mesmo tempo que administra melhor o seu tempo de estadia. Hoje, as rotas dos vinhos, da gastronomia, da arte, da religião, da museologia, são todas exploradas activamente, e o número de temáticas e sub-temáticas não para de ascender. Este estudo prevê granjear o conhecimento suficiente para que se possam criar outras rotas turístico-culturais, nesta circunstância de Casas-Museu e de pequenos e médios Museus de Arte, na região de Aveiro.

O primeiro capítulo deste estudo é composto pela metodologia. Este capítulo descreve todos os passos necessários à realização do estudo, desde a escolha do tema, até à obtenção de resultados. Depois de uma curta introdução sobre metodologia de investigação, são apontados os objectivos, bem como o processo embrionário à sua realização. Neste capítulo é também apresentada a questão de investigação e as respectivas hipóteses de investigação, que permitem depois abordar assuntos relacionados com a revisão de literatura e os instrumentos de recolha e análise de dados.

Para que a estruturação das rotas fosse possível, esta investigação teve de se organizar em duas partes. A primeira parte consistiu em reunir um conjunto de informação teórica que fundamentasse todo o estudo e que consiste na contextualização teórica. A segunda procurou recolher e analisar dados que permitissem a elaboração das próprias rotas, o que constitui a parte empírica do nosso estudo. Deste modo, este estudo pode ser entendido sob duas perspectivas distintas, mas que se complementam.

A contextualização teórica deste estudo está distribuída pelos segundo, terceiro, quarto e quinto capítulos. No segundo capítulo – *Análise Conceptual do Turismo Cultural* – são abordadas questões relativas aos conceitos de “Turismo”, “Cultura”, “produto cultural” e “Património Histórico-Cultural”. O capítulo começa por analisar o Turismo enquanto actividade económica, política e sociocultural, ao mesmo tempo que são revistas questões relativas à gestão e planeamento dos destinos turísticos.

Ainda no segundo capítulo, procura-se definir o conceito de “Cultura” e validar a sua relação com a actividade turística, de forma a entender o que é o produto cultural, e quais os processos necessários à sua formação. Seguidamente, são examinados os conceitos de “Património” e “Património Histórico-Cultural”, para posteriormente ser detectada a sua função turística, essencial para esta investigação, pois ela vai actuar directamente em matérias patrimoniais.

Para o terceiro capítulo – *Turismo e Museologia* – ficaram reservados os assuntos relativos à Museologia e à sua possível relação com a actividade turística. Aqui o conceito de “museu” é definido e explorado, focando-se o estudo em dados publicados relativos à posição destas instituições a nível nacional, regional e local. São também sumariamente apontados os benefícios da actividade museológica, nomeadamente na sua associação ao Turismo Cultural.

O capítulo IV – *Rotas Turísticas* – é fundamental para este estudo, na medida em que permitiu a recolha e análise de *best practices* na área, ao mesmo tempo que ia sendo compactada informação indispensável para o estudo empírico. A temática das rotas foi abordada do geral para o particular, pois começou-se por avaliar questões relacionadas com as rotas turísticas, para depois seguir para as rotas culturais e finalmente abordar as rotas de museus. Através desta análise, foi possível entender como funcionam as rotas e quais os requisitos necessários à sua construção e posterior implementação.

De seguida, o capítulo cinco – *Redes Museológicas* – desenvolve o tema das redes e das redes de museus. Aqui, as redes são analisadas segundo uma visão muito particular, aproximadas da noção de sistema. Para além da abordagem geral da Teoria dos Sistemas, há ainda a preocupação de explicitar em que consiste o Sistema Cultural e o Sístur (Beni, 1997), para depois se discutirem casos particulares de redes de museus nacionais e internacionais.

O sexto capítulo – *Proposta de Rotas Museológicas na Região de Aveiro* – apresenta a constituição das rotas de Casas-Museu e de pequenos e médios Museus de Arte, e respectivas sub-rotas que se pretende criar. O capítulo começa por contextualizar a região de Aveiro, delimitando o espaço, para depois identificar o turista cultural como o segmento de maior relevo na região (Eusébio *et al*, 2008). Ainda neste capítulo é descrita, detalhadamente, a forma como foram previamente delimitadas as rotas, bem como a sua constituição e posterior proposta de elaboração.

O capítulo sete, que nasce da investigação empírica, começa por apresentar uma justificação da investigação e uma apresentação da problemática em estudo. De seguida, é anunciado e descrito o instrumento utilizado na investigação, ou seja, o guião da entrevista que permitiu a recolha dos dados a analisar. Neste capítulo são ainda apresentados os dados recolhidos no momento da entrevista, bem como é feita uma caracterização dos sujeitos entrevistados. Estes dados são, posteriormente, analisados, através da técnica de análise de conteúdo, permitindo obter algumas conclusões do estudo.

No oitavo e último capítulo – *Conclusões e Recomendações* – são sintetizadas as considerações finais desta investigação, fruto da pesquisa bibliográfica e do trabalho de campo. São ainda feitas algumas recomendações para estudos posteriores no âmbito das rotas museológicas.

Capítulo I

METODOLOGIA

1.1. A metodologia na investigação

O conhecimento, a ciência, a investigação e a formação transformaram-se na força primordial de criação e progresso nos países desenvolvidos, pelo que se revelam ferramentas de produção a dominar. Na actualidade, todas as áreas são passíveis de investigar, desde que seja estabelecido todo um programa de interesse para o investigador e/ou para a própria sociedade. “A investigação académica internacional, sobre o estatuto do turismo, como ciência, continua a movimentar os investigadores em todo o mundo” (Ferreira, 2003:354), pelo que estudos como este têm sido revalorizados nas últimas décadas.

No caso específico desta investigação, optou-se por conduzir um trabalho, na medida em que foram realizadas observações *in loco* para melhor compreender os fenómenos em análise e posteriormente construir as questões de investigação passíveis de serem aplicadas e investigadas, de forma a atingir respostas e esclarecimentos que nos permitiram construir rotas museológicas específicas na região de Aveiro.

Leite (1974) *in* Carbone (2006:91) afirma que “o objectivo da investigação consiste em descobrir respostas para perguntas, através do emprego de processos científicos”. Ora, para que tal objectivo seja cumprido, um dos passos fundamentais da investigação científica é a aplicação de **métodos científicos** que auxiliem o investigador e ajudem a orientar o curso dos trabalhos. Deste modo, Lakatos e Marconi (2001:83) *in* Frederico (2006:95) definem o conceito de “método científico” da seguinte forma:

“(…) o método científico pode ser entendido como o conjunto das actividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objectivo – conhecimentos válidos e verdadeiros –, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando nas decisões a serem tomadas.”

Existem vários tipos de métodos científicos, os quais podem ser seleccionados e adaptados ao estudo, de acordo com as necessidades do investigador e o decurso da

própria investigação. Em Frederico (2006) são apontados três tipos de métodos: o dedutivo, o indutivo e o hipotético dedutivo. Para este estudo, o método utilizado foi o **dedutivo**, pois a investigação parte da formulação de princípios gerais, que assentam numa base teórica, para posteriormente se alcançarem outros princípios, estes de índole mais particular.

Um dos aspectos que um investigador deve ter em consideração enquanto se aplica num processo de pesquisa deste âmbito é o **suporte teórico** em que se baseia, pois é a partir das questões teóricas que se pode dar início à construção de **hipóteses** de investigação que serão o cerne de todo o estudo. Em relação a este assunto, Hill e Hill (2000) *in* Carbone (2006:91) afirmam que:

“(...) a parte teórica consiste principalmente na revisão de literatura sobre o tema escolhido e, a partir dessa revisão estritamente relevante para o tema da investigação, podermos deduzir uma hipótese, ou um conjunto de hipóteses, a serem testadas na parte empírica. A hipótese assume um papel fundamental, porque faz a ponte entre a parte teórica e a parte empírica, devendo por isso, justificar o trabalho da parte empírica.”

Tabela 1.1. - Fases e Etapas do Processo de Investigação

Fases	Etapas
Teorização	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificação do problema 2. Exploração do problema 3. Formulação do problema
Construção	<ol style="list-style-type: none"> 4. Construção do modelo de análise
Verificação	<ol style="list-style-type: none"> 5. Recolha de informação 6. Análise de informação 7. Conclusões

Fonte: Adaptação de Pereira e Poupá (2003) *in* Carbone (2006:90)

Este estudo baseou-se também nas fases de investigação – conceptualização, construção e verificação – apontadas por Carbone (2006:90) com base em Pereira e Poupá (2003), que reconhecem diferentes etapas do processo, mas que se encontram

interligadas por fortes laços (ver Tabela 1.1.). Em traços gerais, foi identificado, explorado e formulado um problema, para depois ser estabelecido um modelo de análise que permitiu definir o processo de recolha e análise de informação, que conduziram finalmente à obtenção de respostas ou conclusões científicas.

1.2. Objectivos e processo de investigação

O Turismo Cultural, na sua vertente museológica, tem ganho uma maior expressão na actualidade, pois representa uma motivação de deslocação turística crescente na procura. Este estudo pretende compreender a importância deste sector específico, na região de Aveiro, de forma a constituir roteiros museológicos de interesses diversos.

Através de vasta pesquisa e análise, este estudo propõe-se a atingir os seguintes objectivos gerais:

- 1) Identificar, examinar e valorizar os museus do distrito de Aveiro, enquanto atracções turísticas culturais;
- 2) Estimar o potencial atractivo turístico destes museus;
- 3) Organizar a oferta museológica por tipologias;
- 4) Analisar a relação dinâmica entre oferta e procura;
- 5) Reconhecer e assimilar *best practices* de nível internacional;
- 6) Propor roteiros museológicos temáticos.

Para conseguir cumprir tal proposta, procurou-se incrementar um processo de investigação metódico que, passo-a-passo, organizou e hierarquizou toda a informação e elementos recolhidos e analisados, de forma a construir um trabalho sólido.

A primeira decisão a tomar neste estudo foi o próprio tipo de estudo a realizar. Nesta medida, de acordo com a área de investigação em curso – Turismo Cultural –, optou-se pela realização de uma **dissertação** para obtenção do grau de mestre, descartando a hipótese das vertentes do projecto e do estágio/projecto. De seguida, optou-se pela área de investigação do **Turismo Cultural e Museologia**, o que tornou mais claro o âmbito do

estudo e os elementos a pesquisar. A escolha do tema foi a etapa que se seguiu, elegendo-se “**Roteiros Museológicos na região de Aveiro – um estudo empírico**”.

Depois desta primeira fase do programa ter sido definida, realizou-se uma **pesquisa bibliográfica** que procurou validar o tema, e determinar qual a metodologia a seguir. Primeiramente, foram pesquisados documentos, dissertações e todo o tipo de informação *on-line* acerca da temática a explorar, de forma a determinar a importância científica de tal estudo e a afastar qualquer hipótese de reprodução de informação já publicada. De seguida, foram recolhidos alguns exemplares de dissertações realizadas na Universidade de Aveiro de forma a ter acesso a distintas metodologias de investigação empregues.

Após a validação do tema, procedeu-se ao **levantamento e selecção** dos elementos que iriam constituir as rotas, ou seja, que iriam representar a questão fulcral do estudo. Deste modo, foi realizado um levantamento (e posterior listagem) de todos os concelhos do distrito de Aveiro e um levantamento (e posterior listagem) de todos os museus do distrito de Aveiro¹, para posteriormente ser estabelecido um primeiro contacto (via *e-mail*) com todos os museus² para uma embrionária recolha de informação.

Depois de concluídas estas listagens, os museus foram distribuídos por temáticas – Casas-Museu (T1), Museus Etnográficos (T2), Museus de Arte (T3), Museus de Arqueologia Industrial (T4), Ecomuseus (T5), Museus de Música (T6), Museus Municipais (T7), Museus Militares (T8), Museus Arqueológicos (T9) e Núcleos Museológicos (T10) – para que se pudessem determinar quais as que iriam fazer parte do estudo. Assim, foram seleccionadas as Casas-Museu e os Museus de Arte como as áreas museológicas de interesse para este estudo, pelo interesse que estas despertam, não só para a região, mas também ao próprio investigador, identificando-se a necessidade de criar duas grandes rotas temáticas: a *Rota das Casas-Museu* e a *Rotas dos pequenos e médios Museus de Arte*.

A etapa seguinte consistiu em identificar e criar as **sub-rotas museológicas** a desenvolver. Foram então preparadas cinco sub-rotas: **(1)** "A casa tradicional da região de Aveiro dos séculos XIX e XX", **(2)** "Personalidades da Região de Aveiro - as suas casas-museu", **(3)** "A Arte Sacra na Região de Aveiro - uma viagem pelos seus museus",

¹ Lista constituída por 49 museus.

² Na impossibilidade de contactar alguns museus via endereço electrónico, foram contactadas as autarquias.

(4) “Colecções de Arte – compilações museológicas na região de Aveiro” e (5) “Arte, vivência e personalidades – uma experiência museológica na região de Aveiro”.

Finalmente, foram pré-seleccionados os museus que sugeriam reunir as condições necessárias para fazerem parte das rotas. Todos os museus desta lista foram visitados, identificando quais os que correspondiam aos critérios pré-estabelecidos e que podiam fazer parte das referidas rotas.

1.3. Delimitação da questão e das hipóteses de investigação

Qualquer processo de investigação necessita da construção de uma **questão de investigação** e respectivas **hipóteses** de análise. É neste sentido que este estudo se centra na seguinte questão de investigação: **É possível criar rotas de pequenos e médios museus na região de Aveiro**. Seguidamente, foram colocadas as seguintes hipóteses de investigação: **(H1)** *A Museologia, associada ao Turismo Cultural, é um factor de dinamismo regional*, **(H2)** *É viável criar a rota turística das Casas-Museu da região de Aveiro*, **(H3)** *É viável criar a rota turística dos pequenos e médios Museus de Arte da região de Aveiro* e **(H4)** *A cooperação em rede, entre museus e entre rotas museológicas, é benéfica para o sector turístico*.

Tabela 1.2. - Questão e Hipóteses de Investigação

QI: É possível criar rotas de pequenos e médios museus na região de Aveiro.
H1: A Museologia, associada ao Turismo Cultural, é um factor de dinamismo regional.
H2: É viável criar a rota turística das Casas-Museu da região de Aveiro.
H3: É viável criar a rota turística dos pequenos e médios Museus de Arte da região de Aveiro.
H4: A cooperação em rede, entre museus e entre rotas museológicas, é benéfica para o sector turístico.

Para cada hipótese foi criada uma memória descritiva que procura apresentar, sumariamente, os objectivos de cada hipótese, identificar as variáveis em análise (dependentes e independentes), determinar o método de recolha de informação e descrever qual a meta que se pretende atingir com a observação dessa hipótese.

Tabela 1.3. - Tabela descritiva das hipóteses de investigação

Hipóteses	Objectivo da Hipótese	Variáveis em Análise	Método de Recolha de Inf.	Meta: o que quero provar?
H1 - A Museologia, associada ao Turismo Cultural, é um factor de dinamismo regional.	- reconhecer os benefícios regionais da relação entre museus e turismo.	1- Museologia associada ao Turismo Cultural(V.I.) 2- Factor de dinamismo regional (V.D.): - nº de museus na região - nº de visitantes da região (reais e potenciais) - benefícios económicos e socioculturais	- recolha de dados secundários: . revisão de literatura . dados estatísticos - recolha de dados primários	Reconhecer a fiabilidade da relação museologia-turismo e os seus benefícios para a região
H2 - É viável criar a rota turística das casas-museu da região de Aveiro.	- criar a rota turística das casas-museu da região de Aveiro.	1- Criar rota turística das casas-museu (V.I.): - nº de casas-museu da região - segmentos de mercado - delimitação da área geográfica da rota	- recolha de dados secundários: . revisão de literatura . dados estatísticos - recolha de dados primários: . visita e entrevista	É possível criar uma rota das casas-museu na região de Aveiro, pois ela é um foco de desenvolvimento turístico local.
H3 - É viável criar a rota turística dos pequenos e médios museus de arte da região de Aveiro.	- criar a rota turística dos pequenos e médios museus de arte da região de Aveiro	1- Criar rota turística dos pequenos e médios museus de arte (V.I.): - nº de museus de arte da região - segmentos de mercado - delimitação da área geográfica da rota	- recolha de dados secundários: . revisão de literatura . dados estatísticos - recolha de dados primários: . visita e entrevista	É possível criar uma rota dos pequenos e médios museus de arte na região de Aveiro, pois ela é um foco de desenvolvimento turístico local.
H4 - A cooperação em rede, entre rotas museológicas, é benéfica para o sector turístico.	Criar uma rede de entajuda entre os museus, dentro das rotas e entre rotas.	1- Cooperação em rede (V.I.) 2- Benefícios para o Turismo (V.D.): - sistema casas-museu - sistema museus de arte - relação de entajuda entre museus - benefícios da <i>network</i>	- recolha de dados secundários: . revisão de literatura - recolha de dados primários: . visita e entrevista	É possível criar uma rede de entajuda entre as casas-museu, entre os pequenos e médios museus de arte, e entre as duas rotas, que traga benefícios para a actividade turística.

- Através da **H1** pretende-se analisar a relação entre Museologia e Turismo Cultural, identificando se esta pode ser um factor de dinamismo regional (especificamente na região de Aveiro), reconhecendo os seus benefícios. Para tal, é necessário determinar se a variável independente (A – Museologia associada ao Turismo Cultural) determina a variável dependente (B – factor de dinamismo regional). É necessário determinar se A determina B, se B determina A, se A e B se determinam mutuamente ou se A e B não têm qualquer relação (Ho). Deste modo, procura-se analisar os seguintes aspectos: número de museus na região; número de visitantes da região (reais e potenciais); benefícios económicos; benefícios socioculturais. Efectuar-se-á recolha de dados primários (trabalho de campo) e secundários (revisão de literatura e dados estatísticos). Este estudo ambiciona reconhecer a fiabilidade da relação Museologia-Turismo e os seus benefícios para a região de Aveiro.
- Através da **H2** pretende-se criar a rota turística das casas-museu de arte da região de Aveiro. Para tal, é necessário determinar e avaliar a variável independente: criar rota das casas-museu. Deste modo procura-se analisar os seguintes aspectos: número de casas-museu da região; segmentos de mercado; delimitação da área geográfica da rota. Efectuar-se-á a recolha de dados primários (trabalho de campo: inquérito por entrevista e observação) e secundários (revisão de literatura e dados estatísticos). Este estudo ambiciona criar uma rota das Casas-Museu na região de Aveiro, pois esta pode ser um foco de desenvolvimento turístico local.
- Através da **H3** pretende-se criar a rota turística dos pequenos e médios Museus de Arte da região de Aveiro. Para tal, é necessário determinar e avaliar a variável independente: criar rota dos pequenos e médios museus de arte. Deste modo procura-se analisar os seguintes aspectos: número de museus de arte da região; segmentos de mercado; delimitação da área geográfica da rota. Efectuar-se-á a recolha de dados primários (trabalho de campo: inquérito por entrevista e observação) e secundários (revisão de literatura e dados estatísticos). Este estudo ambiciona criar uma rota dos pequenos e médios museus de arte na região de Aveiro, pois esta pode ser um foco de desenvolvimento turístico regional.
- Através da **H4** pretende-se determinar se a cooperação em rede, entre rotas museológicas, é benéfica para o sector turístico regional. Para tal, é necessário determinar se a variável independente (A – cooperação em rede) determina a variável

dependente (B – benefícios para o Turismo). É necessário compreender se A determina B, se B determina A, se A e B se determinam mutuamente ou se A e B não têm qualquer relação (H₀). Deste modo procura-se analisar os seguintes aspectos: sistema casas-museu; sistema museus de arte; relação de entreajuda entre museus; benefícios da *network*. Efectuar-se-á a recolha de dados primários (trabalho de campo: inquérito por entrevista e observação) e secundários (revisão de literatura). Este estudo ambiciona criar uma rede de entreajuda entre as casas-museu, entre os pequenos e médios museus de arte, e entre as duas rotas, na região de Aveiro.

Para efeito de organização pessoal, depois de elaborada esta memória descritiva foi projectada uma calendarização laboral que previa actividades a realizar desde Janeiro de 2010 até Maio de 2010.

1.4. Revisão de literatura

Uma forte base teórica é um requisito para qualquer estudo empírico, pois ajuda o investigador a cimentar ideias e conceitos que, posteriormente, podem e devem ser aplicados num caso prático. É neste sentido que Carbone (2006:90) afirma que:

“o património acumulado de interpretações provisoriamente validadas a que se chama teoria (entendida como um conjunto organizado de conceitos e relações entre conceitos substantivos, isto é, referidos directa ou indirectamente ao real) constituiu, em princípio, adequado ponto de partida para a investigação”.

Foi com base neste princípio que se realizou uma extensa pesquisa bibliográfica de forma a identificar, definir e analisar conceitos como: Metodologia de Investigação, Turismo, Cultura, Turismo Cultural, Património Cultural, Museologia, Rota Turística e Teoria dos Sistemas (Redes). Esta pesquisa permitiu a elaboração dos primeiros capítulos desta dissertação de forma a sustentar teoricamente toda a parte relacionada com o estudo de campo.

A revisão de bibliografia possibilitou também encontrar elementos de **delimitação das rotas**, nomeadamente nos que diz respeito aos critérios de escolha e avaliação dos elementos que iriam constituir as rotas. Nesse processo foram igualmente feitas

pesquisas *on-line* na busca de *best-practices* nacionais e internacionais que servissem de exemplo a este estudo. Aqui foram examinadas, pela ordem estabelecida, as seguintes rotas ou itinerários: *Art Itinerary - Museums in Florence* (Itália), *A Yorkshire Itinerary - Five Days Among Yorkshire's City Gems* (Inglaterra), *Rome Guide Italy: a weekend full of experiences* (Itália), Turismo na Austrália (Austrália), Rota do Fresco (Portugal), Rota do Românico do Vale do Sousa (Portugal), Rota do Vinho do Ribatejo (Portugal), *A Guide to the Small Museums of Britain* (Inglaterra) e Rota da Liberdade (Brasil).

As rotas supracitadas facilitaram a identificação dos critérios de escolha de elementos para a formulação das rotas: a proximidade geográfica, os interesses dos turistas e a sua capacidade económica, a temática e as sub-temáticas das rotas e o tempo disponível para viajar. Estes conceitos serviram, depois, para a estipulação dos critérios que iriam constituir as rotas museológicas em estudo.

1.5. Instrumentos de recolha de dados

Com base nos objectivos que se pretendiam alcançar, no tipo de caso apresentado e no panorama teórico de referência, optou-se, neste estudo de caso, pelas seguintes técnicas de recolha de dados:

1. Recolha de dados primários: Inquérito por entrevista e observação;
2. Recolha de dados secundários.

i. Recolha de dados primários

- ***Inquérito por entrevista***

A principal técnica de recolha de dados utilizada nesta investigação foi o questionário por entrevista. Trata-se de uma técnica em que o investigador/entrevistador se encontra frente ao investigado/entrevistado formulando-lhe questões, com o intuito de obter dados que interessam à investigação.

Esta técnica permite uma especial forma de interacção social entre ambas as partes, na medida em que se trata de um instrumento bastante flexível que possibilita a obtenção de dados em profundidade e de respostas de acordo com a condução do processo. O entrevistador pode observar o que o entrevistado *diz* e *como diz*, tendo em consideração

o *feedback* emocional em determinados assuntos (Leite, 1974 *in* Carbone, 2006), evitando desvios e centrando-se nos objectivos essenciais (Correia, 2005).

Neste estudo foi utilizada uma técnica de entrevista “semi-estruturada”, na medida em que foi preparado previamente um guião fixo de questões a colocar ao entrevistado. Desta forma, foi possível limitar os desvios ao tema e obter respostas concretas mais rapidamente, permitindo ao entrevistador manter o controlo da situação. Contudo, não se exigiu uma ordem rígida nas questões, na medida em que o desenvolvimento do processo foi flexível, ao ponto de ser ir adaptando ao entrevistado.

O guião de entrevista apresentava a seguinte estrutura:

1. Nome, formação e responsabilidade (perante o museu) do entrevistado.
2. Gostaria de ver o museu integrar uma rota museológica na região de Aveiro?
3. Que benefícios pensa que a integração numa rota museológica, na região de Aveiro, pode trazer para o museu?
4. Que dificuldades/obstáculos pode imaginar na implementação e uso prático de uma tal rota?
5. Qual o interesse do museu em trabalhar em rede com outros museus, dentro da sua rota ou entre rotas?

No momento da entrevista eram ainda recolhidos dados relativos a horários, ingressos de entrada, contactos e morada da instituição, bem como requisitados dois outros elementos: uma fotografia institucional e um texto de um parágrafo (até cerca de dez linhas) com principais aspectos descritivos do museu.

As entrevistas foram realizadas a todos/as os/as directores/as dos museus (ou a alguém por eles delegado), entre 16 de Março e 16 de Abril de 2010, de forma directa e pessoal. As entrevistas foram realizadas antes ou depois das visitas aos museus, de acordo com a disponibilidade de cada entrevistado, e a duração média da cada entrevista foi de 10 minutos. Antes de cada entrevista foi sempre explicitado qual o objectivo do trabalho, qual o intuito do uso da informação recolhida, quais as rotas a desenvolver e em qual/quais das sub-rotas se pensaria incluir cada museu especificamente.

- **Observação**

Segundo Pardal e Correia (1995) *in* Correia (2006:119), “não há ciência sem observação, nem estudo científico sem um observador”, o que, de certa forma, imprime um cunho de indispensabilidade a esta técnica, em qualquer estudo de investigação. A maior vantagem da observação prende-se com fidedignidade e espontaneidade de reacções e comportamentos que se consegue obter, embora isto varie de acordo com a participação e experiência do observador.

Na pesquisa científica, a observação pode ser utilizada de forma exclusiva, mas deve ser principalmente empregue em conjugação com outras técnicas de obtenção de dados. Foi neste sentido que se procurou aplicar também esta técnica, no contexto deste estudo, de forma “não-participante” e “semi-estruturada”.

Neste estudo de caso, o observador estava devidamente identificado, mas possuía uma grelha mental, previamente estabelecida, com os aspectos a observar. Assim, o observador estava incumbido de recolher os seguintes elementos informativos que iriam permitir a confirmação de determinados museus em determinadas sub-rotas:

- Qual a dimensão de cada espaço museológico;
- Como se encontravam organizadas e dispostas as colecções;
- Qual o principal foco de atracção do museu, em termos de público;
- Qual o principal tema das colecções.

Os momentos de observação realizaram-se entre 16 de Março e 16 de Abril, aquando das visitas aos museus, e foram conjugados com o processo de entrevista. A aplicação desta técnica foi facilitada pelos procedimentos previamente estabelecidos, que implicavam uma visita guiada aos museus.

Depois de recolhidos e analisados os dados referentes aos museus seleccionados, iniciou-se o processo de estruturação das Rotas Museológicas. O tipo de museu, o âmbito das suas colecções e a sua organização e capacidade internas foram os critérios utilizados na distribuição dos museus pelas diferentes sub-rotas.

ii. Recolha de dados secundários

Neste estudo foi efectuada uma recolha sistemática de dados secundários presentes, sobretudo, em bibliografia publicada. Recorreu-se a dissertações, a publicações independentes, a edições estatais e a dados *on-line*, de forma a sustentar teoricamente muitas das afirmações e conceitos aplicados e com o objectivo de excluir a informação imprescindível da não-necessária. A própria elaboração das rotas foi fruto de alguns juízos e critérios recolhidos a partir de dados já publicados.

Desta forma, foram também recolhidos dados referentes ao número de museus existentes no país e por regiões, e a sua evolução, no período compreendido entre 2000 e 2005 (Neves e Santos, 2006), recorrendo ainda a dados esporádicos de 1998 (Neves, 2000). Foram também recolhidos dados relativos à tutela destas instituições.

Posteriormente, foram recolhidos dados referentes à região de Aveiro e seus segmentos de mercado (Eusébio *et al*, 2008), bem como dados referentes ao número de visitantes estrangeiros que visitam a cidade (média 1997-2006) e que foram atendidos na sede da RTRL³ – 39.380 visitantes (Semedo, 2009).

Toda esta informação foi útil na sustentação teórica do trabalho de investigação e na identificação, descrição e análise do objecto de estudo, pois permitiu identificar a importância que os museus possuem ao nível do Turismo Cultural, não só em termos regionais/locais (Região de Aveiro), como também nacionais.

1.6. Técnicas de análise de dados

Os dados primários foram recolhidos através de inquérito por entrevista e observação para posteriormente serem analisados de forma sequencial. Numa primeira fase foram analisados os dados obtidos por observação, de forma a justificar a escolha dos museus a entrarem neste estudo e a comporem as rotas. De seguida, foram analisados os dados obtidos através da realização de inquéritos por entrevista a todas as instituições seleccionadas. Esta análise foi organizada em duas fases:

³ Região de Turismo da Rota da Luz.

- Criação de uma grelha de cruzamento de respostas;
- Análise de Conteúdo.

A análise de dados secundários foi feita sequencialmente e de acordo com as temáticas a investigar. Em cada capítulo foram abordados assuntos de forma diferencial, pelo que os dados iam sendo resgatados à medida que iam sendo necessários.

Capítulo II

ANÁLISE CONCEPTUAL DO TURISMO CULTURAL

2.1. O Turismo na contemporaneidade: desenvolvimento, planeamento e gestão do destino turístico

O turismo é, sem dúvida, um dos maiores fenómenos social e económico dos tempos modernos (Sharpley, 2002 in Sharpley e Telfer, 2002:11).

Nas últimas décadas, o Turismo tem-se expandido fortemente a locais longínquos, inhóspitos e exóticos que se têm transformado em locais atractivos. O crescente interesse dos indivíduos em comunicar, deslocarem-se e viajar transformou o fenómeno da prática turística numa indústria ou instituição que gera todo o tipo de impactos sociais, culturais, económicos e até políticos.

Deste modo, a organização turística (pelo lado da oferta) pode ser entendida como um conjunto de actividades de negócio que inclui sete grandes grupos de negócio (alojamento, restauração, transportes, agências de viagens e operadores turísticos, *rent-a-car*, serviços culturais e serviços recreativos), mas igualmente como “uma instituição com uma história, um corpo de conhecimento e uma constituição de milhões de pessoas que se sentem parte da instituição (Lundberg, Stavenga e Krishnamoorthy, 1995:5 in Mathieson e Wall, 2006:15).

O sector turístico transformou-se numa actividade economicamente poderosa, perfeitamente incluída no moderno *business world*. De acordo com a Organização Mundial de Turismo, as chegadas internacionais alcançaram US\$ 856 biliões, crescendo 5,6% desde 2006, onde se estima que as receitas totais do Turismo internacional tenham atingido US\$ 1 trilião, correspondendo a quase US\$ 3 biliões por dia (WTO, 2008).

O Turismo pode contribuir significativamente para o progresso internacional, nacional, regional e local, ao permitir que sejam alcançadas metas nos planos económico, social, cultural e, inclusive, político. No campo económico, destacam-se as contribuições no melhoramento da balança orçamental, no incremento do produto interno, na redistribuição da renda e no impulso de regiões de menor desenvolvimento (Eusébio,

2006). No alcance de metas sociais, evidencia-se a geração de empregos e o posterior aumento do nível de vida das comunidades. No campo cultural, o Turismo pode contribuir para a protecção do património cultural e a melhoria do nível educacional da população. No que se refere às metas políticas, a actividade turística concorre para a integração nacional e a projecção da imagem do país (Acerenza, 2002 *in* Almeida, 2006).

A evolução do conceito de destino turístico é outra das realidades contemporâneas. Inicialmente era apenas definido segundo três vertentes (lugar, pessoas e férias), remetendo para uma definição tradicional. Contudo, com as novas tendências, este conceito evoluiu implicando agora o local onde as pessoas escolhem passar as suas férias e os respectivos efeitos (disso) nas actividades desenvolvidas, através da gestão da procura turística e dos seus efeitos para o destino (Seaton, 1996 *in* Rodrigues, 2003). Seguindo esta linha de pensamento é pertinente referir que o destino turístico se apresenta como um espaço geográfico com características particulares, que possui uma identidade sociocultural forte e que vive de uma imagem associada a uma estratégia de *marketing*.

Actualmente existe uma crescente procura de destinos turísticos que pretendem oferecer ao turista uma experiência única. Para que um destino seja reconhecido como turístico, e melhor aproveitado pelo turista, é necessário que haja um desenvolvimento contínuo e um planeamento e gestão integrados desse território, envolvendo todos os intervenientes interessados (*stakeholders*), através da cooperação entre os vários organismos e sectores (públicos e privados) e a própria comunidade. Não existe outra indústria na economia que esteja ligada a diversos e tantos tipos diferentes de produtos e serviços, como a indústria do Turismo (Edgell, 1996, *in* Franco, 2000). Assim sendo, o Turismo é uma área de negócio bastante complexa e interessa que haja entendimento entre todos os intervenientes para o sucesso do destino turístico.

A importância da actividade turística atingiu tal reconhecimento e dimensão nas sociedades contemporâneas que se exige a organização e sustentabilidade do sector. Deste modo, o desenvolvimento, gestão e planeamento integrados do Turismo devem ser uma preocupação constante, para que sejam atingidos objectivos benéficos a diferentes níveis e em diversos planos.

O desenvolvimento turístico centra-se no facto de que são constantemente acrescentadas, ao sector, actividades ou processos inerentes ao destino e é fundamental o relacionamento entre estas actividades ou processos, e entre estes e o próprio sector (Butler, 1999 *in* Almeida, 2006).

O planeamento turístico consiste em determinar os objectos laborais, ordenar recursos materiais e humanos disponíveis, determinar métodos e técnicas que serão utilizados e estabelecer a forma de organização exigida para que a conduta humana seja orientada de forma racional, para que os resultados sejam atingidos (Acerenza, 2002 *in* Frederico, 2006).

Assim sendo, e segundo Inskeep (1991), no planeamento turístico, é importante criar o objectivo que é esperado alcançar com o desenvolvimento do planeamento turístico (um plano ou política para gerir ou determinar decisões). Para se desenvolver um planeamento adequado de um destino turístico existe um conjunto de ferramentas que devem ser aplicadas. Tratam-se de Modelos de Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos. Dois exemplos de modelos que seguem uma mesma óptica intervencionista a nível de gestão, planeamento e desenvolvimento dos destinos turísticos são o Modelo Governância “Produto-Espaço” de Carlos Costa (2001) e o Modelo de Mathieson e Wall (1982).

2.2. Cultura e Turismo: uma relação sustentável

Num nível mais generalizado, o conceito de “Cultura” implica um conjunto de valores, atitudes e comportamentos de um grupo social ou o misto de significações que os indivíduos de um dado grupo usam para comunicarem e interagirem, pois o efectivo lugar da Cultura são as interacções individuais (Saphir *in* Couche, 2003).

Os objectos culturais, resistentes ao tempo, têm o poder de criar e transformar a realidade, remetendo o sujeito para o imaginário (simbolismo) em termos interpretativos. Compreender é revelar um objecto cultural que pode ser identificado e re-identificado por diversos indivíduos. Na verdade, aquele que compreende o objecto cultural, a si mesmo se compreende (Ricoeur, s.d.).

Segundo Molinar (2006:11), a Cultura é “concebida como o conjunto de fenómenos criado pela espécie humana mediante a sua faculdade de usar símbolos, que inclui conhecimento, línguas, crenças, costumes, ferramentas, vivências, arte, moral, lei e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo Homem como membro de uma sociedade”. Este sentido antropológico largamente associado à noção de “Cultura” é também apresentado por Singer (1968:528) *in* Mathieson e Wall (2006:259):

“Culture consists of patterns, explicit and implicit, of and for behavior, acquired and transmitted by symbols, constituting the distinctive achievement of human groups including their embodiments in artifacts; the essential core of culture consists of traditional (i.e. historically derived and selected) ideas and specially their attached values.”

O conceito de “Cultura” pode ser identificado como um processo ou um produto (Mathieson e Wall, 2006). Como processo desenvolve uma abordagem que deriva da Antropologia e da Sociologia e que vê a Cultura como códigos de conduta incorporados num grupo social específico. Como produto, a Cultura é considerada como produto de actividades individuais ou em grupo, para o qual estão ligados certos significados (Richards, 2005).

Usualmente, estas tendências não se sobrepõem, mas no sector turístico há alguma interacção. A Cultura como processo é o objectivo dos turistas que procuram autenticidade e significado (MacCannell, 1976; Cohen, 1979 *in* Richards, 2005). No entanto, a presença de turistas conduz à criação de manifestações culturais especificamente para o consumo turístico (Cohen, 1988 *in* Richards, 2005), e a Cultura como *processo* é transformada, pelo Turismo, em Cultura como *produto*.

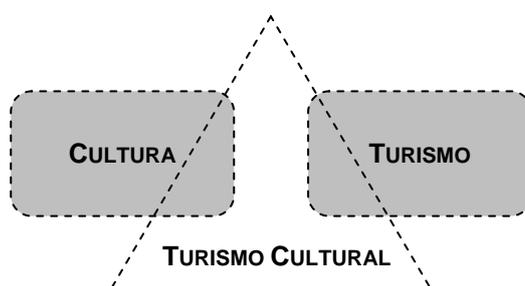
A actividade turística é produto da sociedade capitalista industrial e desenvolveu-se sob o impulso de motivações diversas, que incluem o consumo de bens culturais (Rodrigues *in* Funari, 2005). Produto da interacção social, a Cultura é consumida muito rapidamente. Contudo, alguns produtos culturais conseguem sustentar o interesse dos turistas o suficiente para que se desenvolva uma indústria do Turismo (Ashworth *in* Ashworth e Dietvorst, 1995).

Deste modo, pode-se afirmar que o Turismo é uma indústria cultural, onde produtos e experiências culturais são promovidos como atracções turísticas (Prentice, 1997 *in*

Mathieson e Wall, 2006). Ao resultado desta relação chamamos Turismo Cultural: um tipo de Turismo de especial interesse baseado na procura e participação em experiências culturais (Stebbins, 1996).

O conceito de “Turismo Cultural” é problemático na sua definição, porque consiste em dois elementos – “Cultura” e “Turismo” –, ambos de difícil clarificação (ver Fig.2.1). Contudo, este conceito pode ser facilmente entendido como o consumo de Cultura pelos turistas (Richards, 2005).

Figura 2.1. - Formação do Turismo Cultural



Segundo Lester (2006) *in* Molinar (2006:3), o Turismo Cultural é “entendido como o deslocamento de visitantes motivados por conhecer, compreender e desfrutar o conjunto de recursos e elementos distintivos, espirituais e materiais, intelectuais e afectivos que caracterizam uma sociedade ou grupo social de um destino específico”.

Uma das principais características do Turismo Cultural é a valorização e revitalização do património, das tradições e dos bens culturais materiais e imateriais. O património cultural constitui, portanto, uma das principais atracções para o turista, pelo que esta actividade tem ganho uma crescente importância dentro do sector.

Uma das componentes mais atractivas do Turismo Cultural é a sua oferta turística. Segundo Ricchie e Zins (1978) *in* Pérez (2009:121) podem ser considerados os seguintes elementos da oferta turístico-cultural:

- a) Artesanato;
- b) Idioma;

- c) Tradições;
- d) Gastronomia;
- e) Arte e música;
- f) História da região;
- g) Trabalho e tecnologia;
- h) Arquitectura;
- i) Religião;
- j) Sistemas educativos;
- k) Vestimenta, traje;
- l) Actividades do tempo de lazer.

Desta forma, quanto maior e mais alargada for a oferta turístico-cultural, mais ampla e diversificada é a procura. A indústria do Turismo identificou que a diversidade cultural oferece uma gama de produtos potencialmente turísticos e as autoridades estão conscientes da importância comercial desta relação, bem como dos benefícios económicos que ela traz para as economias locais.

Usando uma perspectiva de mercado, constata-se que o êxito da actividade turística se encontra intimamente relacionado com a forma como a vertente cultural e/ou patrimonial é tida em conta (Newby *in* Ashworth e Larkham, 1994). Deste modo, a conversão do património cultural em atractivo turístico tem sido valorizada enquanto diferencial dos programas turísticos nacionais, regionais e locais, visto oferecer uma experiência única de aprendizagem e lazer – considerando que o Turismo constitui um caminho aceitável para o desenvolvimento e que a herança cultural se apresenta como um valioso recurso turístico (Newby *in* Ashworth e Larkham, 1994). Por outro lado, a vertente cultural tem-se, cada vez mais, transformado num instrumento de desenvolvimento económico-social para o destino, quando bem planeado estrategicamente.

A associação Turismo-Cultura tem impactos de natureza social, económica e política nas sociedades actuais. Embora tenha diminuído em termos políticos, tem crescido a importância económica do Turismo Cultural (Richards, 2005). Resultados de inquéritos realizados em 2007 pela ATLAS indicam um crescimento na proporção de turistas que

passam férias culturais, acima de 17% em 1997 para 31% em 2007. Isso indica que o Turismo Cultural está a crescer em importância no *mix* de mercado de destinos no mundo. Na Europa, o Turismo Cultural é, cada vez mais, utilizado como parte integral de estratégias de regeneração turística e económica.

As actividades turísticas têm permitido, sem dúvida, a reabilitação de algumas culturas (Mathieson e Wall, 2006), conservando património muitas vezes esquecido. Contudo, o Turismo de massas pode por em risco a autenticidade, a qualidade e a preservação cultural, pelo que a gestão optimizada dos elementos é uma necessidade constante.

Os gestores entendem o produto cultural como uma fonte de rendimento e apostam no seu desenvolvimento. Assim, a indústria do Turismo, as autoridades locais e os gestores culturais têm fortes interesses em formar uma coligação (Ashworth *in* Ashworth e Dietvorst, 1995): “Em termos conceptuais, empresariais e de coordenação, mais do que compatíveis, o Turismo e a Cultura estão fortemente interligados” (Costa, 2005:287).

2.3. De recurso a atracção turística: o produto cultural

A transmutação de um bem cultural em produto turístico-cultural exige que se conte uma história e se proporcione uma vivência (M^a Manuel Baptista).

A oferta é uma das componentes fundamentais do Sistema Turístico (Beni, 1997). Pode dizer-se que os recursos (naturais ou construídos) são o elemento que desencadeia a actividade turística e que, depois de devidamente identificado o seu potencial turístico, evoluem conceptualmente para atracções turísticas.

Segundo Boniface e Cooper (2001:30) *in* Caldeira 2006:60), “as atracções são a *raison d’être* do Turismo; geram a visita, originam excursões e dão corpo a uma indústria própria”. Já Pearse (1991:30) *in* Caldeira (2006:62), considera que “uma atracção turística é um sítio denominado, com uma característica humana ou natural, que é foco de atenção por parte de visitantes e sua gestão.”

Deste modo concluímos que todo o lugar, objecto ou acontecimento de interesse turístico, que motiva a deslocação de indivíduos, pode ser considerado uma atracção

turística, e que estas podem ser subdivididas em: naturais e culturais (estas últimas de interesse para este estudo).

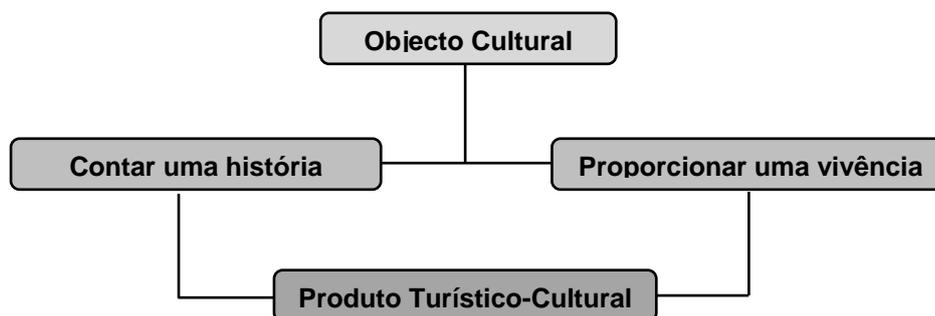
Constituindo uma das principais componentes do sistema turístico, as atracções, pela sua singularidade, diferem umas das outras e estruturam os destinos turísticos, garantindo a sua formação, manutenção, qualidade e competitividade (Beni, 1997). Das atracções turísticas culturais podemos destacar as histórico-culturais, as manifestações e usos tradicionais e populares, as realizações técnicas e científicas e os acontecimentos programados ou grandes eventos (Beni, 1997).

O Turismo Cultural pode ser entendido como uma indústria cultural onde produtos culturais e experiências são promovidos como atracções turísticas (Mathieson e Wall, 2006). Para que um recurso cultural passe a atracção turística é necessário que passe por um processo de transformação. Ou seja, independentemente do valor cultural, artístico, patrimonial ou histórico que um recurso tenha, somente adquire importância para o Turismo se for convertido numa potencial atracção turística a ser “consumida” pelos visitantes (Rodrigues, 2008).

O produto turístico pode ser entendido como uma experiência completa desde o momento em que o turista sai de casa, até ao momento em que regressa (Medlik e Middleton, s.d. *in* Adejuwon, 1988). A abrangência deste conceito exige a limitação do seu âmbito, pelo que a valorização da Cultura surge como uma forma de diferenciação, transformando-se num aspecto fundamental na qualidade do produto turístico.

Na composição do produto turístico cultural, Ignarra (2003) destaca os elementos: História, Arte, Música, Dança, Artesanato, Gastronomia, Folclore, Agricultura tradicional, aspectos industriais e científicos, Arquitectura, Educação, Religião (peregrinação), Monumentos e Museus. Deste modo, detecta-se que embora reduza a abrangência do produto turístico, o próprio produto turístico-cultural é vastíssimo.

Contudo, tal como podemos ver na Figura 2.2., o bem ou objecto cultural precisa cumprir dois requisitos essenciais para que se possa transformar num produto turístico-cultural: que **conte uma história** e **proporcione uma vivência**. Ou seja, o bem cultural deve conter em si elementos que permitam transmitir aos visitantes algo, ao mesmo tempo que lhes proporciona uma experiência de visita.

Figura 2.2. - Esquema do Produto Turístico-Cultural

Para promover um determinado produto cultural não basta criar uma imagem turística, é vital que se reúnam diversos elementos do produto turístico, gerindo-os como um sistema integrado, comunicante e dinâmico. A gestão, planeamento e desenvolvimento (principalmente em rede) dos destinos turísticos culturais, é um factor de acréscimo competitivo. Para além disso, é hoje consensual que se deve procurar actuar ao nível da promoção estratégica, do incentivo público-privado, da criação de infra-estruturas, da disponibilização da informação, da qualificação da oferta e da segmentação da procura para que surjam produtos turísticos culturais organizados e competitivos.

2.4. Os conceitos de Património e de Património Histórico-Cultural e a sua funcionalidade turística

Segundo a sua aceção clássica, o conceito de património refere-se ao legado que herdamos do passado e que transmitimos a gerações futuras (Silva, 2008). Preservar o passado sempre foi uma necessidade do Homem, mas foi apenas a partir do século XVIII que, em França, foram tomadas as primeiras medidas de protecção dos monumentos de valor para a História nacional e o uso de "património" estendeu-se para os bens protegidos por lei e pela acção de órgãos especialmente constituídos, nomeando o conjunto de bens culturais de uma nação (Funari, 2005).

Este processo intensificou-se durante os séculos XIX e XX com a consagração institucional do monumento histórico e com a criação das identidades nacionais, onde o património passou a constituir uma colecção simbólica unificadora, que procurava dar

base cultural idêntica a todos; o património passou a ser uma construção social de extrema importância política (Funari, 2005).

A noção de património surge quando um indivíduo ou um grupo de indivíduos identifica como seus um objecto ou um conjunto de objectos (Silva, 2008) aos quais atribui um certo valor. Este “valor” que os seres humanos atribuem aos bens patrimoniais, tanto individual como socialmente, varia de acordo com a circunstância histórica e o quadro de referência de então.

A partir do final da década de 1970, verificou-se a valorização do património cultural como um factor de memória das sociedades. Actualmente, os elementos culturais, para além de servirem de testemunho do passado, são prova de “experiências vividas, colectiva ou individualmente, e permitem aos homens lembrar e ampliar o sentimento de pertencer a um mesmo espaço, de partilhar uma mesma cultura e desenvolver a percepção de um conjunto de elementos comuns, que fornecem o sentido de grupo e compõem a identidade colectiva” (Rodrigues *in* Funari., 2005:17). Deste modo, preservar o património cultural – objectos, documentos escritos, imagens, traçados urbanos, áreas naturais, paisagens ou edificações – é permitir que a sociedade se compreenda a si própria.

No contexto do presente estudo, é importante distinguir a vertente cultural do património. É o património cultural que concede identidade e orientação a um povo, pressupostos básicos para que se reconheça como comunidade. Assim, o património cultural apresenta-se sobre a forma de bens materiais (móveis e imóveis) e imateriais (Oliveira, 2007).

Por património material entendemos as construções físicas do Homem na sua relação com o meio ambiente para o atendimento das suas necessidades práticas; e por património imaterial entendemos as construções mentais e os valores culturais configurados em signos e significados diversos (Meneses, 2004). Contudo, esta dicotomia pode ser recusada, na medida em que alguns autores defendem que a inteligibilidade de uma manifestação cultural só tem sentido se percebida em conjunto.

O Turismo internacional e a conservação do património estão historicamente envolvidos. Na actualidade, património e Turismo têm uma relação directa. O desafio consiste em

saber gerir os recursos patrimoniais de forma estabilizada, durável e qualitativa (Fonseca, 2005). À lógica da particularidade local do património junta-se a da sua preservação, conservação, fruição e valorização comercial, onde intervêm a indústria do Turismo, com impacto no domínio económico-social. Esta relação permite criar emprego, revitalizando as economias locais, suportando os custos de preservação e distribuindo equitativamente os benefícios, mas, por outro lado, há uma alteração completa do sentido patrimonial e identitário (Fonseca, 2005).

Não podemos negar que o relacionamento entre património e Turismo é forte, daí a necessidade de determinar regras de convivência entre ambos, numa perspectiva de rentabilização económica e de desenvolvimento sócio-cultural. Deste modo, segundo Silva (2008:3):

“O desafio que se coloca ao Turismo é o de utilizar os recursos patrimoniais numa perspectiva de desenvolvimento durável, assente em critérios de qualidade, para que os seus benefícios resultem numa efectiva melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, tanto daqueles que o praticam como daqueles que o acolhem”.

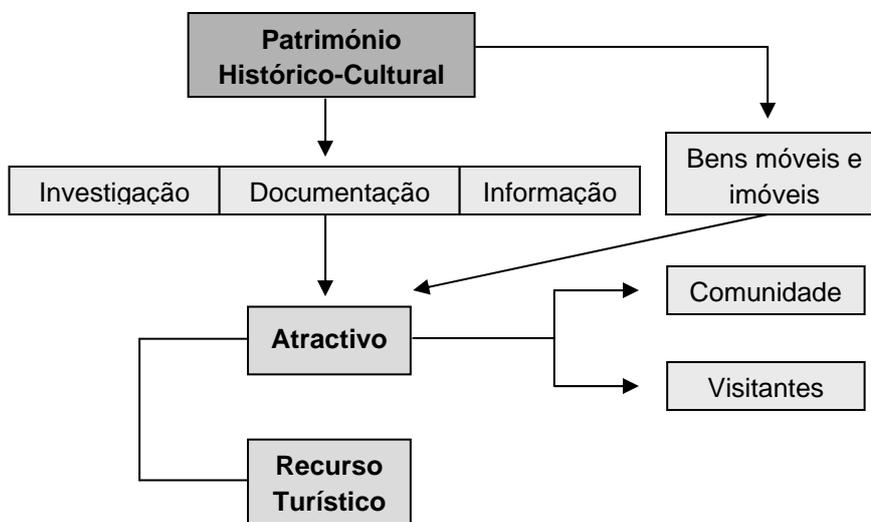
É responsabilidade do gestor patrimonial definir as regras e os procedimentos necessários a uma boa utilização dos recursos, garantindo que as iniciativas patrimoniais contemplam a diversidade característica do património cultural, funcionando como factor de estabilidade, de desenvolvimento e de integração social (Silva, 2008).

O Património Histórico-Cultural é compreendido como um amplo e diversificado conjunto de bens, de importância colectiva, no qual se incluem edificações de reconhecido valor arquitectónico, documentos históricos e saberes e fazeres tradicionais (Bastos, 2006), em suma, bens de elevado mérito cultural.

Para que o sector cultural se desenvolva em qualquer espaço, assiste-se à necessidade de incorporar três importantes factores: a investigação, a documentação e a informação. Aprender, interpretar e, finalmente, difundir o património histórico, artístico e cultural de um determinado *sítio* para depois o transformar num atractivo a ser reconhecido pela comunidade local, compreendido pelos visitantes e, ainda, valorizado e preservado por ambos (Meneses, 2004) (ver Fig.2.3.).

A conversão do Património Histórico-Cultural em atractivo turístico tem sido valorizada enquanto factor diferencial dos programas de viagens. Esta afirmação é confirmada pelo crescimento anual médio de 15% das visitas às atracções culturais/ históricas, desde a segunda metade da década de 90 até à actualidade; e por cerca de 36% dos turistas, na Europa, afirmarem que o factor cultural teve um papel decisivo na escolha do destino (Henriques *in* Costa, 2008).

Figura 2.3. - Processo de Transformação do Património Histórico-Cultural em Atractivo Turístico



Capítulo III

TURISMO E MUSEOLOGIA

3.1. Museu: conceitos e contextualização

Este capítulo centra-se na importância do museu enquanto entidade cultural e na sua valorização como atracção. Para tal, julga-se oportuno definir três conceitos à partida: museu, museologia e museografia.

Segundo o ICOM (2001:1), “um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da comunidade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que adquire, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, tendo em vista o estudo, a educação e a fruição.”

A “museologia” corresponde ao estudo da organização do museu ou, mais propriamente, à “ciência que trata da construção, disposição e equipamento dos museus, no sentido de criar as condições internas que melhor valorizem a exposição do recheio e lhe assegurem a longevidade em perfeito estado, bem como o arranjo e realce da distribuição desse recheio” (Costa e Melo, 1995:1245). Já a “museografia” envolve os aspectos relacionados com a descrição do museu, ou seja, implica o conjunto de “técnicas e práticas de aplicação da museologia” (Pérez, 2001:183).

As instituições museológicas surgem no século XIX, por toda a Europa, fruto de uma onda de nacionalismo que ansiava por elementos identitários capazes de validar cada nação. Contudo, foi só no século XX que os museus se expandiram territorialmente, regionalizando-se, e centrando-se em aspectos culturais menos abrangentes.

Em Portugal, a tutela dos museus pertence, na sua maioria, ao Estado, às autarquias, às empresas privadas, às fundações, à Igreja Católica e a particulares. Todavia, a instituição pública de grande destaque nesta área é o Instituto Português de Museus e Conservação (IMC), que tutela cerca de vinte e oito museus e cinco palácios nacionais, reportando directamente ao Ministério da Cultura.

Actualmente, o número de museus tem aumentado acentuadamente, o que mostra o interesse geral por este tipo de instituições a vários níveis. Para provar esta afirmação, basta olhar atentamente para a tabela seguinte (Tabela 3.1.) que mostra a evolução dos museus entre 2000 e 2005 (Neves e Santos, 2006:6).

**Tabela 3.1. - Registos da BDMuseus⁴ por Situação e Por Ano
(números absolutos, percentagens e taxa de variação)**

Situação	Ano						Taxa variação 2000/2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
A funcionar	728	875	941	954	977	1.018	39,8
<i>Aberto ao público</i>	650	800	866	874	898	920	41,5
Permanente ou sazonal	513	625	642	599	617	622	21,2
Esporádica	137	175	224	275	281	298	117,5
<i>Encerrado ao público</i>	78	75	75	80	79	98	25,6
Temporariamente encerrado (até 6 meses)	24	26	24	21	20	24	0,0
Projecto	129	273	307	317	312	326	152,7
Intenção	54	56	95	96	94	93	72,2
Fechado	6	10	22	30	33	39	550,0
Uníverson a inquirir pelo INE	533	626	631	588	603	618	15,9
Percentagem do Uníverson INE nos registos A funcionar	73,2	71,5	67,1	61,6	61,7	60,7	-17,1

Fonte: OAC/BDmuseus.

Base: registos a 31 de Dezembro. Exclui núcleos.

Fonte: OAC⁵/BDmuseus *in* Neves e Santos (2006:6)

Em 1998, existiam no nosso país 680 museus, como prova o Inquérito aos Museus em Portugal, publicado em 2000 (Neves, 2000). A tabela anterior mostra que em 2000 eram já 728 os museus em funcionamento, número que cresceu cerca de 40% em seis anos e que se traduz nos 1018 museus em funcionamento no ano de 2005.

Outros dados se destacam e prendem-se com a “tendência de crescimento do anúncio público de projectos e de intenção de criação de museus, com destaque para os primeiros: são 326 em 2005, o que significa um crescimento de 153% relativamente a 2000” (Neves e Santos, 2006:6).

A Tabela 3.2. mostra que a administração local detém cerca de 60% dos projectos e intenção de criação de museus, o que demonstra a preocupação regional/local em investir nestas instituições culturais.

⁴ Segundo Neves e Santos, 2006:4, “o projecto BDmuseus visa a produção de dados sobre o panorama museológico português através do levantamento contínuo de novos casos e da actualização da informação existente”.

⁵ Observatório das Actividades Culturais.

Tabela 3.2. - Registos por Tutela e por Situação: 2005 (percentagem em coluna)

Tutela	Situação		
	Projecto	Intenção	Fechado*
Administração Central	8,6	8,6	15,4
Administração Regional Açores/Madeira	0,3	2,2	0,0
Administração Local	62,3	62,4	35,9
Privados	28,8	26,8	48,7
<i>Número de casos</i>	326	93	39

Fonte: OAC/BDmuseus.

Base: registos a 31 de Dezembro.

* No período 1998-2005.

Fonte: OAC/BDmuseus *in* Neves e Santos (2006:7)

Em termos regionais, como podemos observar na Tabela 3.3., é notória uma elevada percentagem de museus na região de Lisboa e Vale do Tejo (30% dos casos), sendo os Açores a região com menor peso percentual (4%). As regiões Norte e Centro encontram-se na segunda (25,1%) e terceira (18,4%) posições, respectivamente. Estas últimas zonas do país destacam-se, pois a área delimitada para este estudo (região de Aveiro) possui concelhos em ambas as regiões.

Tabela 3.3. - Museu por Região e por Ano (percentagem em coluna e taxa de variação)

Região	Ano						Taxa variação 2000/2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Norte	22,7	24,9	25,5	25,3	25,2	25,1	21,9
Centro	19,1	19,5	19,8	18,4	18,6	18,4	10,5
Lisboa e Vale do Tejo	32,3	29,9	29,3	30,6	30,2	30,1	7,5
Alentejo	10,1	10,1	10,3	10,5	10,1	10,5	16,9
Algarve	7,1	7,5	7,1	6,8	8,1	7,3	15,6
Açores	4,3	4,2	4,0	4,1	3,8	3,9	4,2
Madeira	4,3	4,0	4,0	4,3	4,0	4,7	20,7
<i>Número de casos</i>	533	626	631	588	603	618	13,8

Fonte: OAC/BDmuseus.

Fonte: OAC/BDmuseus *in* Neves e Santos (2006:17)

Quanto à evolução periódica, a região Norte apresenta um crescimento, no número de museus, de 23% em 2000 para 25% em 2005, enquanto que a região de Lisboa e Vale do Tejo diminuiu o seu peso de 32% em 2000 para 30% em 2005 (Neves e Santos, 2006).

Em termos de tutela (Tabelas 3.4. e 3.5.), a administração local detém os valores mais elevados, com cerca de 40,9% dos museus. Especificamente, os museus tutelados pelas Câmaras Municipais são maioritários na administração local (88,9% em 2005), onde as restantes tutelas não ultrapassam os 10%.

Tabela 3.4. - Museus por Tutela e por Ano

Tutela	Ano						Taxa variação 2000/2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Administração Central	19,3	17,4	17,4	17,5	17,1	16,7	0,0
Administração Regional	3,9	3,5	3,6	4,1	4,0	3,9	12,5
Administração Local	39,0	39,1	39,6	40,1	41,5	40,9	17,8
Privados	37,7	39,9	39,3	38,3	37,5	38,5	15,5
<i>Número de casos</i>	533	626	631	588	603	618	13,8

Fonte: OAC/BDmuseus.

Fonte: OAC/BDmuseus *in* Neves e Santos (2006:13)

Tabela 3.5. - Museus da Administração Local por Ano (percentagem em coluna)

Tutela	Ano					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Câmara Municipal	89,9	87,3	87,2	89,8	88,4	88,9
Junta de Freguesia	8,7	9,4	9,2	6,8	7,6	6,3
Assembleia Distrital	1,4	1,2	1,2	1,3	1,2	1,2
Empresa Municipal	0,0	2,0	2,4	2,1	2,8	3,6
<i>Número de casos</i>	208	245	250	236	250	253

Fonte: OAC/BDmuseus.

Fonte: OAC/BDmuseus *in* Neves e Santos (2006:14)

Em termos concelhios, detecta-se a persistência no aumento do número de museus e do elevado número de projectos e das intenções (Neves e Santos, 2006), o que demonstra o crescente interesse nacional, regional e local na actividade museológica, provavelmente associado à indústria turística.

3.2. Benefícios da actividade museológica

Devemos pensar os museus como impulsionadores de desenvolvimento a vários níveis: social, cultural, educativo, lúdico, político, ecológico e económico (Pérez, 2009) (ver Fig.3.1. na página seguinte). Em termos sociais, o museu permite responder a questões colocadas pelo seu ambiente social para que se possa manter em vantagem no contexto das carências e objectivos sociais em mudança (Macdonald, 1992 *in* Pérez, 2009). Deste modo, os espaços museológicos podem ser entregues à gestão local, para que se possam valorizar aspectos comunitários e melhorar a auto-estima local.

Ao criar um espaço cultural, o museu tem a possibilidade de “preservar a identidade local, recuperar património cultural e animar culturalmente uma comunidade” (Pérez, 2009:190), contribuindo significativamente para o desenvolvimento sociocultural.

Outro dos papéis atribuídos ao museu prende-se com a educação. O museu aberto à comunidade, às escolas e a visitantes locais e externos permite a transmissão de conhecimentos capazes de informar as pessoas sobre determinados aspectos, contribuindo para a sua formação. Para além da sua função educativa, os museus são hoje, também, espaços de lazer, pois são visitados por razões de descontração e convívio (Baltazar, 2008).

Os museus são, igualmente, impulsionadores de políticas, pois a maior parte dos museus está ligada a uma administração local ou nacional que depende das novas políticas. Assim, um museu pode ser fruto de uma aspiração política, ao mesmo tempo que o seu progresso pode ser responsável pela projecção de uma determinada política ou administração.

Ao nível ecológico, os novos tipos de museologia permitiram atribuir aos museus um papel de divulgação e consciencialização da conservação do património natural. Como exemplo disto, muitos são hoje os espaços museológicos que aplicam taxas ecológicas aos seus visitantes (que prevê o pagamento de uma taxa de entrada que possibilite a protecção e melhoramento do local e que só é viável se o espaço possuir atractivos).

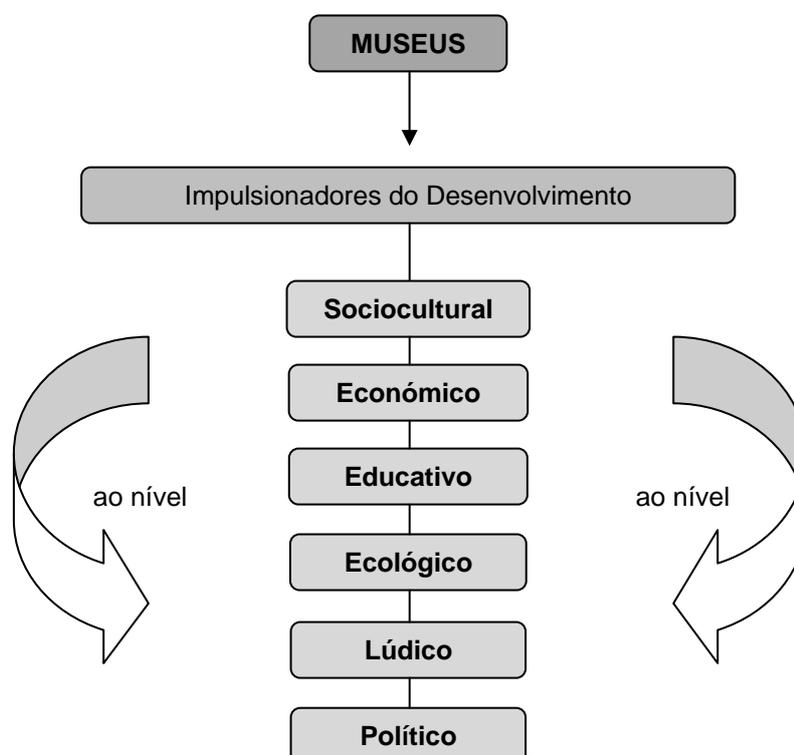
Economicamente, o museu pode garantir benefícios para si próprio, como também ao nível da comunidade local. O museu deve ser pensado como uma empresa auto-

suficiente que produz bens culturais, mas que daí retira receitas. Os museus podem ser vistos como “desfibrilhadores”, pois, independentemente do seu valor social, os museus funcionam como um estímulo para a economia (Fleming, 2006 *in* Tien, 2008).

Ao nível da gestão financeira, o museu pode obter receitas próprias (entradas, vendas, restauração, filmes, espectáculos, eventos, rendas, quotizações, programas educativos, publicações, prestação de serviços) e externas (subsídios públicos, donativos, mecenato). É óbvio que os museus possuem despesas (remunerações, manutenção, conservação, programação, *marketing*, seguros), mas uma gestão otimizada permite prever todos os panoramas.

Toda a movimentação que um museu concebe pode iniciar uma procura generalizada (ou segmentada), trazendo benefícios para a economia local, onde o comércio local pode ser o mais favorecido.

Figura 3.1. - Níveis dos Benefícios dos Museus



3.3. Museus e Turismo Cultural

Os museus são instituições necessárias para o desenvolvimento humano, na medida em que possuem um intenso sentido cultural e social. O museu possibilita que sejam preservados aspectos da nossa memória colectiva, ao mesmo tempo que transmite às novas gerações aspectos e valores basilares do património cultural (Pérez, 2009). O museu permite definir e revelar identidades, ao mesmo tempo que as recria, contribuindo para a concepção de imaginários culturais.

É nesse sentido que “a função dos museus evoluiu de exposições tradicionais, pesquisa, colecção e educação para comunicações mais inovadoras, informação, empirismo, lazer e mais” (Kwang-Nan, 2008:1), transformando a actividade museológica no foco da indústria cultural.

Ora este forte sentido cultural dos museus transformou-se num ponto turístico de interesse, pelo que a relação Museu-Turismo deve ser largamente explorada, visto que um dispõe dos recursos e o outro fornece o público – “deve existir a consciência de que os museus possuem um potencial de atracção turística, podendo constituir-se como parceiro principal do desenvolvimento do Turismo Cultural” (Castro, 2007:7).

A democratização do ensino, o aumento da escolaridade obrigatória, a existência de mais tempo livre, o aumento do número de férias e o início das férias pagas são os principais factores que permitem o incremento do consumo de bens culturais (Baltazar, 2008). Os museus foram as instituições que mais foram favorecidas com estas mudanças, pois o seu público diversificou-se e ampliou-se.

Este aumento da procura trouxe dois novos tipos distintos de comportamentos dos visitantes: uma atitude mais crítica e participativa que valoriza a interacção com o espaço e os objectos; e uma atitude mais impaciente que pretende o consumo acelerado dos bens culturais (Baltazar, 2008). Associado a estes factores encontram-se outros como a redução dos financiamentos públicos e a exigência da justificação do investimento financeiro (Aalst e Boogaarts, 2004; Baltazar, 2008; Pérez, 2009), a partir das décadas de 60 e 70 do século passado.

Perante estas mudanças e novas posturas dos segmentos da procura, os museus tiveram de reflectir o seu papel cultural e turístico, repensando toda a sua oferta, organização e gestão internas. Os museus aperceberam-se que tinham de funcionar como “empresas culturais que prestam serviços no mercado do lazer” (Eguizábel, 2008:25 *in* Baltazar, 2008:31), onde a vertente da aprendizagem deve co-existir com uma de convívio.

Pérez (2009:205-206) enumera os novos desafios dos museus na sua relação com o Turismo:

- a) Generalizar as exposições temporárias;
- b) Renovar as técnicas expositoras: composições cenográficas, meios audiovisuais, desenho e realidade virtual;
- c) Estender o museu sobre o território: *musealizar* o território e *territorializar* o museu;
- d) Reconstrução real, não virtual, da vivência;
- e) Aumentar o número de visitas sem saturar a capacidade de carga;
- f) Tornar compreensíveis, para diferentes grupos sociais, a identidade cultural representada no museu;
- g) Seguir as orientações dos ecomuseus, da nova museologia, da museologia pobre, dos museus de sociedade. Todos eles planeiam o contacto dos visitantes com a população do território no qual estão inseridos;
- h) Acrescentar o ludismo e a interactividade do museu, sem cair na banalização mais superficial e juntando o lúdico à educação;
- i) Utilizar guias intérpretes;
- j) Criar museus vivos que tenham em conta as necessidades e problemas das comunidades e dos públicos.

Estes aspectos demonstram que para atrair visitantes não basta aos museus a existência de espólios consagrados. Estas instituições devem realizar um trabalho dinâmico

(exposições temporárias renováveis, informações impressas em vários idiomas, formação de pessoal competente para atender à segmentação do público, entre outros) e ainda estratégias de *marketing-mix* direccionado à indústria do Turismo. Assim, os museus transformam-se numa atracção rentável, geradora de recursos, cujos dividendos são repartidos por diversos sectores da actividade turística (Gomes, 2005 *in* Funari, 2005).

Desta forma, “os museus assumem-se cada vez mais como pontos de interesse renovado para os locais e para os turistas” (Castro, 2007:7), pois quando os visitantes se deslocam na actualidade, na procura de diferentes possibilidades de consumo, deparam-se com uma vasta e numerosa gama de oferta museológica.

3.4. “Clusters” de museus: uma solução possível

O crescimento do número de museus a nível global e a necessidade de gerarem as suas próprias receitas para sobreviverem, obrigaram muitos museus a competirem pelos visitantes (Aalst e Boogaarts, 2004). Esta competição pode tornar-se num problema, pois muitos museus acabam por abafar outros mais pequenos e com menos capacidade de oferta. É neste seguimento que alguns autores, como Aalst e Boogaarts (2004) e Tien (2008), apresentam como solução a criação de *distritos culturais* ou *clusters de museus*.

Aalst e Boogaarts (2004) vêem os *clusters de museus* como uma forma de dar visibilidade às instituições, ao mesmo tempo que lhes fornecem orientação e possibilitam a partilha de infra-estruturas (estacionamento, transportes públicos, acessos).

Tien (2008:4) define *cluster* como um “grupo geograficamente concentrado de empresas interconectadas e instituições associadas num campo particular” e *distrito cultural* como uma “área reconhecida e rotulada de uma cidade em que uma alta concentração de equipamentos culturais serve como âncora da atracção”. Deste modo, os *clusters culturais* são uma estratégia de revitalização económica de uma área específica que, segundo Tien (2005:4) podem conduzir aos seguintes impactos:

- a) Embelezamento e animação;
- b) Oferta de emprego;

- c)** Atração de residentes e turistas;
- d)** Complemento a negócios adjacentes;
- e)** Aumento dos valores de propriedade;
- f)** Expansão da base tributária;
- g)** Atração de funcionários bem-formados;
- h)** Contribuição para um ambiente criativo e inovador.

Os *clusters de museus* são, então, uma das soluções apresentadas para que se possam recriar melhores condições que possibilitem a preparação e apresentação de uma oferta museológica mais atractiva para a indústria do Turismo e, particularmente, para os visitantes. Contudo, as instituições devem cooperar dentro do *cluster*, desenvolvendo redes de entreaajuda e participação, que conduzam ao sucesso.

Capítulo IV

ROTAS TURÍSTICAS

4.1. Rotas ou itinerários turísticos

Uma rota ou itinerário implica um processo activo, interactivo e evolutivo indispensável à actividade turística e fundamental no âmbito deste estudo. O *Dicionário da Língua Portuguesa* (Costa e Melo, 1995), apresenta as definições de “itinerário”, “roteiro” e “rota”:

- **Itinerário** (s.m.): indicação do caminho a percorrer; roteiro; descrição de viagem.
- **Roteiro** (s.m.): itinerário; livro [ou guião] onde se consagram todos os pormenores de uma viagem importante.
- **Rota** (s.f.): caminho; rumo; roteiro.

Já Quijano et al. (1992:22) *in* Correia (2005:58) indica que itinerário ou rota é uma “descrição de um caminho ou rota, especificando os lugares de trânsito e propondo uma série de actividades e serviços”. Desta forma, e depois de apresentados os significados dos conceitos supra-citados, percebe-se facilmente que se tratam de sinónimos, pelo que serão utilizados, ao longo deste estudo, como tal.

Ainda em Correia (2005) são apresentadas as fases da organização de uma rota, e as suas classes e classificações. Quanto à fase organizativa, pode-se observar a Tabela 4.1., onde o autor apresenta as fases de preparação, de desenvolvimento e de análise da rota, sobre uma perspectiva pessoal e outra organizacional.

Em termos de classes de rotas, são apresentadas: as de férias, as desportivas, as culturais, as ecológicas, as de turismo e saúde, as religiosas, as profissionais e de negócios, as de ócio organizado, as de turismo alternativo e as de turismo social. Quanto à classificação, Correia (2005) indica que os itinerários ou rotas se podem classificar segundo:

- O meio de transporte;

- A duração;
- O destino;
- O segmento de mercado;
- O número de participantes;
- As costas e ilhas;
- A base geográfica;
- O interesse cultural;
- O valor artístico.

Tabela 4.1. - Fases da Organização de um Itinerário ou Rota

Fases	Perspectiva pessoal	Perspectiva organizativa
Preparação da rota	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iniciação, preparação; ▪ Pode-se imaginar a viagem; ▪ Recolha de documentação sobre o destino. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeamento; ▪ Desenho; ▪ Organização; ▪ Reservas; ▪ Comercialização; ▪ Venda.
Desenvolvimento da rota	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A viagem tem um forte cunho pessoal. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Papel importante do guia interprete.
Análise da rota	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pode-se recordar a viagem posteriormente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprovar o seu funcionamento através do guia interprete; ▪ Estudar a satisfação do cliente; ▪ Analisar o desvio de custos; ▪ Resultados económicos da viagem.

Fonte: Adaptação de Quijano et al. (1992:23) in Correia (2005:59)

Ao projectar-se um roteiro é necessário obedecer a um processo metódico, onde se deve procurar responder a uma série de questões. Deste modo, propõe-se uma adaptação do “Modelo de folheto para roteiro” de Pérez (2009) para organizar os elementos a ter em conta na construção de um roteiro ou itinerário:

- Planear os roteiros com antecedência;
- Considerar o quê e quem se visita;
- Reflectir sob o tema do roteiro;
- O roteiro deve apresentar o local visitado e suas características geográficas, socioculturais, económicas, etc.;
- O uso do tempo deve ser bem pensado;
- Pensar no número de pessoas que participarão no roteiro (por exemplo, um número elevado pode ter impactos socioculturais negativos sobre a população local);
- O roteiro deve explicar o objectivo do itinerário e os conceitos-chave;
- Procurar segmentar a visita, facilitando a interpretação do local visitado;
- Reforçar a vivência e a experiência.

Na elaboração da rota turística propriamente dita, Paula e Bastos (2002) afirmam que esta deve ser composta por quatro etapas distintas:

- 1) Deve definir-se a rota a ser implementada, visto que esta depende dos atractivos disponíveis na região;
- 2) São definidos os pontos turísticos estratégicos que irão compor a rota;
- 3) É feito o levantamento da área em termos geográficos e de acessos que ligam os pontos turísticos;
- 4) É aplicado o programa para traçar a rota turística.

Na primeira etapa, os autores fazem referência à questão fulcral do assunto: *que rota implementar?* Aqui são identificados os elementos turísticos (de uma determinada região) que possuem um elevado grau de atractividade e que reúnem as condições necessárias para que seja criada uma rota turística.

É neste seguimento que é feita a ponte para a segunda fase da constituição da rota – *identificar os pontos turísticos que irão compor a rota*. Nesta etapa, devem ser tidos em conta alguns aspectos, como por exemplo o(s) segmento(s) de mercado que se pretende atrair (ou para os quais a rota deve ser direccionada), para depois se identificarem os critérios de selecção dos pontos turísticos que passarão a constituir a rota turística. Estes critérios variam de acordo com a rota que se pretende implementar, o mercado que se pretende atrair, a região em que se aplica a rota, o tempo disponível para viajar, entre outros.

Para identificar os critérios mais utilizados na selecção dos pontos que podem fazer parte de uma rota turística, foi realizada uma pesquisa *on-line* de rotas turísticas implementadas em território nacional e internacional. Deste modo, foram seleccionados nove exemplos de rotas turísticas: *Art Itinerary - Museums in Florence*; *A Yorkshire Itinerary - Five Days Among Yorkshire's City Gems*; *Rome Guide Italy. A weekend full of experiences*; *Turismo na Austrália*; *Rota do Fresco*; *Rota do Românico do Vale do Sousa*; *Rota do Vinho do Ribatejo*; *A Guide to the Small Museums of Britain*; e *Rota da Liberdade*. Estes exemplos permitiram identificar critérios como:

- **Proximidade geográfica.** Este critério revelou-se importante na constituição de grande parte das rotas turísticas, pois a proximidade entre os pontos turísticos facilita a jornada e, na maior parte dos casos, limita a própria abrangência da rota. Uma pesquisa *on-line* permitiu identificar rotas que utilizam este critério na organização dos seus percursos (ex: *Art Itinerary – Museums in Florence*, *A Yorkshire Itinerary – Five Days Among Yorkshire's City Gems*; *Rome Guide Italy – A weekend full of experiences*; *A Guide to the Small Museums of Britain*; *Turismo na Austrália*; *Rota da Liberdade*; *Rota do Fresco*; *Rota do Românico do Vale do Sousa*; *Rota do Vinho Ribatejano*).
- **Temática** é outro dos critérios identificados e torna-se, sem dúvida, indispensável à constituição de uma rota turística, pois permite que seja criada a verdadeira essência da rota, ligando todos os pontos turísticos do percurso sob um mesmo

tema. A temática permite que sejam identificados os elementos que fazem sentido dentro de uma determinada rota, ao mesmo tempo que ajuda na elaboração de toda uma história que irá proporcionar uma verdadeira experiência turística. Em todos os exemplos pesquisados, a temática marca uma forte presença (ex: *Art Itinerary – Museums in Florence*; *A Yorkshire Itinerary – Five Days Among Yorkshire’s City Gems*; *Rome Guide Italy – A weekend full of experiences*; *A Guide to the Small Museums of Britain*; *Turismo na Austrália*; *Rota da Liberdade*; *Rota do Fresco*; *Rota do Românico do Vale do Sousa*; *Rota do Vinho Ribatejano*);

- **Tempo disponível para viajar** apresenta-se como outro critério, na medida em que é fundamental adaptar a rota ao tempo que o visitante tem disponível, ou até mesmo determinar o tempo necessário para percorrer a rota. O tempo gasto nos trajectos depende de inúmeros factores e varia de rota para rota (ex: *Art Itinerary – Museums in Florence*: 1 dia; *A Yorkshire Itinerary – Five Days Among Yorkshire’s City Gems*: 5 dias; *Rome Guide Italy – A weekend full of experiences*: de 2 a 7 dias; *Turismo na Austrália*: até 20 dias; *Rota da Liberdade*: 3 dias, *Rota do Fresco*: ½ a 1 dia; *Rota do Românico do Vale do Sousa*: ½ a 4 dias);
- Outros: **interesses** dos visitantes (ex: *Rome Guide Italy – A weekend full of experiences*), **estilo de viagem** que o visitante pretende realizar (ex: *Turismo na Austrália*), **capacidade económica** do visitante e quanto pretende gastar (ex: *Turismo na Austrália*), e **sub-temáticas** (ex: *Rota do Vinho do Ribatejo*).

Todavia, não basta identificar os critérios e aplicá-los. Qualquer rota turístico-cultural deve contar uma história e proporcionar uma vivência. Só assim, os elementos a visitar passam a compor um circuito conjunto com alguma integridade.

Na terceira fase deve delimitar-se o espaço geográfico que irá compor a rota turística, bem como identificar todos os acessos (vias, meios de transporte, horários, parques de estacionamento, condicionalismos de acesso) que estabelecem a ligação entre pontos atractivos da rota. Aqui deve-se ponderar a proximidade geográfica entre as atracções (pois atracções separadas por grandes distâncias podem perder o interesse para a procura turística e devem assim ficar fora da rota), bem como o tipo de turista que se pretende atrair, pois existem segmentos que estão dispostos a percorrer áreas maiores do que outros.

Na quarta e última etapa é então estabelecido o programa da rota. Antes de ser aplicado, este deve ser testado para que sejam identificadas algumas falhas que possam ser colmatadas, apresentando assim um produto turístico de qualidade.

4.2. Rotas culturais

O conceito de itinerário cultural é inovador, completo, complexo e pluridisciplinar, pois contribui qualitativamente para a noção de património, sua divulgação e conservação, ao mesmo tempo que reforça o valor de cada elemento que compõe a rota e valoriza a comunidade local (ICOMOS, 2008).

Segundo Menezes (2002) *in* Pérez (2009:233), os roteiros culturais:

“são itinerários de visita organizados, nos quais não se apresenta apenas uma sequência de atracções a serem visitadas, procurando-se também, realizar uma leitura sociocultural do território. Este plano de visitas deve ter em conta que as atracções não servem por si sós, precisando de valorização sociocultural, de interpretação, de reconhecimento da sua importância e relevância.”

Já Pérez (2009:232) apresenta uma definição de itinerário cultural da Associação CISTE:

“...um circuito marcado por sítios e etapas relacionados com um tema. Este tema deverá ser representativo de uma identidade regional própria, para favorecer um sentimento de pertença, de reconhecimento ancorado na memória colectiva. O conjunto organizado formado pelos sítios e etapas tem um valor emblemático e simbólico para a população local e, para o conjunto de pessoas externas, denominadas de visitantes. O tema designado pode dar-se a conhecer à volta de diferentes valores culturais: o vínculo histórico, o vínculo etnográfico, o vínculo social, uma corrente artística, uma identidade geográfica, uma identidade geográfica, uma identidade arquitectónica, as actividades tradicionais, as actividades artísticas, as produções artísticas.”

De acordo com esta última definição, os itinerários culturais devem reconhecer a identidade patrimonial cultural e natural representativa de um dado local, ao mesmo

tempo que procuram servir de elo de ligação entre visitantes e visitados. O tema e os pontos estratégicos do itinerário podem variar de acordo com o produto turístico que se pretende projectar. Aqui, os critérios diversificam-se consoante: aquilo que o local tem para oferecer, o que o visitante procura, as condições e serviços que são disponibilizados, os investimentos que são feitos, entre outros.

Para o enriquecimento do roteiro cultural pode ainda associar-se a este o guia interprete. Esta figura pode funcionar como mediador cultural que estimula a autenticidade da experiência turístico-cultural (Pérez, 2009).

A Carta dos Itinerários Culturais divulgada pela ICOMOS (2008:3) define o itinerário cultural de uma forma mais abrangente: “via de comunicação terrestre, aquática, mista ou outra, determinada materialmente, com uma dinâmica e funções históricas próprias, ao serviço dum objectivo concreto e determinado”. Contudo, apresenta ainda o contexto, o conteúdo, o valor de conjunto partilhado, o carácter dinâmico e a envolvente como elementos definidores do itinerário cultural.

No *contexto* pretende-se saber exactamente qual o ambiente natural ou cultural em que se insere o itinerário, enquanto que no *conteúdo* se limita o âmbito dos itinerários culturais ao património tangível e intangível. O *valor de conjunto partilhado* confere aos itinerários culturais uma natureza integrada, que reúne a soma dos indivíduos; o *carácter dinâmico* remete para as influências recíprocas que este tipo de actividade prevê; e o *meio*, como o próprio nome indica, é o espaço físico ao qual o itinerário pertence e do qual recebe influência.

Segundo Pérez (2009), existem cinco fases de preparação de um roteiro ou itinerário cultural:

- Primeira fase: o guia intérprete estuda o contexto sociocultural do local e conhece os recursos potenciais;
- Segunda fase: analisar os visitantes (potenciais e reais) em termos de número, expectativas, motivações, perfil, etc;

- Terceira fase: definir um roteiro de acordo com um tema. Aqui deve ser tida em conta a questão: *O que queremos comunicar?*. É partir desta questão que o argumento deve ser formulado;
- Quarta fase: comunicar e interpretar o itinerário através de diferentes suportes informativos;
- Quinta fase: fortalecer o envolvimento da comunidade local com o itinerário.

A Carta dos Itinerários Culturais (ICOMOS, 2008) refere ainda que um itinerário cultural deve ser identificado, autenticado, integrado e metódico. Quando à metodologia, refere-se à necessidade de seguir um conjunto de passos na elaboração e gestão deste tipo de roteiros:

- Identificação global do itinerário;
- Relatório preliminar;
- Elaboração de um diagnóstico;
- Realização de um plano estratégico de salvaguarda, conservação e conhecimento do itinerário, que sensibilize a sociedade e garanta mecanismos de coordenação das acções.

A classificação dos itinerários culturais apresentada pela ICOMOS (2008) difere um pouco daquela apresentada por Quijano et al. (1992) *in* Correia (2005). Aqui, este tipo de itinerários é classificado segundo a sua dimensão territorial e cultural, o seu objectivo (ou função), a sua configuração estrutural (linear, radial, em rede) e o seu enquadramento natural (terrestre, aquático, misto).

4.3. Rotas museológicas

O Turismo contemporâneo permitiu o aparecimento de múltiplas rotas temáticas. Esta variedade permitiu a diversificação da oferta, ao mesmo tempo que facilitou a promoção de novos produtos turísticos e destinos (Correia, 2005). No âmbito desta investigação, os

pequenos e médios museus na região de Aveiro são o objecto de estudo, pelo que as Rotas Museológicas (ou rotas de museus) serão a temática seleccionada.

As rotas de museus funcionam como mecanismos de apresentação, organização e divulgação da Museologia, e podem potenciar os recursos socioculturais e patrimoniais de um local/região, integrando outras áreas como a tradição, o património, a arte, os costumes, o artesanato, a etnografia e a História. O desenvolvimento de uma Rota Museológica é de tal maneira complexo que abrange diversos agentes (públicos e privados) no seu planeamento e na sua organização e gestão.

Durante a fase do planeamento da Rota Museológica podem-se admitir os seguintes princípios, adaptados de Silbergh et al (1994) *in* Correia (2005):

- Fluxo de tráfego contínuo ao longo da rota;
- Prestação de mapas / guias e sinalética;
- *Facilities* adequadas para aumentar a satisfação do visitante;
- Facilitar a descoberta e fruição pelos visitantes e moradores;
- Articular rotas nacionais, regionais e locais;
- Integrar planeamento das rotas com atracções e *facilities*;
- Envolver as partes interessadas (públicas e privadas);
- As rotas devem ser parte de uma estratégia de gestão de visitantes que ajude a proteger os recursos e zonas sensíveis, evitar o congestionamento e trazer benefícios;
- Considerar a capacidade da rota e da área de absorver o tráfego e os turistas;
- Planear de início a estratégia de *Marketing-Mix* (identificação de segmentos de mercado-alvo);
- A vigilância deve ser permanente, bem como o sistema de manutenção (deve incluir o *feedback* dos visitantes).

Mais do que uma simples rota turística, uma Rota Museológica é o testemunho de uma identidade. Como itinerário cultural que é, representa um processo evolutivo e dinâmico das diversas ligações humanas interculturais, realçando multiplicidade das contribuições dos distintos povos para o património cultural (ICOMOS, 2008).

Portanto, é fundamental tomar medidas de monitorização que controlem os impactos negativos do Turismo, tanto no local visitado, como nas comunidades residentes. Deve-se respeitar a autenticidade e o valor material e intangível dos objectos, mas também as tradições e costumes locais.

Considerando que uma rota cultural (ou, neste caso, museológica) é um “instrumento de cooperação e de compreensão que nos dá uma visão bastante completa sobre o encontro de culturas e de civilizações” (ICOMOS, 2008:10), deve-se considerar a divulgação, promoção e apoio de todo o tipo de iniciativas deste género.

Outro dos impactes positivos da construção de Rotas Museológicas remete para um efeito de multiplicador económico: ao criar novas oportunidades e novos postos de trabalho, ao estimular o investimento local (público e privado) e ao impulsionar regiões de menor desenvolvimento (Eusébio, 2006).

Capítulo V

REDES MUSEOLÓGICAS

5.1. Teoria dos Sistemas (redes)

*Só há um **sistema aberto** e tudo são subsistemas* (Edgar Morin).

Na sociedade global em que hoje vivemos, torna-se absolutamente essencial o trabalho colectivo e cooperante, de forma a otimizar recursos, conceitos e estratégias para atingir o sucesso. Desta forma, as políticas económicas e socioculturais devem apostar na multidisciplinaridade, partilhando decisões, tarefas, custos, benefícios, soluções, entendendo que uma sociedade em rede assenta numa sociedade democrática (Carvalho, 2008).

Considera-se *sistema* um conjunto de elementos que se inter-relacionam, coordenadamente, de forma a alcançarem certos objectivos. Deste modo, a relação entre elementos num sistema é tão coesa que a alteração num elemento provoca mudanças noutro/os (Cunha, 2007). Assim sendo, ao conceito de *sistema*, pode-se sempre associar o de *rede*.

Cada elemento que compõe o sistema tem características próprias e encontra-se em interacção com outros elementos, originando dinamismo e organização (rede relacional que mantém o sistema). Um sistema possui sempre um contexto (ou meio), o qual influencia e de onde recebe influência. Os subconjuntos ou subsistemas possuem características semelhantes ao sistema que integram e interagem, comunicando, num sentido funcional ou disfuncional (ver Fig. 5.1). Os sistemas podem, ainda, ser fechados (não existe nenhuma interacção com as realidades externas) ou abertos (semi-permeáveis, permitindo trocas constantes com o meio) (Lotman, 1996).

Um sistema, como conjunto activo, estruturado e evolutivo difere pelo tipo e grau de interacção sistémica. Em termos de interacção sistémica, o sistema possui duas qualidades principais: auto-organização e retroactividade. A mudança nos sistemas pode ser “auto-correctiva” (não implica grandes alterações) ou “verdadeira mudança”. Assim,

os sistemas são normalmente dinâmicos e nunca atingem a total estabilidade (Lotman, 1996).

5.1.1. O Sistema Cultural

No âmbito da Cultura e da comunicação intercultural, uma das primeiras realidades implicadas em todo o Turismo Cultural, pois remete para a relação entre visitante e visitado, os sistemas são sempre abertos e semi-permiáveis, efectuando trocas com o meio (ver Fig. 5.1). Estes sistemas auto-regulados ou abertos controlam o fecho e a abertura das suas fronteiras, ao mesmo tempo que se auto-corrigem e auto-organizam em termos funcionais.

Neste contexto, a Cultura é entendida como um sistema semiótico, ou seja, um sistema que produz sentido e bens simbólicos, tornando-se o que Lotman (1996) designou por semiosfera. A semiosfera possui alguns traços distintivos, dos quais se destacam: carácter delimitado, irregularidade semiótica, isomorfismo, interconexão, regulação interna (alternância entre tendência dextrohemisférica da Cultura *versus* tendência sinistrohemisférica da Cultura); e profundidades diacrónica (memória) (Lotman, 1996). No contexto do presente trabalho, limitamo-nos a referir estas características e a desenvolver apenas aquelas que se relacionam directamente com aspectos trabalhados na parte empírica do nosso estudo.

No que respeita à alternância da tendência dextro com a sinistro, refere-se que o desenvolvimento cultural, em termos sistémicos processa-se através de movimentos pendulares, alternando entre momentos de automatização e desautomatização e entre movimentos canónicos e não-canónicos.

Quando o desenvolvimento cultural é lento e progressivo integram-se objectos próximos, mas quando o desenvolvimento é explosivo introduzem-se objectos estranhos (Lotman, 1996). Quando o desenvolvimento se dá por comunicação entre duas Culturas, a Cultura de recepção desvincula os objectos e as práticas Culturais de origem, conferindo-lhe traços de sinistro-hemisfericidade, quer dizer de grande e profunda criatividade. Ora é esta precisamente a grande potencialidade do Turismo Cultural, especificamente do ponto de vista do turista e consumidor cultural, pelo facto de que este se encontra predisposto a absorver as práticas culturais que lhe são sugeridas.

5.1.2. O Sistor

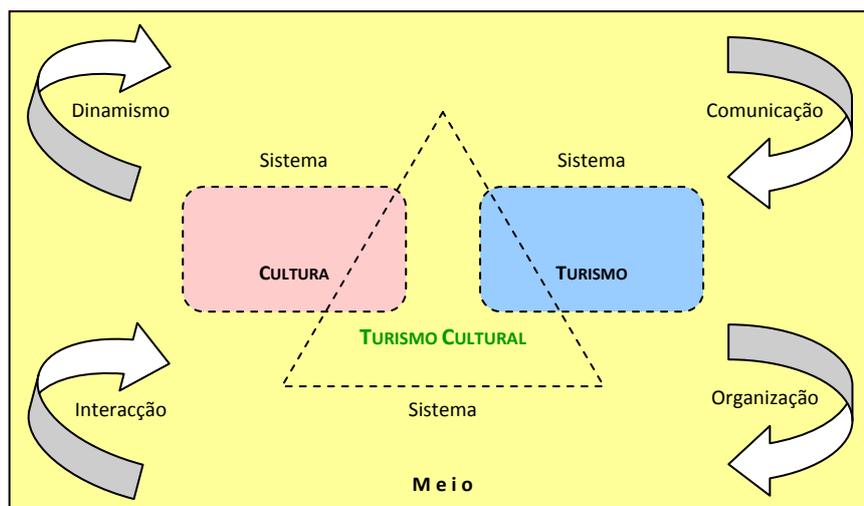
O conceito de Sistor (Sistema Turístico), desenvolvido pelo académico Mário Beni (1977), não é mais do que uma aplicação particular da Teoria Geral dos Sistemas. O Sistor procura conhecer a estrutura da actividade turística, detectar causas e efeitos a considerar, identificar componentes do sistema, detectar subsistemas controladores e dependentes, identificar e analisar outros sistemas antecedentes e condicionantes, e examinar os elementos que constituem as relações do sistema com todos os componentes que a eles estão associados (Beni, 1997).

O Sistema Turístico analisa cinco diferentes componentes: estudo do espaço turístico; perfil socio-económico da área receptora; estudo da ordenação geopolítica e administração da área receptora; estudo e previsões do comportamento do mercado de Turismo na área receptora, e diagnóstico do Turismo na área receptora.

O Turismo não é um fenómeno isolado, pelo que se encontra relacionado com tudo o que abrange a actividade humana e o meio em que esta se insere. O modelo Sistor identifica e distingue os recursos existentes no destino e o seu potencial turístico. As atracções incluem-se no subsistema da oferta turística e podem ser naturais ou culturais.

As atracções naturais implicam todos os locais convencionalmente chamados de paisagem, na qual não ocorreu intervenção do homem, ainda que este o possa fazer a qualquer instante. As atracções culturais, que constituem os elementos de maior interesse para este estudo, implicam já a intervenção humana e englobam quatro grandes vertentes: atracção histórico-cultural; manifestações e usos tradicionais e populares; realização técnica e científica; e grandes eventos (Beni, 1997). Todas estas componentes podem tornar-se atractivos turísticos culturais, motivando a deslocação de pessoas.

A Figura 5.1. representa um esquema do Sistema Turístico-Cultural. Observa-se que os sistemas *Cultura* e *Turismo* comunicam, formando o *sistema Turismo Cultural*. Entre estes sistemas e o meio envolvente, existem relações de dinamismo, interacção, comunicação e organização. Ou seja, os sistemas não são estáticos e encontram-se em constante actividade, comunicando e influenciando o comportamento de cada um dos elementos que compõem os sistemas em causa.

Figura 5.1. - Sistema Turístico-Cultural (esquema)

Fonte: Autora (2010), com base em Beni (1997)

5.2. Redes de museus

Depois de um entendimento quando ao funcionamento de uma rede ou sistema, o passo seguinte prende-se com a sua aplicabilidade à área da museologia. Os sistemas ou redes de museus representam um novo modelo de gestão administrativa (Carvalho, 2008) que procura reforçar o entendimento entre elementos ou, neste caso, instituições museológicas. Em relação às redes de museus, Carvalho (2008:42) afirma que:

“Para reforçar identidades, potencializar recursos, estimular demanda e diminuir as irregularidades e diferença entre as diversas instituições, entende-se que o trabalho em rede é a principal estratégia para que estas instituições cumpram a sua missão de preservação, conservação e acesso ao público.”

A partir de 1980, os países da Europa Central começaram a demonstrar mais interesse pela preservação das suas entidades culturais, pelo que iniciaram uma política de fundação e salvaguarda de museus. Juntamente com estas decisões, desenvolveram-se práticas legislativas e administrativas que caminharam para a implementação de sistemas em redes de museus, como assegura Carvalho (2008:53):

“As redes de museus europeias funcionam verticalmente, horizontalmente ou ainda por sistemas mistos, e são criadas a partir de códigos internacionais de museus, como o código de deontologia do ICOM e documentos formalizados em congressos de museus, como é o caso da Carta Cultural Iberoamericana de Museus.”

Em termos de redes internacionais de museus, pode dar-se como exemplo: a **NEMO** (*The Network of European Museum Organizations*), que é uma rede dependente de associações de museus e similares que representam a comunidade museológica da Europa; a **rmn** (*Réunion des Musées Nationaux*), rede de museus nacionais, em França; o **MLA** (*Museums, Libraries and Archives Council*), que é um organismo público patrocinado pelo Departamento da Cultura, Media e Desporto de Inglaterra; e o próprio **ICOM** (*International Council of Museums*).

A nível nacional destaca-se a Rede Portuguesa de Museus (**RPM**) que “é um sistema organizado de museus, baseado na adesão voluntária, configurado de forma progressiva e que visa a descentralização, a mediação, a qualificação e a cooperação entre museus” (RPM, 2010). Esta rede pública apresenta, no seu *site*⁶, os seguintes objectivos:

2. Valorização e a qualificação da realidade museológica nacional;
3. Cooperação institucional e a articulação entre museus;
4. Descentralização de recursos;
5. Planeamento e a racionalização dos investimentos públicos em museus;
6. Difusão da informação relativa aos museus;
7. Promoção do rigor e do profissionalismo das práticas museológicas e das técnicas museográficas;
8. Fomento da articulação entre museus.

⁶ <http://www.ipmuseus.pt/pt-PT/rpm/ContentDetail.aspx>

Em termos regionais, podem dar-se como exemplos a Rede de Museus do Douro (**Mud**) e a Rede Regional de Museus dos Açores (**RRM**), enquanto que numa escala local destaca-se a Rede de Museus de Matosinhos (**MuMa**).

A Mud “é uma plataforma de encontro e diálogo entre as diferentes instituições museológicas, (...) a operar na Região Demarcada do Douro, [que] tem por missão aliar diferentes estruturas museológicas num projecto cultural comum, (...) assumindo um papel activo no desenvolvimento da Região (...)” (Museu do Douro, 2010). A Mud procura, ainda, criar condições apropriadas à prática de actividades culturais dos seus associados, ao mesmo tempo que prevê uma divulgação de informação sistemática e promove entretajuda técnica.

A Rede Regional de Museus dos Açores engloba os oito museus tutelados pela Presidência do Governo/ Direcção Regional da Cultura e concentra-se na promoção da identidade própria de cada museu associado. Esta rede procura “valorizar o tecido museológico regional; potenciar ou favorecer as acções susceptíveis de o dinamizar; promover a realização dos inventários, a troca e a divulgação da informação; e encorajar as iniciativas originais em matéria de apresentação das colecções e de serviços educativos” (Governo dos Açores, 2010).

A Rede de Museus de Matosinhos procura “mediar e apoiar o tecido museológico do concelho de Matosinhos, através (...) do fomento da cooperação entre as diversas instituições (...)” (C.M.M., 2010). No *site*⁷ da rede, estão ainda disponíveis os objectivos a atingir pela instituição:

1. Incrementar a colaboração entre a Autarquia Municipal e os museus de Matosinhos;
2. Promover e divulgar os museus e as suas colecções;
3. Democratizar o acesso à informação e à formação de pessoal especializado;
4. Descentralizar e racionalizar meios técnicos e financeiros;
5. Incentivar a aplicação de correctas práticas museológicas e museográficas.

⁷ http://cmmatosinhos.wiremaze.com/PageGen.aspx?WMCM_Paginald=11770

Capítulo VI

PROPOSTA DE ROTAS MUSEOLÓGICAS NA REGIÃO DE AVEIRO

6.1. A região de Aveiro

A Região de Aveiro é conhecida pela sua valiosa oferta turística de espaços, momentos e sensações fornecidas pelas suas paisagens e pelo seu ex-líbris: a Ria de Aveiro. Espaço correspondente à Beira Litoral (excepto os concelhos mais a Norte que pertencem ao Douro Litoral) o distrito de Aveiro compreende uma área de 2.808 Km² e cerca de 732.867 habitantes, segundo dados do Governo Civil de Aveiro (2010).

Fazem parte do distrito os seguintes dezanove municípios: Águeda, Albergaria-a-Velha, Anadia, Arouca, Aveiro, Castelo de Paiva, Espinho, Estarreja, Ílhavo, Mealhada, Murtosa, Oliveira de Azeméis, Oliveira do Bairro, Ovar, Santa Maria da Feira, São João da Madeira, Sever do Vouga, Vagos e Vale de Cambra. A maior parte do território desta região é composto por extensas planícies dominadas pelas praias atlânticas e pela Ria de Aveiro, mas para Oriente e para Norte o relevo torna-se mais acentuado, englobando as Serras do Caramulo, de Arada e do Montemuro (Guia da Cidade, 2009).

Tal como é referido no *síte* do Turismo Centro de Portugal (2010), a região de Aveiro deve valorizar turisticamente a sua área geográfica, procurando atingir o aproveitamento equilibrado das potencialidades turísticas do seu património histórico-cultural e natural. Assim, segundo Semedo (2009), a Região de Aveiro pode oferecer, em matéria turística, os seguintes recursos:

- A Ria e sua paisagem lagunar;
- As suas “sub-regiões” que potenciam ofertas diversificadas, como por exemplo as praias do litoral, as serras do interior, as rotas do vinho e do espumante, etc;
- O alojamento, que tende a evoluir quantitativa e qualitativamente;
- A gastronomia regional;
- Os eventos académicos e de negócios.

Todos estes elementos se devem articular com outros de carácter atractivo para que o turismo na Região de Aveiro não seja apenas “um factor de sustentabilidade, mas um dinamizador do progresso” (Semedo, 2009).

Baseado na informação recolhida no *síte* do Turismo Centro de Portugal, é possível apresentar a Região da Ria de Aveiro através de quatro produtos territoriais:

- 1) A Ria;
- 2) O Mar;
- 3) Entre o Mar e a Serra;
- 4) Montanhas e Serras do interior.

1) A Ria de Aveiro estende-se por um território de aproximadamente 50 km, ao longo do Litoral Centro, desde Mira até Ovar. Base de sustentação de grande parte das populações ribeirinhas, a Ria proporciona cenários paisagísticos deslumbrantes, recheados de uma diversidade de fauna e flora naturais. O barco moliceiro ou as salinas de Aveiro são símbolos desta cultura incomparável.

2) A orla costeira da Região de Aveiro, que se estende de Esmoriz ao Areão, agrega inúmeras praias afamadas como as da Vagueira, Barra, Torreira, Espinho, entre outras. Ao visitar as praias desta costa fica-se a conhecer a riqueza cultural de um povo dedicado às artes da pesca e à agricultura ribeirinha.

3) A ligação de grande parte da Região de Aveiro à diocese de Coimbra (desde 1273 até ao século XVIII) e o carácter religioso das suas gentes permitiram que todo o território fosse coroado de belos exemplares sacros. Destaca-se o elevado número de capelas, igrejas e mosteiros que ainda hoje enriquecem a paisagem patrimonial desta região.

4) Nem toda a paisagem desta região é plana e aquífera. Na zona mais setentrional da região depara-se uma “paisagem imponente e bela, marcada pelo recorte das montanhas e vales, onde a natureza se revela com uma frondosidade única” (T.C.P., 2010). Um pouco mais no interior da região, é possível descobrir serras e vales, bem como o carácter de uma cultura popular de aldeias antigas. Aqui pode-se experienciar

uma atmosfera pacata acolhedora, característica de outras épocas, alheia à fugacidade do tempo.

Mais do que um espaço territorial de incomparável beleza, a região de Aveiro é detentora de uma cultura popular e rural bastante vincada, depositária de exemplares patrimoniais móveis e imóveis próprios. É neste contexto que toda esta região apresenta uma extensa colecção de pequenos museus que guardam as memórias pessoais, sociais, culturais e artísticas de cada povoação.

6.2. Turistas culturais na região Centro

Segundo o estudo de segmentos de mercado realizado por Eusébio *et al* (2008), são identificados na Região Centro do país cinco segmentos de visitantes: *visitantes de recreio e de desporto*, *visitantes de natureza*, *visitantes de saúde*, *visitantes de negócios* e *visitantes culturais*. Apesar da diversidade de mercado turístico da região, os *visitantes culturais* apresentam-se como um dos segmentos de destaque, nomeadamente os “visitantes estrangeiros, com elevadas habilitações literárias e rendimento” (Eusébio *et al*, 2008:22).

Foi possível ainda identificar que os *visitantes culturais* da Região Centro planeiam a sua visita, recorrem à hotelaria tradicional, usam os transportes públicos, mas também usufruem do *rent-a-car*, o que os identifica ainda como “segmento com maior despesa diária por visitante” (Eusébio *et al*, 2008:22). Contudo, são necessárias estratégias de fidelização deste segmento ao destino em questão, pois conclui-se que os *visitantes culturais* vêm a região como um ponto de passagem, não se fixando. É neste contexto que o estudo de Eusébio *et al* (2008:22) afirma que:

“Aumentar os benefícios económicos que a Região Centro pode retirar deste segmento de visitantes implicará a definição de uma estratégia de desenvolvimento assente em vários pilares, dos quais terão obrigatoriamente que fazer parte a componente da animação cultural e a definição de percursos, de forma a aumentar a duração da estada no destino, e a dinamização de redes e a definição de estratégias promocionais.”

O planeamento turístico da Região Centro deve, portanto, visar uma estratégia integrada de cooperação e promoção, centrada numa oferta mais completa e complexa de autênticas experiências culturais, que, associadas a rotas regionais e inter-regionais, possam incentivar o segmento a permanecer mais tempo no destino.

Todavia, não basta identificar o segmento dos *visitantes culturais* como um dos mais importantes da Região Centro. É necessário compreender, igualmente, o que é um *turista cultural*, quais as suas necessidades de consumo e como deve o destino satisfazê-las.

Segundo Isaac (2008), os turistas culturais tendem a procurar destinos onde possam realmente experienciar e aprender sobre o modo de vida da população local. Até às décadas de 70/80 do século XX, o número de turistas culturais era relativamente pequeno.

Anteriormente, as instituições culturais limitavam-se a servir as necessidades das populações locais, a tenderem para o elitismo e a verem o turista como o elemento não desejado na sua produção e conservação de bens culturais (Richards, 2005). Contudo, esta tendência foi substituída por outra que procura a todo o custo relacionar Turismo e Cultura, criando uma relação satisfatória entre os dois mundos.

Hoje, Brizolla (2006) identifica dois grandes tipos de turistas culturais: uns com *interesse específico na cultura* e outros com *interesse ocasional na cultura*. Nos primeiros, incluem-se os visitantes que procuram os bens culturais em primeiro plano, interessando-se pelas experiências culturais locais. Nos restantes, incluem-se os visitantes que têm outras motivações para se deslocarem ao destino, mas que acabam por se relacionar com a cultura.

O sucesso de uma oferta turística cultural na região Centro deve ter também em consideração estas características do segmento de *visitantes culturais*, de forma a preparar um produto global direccionado. Este produto deve ser pensado de forma a incentivar o turista cultural a permanecer na região e a tirar o maior usufruto possível das suas condições naturais, culturais e sociais, mas, sobretudo, turísticas.

6.3. Delimitação das rotas museológicas

Este estudo propõe a criação de duas rotas turísticas na região de Aveiro: a rota das Casas-Museu e a rota dos pequenos e médios Museus de Arte. Para que as rotas pudessem ser constituídas, iniciou-se o processo contactando todos os municípios do distrito de Aveiro (através dos seus *sites* e por *e-mail* ou telefone) e realizaram-se pesquisas de campo e cibernautas, com o objectivo de obter uma listagem dos museus existentes no seu território.

Tabela 6.1. - Tabela com o Número de Museus por Concelho do Distrito de Aveiro

Concelho	Número de Museus
Águeda	6
Albergaria	1
Anadia	3
Arouca	2
Aveiro	4
Castelo de Paiva	0
Espinho	1
Estarreja	2
Ílhavo	4
Mealhada	3
Murtosa	2
Oliveira de Azeméis	4
Oliveira do Bairro	2
Ovar	6
Santa Maria da Feira	3
S. João da Madeira	2
Sever do Vouga	1
Vagos	1
Vale de Cambra	2
Total	49

Depois da referida pesquisa foi possível elaborar a Tabela 6.1. que indica os concelhos do distrito de Aveiro e respectivo número de museus que cada um possui. Num total de quarenta e nove museus levantados, os concelhos de Águeda e Ovar são os que mais exemplares possuem (seis cada concelho) e os concelhos que menos se destacam são os de Castelo de Paiva, Albergaria, Espinho, Sever do Vouga e Vagos.

Depois de recolhida a listagem dos museus existente no distrito de Aveiro, foi criada uma grelha, como se pode ver na Tabela 6.2., que agrupou os museus por categorias ou temáticas: Casas-Museu (T1), Museus Etnográficos (T2), Museus de Arte (T3), Museus de Arqueologia Industrial (T4), Ecomuseus (T5), Museus de Música (T6), Museus Municipais (T7), Museus Militares (T8), Museus Arqueológicos (T9) e Núcleos Museológicos (T10).

Dentro de cada temática criada foram inseridos os museus do distrito de Aveiro, sem qualquer preferência concelhia ou ordem de colocação. A Tabela 6.2. apenas procura sintetizar a informação, facilitando a posterior selecção das temáticas a investigar neste estudo e dos museus que as integram.

Depois de identificados todos os museus, foram seleccionados os de interesse para esta investigação, baseando-se a escolha em critérios previamente estabelecidos. Como critérios para a selecção dos museus a constituir as rotas estabeleceram-se:

- Necessidade de serem reconhecidos como Casa-Museu, Casa, Palacete ou Palácio⁸, ou de possuírem como ex-líbris colecções de arte, nomeadamente peças de pintura, escultura e artes decorativas de renome artístico, por opção do investigador;
- Estarem inseridos em contexto regional (distrito de Aveiro).

A adopção destes critérios permitiu a elaboração de uma lista de museus que poderiam constituir as rotas em estudo, tal como se pode observar na Tabela 6.3. Nesta tabela são apresentados os museus da região, a categoria a que pertencem (Casa-Museu ou Museu de Arte) e respectivo concelho, de forma a esquematizar a informação recolhida.

⁸ O reconhecimento pode ser institucional ou público.

Tabela 6.2. - Temáticas Museológicas

Temáticas Museológicas									
T1-Casas-Museu	T2-Museus Etnográficos	T3-Museus de Arte	T4-Museus Arqueologia Industrial	T5-Ecomuseus	T6-Museus de Música	T7-Museus Municipais	T8-Museus Militares	T9-Museus Arqueológicos	T10-Núcleos Museológicos
Casa-Museu Cancioneiro de Águeda	Museu Etnográfico da Região do Vouga (Águeda)	Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice C. Pinheiro (Águeda)	Museu Ferroviário do Vale do Vouga (Águeda)	Ecomuseu Marinha da Troncalhada (Aveiro)	Museu da Banda União Musical Pessegueirens e (S.V.)	Museu Municipal de Arouca	Museu Militar do Buçaco	Estação Arqueológica de Cabeço do Vouga (Águeda)	Museu da Cidade (Aveiro)
Casa-Museu João Tomás Nunes (Águeda)	Grupo Etnográfico e Recreativo de Albergaria-a-Velha	Museu do Vinho Bairrada (Anadia)	Museu da Vista Alegre (Ílhavo)		Museu da Etnomúsica da Bairrada (O.B.)	Museu da Cidade (Aveiro)	Convento dos Carmelitas Descalços do Buçaco		Núcleo Museológico do Moinho e do Pão (O.A.)
Museu/Palacet e José Luciano de Castro (Anadia)	Museu Etnográfico da Pedralva (Anadia)	Museu de Arte Sacra (Arouca)	Museu da Chapelaria (S.J.M.)			Museu de Ovar			Núcleo Museológico de Arada (Ovar)
Casa-Museu Egas Moniz (Estarreja)	Museu Etnográfico de Requeixo (Aveiro)	Museu de Arte Nova (Aveiro-Futuro)	Museu do Calçado (S.J.M.)			Museu Municipal de Vale de Cambra			Núcleo Museológico da Casa da Tulha (V.C.)
Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira (Estarreja)	Museu Municipal de Espinho	Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira (Estarreja)							
Casa Gafanhoeira – Museu Municipal (Ílhavo)	Museu Marítimo de Ílhavo	Museu de S. Pedro da Palhaça (Arte Sacra) (O.B.)							
Casa-Museu Custódio Prato (Murtosa)	Navio Museu Santo André (Ílhavo)	Casa Museu de Arte Sacra (da Ordem Franciscana Secular) (Ovar)							
Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis	Museu Etnográfico da Pampilhosa (Mealhada)	Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga							
Casa-Museu Ferreira de Castro (O.A.)	Museu Agrícola da Vacariça (Mealhada)	Convento dos Carmelitas Descalços do Buçaco							
Casa-Museu de Arte Sacra (Ovar)	Museu Etnográfico da Murtosa	Museu de Santa Maria de Lamas							
Museu Júlio Dinis – Uma casa ovariense	Museu Regional de Cucujães (O.A.)								
Casa-Museu – Casa Gandareza (Vagos)	Núcleo Museológico do Moinho e do Pão (O.A.)								
	Museu da Etnomúsica da Bairrada (O.B.)								
	Museu de Ovar								
	Museu Etnográfico da Casa do Povo de Válega (Ovar)								
	Museu da Etnomúsica da Bairrada (O.B.)								
	Museu Escolar Oliveira Lopes (Ovar)								
	Museu Municipal de Arouca								
	Museu Municipal de Vale de Cambra								
	Museu do Vinho Bairrada (Anadia)								

Tabela 6.3. - Pré-listagem dos Museus

Museu	Temática	Concelho
Casa-Museu Cancioneiro de Águeda	Casa-Museu	Águeda
Casa-Museu João Tomás Nunes	Casa-Museu	Águeda
Museu /Palacete José Luciano de Castro	Casa-Museu	Anadia
Casa-Museu Egas Moniz	Casa-Museu Museu de Arte	Estarreja
Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira	Casa-Museu Museu de Arte	Estarreja
Casa Gafanhua – Museu Municipal	Casa-Museu	Ílhavo
Casa-Museu Custódio Prato	Casa-Museu	Murtosa
Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis	Casa-Museu	Oliveira de Azeméis
Casa-Museu Ferreira de Castro	Casa-Museu	Oliveira de Azeméis
Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular	Casa-Museu Museu de Arte	Ovar
Museu Júlio Dinis – Uma casa owarenses	Casa-Museu	Ovar
Casa Museu – Casa Gandareza	Casa-Museu	Vagos
Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro	Museu de Arte	Águeda
Museu do Vinho Bairrada	Museu de Arte	Anadia
Museu de Arte Sacra	Museu de Arte	Arouca
Museu de Arte Nova	Museu de Arte	Aveiro
Museu de S. Pedro da Palhaça	Museu de Arte	Oliveira do Bairro
Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga	Museu de Arte	Sever do Vouga
Museu de Santa Maria de Lamas	Museu de Arte	Santa Maria da Feira

Desta primeira listagem, apresentada na Tabela 6.3., faziam parte os seguintes museus: Casa-Museu Cancioneiro de Águeda, Casa-Museu João Tomás Nunes, Museu/Palacete José Luciano de Castro, Casa-Museu Egas Moniz, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, Casa Gafanhoeira, Casa-Museu Custódio Prato, Casa, Museu Regional de Oliveira de Azeméis, Casa-Museu Ferreira de Castro, Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular, Museu Júlio Dinis – Uma casa owarensis, Casa Museu – Casa Gandareza, Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro, Museu do Vinho Bairrada, Museu de Arte Sacra, Museu de Arte Nova, Museu de S. Pedro da Palhaça, Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga e Museu de Santa Maria de Lamas.

Todos estes museus foram visitados e os seus responsáveis entrevistados⁹, de forma a confirmar que possuíam as características exigidas para fazerem parte da investigação e fazerem parte das rotas museológicas regionais. Desta forma, foram excluídos do estudo o *Museu Júlio Dinis* (por se encontrar encerrado para obras sem data prevista de abertura), o *Museu de Arte Nova* (por ser um projecto futuro, ainda não concretizado), o *Museu do Vinho da Bairrada* (pela sua colecção estar mais dedicada à viticultura que à Arte), o *Museu de Arte Sacra*¹⁰ (por apresentar uma dimensão/colecção muitíssimo superior àquilo que aqui se propõe investigar) e a *Casa-Museu – Casa Gandareza* (por não mostrar disponibilidade para a entrevista nem para a visita ao espaço), restando um universo de catorze museus a analisar e incluir nas rotas propostas.

O processo de selecção das rotas foi extenso, meticuloso e exigente e resultou da articulação de critérios previamente estabelecidos. Determinaram-se, como critérios de escolha de elementos para formulação das rotas: a **proximidade geográfica**; os **interesses dos turistas**; a **temática**; a **sub-temática**; e a obrigatoriedade de se contar uma **história e proporcionar uma vivência** (preparando os museus para orientarem a visita de acordo com a temática da rota ou utilizando um guia).

Desta forma, estabeleceu-se a região de Aveiro como área geográfica delimitada, identificou-se o segmento de *visitantes culturais* como mercado-alvo a satisfazer (Eusébio *et al*, 2008), e as temáticas *Casa-Museu* e *pequenos e médios Museus de Arte* como principal objecto de estudo.

⁹ Excepto a Casa-Museu – Casa Gandareza, por não mostrar disponibilidade para a entrevista.

¹⁰ Museu de Arte Sacra de Arouca.

6.4. Constituição das rotas museológicas

A necessidade de qualquer produto cultural (ou, neste caso, rota) em contar uma história e proporcionar um conjunto de vivências obrigou à delimitação de sub-temáticas. O objectivo proposto era o de criar rotas de Casas-Museu e de pequenos e médios Museus de Arte. Contudo a realidade encontrada e os critérios pré-estabelecidos com base na revisão bibliográfica permitiram que fossem criadas sub-rotas museológicas na região de Aveiro.

Na constituição destas sub-rotas, houve a preocupação em visitar os museus em causa, bem como o concelho em que se situam, para posteriormente procurar validar a sua integração na investigação, sobretudo, cinco critérios: “temática” e “sub-temática”, “proximidade geográfica”, “tempo disponível para viajar” e “interesses”.

Na elaboração das sub-rotas museológicas procurou-se que cada museu fizesse sentido numa rota específica. Quer isto dizer que a cada museu foi atribuída uma temática e uma sub-temática, para posteriormente se criarem núcleos de museus com (sub)temáticas próximas e que faziam sentido dentro de uma rota.

A proximidade geográfica foi outro dos critérios a ter em consideração, visto que o facto de existir uma área por nós delimitada (região de Aveiro) não era o suficiente, devido à sua extensão territorial e ao número de concelhos que abarca. Assim, na elaboração das rotas, houve o cuidado em unir museus que se encontrem em concelhos relativamente próximos.

O tempo disponível para viajar que cada visitante possui diverge, pelo que foram criadas rotas de variadas dimensões. O número de museus em cada rota e a distância entre eles varia de rota para rota, de forma a proporcionar uma oferta turística diversificada que cumpra os requisitos de visitantes com diferentes exigências temporais. Este cuidado foi redobrado numa das rotas (Rota 5), pois procurou-se oferecer sub-rotas curtas, mas exemplificativas de cada sub-temática.

Finalmente, todo o processo teve em consideração os “interesses” dos visitantes. Se o turista cultural foi identificado como o segmento-alvo deste estudo, todas as rotas criadas deveriam obedecer a este critério e procurar transmitir uma forte mensagem cultural que

atraísse a procura turística. A temática de cada rota, a sua constituição e o próprio nome atribuído são o mais apelativo possível, para que este produto seja facilmente identificado pelo mercado.

Com base nestes critérios apresentados, foram então criadas cinco sub-rotas:

- (1) **"A casa tradicional da região de Aveiro dos séculos XIX e XX"**, centrando o estudo nos edifícios e utensílios representativos da cultura popular dos séculos XIX e XX;
- (2) **"Personalidades da Região de Aveiro – as suas casas-museu"**, centrando o estudo nas Casas-Museu que outrora foram a habitação de personalidades relevantes para a região ou a nação;
- (3) **"A Arte Sacra na Região de Aveiro – uma viagem pelos seus museus"**, centrando o estudo nos museus que possuem, como elemento fulcral do seu espólio, colecções de arte sacra;
- (4) **"Colecções de Arte – compilações museológicas na região de Aveiro"**, centrando o estudo nos museus que colecionam obras de arte (pintura, escultura e artes decorativas) e as expõem como elemento fulcral do seu espólio;
- (5) **"Arte, vivência e personalidades – uma experiência museológica na região de Aveiro"**, criando rotas alternativas que possuem, cada uma, um exemplar representativo das seguintes três temáticas: Casa-Museu, Museu de Arte e Museu representativo de uma personalidade regional.

Na Tabela 6.4. apresentam-se as sub-rotas criadas e os museus que as constituem. Cada sub-rota apresenta uma constituição diferente, embora alguns museus façam parte de mais do que uma sub-rota, como é o caso da Casa-Museu Egas Moniz ou da Casa-Museu Ferreira de Castro. Contudo, existem sub-rotas que possuem mais elementos na sua constituição que outras, como é o caso da sub-rota "A Arte Sacra na Região de Aveiro - uma viagem pelos seus museus" que possui menor dimensão, com apenas três museus.

Tabela 6.4. - Constituição das Rotas Museológicas na Região de Aveiro por Museu

Sub-Rotas	Museus
"A casa tradicional da região de Aveiro dos séculos XIX e XX"	<ul style="list-style-type: none"> - Casa-Museu Cancioneiro de Águeda - Casa Gafanhua – Museu Municipal - Casa-Museu Custódio Prato - Casa-Museu João Tomás Nunes - Casa-Museu Ferreira de Castro - Casa-Museu Egas Moniz
"Personalidades da Região de Aveiro - as suas casas-museu"	<ul style="list-style-type: none"> - Casa-Museu João Tomás Nunes - Museu/Palacete José Luciano de Castro - Casa-Museu Egas Moniz - Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira - Casa-Museu Ferreira de Castro
"A Arte Sacra na Região de Aveiro - uma viagem pelos seus museus"	<ul style="list-style-type: none"> - Museu de S. Pedro da Palhaça - Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular - Museu de Santa Maria de Lamas
"Coleções de Arte – compilações museológicas na região de Aveiro"	<ul style="list-style-type: none"> - Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga - Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira - Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro - Casa-Museu Egas Moniz - Museu de Santa Maria de Lamas
"Arte, vivência e personalidades – uma experiência museológica na região de Aveiro"	<ul style="list-style-type: none"> - Casa-Museu Egas Moniz Casa Museu Regional de Oliveira de Azeméis Casa-Museu Ferreira de Castro Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga - Casa-Museu João Tomás Nunes Casa-Museu Cancioneiro de Águeda Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro - Casa-Museu Custódio Prato Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular Museu de Santa Maria de Lamas - Casa Gafanhua – Museu Municipal Museu de S. Pedro da Palhaça Museu/Palacete José Luciano de Castro

Tabela 6.5. - Tabela Descritiva das Rotas e Respective Objectivos

Rota	Sub-Rota	Objectivos	Descrição
Rota das Casas-Museu	A casa tradicional da região de Aveiro dos séculos XIX e XX	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilizar os visitantes para a casa tradicional portuguesa; ▪ Divulgar costumes e vivências populares. 	Rota centrada no estudo dos edifícios e utensílios representativos da cultura popular portuguesa dos séculos XIX e XX.
	Personalidades da Região de Aveiro - as suas casas-museu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilizar os visitantes para a casa tradicional portuguesa; ▪ Divulgar vivências pessoais e sociais de personalidades regionais. 	Rota centrada no estudo das Casas-Museu que foram a habitação de personalidades relevantes para a região.
Rota dos pequenos e médios Museus de Arte	A Arte Sacra na Região de Aveiro - uma viagem pelos seus museus	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilizar os visitantes para a arte sacra regional; 	Rota centrada no estudo dos museus que possuem, como elemento fulcral do seu espólio, colecções de arte sacra.
	Colecções de Arte – compilações museológicas na região de Aveiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilizar os visitantes para os museus que reúnem obras de colecionador. 	Rota centrada no estudo dos museus que colecionam obras de arte (pintura, escultura e artes decorativas) e as expõem como elemento fulcral do seu espólio.
	Arte, vivência e personalidades – uma experiência museológica na região de Aveiro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilizar os visitantes para os museus regionais; ▪ Disponibilizar exemplares variados das restantes rotas; ▪ Multiplicar a oferta. 	Rotas alternativas que possuem, cada uma, um exemplar representativo das seguintes três temáticas: Casa-Museu, Museu de Arte e Museu representativo de uma personalidade regional.

Depois de delimitadas e nomeadas as sub-rotas, procedeu-se à formação das próprias, com a inclusão dos museus que constituem cada uma delas, os seus objectivos e a descrição da própria rota, tal como se pode observar na Tabela 6.5.

Na Tabela 6.5. são apresentadas as duas rotas principais: Rotas das Casas-Museu e Rota dos pequenos e médios Museus de Arte. De seguida, são introduzidas as sub-rotas que se apresentam como sub-temáticas das rotas principais. Deste modo, as sub-rotas “A casa tradicional da região de Aveiro dos séculos XIX e XX” e “Personalidades da Região de Aveiro - as suas casas-museu” fazem parte da Rota das Casas-Museu, enquanto que as sub-rotas “A Arte Sacra na Região de Aveiro - uma viagem pelos seus museus” e “Colecções de Arte – compilações museológicas na região de Aveiro” se inserem na Rota dos pequenos e médios Museus de Arte.

Quanto à última sub-rotas “Arte, vivência e personalidades – uma experiência museológica na região de Aveiro”, é perceptível que esta se apresenta como uma compilação das primeiras duas rotas temáticas, que posteriormente se vai desdobrar e quatro opções de visita.

A Tabela 6.5. expõe ainda os objectivos de cada sub-rotas, destacando-se o principal que se centra na tentativa dos museus em sensibilizarem os visitantes para os seus espaços e as suas colecções. A tabela termina com uma explicação de cada rota, onde para cada uma é feita uma pequena exposição descritiva.

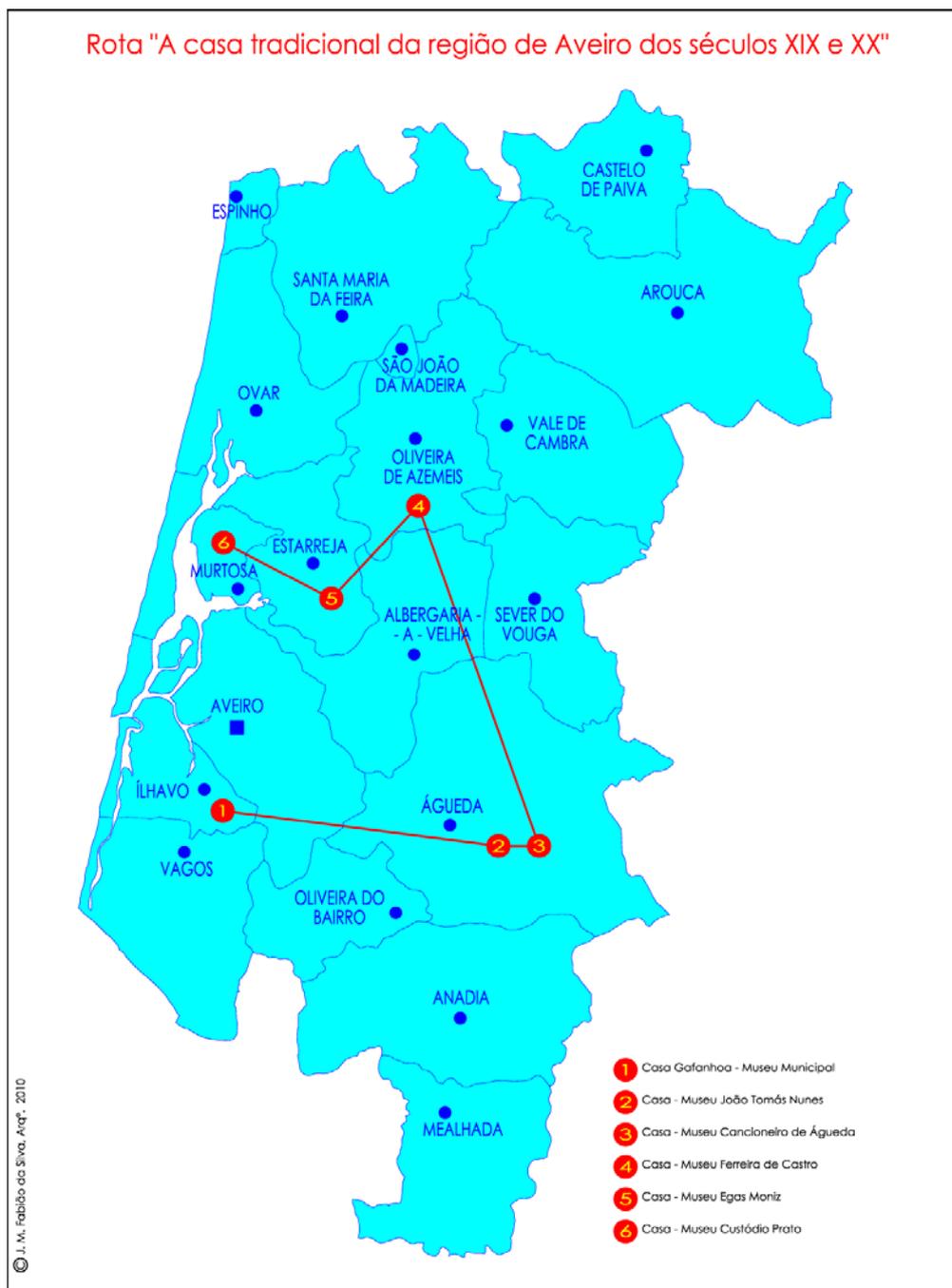
6.5. Proposta de rotas museológicas

No ponto 6.3. deste capítulo foi feita uma descrição sumária das sub-rotas, com os museus que as constituem e com os objectivos a que elas se propõem. Neste ponto, procura-se apresentar graficamente cada sub-rotas, alargando a descrição do percurso e anunciando os pontos fracos e fortes de cada uma.

Começa-se por atribuir um número a cada rota (1, 2, 3, 4 e 5), seguindo-se o título (ex: “Personalidades da região de Aveiro – as suas casas-museu”) e respectiva composição (quais os museus que fazem parte da rota). Seguidamente, encontra-se o mapa da região de Aveiro com a representação da rota e a localização de todos os museus que a constituem. A cada rota foi atribuída uma cor: Rota (1) – vermelho; Rota (2) – verde; Rota (3) – violeta; Rota (4) – laranja; e Rota (5) – azul.

- (1) "A casa tradicional da região de Aveiro dos séculos XIX e XX", constituída por: Casa Gafanhua – Museu Municipal, Casa-Museu João Tomás Nunes, Casa-Museu Cancioneiro de Águeda, Casa-Museu Ferreira de Castro, Casa-Museu Egas Moniz e Casa-Museu Custódio Prato (Anexos 6.1., 6.2., 6.4., 6.6., 6.7. e 6.9.).

Figura 6.1. - Rota "A casa tradicional da região de Aveiro dos séculos XIX e XX"



A **rota (1)** é composta por seis pontos turísticos, cada um correspondendo a um museu: 1-Casa Gafanhua – Museu Municipal, 2-Casa-Museu João Tomás Nunes, 3-Casa-Museu Cancioneiro de Águeda, 4-Casa-Museu Ferreira de Castro, 5-Casa-Museu Egas Moniz e 6-Casa-Museu Custódio Prato. Esta rota procura reunir, num mesmo circuito, exemplares de edifícios regionais dos séculos XIX e XX, incluindo os seus recheios.

Todas as casas se apresentam como autênticos modelos daqueles períodos, onde o visitante pode experienciar o espaço físico em que coabitavam os homens e mulheres desta região, na sua maioria agricultores e pescadores de origem humilde (ex. ponto 1-Casa Gafanhua – Museu Municipal, ponto 3-Casa-Museu Cancioneiro de Águeda e ponto 6-Casa-Museu Custódio Prato). Contudo, alguns dos pontos turísticos desta rota passam por edifícios que outrora pertenceram a figuras de renome e que demonstram outras qualidades arquitectónicas e estéticas, como por exemplo no ponto 5, a Casa-Museu Egas Moniz.

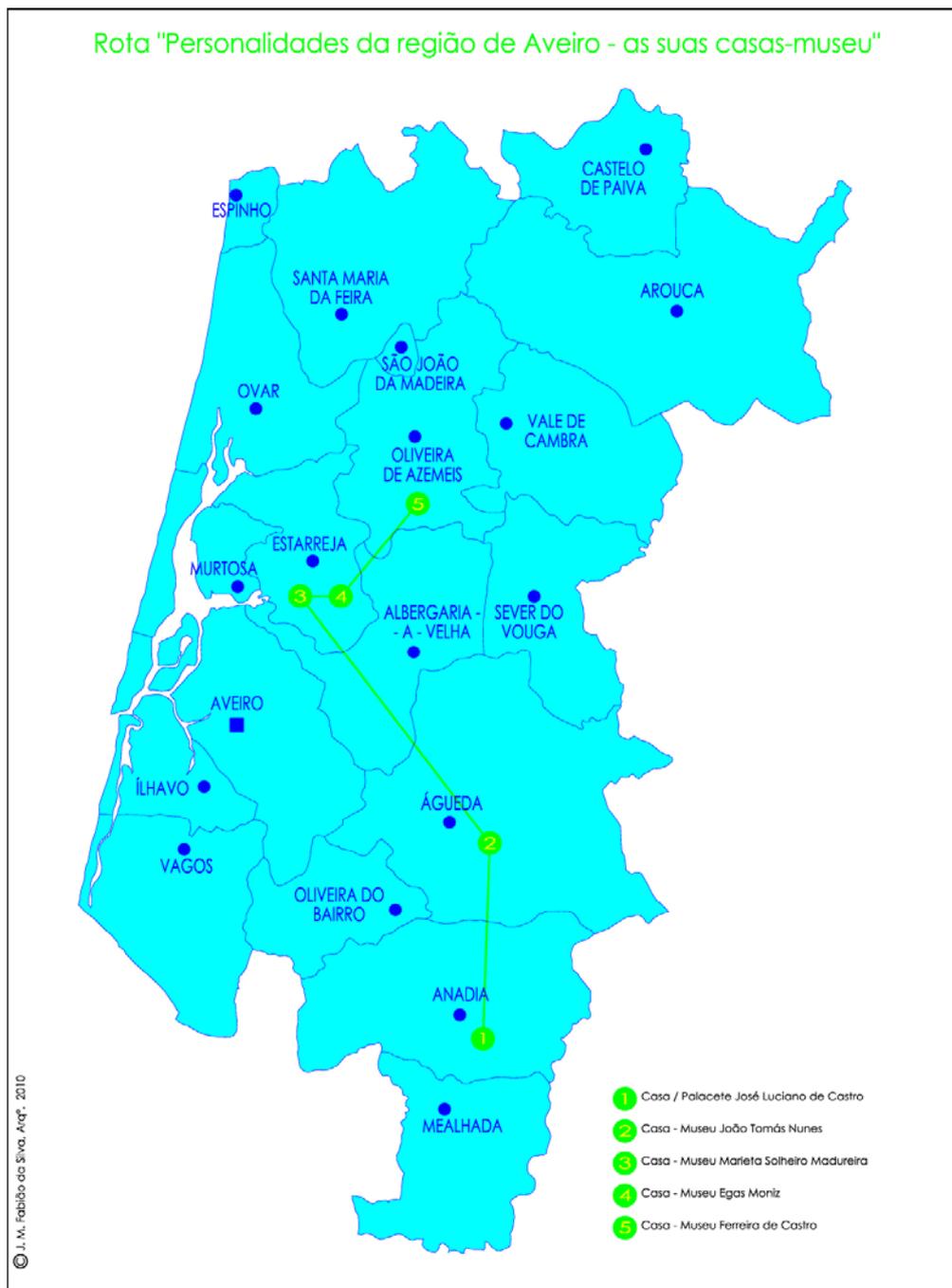
Apesar de os edifícios serem a razão de ser desta rota, todos os objectos, utensílios e trajes representativos da cultura popular regional, e que fazem parte do espólio, devem ser tidos em consideração, de forma a melhorarem a experiência turística e a proporcionarem uma vivência mais efusiva do espaço por parte dos visitantes.

Esta rota permite que o turista cultural possa conhecer duas realidades distintas da região de Aveiro: o litoral e o interior. Ao visitar os pontos 1 e 6 – início e fim da rota, respectivamente – o visitante tem a possibilidade de conhecer a realidade social do pescador/agricultor desta região. Nos restantes pontos, o visitante fica a conhecer os concelhos do interior da região, mas que ainda possuem uma forte ligação ao litoral e suas práticas e costumes culturais.

A importância desta rota reside nos elementos que a compõem, bem como na diversidade dos concelhos por onde passa. O visitante deve dispensar algum do seu tempo para conhecer as Casas-Museu, mas também para conhecer os locais e a sua comunidade. Contudo, o visitante deve programar a sua disponibilidade, pois a distância entre os pontos exigirá um maior gasto temporal (prevê-se dois a três dias para cumprir todo o percurso).

- (2) "Personalidades da região de Aveiro – as suas casas-museu", constituída por: Casa/Palacete José Luciano de Castro, Casa-Museu João Tomás Nunes, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, Casa-Museu Egas Moniz e Casa-Museu Ferreira de Castro (Anexos 6.2., 6.3., 6.4., 6.5. e 6.9.).

Figura 6.2. - Rota "Personalidades da região de Aveiro - as suas casas-museu"



A rota (2) é constituída por um conjunto de cinco edifícios que terão sido a habitação de figuras de renome da região: 1-Casa/Palacete José Luciano de Castro, 2-Casa-Museu João Tomás Nunes, 3-Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, 4-Casa-Museu Egas Moniz e 5-Casa-Museu Ferreira de Castro. Ao percorrer a rota, o visitante poderá ter acesso ao interior dos edifícios, contactando com o ambiente íntimo de cada personalidade.

Das personalidades aqui apresentadas, podem destacar-se José Luciano de Castro (ponto 1), Egas Moniz (ponto 4) e Ferreira de Castro (ponto 5), pelo seu importante contributo nacional. Contudo, as restantes personalidades não devem ser descuradas, pois manifestam grande importância local e regional.

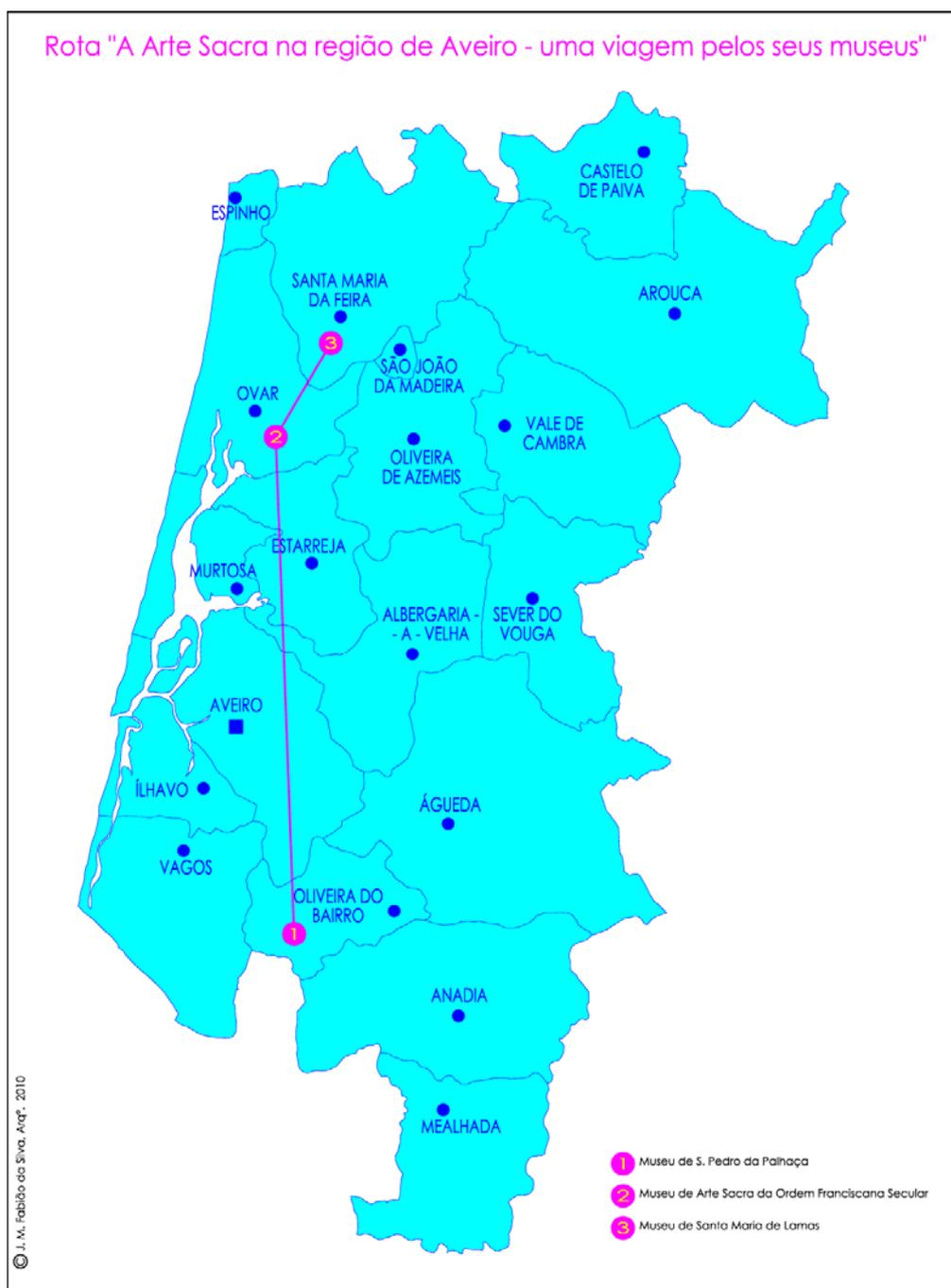
Nestes edifícios estão à disposição objectos do quotidiano, tal como loiças, mobiliário, utensílios de cozinha, objectos decorativos, entre outros (ex. ponto 2) que proporcionam ao visitante uma experiência que recua à época da vivência e convivência social do inquilino. Nestes espaços estão também disponíveis e expostas obras de arte, grande parte delas adquiridas em vida, e que formam belíssimos espólios a visitar (ex. pontos 1, 3 e 4).

A especificidade desta rota reside na tentativa de o visitante conhecer a vida e obra destas personalidades, ao mesmo tempo que visita os espaços que outrora lhes pertenceram. Deste modo, esta rota torna-se bastante interessante e satisfatória para o segmento de turismo cultural, mas exige um grande esforço de compreensão por parte do visitante. Neste caso, a rota deveria incluir um guia com conhecimento suficiente para recriar verbalmente a experiência e acompanhar o visitante em todos os pontos turísticos. Outra hipótese seria a possibilidade de todos os museus se encontrarem articulados de forma a proporcionarem visitas guiadas que pudessem vir a estar inseridas dentro da temática e que fizessem sentido como um todo.

Apesar de, nesta rota, os pontos turísticos serem em número inferior aos da rota (1), é necessário ter em consideração o mesmo problema relativo ao tempo. Como já foi explicitado, esta rota exige outro aprofundamento na visita, pelo que o tempo a dispensar irá aumentar, dificultando a realização do percurso num só dia. Contudo, há a salientar que os acessos entre os concelhos são satisfatórios.

- (3) "A Arte Sacra na região de Aveiro – uma viagem pelos seus museus", constituída pelos Museus de S. Pedro da Palhaça, de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular e de Santa Maria de Lamas (Anexos 6.10., 6.12., 6.14.).

Figura 6.3. - Rota "A Arte Sacra na região de Aveiro - uma viagem pelos seus museus"



Composta por apenas três pontos turísticos (1-Museu de S. Pedro da Palhaça, 2-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular e 3-Museu de Santa Maria de Lamas), a **rota (3)** é a que tem menor dimensão de entre todas as propostas.

Esta rota procura reunir os museus da região que são reconhecidos pelas suas colecções de arte sacra. Pretende-se que o visitante tenha acesso a obras de arquitectura, escultura e pintura de cariz religioso, de diferentes épocas e escolas, que terão feito parte de colecções privadas (pertencentes à Igreja Católica ou a particulares).

O percurso inicia-se no ponto 1 com o Museu de S. Pedro da Palhaça (concelho de Oliveira do Bairro), espaço pequeno mas recheado de peças de escultura e paramentaria intemporais, para depois seguir para o Museu de Arte Sacra da Ordem Secular Franciscana (ponto 2), em Ovar, que oferece escultura e outros utensílios celebrativos, maioritariamente característicos dos séculos XIX e XX.

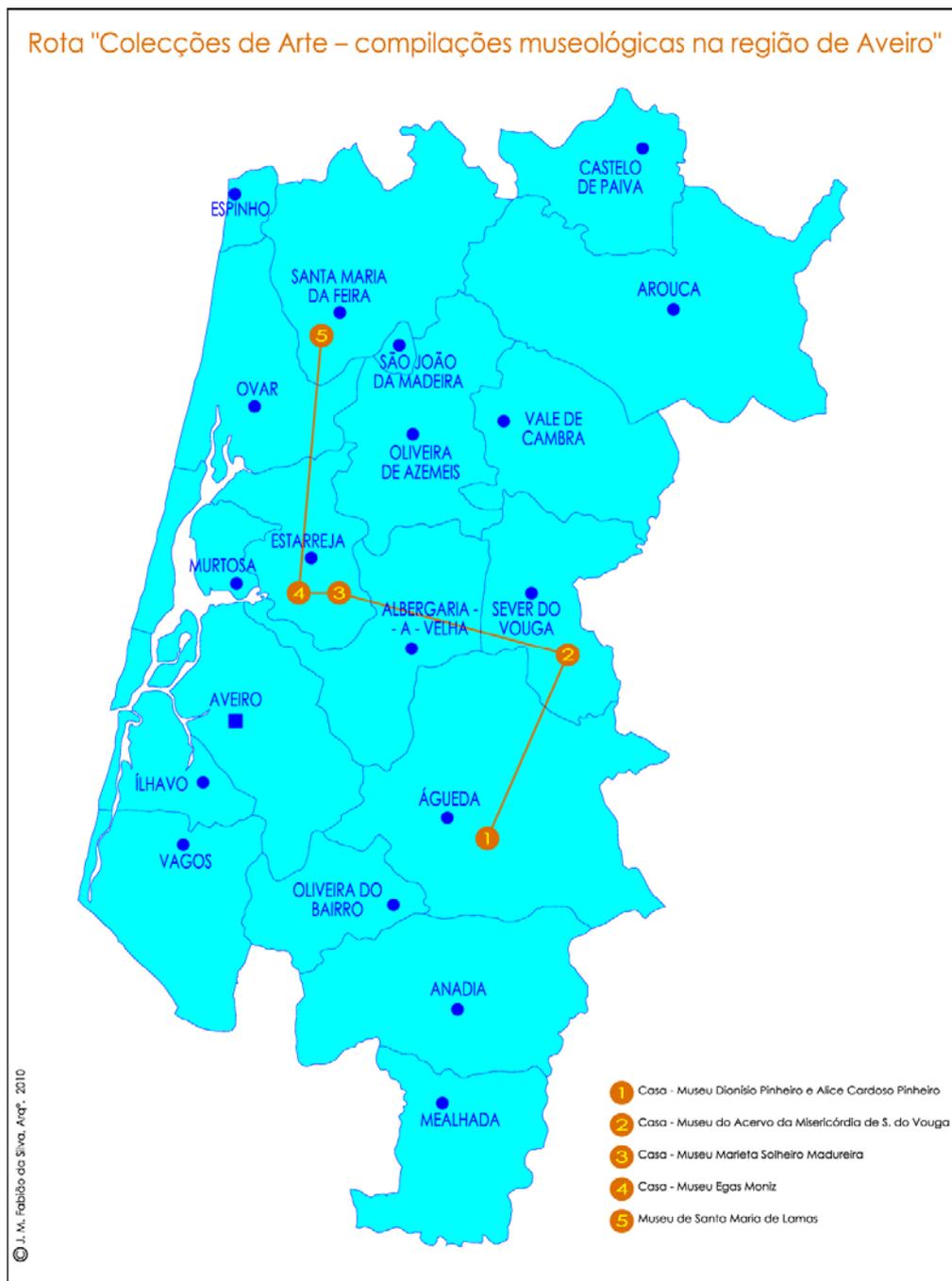
Na última paragem desta rota encontra-se o Museu de Santa Maria de Lamas (ponto 3), conhecido pela diversidade da sua colecção. Aqui, o visitante pode escolher visitar apenas a colecção de arte sacra, onde estão criados espaços verdadeiramente religiosos, com talha dourada, pintura, escultura e utensílios religiosos.

Os três espaços possuem características diferentes, não só na forma como estão organizados espacialmente, mas também na forma como as suas colecções se encontram expostas. No caso do Museu de S. Pedro da Palhaça, o visitante é convidado a percorrer a Igreja de S. Pedro e só depois é conduzido ao edifício anexo, para visitar as peças em exposição. Os restantes museus apresentam-se em edifícios não-religiosos, expondo as colecções de uma forma mais tradicional.

Uma das principais características desta rota, e que facilmente se detecta, é o afastamento geográfico que existe entre os primeiros dois pontos turísticos (Museu de S. Pedro da Palhaça e Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular). Neste caso, propõe-se que o visitante aproveite para visitar os concelhos por onde tem de transitar para cumprir o percurso. Os acessos são satisfatórios e existem alguns percurso alternativos.

(4) “Coleções de Arte – compilações museológicas na região de Aveiro”, constituída por: Casa-Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro, Casa-Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, Casa-Museu Egas Moniz e Museu de Santa Maria de Lamas (Anexos 6.4., 6.5., 6.11., 6.13., 6.14).

Figura 6.4. - Rota "Coleções de Arte - compilações museológicas na região de Aveiro"



A **rota (4)** é constituída por cinco pontos turísticos (1-Casa-Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro, 2-Casa-Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga, 3-Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, 4-Casa-Museu Egas Moniz e 5-Museu de Santa Maria de Lamas) e apresenta uma variedade de edifícios e espólios museológicos.

Esta rota procura reunir as casas-museu e os museus de arte que possuem um espólio de colecionador. Dos cinco pontos turísticos seleccionados, três pertencem a personalidades da região que se revelaram exímios colecionadores (Egas Moniz, Marieta Solheiro Madureira e Dionísio Pinheiro).

Nesta rota, o visitante têm acesso a vastas colecções de arte (pintura, escultura e artes decorativas) que passam por épocas e proveniências distintas, mas que obedecem a um mesmo propósito: o gosto pela colecção de arte revelado pelo seu comprador.

Esta rota necessita que o visitante dispense pelos menos dois dias para efectuar todo o percurso, visto que terá de percorrer algumas distâncias com certas dificuldades de acesso. Neste sentido, propõe-se que o visitante aproveite para conhecer os concelhos por onde o percurso passa, nomeadamente os do interior da região.

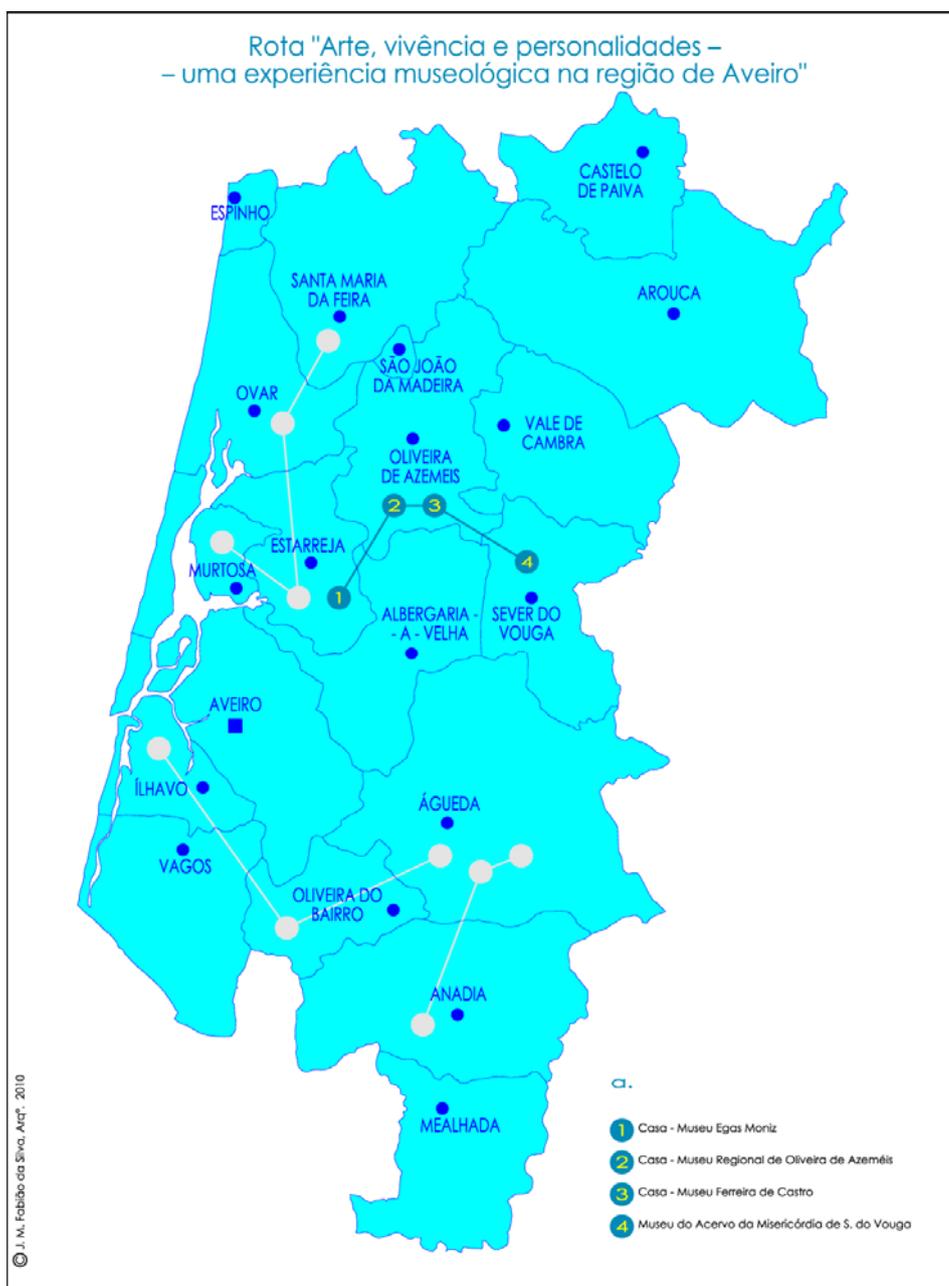
Finalmente, a **rota (5)** é apresentada como uma alternativa às restantes. Nesta rota procura-se criar uma conectividade entre diferentes espaços museológicos, oferecendo ao visitante um exemplar de cada uma das anteriores rotas temáticas – Casa-Museu, Museu de Arte e Museu representativo de uma Personalidade.

Este trajecto encontra-se organizado em quatro hipóteses diferentes, a cada uma das quais foi atribuída uma letra (a., b., c. e d.). Aqui procura-se agrupar os museus pela sua proximidade geográfica e pelas diferenças existentes nas suas temáticas, ou seja, em cada sub-rota existe apenas um museu representativo das anteriores rotas, embora seja claro que nas anteriores rotas alguns museus se repetiam pela abrangência das suas colecções. Pode dar-se como exemplo a rota 5b. que possui: um exemplar da rota da casa tradicional da região de Aveiro (Casa Gafanhoeira – Museu Municipal), um exemplar de museu de arte sacra (Museu de S. Pedro da Palhaça) e um exemplar de personalidade (Casa-Museu João Tomás Nunes).

(5) “Arte, vivência e personalidades – uma experiência museológica na região de Aveiro”, constituída pelos agrupamentos:

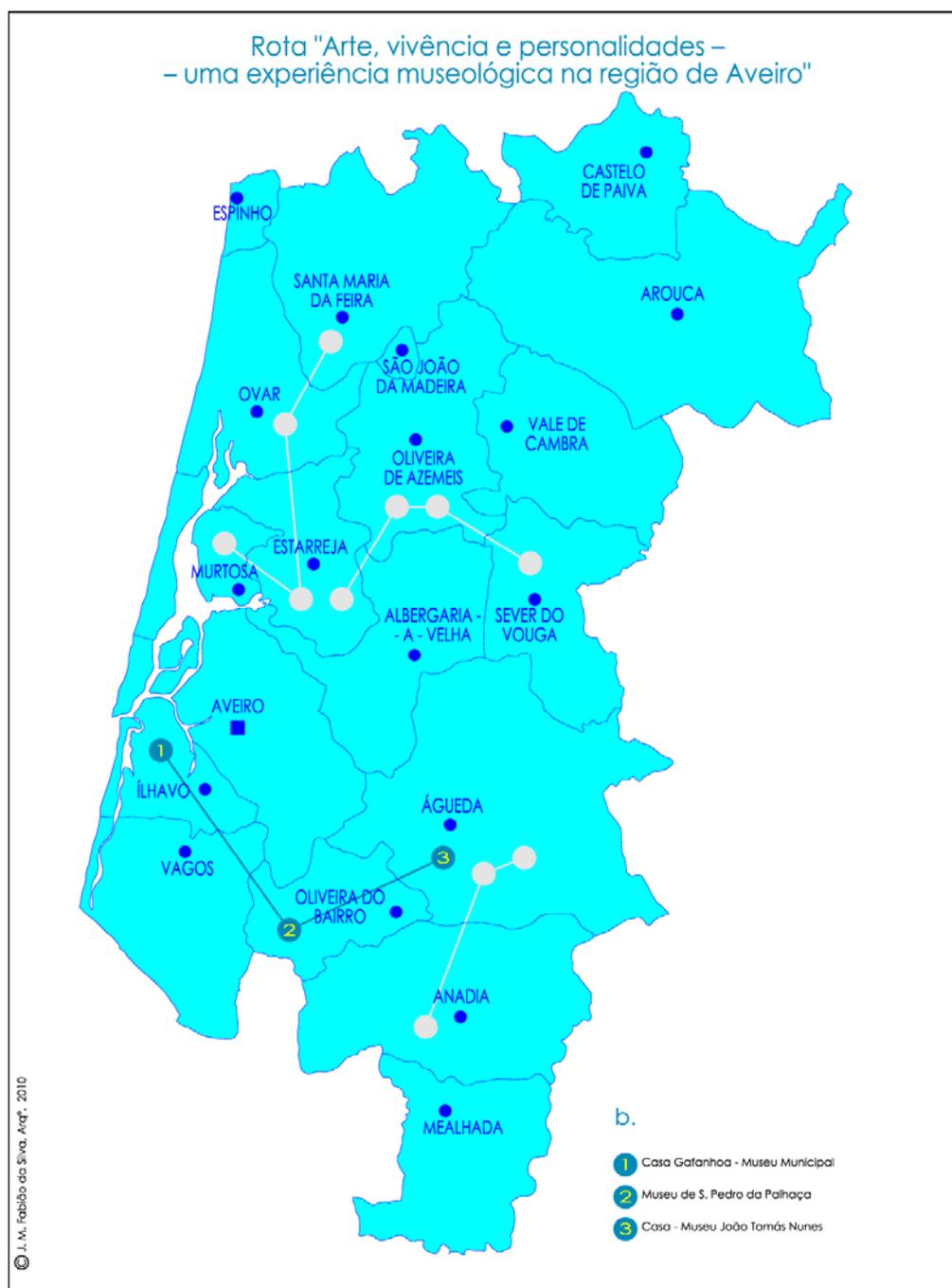
- a. Casa-Museu Egas Moniz | Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis | Casa-Museu Ferreira de Castro | Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga (Anexos 6.3., 6.4., 6.8., 6.13).

Figura 6.5. - Componente a. Rota "Arte, vivência e personalidades - uma experiência museológica na região de Aveiro"



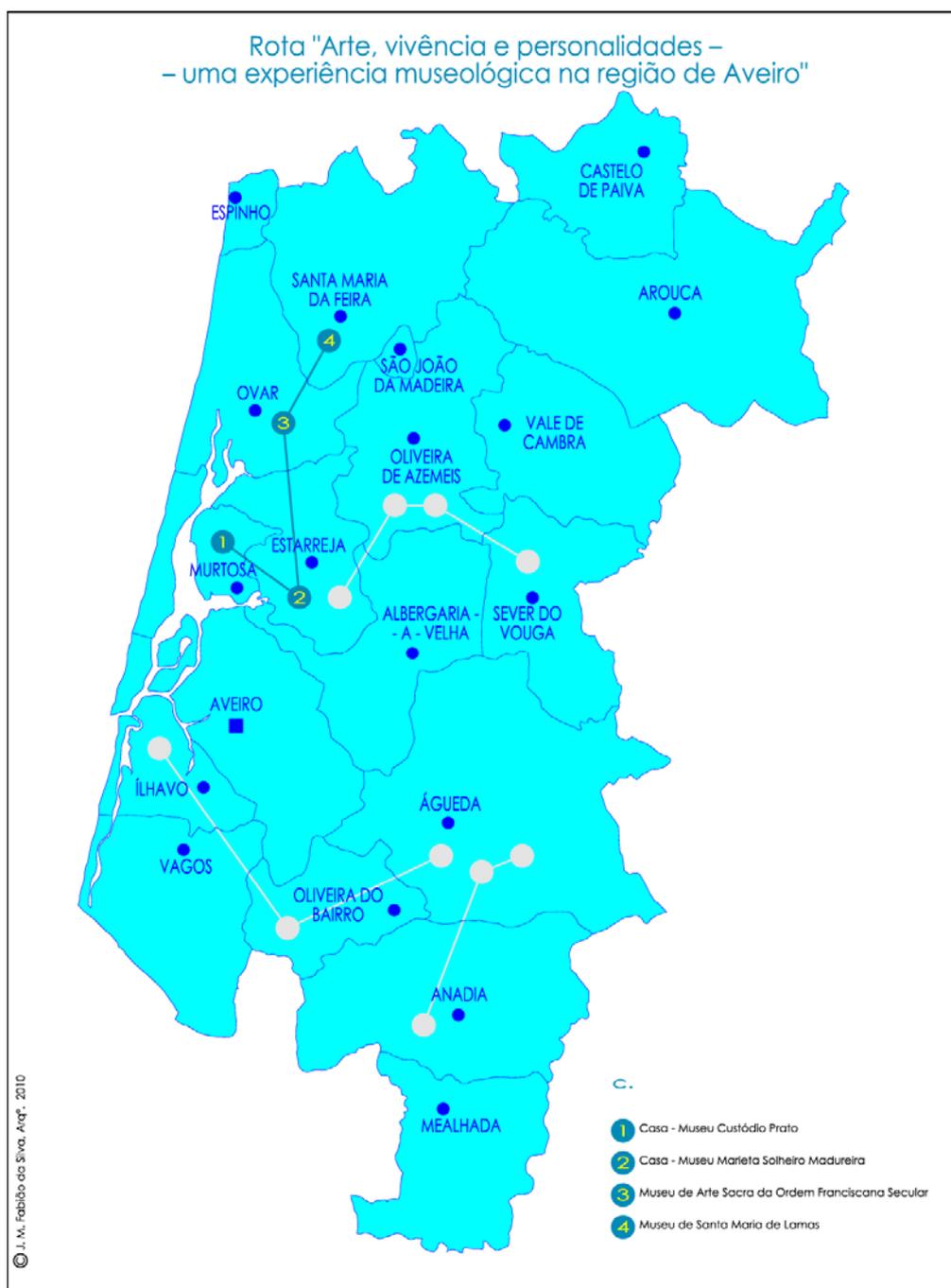
- b. Casa Gafanhoea – Museu Municipal | Museu de S. Pedro da Palhaça | Casa-Museu João Tomás Nunes (Anexos 6.2., 6.6., 6.12).

Figura 6.6. - Componente b. Rota "Arte, vivência e personalidades - uma experiência museológica na região de Aveiro"



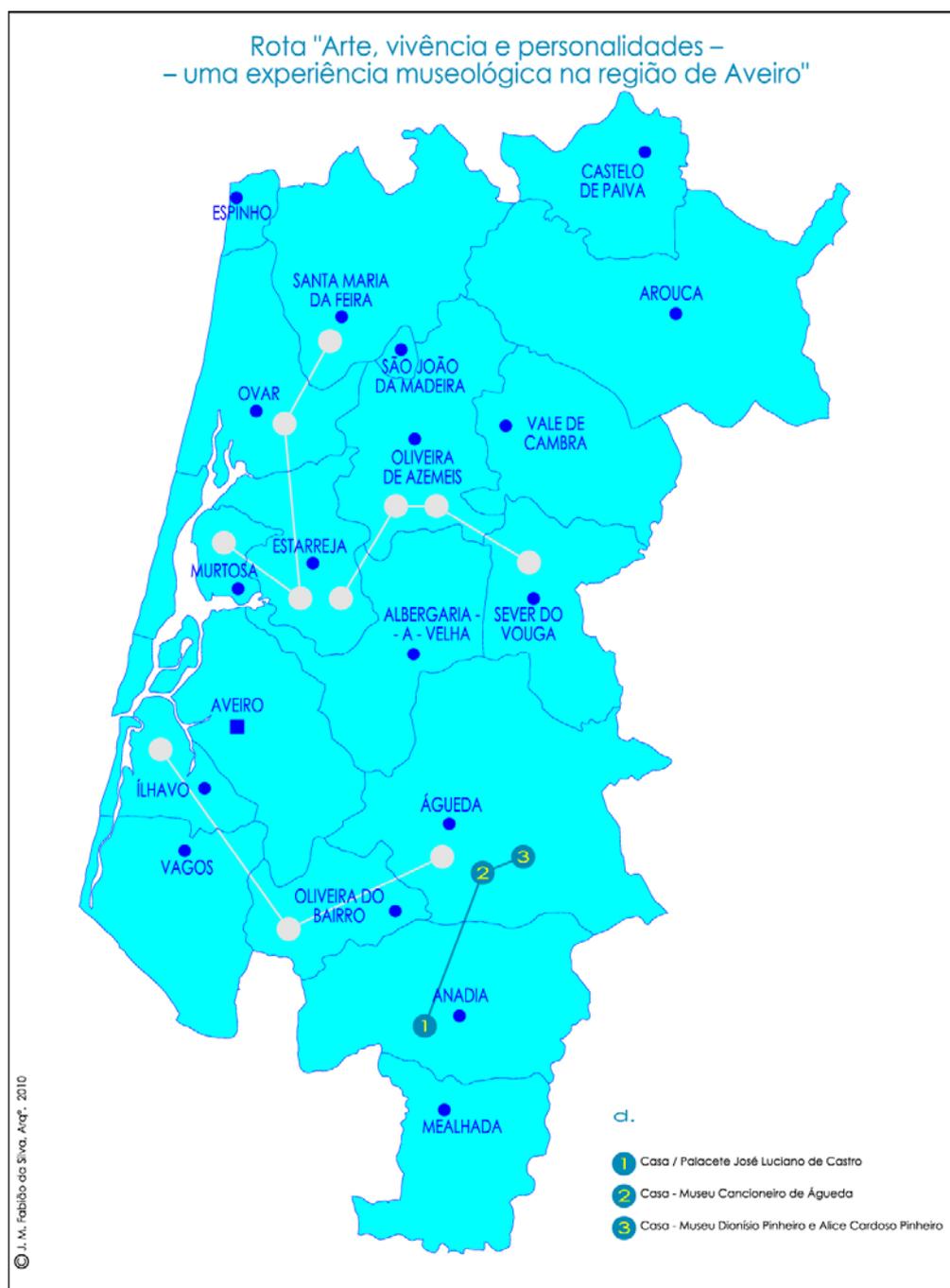
- c. Casa-Museu Custódio Prato | Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira | Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular | Museu de Santa Maria de Lamas (Anexos 6.5., 6.7., 6.10., 6.14).

Figura 6.7. - Componente c. Rota "Arte, vivência e personalidades - uma experiência na região de Aveiro"



- d. Museu/Palacete José Luciano de Castro | Casa-Museu Cancioneiro de Águeda | Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro (Anexos 6.1., 6.3., 6.11.).

Figura 6.8. - Componente d. Rota "Arte, vivência e personalidades - uma experiência museológica na região de Aveiro"



Capítulo VII

PERCEPÇÃO DE BENEFÍCIOS E OBSTÁCULOS NA CONSTITUIÇÃO DE ROTAS MUSEOLÓGICAS – UM ESTUDO EMPÍRICO

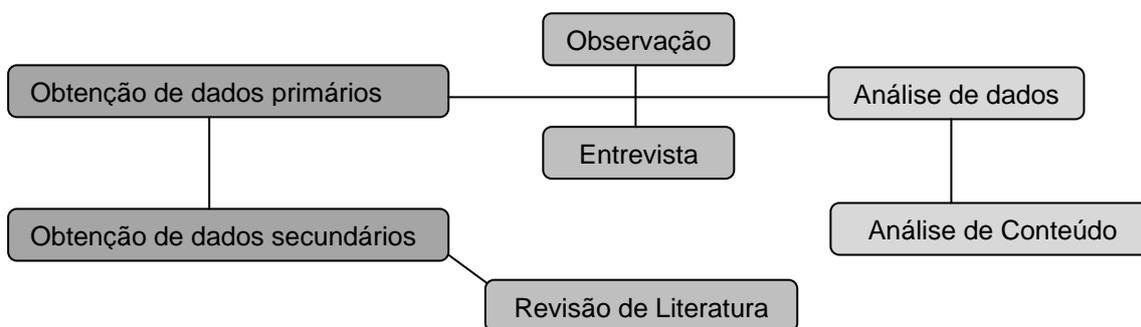
7.1. Justificação da investigação e apresentação do problema em estudo

No capítulo anterior procurou-se formular uma proposta de rotas museológicas na região de Aveiro, delimitando, constituindo e caracterizando as próprias rotas. Neste capítulo, o objectivo reside em justificar as decisões tomadas, ao mesmo tempo que se procura ter consciência da realidade museológica da região, mais especificamente dos elementos seleccionados para constituírem as rotas. Para atingir este objectivo, foram recolhidos dados primários e secundários (revisão de literatura).

Para obter dados primários que permitissem ampliar o estudo, foram realizadas entrevistas aos responsáveis de cada museu, que procuravam determinar os benefícios e obstáculos da constituição das rotas museológicas na dita região, enquanto se abordava a questão das redes de trabalho, neste caso entre museus e entre rotas.

A observação foi outro instrumento de obtenção de dados utilizado na realização deste estudo. Esta técnica de investigação funcionou como auxiliar das entrevistas, pois procurou-se adquirir dados e informações adicionais àqueles obtidos pelas questões directas do guião de entrevista.

Figura 7.1. - Esquema Representativo do Processo de Obtenção e Análise de Dados



A realização destas entrevistas era imprescindível para conhecer os museus em causa, suas colecções, suas actividades e realidades, de modo a perceber se as rotas pensadas

por nós projectadas teriam alguma aplicabilidade prática e se funcionariam da forma adequada, determinando-se quais as possíveis dificuldades (obstáculos e benefícios) na sua articulação e constituição em rede.

Todos os dados obtidos convergem numa mesma função: a sua análise e posterior validação do problema de investigação em questão. Era necessário perceber se os dados recolhidos conseguiriam validar a questão “É possível criar rotas de pequenos e médios museus na região de Aveiro”, e respectivas hipóteses de investigação, daí se ter utilizado a técnica da análise de conteúdo para obter resultados. A Figura 7.1. representa o processo utilizado da referida obtenção e análise de dados.

7.2. Instrumento de investigação

Visto que a entrevista era o ponto fulcral da obtenção de dados primários, o processo foi previamente preparado. Todas as questões a serem colocadas foram pensadas, de forma a que o guião correspondesse às necessidades desta investigação e fosse perceptível e conciso no momento do contacto com os sujeitos entrevistados.

O guião de entrevista era composto pelas seguintes cinco questões:

1. Nome, formação e responsabilidade (perante o museu) do entrevistado.
2. Gostaria de ver o museu integrar uma rota museológica na região de Aveiro?
3. Que benefícios pensa que a integração numa rota museológica, na região de Aveiro, pode trazer para o museu?
4. Que dificuldades/obstáculos pode imaginar na implementação e uso prático de uma tal rota?
5. Qual o interesse do museu em trabalhar em rede com outros museus, dentro da sua rota ou entre rotas?

Todos os entrevistados responderam a estas questões, o que permitiu realizar uma tabela de cruzamento de respostas que posteriormente serviu para comparação e confrontação de dados no processo de análise de conteúdo.

7.3. Apresentação dos dados

A entrevista foi o meio utilizado na recolha de grande parte da informação que permitiu a elaboração de uma análise meticulosa de dados. As entrevistas foram realizadas a todos os representantes dos catorze museus em estudo (directores, curadores e outros responsáveis delegados), entre 16 de Março e 16 de Abril de 2010, de forma directa e pessoal, com a duração média de dez minutos, e sem o recurso a utensílios de gravação.

De acordo com a disponibilidade de cada sujeito entrevistado, foram realizadas visitas aos museus antes ou depois das entrevistas, com o intuito de melhor conhecer o espaço, utilizando a técnica da observação não-participante. Antes de cada entrevista, foi explicado a cada sujeito quais os objectivos desta investigação, bem como a finalidade da informação que ia sendo recolhida, as rotas que se pretendiam criar e em qual/quais rotas iria figurar cada museu.

7.3.1. Caracterização dos sujeitos

A primeira abordagem da entrevista consistia em recolher dados relativos aos entrevistados: género e formação do entrevistado e sua responsabilidade perante o museu. Estes dados não só permitiam identificar os catorze entrevistados e o seu papel dentro do espaço museológico, como também determinar a propriedade institucional dos museus (pública ou privada).

Deste modo, e como se pode observar na Tabela 7.1., foram entrevistados os seguintes sujeitos¹¹:

- **Casa-Museu Cancioneiro de Águeda:** Presidente da Direcção do Grupo Típico “O Cancioneiro de Águeda”, sexo feminino, Licenciada em Biologia;
- **Casa-Museu João Tomás Nunes:** Proprietária do Museu, sexo feminino, 4ª classe;

¹¹ Ver anexos 6.1., 6.2., 6.3., 6.4., 6.5., 6.6., 6.7., 6.8., 6.9., 6.10., 6.11., 6.12., 6.13. e 6.14.

- **Museu/Palacete José Luciano de Castro:** Director do Museu José Luciano de Castro, sexo masculino, Formação Superior na área de Direito, História e Museologia;
- **Casa-Museu Egas Moniz:** Conservadora do Museu, sexo feminino, Licenciada em História;
- **Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira:** Conservador do Museu, sexo masculino, Licenciado em História e História da Arte/Mestre em História da Idade Média/Pós-graduado em Património Regional e Local;
- **Casa Gafanha – Museu Municipal:** Presidente do “Grupo Etnográfico da Gafanha da Nazaré”, sexo masculino, 4ª classe;
- **Casa-Museu Custódio Prato:** Presidente do rancho folclórico “Os Camponeses da Beira Ria”, sexo masculino, Médico.
- **Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis:** Tesoureiro da Direcção da Casa-Museu, sexo masculino, 5º ano (liceu antigo);
- **Casa-Museu Ferreira de Castro:** Responsável do sector do património histórico-cultural do município de Oliveira de Azeméis, sexo masculino, Técnico Superior de Património;
- **Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular:** Única funcionária em representação da direcção, sexo feminino, 12º ano de administração;
- **Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro:** Curadora da Fundação Dionísio Pinheiro, sexo feminino, Licenciada em História da Arte;
- **Museu de S. Pedro da Palhaça:** Secretário do Museu, sexo masculino, Contabilista;
- **Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga:** Provedor da Santa Casa da Misericórdia de Sever do Vouga, sexo masculino, Médico;
- **Museu de Santa Maria de Lamas:** Directora do Museu, sexo feminino, Licenciada em Arte e Património/Mestre em Artes Decorativas.

Tabela 7.1. - Identificação dos Sujeitos Entrevistados: Responsabilidade, Género e Formação

Museu	Responsabilidade	Género	Formação
Casa-Museu Cancioneiro de Águeda	Presidente da Direcção do Grupo Típico “O Cancioneiro de Águeda”	Sexo feminino	Lic. em Biologia
Casa-Museu João Tomás Nunes	Proprietária do Museu	Sexo feminino	4ª classe
Museu /Palacete José Luciano de Castro	Director do Museu José Luciano de Castro	Sexo masculino	Formação Superior na área de Direito, História e Museologia
Casa-Museu Egas Moniz	Conservadora do Museu	Sexo feminino	Lic. em História
Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira	Conservador do Museu	Sexo masculino	Lic. em História e História da Arte/Mestre em História da Idade Média/Pós-graduado em Património Regional e Local
Casa Gafanhoeira – Museu Municipal	Presidente do “Grupo Etnográfico da Gafanhoeira da Nazaré”	Sexo masculino	4ª classe
Casa-Museu Custódio Prato	Presidente do rancho folclórico “Os Camponeses da Beira Ria”	Sexo masculino	Medicina
Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis	Tesoureiro da Direcção da Casa-Museu	Sexo masculino	5º ano (liceu antigo)
Casa-Museu Ferreira de Castro	Responsável do sector do património histórico-cultural do município de Oliveira de Azeméis	Sexo masculino	Técnico Superior de Património
Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular	Única funcionária em representação da direcção	Sexo feminino	12º ano de administração
Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro	Curadora da Fundação Dionísio Pinheiro	Sexo feminino	Lic. em História da Arte
Museu de S. Pedro da Palhaça	Secretário do Museu	Sexo masculino	Contabilidade
Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga	Provedor da Santa Casa da Misericórdia de Sever do Vouga	Sexo masculino	Medicina
Museu de Santa Maria de Lamas	Directora do Museu	Sexo feminino	Lic. em Arte e Património/Mestre em Artes Decorativas

Na Tabela 7.2. são apresentados os museus e respectivos entrevistados, bem como as respostas dadas às quatro questões colocadas e que posteriormente serão analisadas. Os dados foram colocados na grelha de cruzamento de respostas (ver Tabela 7.2.), o que permitiu detectar algumas semelhanças/dissemelhanças entre os entrevistados, agrupando-os em categorias.

Dos catorze entrevistados, dez representavam funções de responsabilidade perante a instituição (directores, curadores, presidentes), três foram nomeados pelos responsáveis para responderem às questões (Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis, Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular e Museu de S. Pedro da Palhaça) e um partilha a direcção com a Câmara Municipal de Ílhavo (Casa Gafanhoeira – Museu Municipal).

Dos entrevistados, dois têm apenas a 4ª classe (Casa-Museu João Tomás Nunes e Casa Gafanhoeira – Museu Municipal), três têm formação intermédia (Museu de S. Pedro da Palhaça, Casa-Museu de Arte Sacra (da Ordem Franciscana Secular e Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis) e os restantes nove possuem formação superior, tal como podemos verificar na Tabela 7.2. Em relação ao género dos sujeitos entrevistados, determina-se ainda que são mais os elementos do sexo masculino (oito) que do sexo feminino (seis).

Finalmente, a Tabela 7.3. mostra que, dos museus em estudo, onze têm pertença e administração privada (Casa-Museu Cancioneiro de Águeda, Casa-Museu João Tomás Nunes, Museu/Palacete José Luciano de Castro, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, Casa-Museu Custódio Prato, Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis, Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular, Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro, Museu de S. Pedro da Palhaça, Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga e Museu de Santa Maria de Lamas). Os restantes museus são instituições públicas (Casa-Museu Egas Moniz, Casa-Museu Ferreira de Castro e Casa Gafanhoeira – Museu Municipal).

Tabela 7.2. - Tabela de Cruzamento das Respostas dos Entrevistados

Museu	Responsabilidade, género e formação	Gostaria de ver o museu integrar uma rota museológica na região de Aveiro?	Que benefícios pensa que a integração numa rota museológica na região de Aveiro pode trazer para o museu?	Que dificuldades/obstáculos pode imaginar na implementação e uso prático de uma tal rota?	Qual o interesse do museu em trabalhar em rede com outros museus, dentro da sua rota ou entre rotas?
Casa Museu Cancioneiro de Águeda	-Presidente da Direcção do Grupo Típico "O Cancioneiro de Águeda" -Sexo feminino -Licenciada Em Biologia	-Sim	-Maior visibilidade -Mais visitantes - Vai criar desafios ao próprio museu, melhorando a sua qualidade e mantendo-o actualizado	-Problemas relacionados com horários (problema das visitas por marcação)	- Há partilha de informação e entajuda -Partilha de conhecimento -Partilha de competências
Casa Museu João Tomás Nunes	-Proprietária do Museu -Sexo feminino -4ª classe	-Sim	-Maior divulgação -Eventual aumento de visitantes	- Não vejo nenhum obstáculo	-Criar ideias -Troca de ideias -Contactos
Museu/Palacete José Luciano de Castro	-Formação Superior na área de Direito, História e Museologia -Sexo masculino -Director do Museu José Luciano de Castro	-Sim. É muito importante constituir-se uma rota museológica na região de Aveiro. Integrá-la-emos se nos for proposta	- Vai permitir mais benefícios no que concerne à divulgação do museu e seu acervo -Eventual aumento de visitantes - Benefícios no que concerne à interacção com outros Museus da região	-Os eventuais obstáculos à constituição prática desta rota só podem situar-se na falta de vontade dos responsáveis dos museus e dos políticos que eventualmente estejam por detrás delas.	-Todo o interesse em trabalhar com outros museus
Casa Museu Egas Moniz	-Conservadora -Sexo feminino -Licenciada em História	-Sim	-Transversalidade -Fluidez de públicos - Permitirá conhecer as realidades museológicas de forma interactiva, permitindo comparações de colecções e realidades	-Dificuldades inerentes às acessibilidades dentro da própria rota (distância e horários dos museus, o que pode ser colmatado com visitas guiadas) - Os museus da rota podem não ter capacidade de resposta nos horários pretendidos (muitos museus encerram à segunda-feira)	-Criam-se sinergias
Casa Museu Marieta Solheiro Madureira	-Conservador -Sexo masculino -Lic. em História e História da Arte/Mestre em História da Idade Média/Pós-graduado em Património Regional e Local	-Sim	-Maior divulgação -Aumento de público -Possibilidade de comparação entre museus (obriga os piores a melhorarem)	-Nenhum	- Pode haver permuta de experiências -Cedência temporária de peças -Organização de exposições temporárias
Casa Gafanhoeira – Museu Municipal	-4ª classe -Sexo masculino -Presidente do Grupo Etnográfico da Gafanhoeira da Nazaré	-Sim	-Maior divulgação do local -Maior divulgação da história das gentes e de épocas passadas - Fluidez de público	-Nenhuma	-Todo o interesse
Casa Museu Custódio Prato	-Médico -Sexo masculino -Presidente do rancho folclórico "Os Camponeses da Beira Ria"	-Sim	-Maior divulgação	-Depende dos requisitos	-Há interesse -Intercâmbio entre museus -Entajuda -Troca de informação em termos de conservação e preservação
Casa Museu Regional de Oliveira de Azeméis	-Tesoureiro da Direcção da Casa-Museu -Sexo masculino -5º ano (liceu antigo)	-Sim	-Divulgação do museu -Mais visitantes	-Nenhuma	-Colaboração -Troca de vivências museológicas
Casa Museu Ferreira de Castro	-Téc. Superior de Património -Sexo masculino -Responsável do sector do património histórico-cultural do município de OAZ	-Sim	-Maior número de visitas -Maior divulgação	-Problemas ligados à própria articulação da rota	-Interesse total do museu -Troca de experiências -Articulação de meios
Casa Museu de Arte Sacra (da Ordem Franciscana Secular)	-12º ano de administração -Sexo feminino -Única funcionária (em representação da direcção)	-Sim	-Maior número de visitantes -Maior divulgação	-Nenhum	-Sim, embora neste momento o museu tenha falta de condições para trabalhar em rede -Trocadas de informação
Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro	-Lic. em História da Arte -Sexo feminino -Curadora da Fundação Dionísio Pinheiro	-Sim, claro	-Divulgação do museu -Ajuda a integrar as pessoas que são pouco "amigas" de museus (museu activo) -Divulgar obra do fundador -Dinamização do concelho de Águeda	-Como se processa a divulgação (questões de marketing) -Cativar público-alvo com informação acessível e directa -Cuidado com o excesso de informação	- Há todo o interesse em trabalhar em rede com outros museus -Intercâmbio, troca de ideias/conceitos -Deve passar pelas Câmaras Municipais, folhetos e internet
Museu de S. Pedro da Palhaça	-Contabilista -Sexo masculino -Secretário do Museu de S. Pedro da Palhaça	-Sim	-Maior divulgação -Mais público -Mais promoção	-Disponibilidade institucional (horários)	-Sim -Complemento museu-museu
Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga	-Médico -Sexo masculino -Provedor da Santa Casa da Misericórdia de Sever do Vouga	-Sim	-Pode incentivar as pessoas a doarem peças/fazerem ofertas -Mais receitas	-Nenhuma	-Sim -Colaboração com outros museus
Museu de Santa Maria de Lamas	-Lic. em Arte e Património (espec. em Arte Sacra) e Mestre em Artes Decorativas -Sexo feminino -Directora do museu	-Sim	-A integração é sempre positiva -Maior divulgação -Maior promoção -Credibilidade -Mais público	-Burocracia (processo de credenciação) -Obstáculos inerentes ao número de elementos que compõem a rota (comunidade distrital)	-Todo o interesse

Tabela 7.3. - Classificação dos Museus Segundo a sua Pertença Tutelar

Classificação	Museu	Total
Privado	Casa-Museu Cancioneiro de Águeda	10
	Casa-Museu João Tomás Nunes	
	Museu /Palacete José Luciano de Castro	
	Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira	
	Casa-Museu Custódio Prato	
	Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro	
	Museu de S. Pedro da Palhaça	
	Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga	
	Museu de Santa Maria de Lamas	
	Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular	
Público	Casa Gafanhoeira – Museu Municipal	4
	Casa-Museu Egas Moniz	
	Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis	
	Casa-Museu Ferreira de Castro	
Total		14

7.5. Análise e discussão de dados

Neste estudo, foi utilizada a análise de conteúdo, pois trata-se de “uma das formas de se analisar dados resultantes de pesquisas qualitativas nas Ciências Sociais e Humanas” (Martins, 2009:102). Este tipo de metodologia pressupõe uma análise activa e crítica da linguagem, pois assenta em comparações contextuais multivariadas, que envolvem a interacção entre entrevistador e entrevistado (Franco, 2008). Esta “relação” entre as duas partes tem a vantagem de recolher a espontaneidade individual e inclui sempre o contexto social mais lato em que se encontram os sujeitos.

A utilização da análise de conteúdo varia de acordo com o tipo de estudo e o tipo de dados recolhidos, pois, tal como afirma Guerra (2008:11):

“é preciso considerar que, na denominada *investigação qualitativa*, se enquadram práticas de pesquisa muito diferenciadas, fazendo apelo a diversos paradigmas de interpretação sociológica com fundamentos nem sempre expressos e de onde decorrem formas de recolha, registo e tratamento do material também elas muito diversas.”

Segundo Bardin (1979) *in* Guerra (2008), a análise de conteúdo pode agrupar-se em quatro níveis: categorial, avaliação, enunciação e expressão. Já Demazière e Dubar (1997) *in* Guerra (2008) sintetizam três tipos de análise: a análise proposicional do discurso, a análise das relações por oposição e a análise indutiva de desenvolvimento dos próprios autores. Contudo, todas estas referências não passam de formas diversas de tratamento de conteúdo que variam de pesquisa para pesquisa e de investigador para investigador.

Nesta investigação, as entrevistas realizadas permitiram, então, a obtenção de respostas às perguntas presentes no guião. Estas respostas, bem como outros dados pessoais e profissionais dos entrevistados, foram colocados numa tabela de cruzamento de respostas que facilitou a análise dos dados (ver Tabela 7.2.).

Em relação à questão número dois – *Gostaria de ver o museu integrar uma rota museológica na região de Aveiro?* – obtiveram-se 100% de respostas positivas (“sim”), como se pode observar na Tabela 7.4. Ou seja, todos os entrevistados revelaram interesse em fazer parte deste estudo e em participarem nas rotas propostas, alegando que as rotas seriam mais uma forma de divulgar turisticamente as suas instituições museológicas, aproximando-as e mantendo-as em contacto.

Tabela 7.4. - Interesse em Participar numa Rota Museológica na Região de Aveiro

Resposta	Percentagem	Total
Sim	100%	14
Não	0%	0
Total		14

Tabela 7.5. - Sinopse das Entrevistas Realizadas aos Sujeitos

Temática/Questão	Excertos	Problemática
Benefícios da integração do museu numa rota	<ul style="list-style-type: none"> ▪ “Eventual aumento de visitantes” ▪ “Fluidez de público” ▪ “Vai criar desafios ao próprio museu, melhorando a sua qualidade e mantendo-o actualizado” ▪ “Vai permitir mais benefícios no que concerne à divulgação do museu e seu acervo” ▪ “Permitirá conhecer as realidades museológicas de forma interactiva, permitindo comparações de colecções e realidades” 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do número de visitantes • Maior divulgação • Interacção museológica
Obstáculos na implementação das rotas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ “Não vejo nenhum obstáculo” ▪ “Os museus da rota podem não ter capacidade de resposta nos horários pretendidos” 	<ul style="list-style-type: none"> • Nenhum obstáculo • Articulação de horários
Interesse do museu em trabalhar em rede	<ul style="list-style-type: none"> ▪ “Há todo o interesse em trabalhar em rede com outros museus” ▪ “ O trabalho em rede é sempre positivo” ▪ “Pode haver permuta de experiências” ▪ “Há partilha de informação e entreatajuda” ▪ “Criam-se sinergias” 	<ul style="list-style-type: none"> • Interesse em trabalhar em rede • Partilha de informação, conhecimento e experiências

Os restantes dados reunidos permitiram a realização da Tabela 7.5., onde estão inseridas as temáticas (objectivo das entrevistas), as observações que se destacam, e as principais problemáticas que as respostas obtidas permitiram construir.

Como benefícios da integração dos museus numa rota museológica na região de Aveiro (questão três) são frequentemente apontados: o aumento do número de visitantes, a maior divulgação dos espaços e a interacção entre museus. Como se pode observar na

Tabela 7.6., a primeira problemática contabilizou onze referências¹², a segunda problemática, referente às questões de promoção ou divulgação, obteve o maior número de alusões, contabilizando-se doze¹³, e a terceira problemática foi focada por três entrevistados¹⁴.

Tabela 7.6. - Benefícios da Integração dos Museus numa Rota Museológica na Região de Aveiro – Problemáticas e Número de Referências

Questão	Problemática	Número de Referências
Q3: Que benefícios pensa que a integração numa rota museológica, na região de Aveiro, pode trazer para o museu?	Maior divulgação	12
	Aumento do número de visitantes	11
	Interacção museológica	3
	Maior visibilidade	1
	Melhorias na qualidade do museu	1
	Dinamização do concelho	1
	Incentivar público a doar peças	1
	Mais credibilidade	1
	Mais receitas	1
Total		32

Em relação a esta questão colocada, foram ainda obtidas outras respostas isoladas (ver Tabela 7.6.), tais como: “maior visibilidade” (Casa-Museu Cancioneiro de Águeda), “melhorias na qualidade” (Casa-Museu Cancioneiro de Águeda), “dinamização do concelho” (Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro), “incentivar

¹² Casa-Museu Cancioneiro de Águeda, Casa-Museu João Tomás Nunes, Palacete José Luciano de Castro, Casa-Museu Egas Moniz, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, Casa Gafanhoeira, Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis, Casa-Museu Ferreira de Castro, Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Terceira de S. Francisco, Museu de S. Pedro da Palhaça e Museu de Santa Maria de Lamas.

¹³ Casa-Museu João Tomás Nunes, Palacete José Luciano de Castro, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, Casa Gafanhoeira, Casa-Museu Custódio Prato, Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis, Casa-Museu Ferreira de Castro, Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Terceira de S. Francisco, Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro, Museu de S. Pedro da Palhaça e Museu de Santa Maria de Lamas.

¹⁴ Palacete José Luciano de Castro, Casa-Museu Egas Moniz e Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira.

público a doar peças” (Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga), “mais credibilidade” (Museu de Santa Maria de Lamas) e “mais receitas” (Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro).

Estes resultados revelam alguma curiosidade na medida em que três das problemáticas mais significativas para este estudo (“maior visibilidade”, “dinamização do concelho” e “mais receitas”) apenas são referenciadas uma vez. Quer isto dizer que, os sujeitos parecem não ter a noção da amplitude da criação das rotas, centrando-se apenas nos potenciais benefícios internos que as suas instituições podem obter, não percebendo a possibilidade de estarem a lidar com um importante factor de dinamismo local/regional.

Tabela 7.7. - Dificuldades/Obstáculos na Implementação de uma Rota Museológica na Região de Aveiro – Problemáticas e Número de Referências

Questão	Problemática	Número de Referências
Q4: Que dificuldades/obstáculos pode imaginar na implementação e uso prático de uma tal rota?	Nenhum obstáculo	6
	Articulação de horários	3
	Falta de vontade de responsáveis e políticos	1
	Distância entre museus	1
	Articulação da rota	1
	Burocracia	1
	Número de elementos que compõem a rota	1
	Questões de Marketing ou divulgação	1
	Depende dos requisitos	1
Total		16

Como obstáculos ou dificuldades inerentes à implementação e uso prático de uma rota museológica na região de Aveiro (questão quatro), os entrevistados focam dois aspectos: a inexistência de obstáculos e questões relacionadas com os distintos horários de funcionamento das instituições (ver Tabela 7.7.) Em relação ao primeiro aspecto, foram

seis os entrevistados que o revelaram expressamente¹⁵, enquanto que o assunto dos horários foi referido por três entrevistados¹⁶.

Nesta questão quatro obtiveram-se, igualmente, respostas isoladas como (ver Tabela 7.7.): “falta de vontade de responsáveis e políticos” (Palacete José Luciano de Castro), “distância entre museus” (Casa-Museu Egas Moniz), “articulação da rota” (Casa-Museu Ferreira de Castro), “burocracia” e “número de elementos que compõem a rota” (Museu de Santa Maria de Lamas), “questões de Marketing ou divulgação” (Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro) e “depende dos requisitos” (Casa-Museu Custódio Prato).

De seguida, procurou-se determinar quais os entrevistados que colocavam mais obstáculos à implementação e uso práticos das rotas. De todos, a Casa-Museu Egas Moniz, o Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro e o Museu de Santa Maria de Lamas, foram os sujeitos que mais obstáculos anotaram (ver Tabela 7.2.). Há a apontar que todos estes sujeitos possuem formação superior, o que sugere que os seus conhecimentos académicos e profissionais lhes permitem adquirir mais preparação para enfrentar estas questões, ao mesmo tempo que lhes atribui uma capacidade reflectiva mais profunda sobre a temática em estudo.

Tabela 7.8. - Interesse do Museu em Trabalhar em Rede com outros Museus, dentro da sua Rota ou entre Rotas – Problemáticas e Número de Referências

Questão	Problemáticas	Número de Referências
Q5: Qual o interesse do museu em trabalhar em rede com outros museus, dentro da sua rota ou entre rotas?	Interesse em trabalhar em rede	14
	Partilha de informação, conhecimento e experiências	17
Total		31

¹⁵ Casa-Museu João Tomás Nunes, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, Casa Gafanhoeira, Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis, Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular e Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga.

¹⁶ Casa-Museu Cancioneiro de Águeda, Casa-Museu Egas Moniz e Museu de S. Pedro da Palhaça.

Na Tabela 7.8., determina-se que, quanto à temática do trabalho em rede entre museus (questão cinco), todos eles (100%) revelaram interesse em fazê-lo, e cinco dizem-no literalmente¹⁷. Onze dos entrevistados¹⁸ referiram que o trabalho em rede permitia a partilha de informação, conhecimento e experiências.

Tabela 7.9. - Análise dos Benefícios que teria a Integração do Museu numa Rota

Museu	Formação Académica	Género	Contexto	Pouco Motivados	Motivados	Muito Motivados
Casa-Museu Cancioneiro de Águeda	Superior	Sexo feminino	Urbano	---	x	---
Casa-Museu João Tomás Nunes	4ª classe	Sexo feminino	Rural	x	---	---
Museu /Palacete José Luciano de Castro	Superior	Sexo masculino	Urbano	---	x	---
Casa-Museu Egas Moniz	Superior	Sexo feminino	Rural	---	x	---
Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira	Superior	Sexo masculino	Urbano	---	x	---
Casa Gafanhoeira – Museu Municipal	4ª classe	Sexo masculino	Urbano	---	x	---
Casa-Museu Custódio Prato	Superior	Sexo masculino	Rural	x	---	---
Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis	Média	Sexo masculino	Urbano	x	---	---
Casa-Museu Ferreira de Castro	Superior	Sexo masculino	Rural	x	---	---
Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular	Média	Sexo feminino	Urbano	x	---	---
Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro	Superior	Sexo feminino	Urbano	---	---	x

¹⁷ Museu de Santa Maria de Lamas, Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro, Palacete José Luciano de Castro e Casa Gafanhoeira.

¹⁸ Casa-Museu Cancioneiro de Águeda, Casa-Museu João Tomás Nunes, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira, Casa-Museu Custódio Prato, Casa-Museu Regional de Regional de Oliveira de Azeméis, Casa-Museu Ferreira de Castro, Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular, Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro, Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga, Casa-Museu Egas Moniz e Museu de S. Pedro da Palhaça.

Museu de S. Pedro da Palhaça	Média	Sexo masculino	Rural	---	x	---
Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga	Superior	Sexo masculino	Urbano	x	---	---
Museu de Santa Maria de Lamas	Superior	Sexo feminino	Urbano	---	---	x

Para facilitar a análise dos benefícios que teria a integração do museu numa rota foi criada a Tabela 7.9. Esta tabela apresenta os museus em estudo, o seu contexto (rural e urbano), a formação académica e o género dos entrevistados e ainda três categorias relativas aos benefícios. A primeira categoria “pouco motivados” engloba os sujeitos que apontaram menos de três benefícios; a segunda categoria “motivados” abarca os sujeitos que apontaram três benefícios; e a terceira categoria “muito motivados” representa os sujeitos que indicaram mais de três categorias.

Tabela 7.10. - Relação entre a Formação Académica dos Entrevistados e o Número de Benefícios e Obstáculos que teria a Integração do Museu numa Rota

Formação Académica	Nº de Museus	Nº de Benefícios	Nº de Obstáculos
Superior	9	26	11
Média	3	7	1
4ª classe	2	5	1
Total	14	38	13

Na Tabela 7.10. observa-se que são os sujeitos entrevistados com formação académica mais elevada que apresentam maior número de benefícios (vinte e seis) e maior número de obstáculos (onze) à implementação de uma rota museológica na região de Aveiro. Este dados sugerem que estes são os sujeitos que apresentam melhor preparação para responder às questões colocadas, pois mostram sentido crítico e melhor conhecimento da realidade exposta nesta investigação.

Ainda na Tabela 7.10. nota-se que, à medida que a formação académica vai diminuindo de grau, diminuem também os benefícios e os obstáculos apresentados. Destaca-se ainda que os dados apresentados pelos sujeitos com formação média e pelos sujeitos com a 4ª classe não diferem muito, visto que ambos apresentam apenas um obstáculo e que em termos de benefícios há uma diferença de dois elementos. Estes dados sugerem que à medida que a formação académica dos sujeitos desce, diminui igualmente a sua capacidade reflexiva em relação ao assunto investigado.

Tabela 7.11. - Relação entre o Contexto dos Museus e o Número de Benefícios e Obstáculos que teria a Integração do Museu numa Rota

Contexto	Nº de Museus	Nº de Benefícios	Nº de Obstáculos
Urbano	9	27	7
Rural	5	11	6
Total	14	38	13

Outro aspecto importante remete para o contexto em que cada museu se insere (rural e urbano), pois os museus que apresentam mais benefícios e mais obstáculos à integração numa rota inserem-se em contexto urbano (vinte e sete benefícios e sete obstáculos). Contudo, ao comparar os obstáculos apresentados pelos sujeitos de ambos os contextos, observa-se que a diferença de número de elementos não diverge. Ou seja, enquanto que nove museus em contexto urbano apresentam sete obstáculos, cinco museus em contexto rural apresentam seis obstáculos. Em termos comparativos, estes dados sugerem que os museus em contexto rural parecem detectar mais obstáculos à implementação das rotas museológicas.

Na resposta à questão “Qual o interesse do museu em trabalhar em rede com outros museus, dentro da sua rota ou entre rotas?”, obtiveram-se dois tipos de resposta: uma fechada (sim=interesse *versus* não=desinteresse) e outra aberta (onde os entrevistados apresentaram, espontaneamente, os benefícios do trabalho em rede). Os entrevistados representantes dos museus José Luciano de Castro, Casa Gafanhoe e Santa Maria de Lamas responderam sinteticamente que teriam interesse em trabalhar em rede, já os

restantes onze entrevistados apresentaram justificações para a sua escolha¹⁹ (ver Tabela 7.2.). Não foi detectada nenhuma ligação entre as respostas e a formação dos entrevistados.

Tabela 7.12. - Relação entre a Tutela e o Nível de Motivação dos Museus

Classificação	Museu	Pouco Motivados	Motivados	Muito Motivados
Privado	Casa-Museu Cancioneiro de Águeda	---	X	---
	Casa-Museu João Tomás Nunes	X	---	---
	Museu /Palacete José Luciano de Castro	---	X	---
	Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira	---	X	---
	Casa-Museu Custódio Prato	---	X	---
	Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro	---	X	---
	Museu de S. Pedro da Palhaça	X	---	---
	Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga	X	---	---
	Museu de Santa Maria de Lamas	X	---	---
	Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular	X	---	---
Público	Casa Gafanhua – Museu Municipal	---	---	X
	Casa-Museu Egas Moniz	---	X	---
	Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis	X	---	---
	Casa-Museu Ferreira de Castro	---	---	X
Total	14	6	6	2

Cruzando os dados das Tabelas 7.3. e 7.9. obtêm-se a possibilidade de analisar a relação entre a tutela dos museus e o nível de motivação dos mesmos (ver Tabela 7.12.). Em termos de tutela (pública ou privada), são na sua maioria os museus privados que

¹⁹ Note-se que todos revelam interesse em trabalhar em rede.

apresentam menos razões de motivação (cinco museus privados e um museu público). Contudo, os mais motivados são igualmente museus privados (Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro). Os motivados (que apresentaram três benefícios na integração do museu numa rota) são um total de seis, em que dois são públicos (Casa-Museu Egas Moniz e Casa Gafanhoeira – Museu Municipal) e quatro privados (Casa-Museu Cancioneiro de Águeda, Museu/Palacete José Luciano de Castro, Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira e Museu de S. Pedro da Palhaça).

Tabela 7.13. - Relação entre a Temática e o Nível de Motivação dos Museus

Museu	Temática	Pouco Motivados	Motivados	Muito Motivados
Casa-Museu Cancioneiro de Águeda	Casa-Museu	---	x	---
Casa-Museu João Tomás Nunes	Casa-Museu	x	---	---
Museu /Palacete José Luciano de Castro	Casa-Museu	---	x	---
Casa-Museu Egas Moniz	Casa-Museu Museu de Arte	---	x	---
Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira	Casa-Museu Museu de Arte	---	x	---
Casa Gafanhoeira – Museu Municipal	Casa-Museu	---	x	---
Casa-Museu Custódio Prato	Casa-Museu	x	---	---
Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis	Casa-Museu	x	---	---
Casa-Museu Ferreira de Castro	Casa-Museu	x	---	---
Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular	Casa-Museu Museu de Arte	x	---	---
Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro	Casa-Museu	---	---	x
Museu de S. Pedro da Palhaça	Museu de Arte	---	x	---
Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga	Museu de Arte	x	---	---
Museu de Santa Maria de Lamas	Casa-Museu	---	---	x
Total	14	6	6	2

A Tabela 7.13. possibilita a obtenção de comparações entre a motivação dos sujeitos e a rota em que os museus se inserem. Deste modo, na categoria dos “pouco motivados” existem cinco Casas-Museu, em que um se insere igualmente na categoria dos Museus de Arte (Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular) um Museu de Arte (Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga). Dos motivados, fazem parte cinco Casas-Museu, em que uma também se insere na categoria dos Museus de Arte (Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira), e um Museu de Arte (Museu de S. Pedro da Palhaça). Da categoria dos “muito motivados” fazem parte dois Museus de Arte (Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro e Museu de Santa Maria de Lamas), o que sugere que a formação superior dos responsáveis e a vertente artístico-cultural dos ditos museus sensibiliza estes espaços para a temática em estudo.

7.4.1. Validação das hipóteses de investigação

No ponto 3 do capítulo I desta dissertação – *Delimitação da Questão e das Hipóteses de Investigação* – foi apresentada a questão: “É possível criar rotas de pequenos e médios museus na região de Aveiro?”, e as respectivas hipóteses de investigação (H1, H2, H3 e H4).

Em relação à primeira hipótese (**H1**) – *A Museologia, associada ao Turismo Cultural, é um factor de dinamismo regional* – foi possível identificar argumentos na revisão de literatura que a validam, embora os sujeito entrevistados não apontem directamente para esta conclusão.

A memória descritiva desta hipótese, apresentada também no capítulo I da metodologia, propunha identificar o número de museus e de visitantes da região, para se poder determinar o impacto desta actividade, ao mesmo tempo que se identificariam os benefícios económicos e socioculturais da mesma.

A pesquisa bibliográfica e de campo (contactos realizados e já especificados nos capítulos I e IV) permitiram identificar 49 museus no distrito de Aveiro, sendo os conselhos de Águeda e Ovar os que mais exemplares possuem (seis cada um), como se pode observar na Tabela 6.1. do capítulo anterior. Os próprios dados publicados em Neves e Santos (2006) demonstram que as regiões do Norte e Centro possuem 25,1% e 18,4% de museus, respectivamente; regiões estas que englobam os concelhos que

fazem parte do distrito em estudo. Desta forma, observa-se uma forte apetência para a prática de Turismo Cultural, visto existir variada oferta de museus neste espaço.

Em termos de benefícios, concluí-se no capítulo III que os museus são impulsionadores do desenvolvimento social, cultural, educativo, lúdico, político, ecológico e económico (Pérez, 2009), destacando-se os benefícios de índole económica e sociocultural que os museus podem obter e proporcionar ao nível local/regional (também discutidos no capítulo III).

Em jeito de síntese, percebe-se que uma das formas de dinamizar uma região é associar o Turismo à Museologia, pois o fluxo de visitantes e receitas por eles gerados não se limita apenas ao espaço limitado da instituição, mas também ao espaço envolvente, beneficiando a comunidade local e permitindo a criação de sinergias entre diversos agentes e respectivas áreas de negócio. Para que tal aconteça e seja salutar para todas as partes, é imprescindível que exista um planeamento integrado e uma gestão dinâmica e otimizada que possibilitem um consumo equilibrado, mas sobretudo vantajoso.

A análise de conteúdo realizada permitiu também sedimentar esta hipótese, na medida em que a motivação dos sujeitos entrevistados é maior do que os obstáculos por eles apontados, embora os sujeitos, na sua maioria, valorizem os benefícios inerentes à instituição.

Deste modo, e analisando as variáveis apresentadas e tendo em conta a percepção dos responsáveis pelos museus que foram entrevistados, conclui-se que a Museologia associada ao Turismo Cultural se apresenta como um factor de dinamismo regional, e vice-versa.

A segunda hipótese **(H2)** – *É viável criar a rota turística das casas-museu da região de Aveiro* – ficou validada na medida em que se demonstra a possibilidade de se criar na região de Aveiro uma rota de casas-museu e respectivas sub-rotas. Foram analisados o número de casas-museu da região e o segmento de mercado mais relevante, ao mesmo tempo que se delimitou a área geográfica da rota.

Da região de Aveiro foram identificados, inicialmente, doze casas-museu (ver Tabelas 6.1. e 6.2. do capítulo anterior) e o segmento de mercado com mais relevância é o do

turista cultural (Eusébio *et al*, 2008). Em termos de delimitação geográfica, foi seleccionado o distrito de Aveiro, com os respectivos concelhos (Águeda, Albergaria, Anadia, Arouca, Aveiro, Castelo de Paiva, Espinho, Estarreja, Ílhavo, Mealhada, Murtosa, Oliveira de Azeméis, Oliveira do Bairro, Ovar, Santa Maria da Feira, S. João da Madeira, Sever do Vouga, Vagos e Vale de Cambra).

A análise de conteúdo realizada permitiu identificar que os sujeitos percebem a formação desta rota apresentando benefícios diversos como o aumento do número de visitantes (do museu e consequentemente da região), a própria divulgação e também a interacção entre museus. Foi apresentado como único obstáculo à implementação desta rota a articulação de horários entre instituições museológicas, o que em número de referências é inferior aos benefícios apontados.

Há ainda a destacar que os sujeitos entrevistados, representantes das Casas-Museu, se mostram maioritariamente motivados com a constituição das rotas e nenhum se apresentou contra este projecto, o que contribui para a viabilidade do mesmo.

Neste estudo admite-se igualmente a terceira hipótese **(H3)** proposta – *É viável criar a rota turística dos pequenos e médios museus de arte da região de Aveiro* –, pois foi possível identificar, à semelhança da H2, o número de museus de arte da região, o segmento de mercado relevante e a delimitação do espaço geográfico.

No estudo identificaram-se, inicialmente, dez museus de arte no distrito de Aveiro²⁰, como mostram as Tabelas 6.1. e 6.2., e os turistas culturais como mercado-alvo (Eusébio *et al*, 2010). Foi novamente delimitada a área geográfica do distrito de Aveiro, com os respectivos concelhos.

Em termos de benefícios, a análise de conteúdo efectuada identificou que a implementação desta rota teria como benefícios o aumento do número de visitantes (do museu e consequentemente da região) e da própria divulgação, e também a interacção entre museus. O único obstáculo apresentado à implementação desta rota prende-se com a articulação de horários entre museus, o que em número de referências é inferior aos benefícios apontados.

²⁰ Estes dados correspondem à lista inicial formada. Alguns dos museus foram excluídos do estudo por não corresponderem aos critérios pré-estabelecidos.

Destaca-se ainda que os sujeitos entrevistados, representantes dos Museus de Arte, se mostram maioritariamente motivados com a constituição das rotas e nenhum se apresentou contra este projecto, o que ressalta a viabilidade do mesmo.

A quarta e última hipótese de investigação proposta **(H4)** – *A cooperação em rede, entre museus e entre rotas museológicas, é benéfica para o sector turístico* – ficou validada, depois de se avaliarem os sistemas em estudo (sistema das casas-museu e sistema dos pequenos e médios museus de arte), as relações entre museus e os benefícios da rede, tal como são percebidos pelos responsáveis das referidas instituições.

Concluiu-se ser possível criar o *sistema casas-museu*, que revelou poder ser dinâmico, semiótico (produz sentido e bens simbólicos) e sinistro-hemisférico (possui grande e profunda criatividade). O mesmo é aplicável ao *sistema dos pequenos e médios museus de arte*.

Com base na bibliografia pesquisada, e em exemplos de redes museológicas existentes no capítulo V (RPM, Mud, RRM e MuMa), foi possível criar um conjunto de objectivos que as redes constituídas neste estudo pretendem cumprir:

1. Valorizar o tecido museológico regional;
2. Promover e divulgar os museus e as suas colecções;
3. Promover a troca e difusão de informação e experiências;
4. Fomentar a realização de actividades comuns;
5. Facilitar o acesso à informação e à formação de pessoal qualificado;
6. Estimular a aplicação de práticas correctas de museologia e museográfica.

Refere-se ainda que a percepção dos sujeitos relativamente aos benefícios da implementação de uma rede, resultantes da investigação realizada, aponta igualmente para aspectos como a partilha de informação, conhecimento e experiências como ex-líbris do trabalho em rede. Nenhum dos entrevistados se mostrou desfavorável ao

trabalho em rede entre museus e entre rotas, porém alguns deles revelaram apenas algumas noções vagas sobre o assunto.

Assim, e analisando as variáveis apresentadas, conclui-se que, na percepção dos sujeitos, a cooperação em rede pode ter impacto no Turismo, pois as redes permitem reforçar identidades, potencializar recursos, estimular a procura, diminuir irregularidades (Carvalho, 2008:42), valorizar a actividade turística, fomentar a cooperação institucional, descentralizar recursos, articular informação e promoção conjunta, e descentralizar meios técnicos e financeiros.

Capítulo VIII

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O Turismo, mais do que uma actividade de lazer, é hoje uma actividade de negócio que envolve inúmeros agentes, emprega milhões de pessoas e gera biliões de receitas em todo o mundo. Esta actividade económica, como qualquer outra, acarreta consequências positivas e negativas, mas o equilíbrio é conseguido através da estabilidade permitida pelo desenvolvimento sustentável que, cada vez mais, se procura praticar.

A sustentabilidade da actividade turística é praticável graças a vários aspectos que remetem para estudos e práticas – *best practices* – já impostos e que permitem a execução e aperfeiçoamento de planos turísticos integrados (que envolvem diversas vertentes, actividades e acordos). A experiência permite, então, criar condições que envolvem programas de gestão do destino turístico.

Uma das conclusões mais importantes retiradas deste estudo prende-se com a viabilidade da relação entre Turismo e Cultura. Os bens culturais são, cada vez mais, consumidos pelos turistas, o que dá visibilidade ao segmento de Turismo Cultural e justifica o facto desta vertente do Turismo ser essencial para o êxito da actividade. Em jeito de síntese, a Cultura enquanto produto pode ser vista como um rendimento para os agentes de Turismo, o que os leva a explorar a intimidade cultural dos indivíduos e das comunidades, obtendo retorno, pois os turistas anseiam por este tipo de lazer. Assim, os produtos culturais/patrimoniais são “vendidos” como atracções turísticas, desenvolvendo a indústria do Turismo Cultural.

Os dados levantados neste estudo permitem comprovar que a actividade museológica faz parte da Cultura portuguesa, na medida em que existem múltiplos museus no país e que tem aumentado a intenção de construção e requalificação de tantos outros. As regiões Norte e Centro são as que mais museus possuem, logo as que mais beneficiam da exploração turística desta actividade de negócio, na medida em que os museus são impulsionadores do desenvolvimento económico, social e cultural e, conseqüentemente, turístico.

Os museus satisfazem grande parte da procura turística, pois são bastante requisitados por diversos segmentos, principalmente pelo segmento dos turistas culturais. Ora, em Portugal e na Europa este segmento continua a crescer, pelo que a articulação entre Museologia e Turismo Cultural se deve continuar a fortalecer, de forma a beneficiar ambas as partes e respectivas actividades a elas adjacentes. Assim, os museus devem funcionar como núcleos, *clusters*, ou rede de forma a organizarem a sua actividade e melhor prepararem a oferta cultural.

A organização de rotas exige muita preparação, laboração e concentração pelo que se dever ter acesso a bibliografia e exemplos de sucesso de outras rotas, de modo a reconhecer as diversas fases/etapas de preparação de uma rota e os elementos a ter em conta na sua construção. As rotas culturais são inovadoras e promovem a interdisciplinaridade, pois permitem estabelecer a ponte entre o sector do Turismo e a actividade cultural. Uma das formas de facilitar esta relação é através das rotas de museus. É possível planear, de uma só vez, uma oferta constituída por várias instituições museológicas, desde que estas correspondam a uma série de critérios e façam sentido como um agrupamento. Só assim, uma rota de museus pode representar uma identidade, contando uma história.

Uma rota de museus deve funcionar como um sistema aberto e permeável, em constante movimento e desenvolvimento, que permita a criação de relações de interacção dinâmicas, em diversos sentidos. Não se pode deixar de sublinhar que este tipo de roteiros inclui-se num sistema cultural, pois engloba bens culturais e/ou cultiva actividades de índole cultural. Ao fazer parte do sistema cultural, uma rota museológica pode e deve interagir com outros sistemas, como os sistemas turístico e cultural. Aqui, três sistemas se relacionam e comunicam – museológico, cultural e turístico – admitindo uma dinâmica inter-cultural, negocial e de gerência. A relação entre estes sistemas tem sido tão produtiva que em Portugal tem crescido o número de redes de museus, bem como a sua associação ao sector turístico-cultural.

Metodologicamente foi cumprido o plano inicial proposto na memória descritiva das hipóteses de investigação, bem como a planificação e calendarização dos trabalhos. A revisão de literatura e a recolha e análise de *best practices* foram fundamentais neste estudo, bem como o uso dos instrumentos (observação e entrevista) utilizados na

obtenção de dados necessários à investigação. A recolha de dados secundários foi essencial no complemento às informações recolhidas.

A análise de conteúdo foi a técnica escolhida para esta investigação por ser a mais indicada neste tipo de abordagem metodológica qualitativa. Muitas vezes é apontada como uma técnica algo subjectiva, mas apenas se revela uma técnica que exige muito profissionalismo, concentração, reflexão e isenção da parte do investigador, que deve seguir as rigorosas regras de análise.

As entrevistas realizadas permitiram obter várias conclusões em relação ao estudo. A primeira prende-se com a questão dos benefícios que se espera obter com a implementação das rotas museológicas. Estranhamente, os sujeitos entrevistados admitem a possibilidade de obtenção de benefícios para a instituição, mas não referem, na sua maioria, a dinâmica local/regional que tal circuito turístico poderia oferecer.

Embora não pareça haver uma forte ligação entre o número de benefícios e a formação dos sujeitos entrevistados, há uma tendência para que os sujeitos com mais habilitações académicas apresentem mais benefícios e também mais obstáculos à implementação das rotas, fruto dos conhecimentos adquiridos.

É também de salientar que os museus inseridos em contexto urbano apresentam mais benefícios que os inseridos em contexto rural. Visto que o número de benefícios foi medido em graus de motivação, há a salientar que os museus privados são os mais motivados e simultaneamente os menos motivados. Nestes casos, nota-se que há a necessidade de (in)formar tanto os museus inseridos em contexto rural, como os museus públicos, de forma a que possam tomar decisões mais interventivas em relação ao assunto.

A questão do trabalho em rede foi bem aceite por todos os sujeitos, pelo que não se estabeleceu uma relação entre a formação dos entrevistados e a sua posição em relação ao trabalho em rede entre museus e entre rotas. Contudo, nota-se alguma falta de reflexão ao abordar o assunto, bem como algum pragmatismo.

A análise de dados permitiu justificar a escolha da questão de investigação, bem como validar as hipóteses de investigação. Em relação à primeira hipótese, determinou-se,

através da revisão de literatura, que a Museologia associada ao Turismo Cultural é um factor de dinamismo regional. As respostas dos sujeitos não foram ao encontro desta afirmação, pelo que um estudo futuro deve perceber o porquê desta tomada de posição, apresentando soluções que demonstrem as potencialidades turísticas, económicas, e socioculturais inerentes à implementação destas rotas.

As hipóteses número 2 e 3 também foram validadas, pois é possível criar rotas de Casas-Museu e de pequenos e médios Museus de Arte (e respectivas sub-rotas) na região de Aveiro. Pretende-se, futuramente, colocar em prática estas rotas, determinando quais os seus reais benefícios e quais os obstáculos inerentes à sua implementação.

As percepções dos sujeitos entrevistados e a revisão de literatura permitem também concluir que a cooperação em rede pode ter impactos ao nível do Turismo, neste caso cultural. Contudo, ficou por recolher e analisar o número de visitantes dos museus (e respectivos segmentos) e as suas receitas anuais de modo a se poder efectuar uma análise com uma vertente mais quantitativa.

A constituição das rotas museológicas na região de Aveiro pode trazer benefícios a vários níveis (económicos, políticos, sociais, culturais, ambientais), mas a articulação entre os museus e entre as sub-rotas deve ser bem analisada, para que o funcionamento integrado não seja um fracasso. O contacto entre os diferentes sistemas deve ser feito através de uma rede inter-comunicante.

As rotas de museus apresentadas neste estudo não foram testadas, pois a investigação limitava-se a constituir os elementos e a interligá-los, e não a colocá-los em prática. As sub-rotas foram criadas dentro daquilo (entenda-se museus) que a região de Aveiro tem para oferecer ao segmento de Turismo Cultural e que não se encontra facilmente acessível nem divulgado.

Tal como outros estudos empíricos, este não é estanque e apresenta-se como uma porta aberta a posteriores investigações. Futuramente, as rotas devem ser testadas com um (ou mais) grupo(s) de teste, para detectar possíveis obstáculos à sua implementação e prática. Só assim é possível resolver os problemas detectados e adaptar as rotas às especificidades necessárias. A vertente comercial destas rotas, a execução de estudos de mercado facilitaria a aplicabilidade das rotas e detectaria possíveis benefícios

económicos das mesmas. Neste caso específico, pode-se explorar o facto de o mercado espanhol ser o mais relevante nesta região (Semedo, 2009), moldando pelo menos algumas destas rotas, numa fase posterior, às suas necessidades.

Ficam por testar três importantes aspectos: conhecer o impacto da implementação das rotas nos museus ao nível do aumento do número de visitantes, da divulgação e da interacção entre instituições; determinar se a incompatibilidade de horários é o único obstáculo à implementação das rotas; testar na prática a possibilidades de uma rede entre os museus e entre as rotas, e verificar que o seu funcionamento é benéfico para todos os intervenientes.

Estudos futuros são imprescindíveis para complementar esta investigação. De qualquer forma, a investigação elaborada indica que a presença de rotas museológicas na região de Aveiro se mostra um produto capaz de completar e melhorar a oferta turístico-cultural da região.

BIBLIOGRAFIA

- (2010). Distrito de Aveiro. <http://www.guiadacidade.pt/portugal/?G=distritos.index&artid=14778&distritoid=01> (acedido em 8 de Março de 2010, 14:30h).
- A.R.V.V.R. (s.d.)**. Rota do Vinho do Ribatejo. <http://www.rotavinhoribatejo.pt/> (acedido em 5 de Fevereiro de 2010, às 17h14).
- Aalst, I. v. and I. Boogaarts (2004)**. "From Museum to Mass Entertainment: The Evolution of the Role of Museums in Cities." *European Urban and Regional Studies* **9**(3): 195-209.
- Adejuvbon, F. J. (1985)**. "Cultural heritage as tourism product." *Tourism Review* **40**(1): 19-21.
- Almeida, E. (2006)**. Planeamento turístico: proposta metodológica para municípios brasileiros de pequena e média dimensão. *Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial*. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Mestrado**.
- Anderson, D., D. Gray, et al. (2003)**. "Museums, Keyworkers and Lifelong Learning: a european survey." *International Review of Education* **49**(3-4): 343-362.
- Arfin, F. (2010)**. A Yorkshire Itinerary - Five Days Among Yorkshire's City Gems. http://gouk.about.com/od/yorkshireandthenortheast/ss/Tour_of_Yorkshire.htm (acedido em 29 de Janeiro de 2010, 17h05).
- Ashworth, G. J. (1995)**. Managing The Cultural Tourism. *Tourism and Spacial Transformation- Implications for Policy and Planning*. C. International: 265-284.
- Ashworth, G. J. and P. J. Larkham (1994)**. *Building a new heritage: tourism, culture and identity in the new Europe*. London, Routledge.
- ATLAS (2007)**. The ATLAS Cultural Tourism Project: Summary of Research Results, <http://www.tram-research.com/atlas/previous.htm> (acedido em 29 de Dezembro de 2009, 10h48).
- Baltazar, H. (2008)**. Os turistas no museu : (dis) ou indispensáveis? O caso do Museu de Alberto Sampaio em Guimarães. *Departamento de Ciência e Técnicas do Património*. Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto. **Mestrado**: 164.

Barbieri, J. e. a. (2008). Geração de ideias em organizações inovadoras sustentáveis, Modelos de gestão e identificação dos factores de sucesso. *Cadernos de Inovação nº1/06*.

Barrio, M., L. C. Herrero, et al. (2008). "Measuring the efficiency of heritage institutions: A case study of a regional system of museums in Spain." *Journal of Cultural Heritage* **10**: 258-268.

Bastos, S. (2006). Responsabilidade social, Turismo e património histórico cultural paulistano: azulejos, aquarelas e pinturas históricas de José Wash Rodrigues. *IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*.

Beni, M. (1997). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo, Senac Editora.

Brandão, F. (2008). *A Gestão do Sistema Turístico como factor de competitividade: a importância da informação*, DEGEI, Universidade de Aveiro.

Breda, Z. (2008). *Normas gerais para elaboração de trabalhos académicos e científicos*. Aveiro.

Briedenhann, J. and E. Wickens (2004). "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream?" *Tourism Management* **25**: 71-79.

Brizolla, T. c. (2006). *Turismo Cultural - Orientações Básicas*. Brasília, Ministério do Turismo.

Bull, A. (1992). *The Economics of Travel and Tourism*. London, Pitman.

C.F.A. (2006). Art Itinerary - Museums in Florence. <http://www.firenzealbergo.it/EN/Experience-Florence/art-culture/pages/itinerario-arte-musei.aspx> (acedido em 29 de Janeiro de 2010, 16h42).

C.M.M. (2010). Rede de Museus de Matosinhos - MuMa. http://cmmatosinhos.wiremaze.com/PageGen.aspx?WMCM_Paginald=11770 (acedido em 20 de Abril de 2010, às 15h00).

Caldeira, A. (2006). Atracções e gestão de visitantes. Uma abordagem de competitividade aplicada ao caso português. *Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial*. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Mestrado**.

Camargo, L. H. (2005). *Património Histórico e Cultural*. S. Paulo.

Carbone, F. (2006). Turismo, património e sustentabilidade: modelo de gestão para sítios arqueológicos. *DEGEI*. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Mestrado**: 152.

Carvalho, A. (2008). Gestão de Património Museológico: as Redes de Museus. *Escola de Comunicação e Artes*. S. Paulo, Universidade de S. Paulo. **Pós-Graduação:** 185.

Carvalho, C. e. a. (1997). *Manual de Oslo, Directrizes para a colecta e interpretação de dados sobre a inovação*, OCDE.

Carvalho, I. (2009). Turismo literário e redes de negócios: passear em Sintra com os Maias DEGEI. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Mestrado:** 96.

Castro, A. L. (2007). Turismo e Museu: uma relação delicada. *VIII ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - Debates em Museologia e Património*. Salvador BR <http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/DMP--257.pdf> (acedido em 15 de Janeiro de 2010, às 12:20).

Caulton, T. (1998). *Hands-on exhibitions, Managing Interactive Museums and Science Centres*. London, New York, Routledge.

Cerro, F. L. (1993). Técnicas de Evaluacion del potencial Turístico. *Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*. Madrid, Centro de publicaciones.

Cooper, C. (s.d.). *Turismo: Princípios e Práticas*. S. Paulo, Bookman.

Correia, L. (2005). As rotas dos vinhos em Portugal : estudo de caso da rota do vinho da Bairrada. *Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial*. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Mestrado:** 169.

Costa, C. (1996). Towards the improvement of the efficiency and effectiveness of tourism planning and development at the regional level: planning, organisations and networks : the case of Portugal. University of Surrey. **Doutoramento:** 509.

Costa, C. (2001). O papel e a posição do sector privado na construção de uma nova política para o Turismo em Portugal. *Novas Estratégias para o Turismo*, AEP: 65-87.

Costa, C. (2005). "Turismo e Cultura: Avaliação das Teorias e Práticas Culturais do Sector do Turismo (1990-2000)." *Análise Social XL*(153).

Costa, J. and A. Melo (1995). Dicionário da Língua Portuguesa *Dicionários EDITORA*. P. Editora. 7ª ed, Porto.

Couche, M. (2003). *A noção de cultura nas ciências sociais*. Lisboa, Fim de Século.

Cracolici, M. F. and P. Nijkamp (2008). "The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions." *Tourism Management* **30**: 336-334.

Cunha, L. (2007). *Introdução ao Turismo*. Lisboa-S. Paulo, Verbo.

Curado, H. (1996). Cultural Tourism in Portugal. *Cultural Tourism in Europe*. G. Richards: 249-265.

Decelle, X. (2004). A Conceptual and Dynamic Approach to Innovation in Tourism. *Conference on Innovation and Growth in Tourism*. Lugan, Suíça, OCDE.

DiMaggio, P. and P. M. Hirsch (1976). "Production Organizations in the Arts." *American Behavioral Scientist* **19**(6): 735-752.

Erostat (1998). *Metodologia comunitária sobre estatísticas do turismo*, Comissão Europeia.

EU (2010). Cultural routes and landscapes, a common heritage of Europe. , European Institute of Cultural Routes. http://www.culture-routes.lu/php/fo_index.php?lng=en (acedido em 28 de Dezembro de 2009, às 10h23).

Eusébio, C. (2006). Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional. O caso da Região Centro de Portugal. *DEGEI*. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Doutoramento**: 482.

Eusébio, C., Castro, E. e Costa, C. (2008). "Diversidade no Mercado Turístico da Região Centro de Portugal: Identificação dos segmentos de maior valor económico em termos de Actividades Turísticas praticadas." *Revista Turismo & Desenvolvimento* **10**: 9-24.

Falk, J. and B. Sheppard (2006). *Thriving in the knowledge age : new business models for museums and other cultural institutions*, Altamira Press.

Ferreira, A. M. (2003). O turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos: o caso de Faro *DEGEI*. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Doutoramento**: 661.

Fonseca, A. (2005). *Turismo Cultural num Palácio Nacional*. Lisboa, Edições Colibri-Câmara Municipal de Cascais.

Fonseca, M. A. (2006). Museu como Atractivo Turístico - Criação de um Centro de Tradições, Artes e Ofícios no Vale do Sousa. Porto, Universidade Fernando Pessoa. **Pós-graduação:** 29.

Franco, M. (2008). *Análise do Conteúdo*. Brasília, Liber Livro.

Franco, N. (2000). Potencialização do Turismo das ruínas Jesuíticas da Região das Missões. *Escola de Administração*. Porto Alegre, Universidade Federal do R.G.S. **Pós-Graduação.**

Frederico, N. (2006). Planeamento e Desenvolvimento Turístico – Análise da Chapada Diamantina *Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial*. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Mestrado:** 240.

Funari, P. P. and J. Pinsky (2005). *Turismo e Patrimônio Cultural*. S. Paulo, Editora Contexto.

G.C.A. (2004). Distrito de Aveiro. <http://www.gov-civil-aveiro.pt/home.php> (acedido em 9 de Março de 2010, às 16h01).

Gilmore, A. and R. Rentschler (2002). "Changes in museum management. A custodial or marketing emphasis?" *Journal of Management Development* **21**(10): 745-760.

Gnoth, J. (2003). *Costumer activated services networks: towards a dynamic model for tourism destinations*. 32nd EMAC Conference Proceedings, Universidade de Strathclyde, Glasgow.

Gomes, D. (2005). Turismo e museus: um potencial a explorar. *Turismo e Patrimônio Cultural*. E. Contexto. S. Paulo: 27-34.

Gonçalves, P. (2006). Rota de Artes e Ofícios no Concelho de Paços de Ferreira. Porto, Universidade Fernando Pessoa. **Pós-Graduação:** 64.

GovernodosAçores (2010). "Rede Regional de Museus dos Açores. <http://museus.azores.gov.pt/arede/> (acedido em 20 de Abril, 15h05)."

Grech, J. (2004). Malta: A permanent process of Innovation in Tourism. *Conference on Innovation and Growth in Tourism*. Lugan, Suíça.

Guerra, I. (2008). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo. Sentidos e formas de uso*. Principia.

GuiaDaCidade (2009). Distrito de Aveiro. <http://www.guiadacidade.pt/portugal/?G=distritos.index&artid=14778&distritoid=01> (acedido em 15 de Fevereiro de 2010, às 16h51).

Guiltinan, J. and G. Paul (1994). *Marketing Management – Strategies and Programs*, Mc. Graw-Hill Internacional Edition.

Gunn, C. A. (1993). *Tourism Planning*. Nova York, Taylor&Francis.

Hui-Min, G., O. L. W. Yang, et al. (2009). "Itinerary Planning and Structured Travel – Preferences by Outbound Chinese Holidaymakers." *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* **20**, (1): 119-133.

ICOM (2001). Estatutos da ICOM. **Artigo 2º:** 20ª Assembleia Geral do ICOM, Barcelona <http://www.icom-portugal.org/conteudo.aspx?args=55,conceitos,2,museu> (acedido em 15 de Janeiro de 2010, às 10h20).

ICOMOS (2008). Carta dos Itinerários Culturais: 12 <http://icomos.fa.utl.pt/documentos/documentos.html> (acedido em 30 de Dezembro de 2009, às 16h03).

Ignarra, L. (2003). *Fundamentos do Turismo*, Thomson.

IMC (2010). Rede Portuguesa de Museus <http://www.ipmuseus.pt/pt-PT/rpm/ContentDetail.aspx> (acedido em 20 de Abril de 2010, às 14h44).

INE (2009). *O Anuário Estatístico de Portugal 2008*, Lisboa, INE.

INP (2010). International Network for Peace. <http://www.internationalnetworkforpeace.org/> (acedido em 27 de Abril de 2010, às 15h30).

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning : an integrated and sustainable development approach*. New York, Van Nostrand Reinhold

Isaac, R. (2008). *Understanding the Behaviour of Cultural Tourists: Towards a Classification of Dutch Cultural Tourists Dissertation*, NHTV.

Johnson, P. and B. Thomas (1998). "The Economics of Museums: A Research Perspective." *Journal of Cultural Economics* **22**: 75-85.

Kastenholz, E. (2002). O papel da imagem do destino no comportamento do turista e implicações em termos de marketing : o caso do Norte de Portugal *Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial Aveiro*, Universidade de Aveiro. **Doutoramento:** 244.

Keller, P. (2004). Conclusions of the Conference on Innovation and Growth in Tourism. *Conference on Innovation and Growth in Tourism*. Lugan, Suíça.

Kelly, L. (2008). Museums and tourism. *INTERCOM 2008: Museums, Tourism and the Visitor Experience*. New Zealand. <http://www.intercom.museum/conferences/2008/> (acedido em 15 de Janeiro de 2010, às 11:50).

Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998). *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. California.

Kotler, P. e. a. (1999). *Principles of Marketing*. London, Prentice Hall Europe.

Kruger, H. (2004). *The need for an Innovation-Oriented Tourism Policy*, OCDE.

Kwang-Nan, H. (2008). Museum, Tourism and Culture Industry. *INTERCOM 2008: Museums, Tourism and the Visitor Experience*. New Zealand. <http://www.intercom.museum/conferences/2008/> (acedido em 15 de Janeiro de 2010, às 11:55).

Leask, A. and I. Yeoman (2003). *Heritage Visitor Attractions: an Operations Management Perspective*, Cassell.

Lippi, R. and M. Simantob (2003). Desmistificando a Inovação. Inovar para Competir - Inovação: conceitos, definições e tipologias. *Guia Valor Económico de Inovação nas Empresas*, Editora Globo.

Lopez, A. (2009). La innovación en el sector turístico español. Factores determinantes del nivel de innovación en el sector hotelero español bajo el enfoque del proceso de dirección estratégica. *Faculdade de Ciências Empresariais*, Universidade de Huelva. **Doutoramento.**

Lotman, I. (2006). *La Semiosfera I – Semiótica De La Cultura Y Del Texto*. València, Ediciones Cátedra Universitat de València.

Magalhães, A. P. and R. Ferreira (2008). Turismo Fluvial e Náutica de Recreio na Baía do Seixal *Seminário Internacional de Náutica de Recreio e Desenvolvimento_C*. M. d. S.-G. d. Turismo. Seixal: 8.

Martins, U. (2009). *Gastronomia Portuguesa no Brasil - Um Roteiro de Turismo Cultural*. DEGEI. Aveiro, Universidade de Aveiro. **Mestrado:** 143.

Mathieson, A. and G. Wall (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow, Logman.

Mathieson, A. and G. Wall (2006). *Tourism: change, impacts and opportunities*. Harlow, Pearson Prentice Hall.

Matos, M. F. (2009). Why Going to a Museum? Motivations and Lifestyle of Museum Visitors and Non-Visitors. *Instituto Superior de Economia e Gestão*. Lisboa, Universidade Técnica de Lisboa. **Mestrado:** 122.

McCarthy, B. B. and L. Jones (1991). *Cultural Tourism*, Bridget Beattie McCarthy.

Meneses, J. (2004). *História e Turismo Cultural*. Belo Horizonte, Autêntica.

Mgomezulu, G. G. Y., Ed. (2004). *Museum International. The site museum*, Blackwell Publishing.

Molinar, C. (2006). "Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima." *Estudios Sobre las Culturas Contemporaneas* **XII**, (24): 9-33.

MuseuDouro (2010). Rede de Museus. <http://www.museudodouro.pt/pagina.7.7.aspx> (acedido em 20 de Abril de 2010, às 14h50).

NEMO (2010). NEMO - The Network of European Museum Organisations. <http://www.ne-mo.org/> (acedido em 27 de Abril de 2010, às 15h22).

Neto, F. (2005). Evento: de acção, de entretenimento a agente de promoção do património histórico-cultural. *Turismo e Património Cultural*. E. Contexto. S. Paulo: 53-66.

Neves, J. (2000). Museus em Portugal: elementos para uma caracterização. *IV Congresso Português de Sociologia - Sociedade Portuguesa: Passados Recentes, Futuros Próximos*. APS. Universidade de Coimbra http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR462df95cb4b1d_1.PDF (acedido em 16 de Janeiro de 2010, às 10:39).

Neves, J. and J. Santos (2006). Os Museus em Portugal no período 200-2005: Dinâmicas e Tendências, Observatório das Actividades Culturais: 24 http://www.oac.pt/pdfs/OAC_Museus%20em%20Portugal_2000-2005.pdf (acedido em 16 de Janeiro de 2010, às 11h50).

Novais, C. F. P. (1997). Turismo e Património Monumental e Museus no Algarve - Avaliação do Potencial Turístico de Recursos. *Ciências Económicas e Empresariais*, Universidade do Algarve & Universidade Técnica de Lisboa. **Mestrado:** 133.

Oliveira, S. (2007). Turismo e Patrimônio Histórico-Cultural em São João del Rei. *Revista Electrónica de Turismo Cultural* **Volume**, DOI:

Paswan, A. K. and L. C. Troy (2004). "Non-profit Organization and Membership Motivation: an exploration in the museum industry." *Journal of Marketing Theory and Practice* **12(2):** 1-15.

Paul, D. and P. M. Hirsch (1976). "Production Organizations in the Arts." *American Behavioral Scientist*. 735-752.

Paula, J. d. and L. Bastos (2002). Fotointerpretação aplicada na optimização de rotas turísticas. *XII Simpósio Latinoamericano de Percepcion Remota*. Cochabamba-Bolivia. **v. XII:** 6.

Pérez, X. (2009). *Turismo Cultural - Uma visão antropológica*. Tenerife, PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.

Pestana, M. H. and J. N. Gageiro (1998). *Análises de dados para ciências sociais : a complementaridade do SPSS* Lisboa, Edições Sílabo.

Pinto, A., F. Meireles, et al. (2005). *História da Cultura e das Artes (11º ano)*. Porto.

Pires, M. J. (2002). *Lazer e Turismo Cultural*. S. Paulo, Manole.

Pisano, L. (2005). *Memoria, paesaggio, cultura: Itinerari italiani ed europei*. Milano, FrancoAngeli.

PortalOceania (2010). Turismo na Austrália. <http://www.portaloceania.com/au-tourism-index-port.htm> (acedido em 5 de Fevereiro de 2010, 16h18).

Portuguez, A. P. (2004). *Turismo, Memória e Patrimônio Cultural*. S. Paulo, ROCA.

Prieto, L. C., J. J. Figueira, et al. (2001). "Análise do turismo cultural de museus no corredor do Douro." *Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional. VIII. UTAD:* 163-183.

Ravenscroft, N., D. Philipps, et al. (1998). *Tourism and Visitor Attractions: Leisure, Culture and Commerce*, LSA.

REALITYTOUR (s.d.). Rota da Liberdade. <http://www.realitytour.com.br/> (acedido em 8 de Fevereiro de 2010, 17h48).

Redington, C. (2002). *A Guide to the Small Museums of Britain*. New York, I.B.Tauris & Co. http://www.amazon.co.uk/gp/reader/1860646239/ref=sib_dp_pt#reader-page (acedido em 8 de Fevereiro, 9:30h).

Richards, G. (2005). Introduction: Culture and Tourism in Europe. *Cultural Tourism in Europe* G. Richards, ATLAS.

Richards, G. and D. Hall (2000). The Community: a sustainable concept in tourism development? *Tourism and Sustainable Community Development*. London, Routledge.

Ricoeur, P. (s.d.). *O Conflito das Interpretações* (Trad. M.F. Sá Correia). Lisboa, Rés (Publicado originalmente nas Éd. du Seuil, com o título *Le Conflit des Interprétations - Essais d'Hermeneutique*).

RMN (2010). "Réunion des Musées Nationaux". <http://www.rmn.fr/> (acedido em 27 de Abril de 2010, às 15h56)."

Robbins, S. S. and J. E. Robbins (1981). "Museum Marketing: Identification of High, Moderate, and Low Attendee Segments." *Journal of the Academy of Marketing Science* 9(1): 66-76.

Robinson, M., P. Long, et al. (2000). *Reflections on Internacional Tourism. Expressions of Culture, Identity and Meaning in Tourism*, Centre of Travel and Tourism&Business Education Publishers.

Rodrigues, A. (2003). A Disciplina de Gestão e Dinamização da Oferta Cultural num Curso Superior de Turismo: Objectivos, Conteúdo Programático e Contributo para o Mercado de Trabalho. <http://www.estig.ipbeja.pt/~aibpr/Investigacao/Comunicacoes/ComCoimbra.htm> (acedido em Novembro de 2008).

Rodrigues, M. (2005). Preservar e consumir: o património histórico e o turismo. *Turismo e Património Cultural*. E. Contexto. S. Paulo: 15-24.

Ronchi, A. M. (2008). *Cultural Tourism. eCulture*, Springer Berlin Heidelberg: 359-374.

Roseman, S. R., N. Herrero, et al. (2008). "The cultural politics of tourism and heritage in Galicia: anthropological perspectives." *International Journal of Iberian Studies* 21 (2): 73-86.

Rosenberg, N. (2004). Innovation and Economic Growth. *Conference on Innovation and Growth in Tourism*. Lugan, Suíça.

RotadoFresco (2010). Rota do Fresco. <http://www.rotadofresco.com/patrimonio.php?lang=en> (acedido em 5 de Fevereiro de 2010, 16h45).

Ryan, C. and G. Hui-Min (2007). "Spatial Planning, Mobilities and Culture - Chinese and New Zealand Student. Preferences for Californian Travel." *International Journal of Tourism Research* **9**: 189-203.

Santos, J. (2006). *Roteiro Medieval do Vale do Sousa*. Porto, Universidade Fernando Pessoa. Pós-Graduação: 39.

Semedo, É. (2009). Para uma Geografia de Aveiro. *História de Aveiro - Sínteses e Perspectivas*. C.M.A. Aveiro.

Sentias, J. F. (2004). *Casos de turismo cultural. De la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona, Editorial Ariel.

Sharpley, R. and D. J. Telfer (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Clevedon Channel View Publications

Silva, E. (2008). *Antropologia e Turismo. Património e Identidade. Os desafios do Turismo cultural*. I.S.C.S.P. Universidade Técnica de Lisboa

Silva, J. (2001). "Nova dinâmica espacial da cultura e do Turismo na Bahia – Base para o planeamento do desenvolvimento turístico fundamentado nos conceitos e práticas de cluster económico." *Revista de Desenvolvimento Económico* **III(5)**: 86-95.

Smith, H. (2005). "Universities, innovation, and territorial development: a review of the evidence, Environment and Planning." *Government and Policy* **2007 25**: 98-114.

Sousa, C. (2004). Rota do Fresco: História da Arte, Gestão Cultura e Conservação e Restauro. *Encontros Alcultur*. Portalegre.

T.C.P. (2010). A localização da ria de Aveiro. <http://www.turismodocentro.pt/aveiro/index.php?ID=21> (acedido em 9 de Março de 2010, 14h01).

T.C.P. (2010). Museus na região da ria de Aveiro. <http://www.turismodocentro.pt/aveiro/index.php?ID=20> (acedido em 9 de Março de 2010, 15h21).

T.C.P. (2010). A região da ria de Aveiro. <http://www.turismodocentro.pt/aveiro/> (acedido em 9 de Março de 2010, 13h59).

T.C.P. (2010). Roteiros da ria de Aveiro. <http://www.turismodocentro.pt/aveiro/index.php?ID=2481> (acedido em 9 de Março de 2010, 14h54).

Tien, C.-C. (2008). The Role of Museum Clusters in the Cultural Tourism Industry. *INTERCOM 2008: Museums, Tourism and the Visitor Experience*. New Zealand <http://www.intercom.museum/conferences/2008/> (acedido em 15 de Janeiro de 2010, às 11:45).

Travelplan.it (2010). Rome Guide Italy - A weekend full of experiences. http://www.travelplan.it/rome_guide_itineraries_weekend.htm (acedido em 29 de Janeiro de 2010, 17h16).

Trimarchi, M. (2004). Distritos Culturales y desarrollo económico del territorio: la experiencia de los museos de Siena. *Casos de turismo cultural. De la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona, E. Ariel: 109-124.

UNESCO (2008). Heritage. http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=34321&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (acedido em Novembro de 2008).

VALSOUSA (s.d.). Rota do Românico do Vale do Sousa. <http://www.rotadoromanico.com/vPT/Paginas/Homepage.aspx?IntroMapa=true> (acedido em 5 de Fevereiro de 2010, 17h03).

Vidal, D. and S. Aulet (2004). Girona e el turismo cultural. *Casos de turismo cultural. De la planificación estratégica a la gestión del producto*. E. Ariel. Barcelona: 203-232.

Vieira, A. et al (2008). "Fidelização lucrativa de clientes: uma perspectiva relacional da gestão hoteleira", *Revista Portuguesa de Marketing*. "Edições IPAM 8(16): 45-53.

Wall, G. (1994). "Preserving Nature and Cultural Heritage." *Annals of Tourism Research* 22(3): 82-84.

Watts, M. (2009). "Collaborative Implementation Network Structures: Cultural Tourism Implementation in an English Seaside Context." *Syst Pract Action Res* 22: 293–311.

Weiermair, K. (2004). Product Improvement or Innovation: What is the key to success in Tourism? *Conference on Innovation and Growth in Tourism*. Lugan, Suíça.

Wikipédia (2010). Distrito de Aveiro. http://pt.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_Aveiro (acedido em 15 de Fevereiro de 2010, 17h03).

Worts, D. (s.d.) On Museums, Culture and Sustainable Development. *Museums and Sustainable Communities Canadian Perspectives*. COM. Québec.

WTO (2009). Tourism and travel-related services: Developments in the sector. , World Trade Organization. http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm (acedido a 28 de Dezembro de 2009, às 10h23).

A N E X O S

ANEXOS

Anexo 6.1. – Ficha descritiva da Casa-Museu Cancioneiro de Águeda.....	142
Anexo 6.2. – Ficha descritiva da Casa-Museu João Tomás Nunes.....	143
Anexo 6.3. – Ficha descritiva do Museu/Palacete José Luciano de Castro.....	144
Anexo 6.4. – Ficha descritiva da Casa-Museu Egas Moniz.....	145
Anexo 6.5. – Ficha descritiva da Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira.....	146
Anexo 6.6. – Ficha descritiva da Casa Gafanhoeira – Museu Municipal.....	147
Anexo 6.7. – Ficha descritiva da Casa-Museu Custódio Prato.....	148
Anexo 6.8. – Ficha descritiva da Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis.....	149
Anexo 6.9. – Ficha descritiva da Casa-Museu Ferreira de Castro.....	150
Anexo 6.10. – Ficha descritiva da Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular de Ovar.....	151
Anexo 6.11. – Ficha descritiva da Casa-Museu Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro.....	152
Anexo 6.12. – Ficha descritiva do Museu de S. Pedro da Palhaça.....	153
Anexo 6.13. – Ficha descritiva do Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga.....	154
Anexo 6.14. – Ficha descritiva do Museu de Santa Maria de Lamas.....	155

Anexo 6.1. – Ficha descritiva da Casa-Museu Cancioneiro de Águeda

Colecção: A sede e Casa-Museu do Grupo Típico “O Cancioneiro de Águeda” resulta da recuperação de um edifício adquirido pelo próprio Cancioneiro, que foi uma casa solarenga construída no séc. XVIII, e é uma das mais belas e históricas casas da cidade. O Grupo Infantil, o Grupo Típico e as Velhas Guardas têm aqui o seu espaço próprio e a grande colectividade vê finalmente arrumados os seus “actores”, restando ainda o primeiro andar para mostrar o espólio e património de uma longa vida iniciada em 1 de Novembro de 1958. A exposição do seu espólio e do seu património é feita em ambiente e cenas do quotidiano familiar, possuindo peças de vestuário/trajes, mobiliário, cerâmica e utensílios quotidianos.



Horário: Visitas por marcação

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: Tel e Fax: 234 197 551 ou e-mail: cancioneirodag@netvisao.pt

Morada: Cancioneiro de Águeda, Rua Júlio Portela (Venda Nova), Apart. 466, 3754-909 Águeda

Anexo 6.2. – Ficha descritiva da Casa-Museu João Tomás Nunes

Colecção: A Instituição João Tomás Nunes foi criada em 1942 pelo Prof. Artur Nunes Vidal, em colaboração com a Junta de Freguesia de Fermentelos. Hoje, tem como objectivo a preservação da cultura popular das gentes de Fermentelos, tendo para isso criado, na sua sede, no Largo do Cruzeiro, uma exposição permanente, com utensílios de utilização caseira, do amanho dos campos e do trabalho das oficinas artesanais.



Horário: Visitas por marcação

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: 234 721 218

Morada: Largo do Cruzeiro, 3750 – 424 Fermentelos, Águeda

Anexo 6.3. – Ficha descritiva do Museu/Palacete José Luciano de Castro

Colecção: O Museu, dependente da Santa Casa da Misericórdia de Anadia, instalado no Palacete Seabra de Castro, é constituído por um pequeno, mas significativo conjunto de obras de Arte e obras de interesse histórico, do espólio que restou das doações deitas em vida e em testamento pela Família de José Luciano de Castro. Este espólio (em que se misturam objectos de família e pessoais



de José Luciano de Castro, nomeadamente aqueles que se referem à sua vida pública) distribuí-se pelas seguintes colecções: Pintura, Desenho e Gravura, Plantas, Fotografia, Imaginária, Arte Sacra, Mobiliário, Cerâmica e Vidros, Objectos de Ourivesaria e de Torêutica, Condecorações, Numismática, Traje (civil e oficial), Livros e Documentos em papel, e uma colecção diversificada de cartões e convites alusivos a acontecimentos da vida político-social do ilustre.

Horário: De Segunda a Sexta, das 9h às 12h30 e das 14h às 17h30. Visitas escolares com marcação prévia.

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: Tel: 231 512 245 / Fax: 231 511 338

Morada: Rua Alexandre Seabra, nº29, 3780 – 230 Anadia

Anexo 6.4. – Ficha descritiva da Casa-Museu Egas Moniz

Colecção: Como emérito e exigente coleccionador que era, Egas Moniz conseguiu, ao longo da sua vida, adquirir belíssimas peças que passam por inúmeras colecções e que hoje podemos apreciar como é o caso de peças de Porcelana da Companhia das Índias, Cantão, Saxe, Sevres, Porcelanas e Faianças antigas Portuguesas. A Casa-Museu possui ainda colecções de



pintura (com obras representativas da pintura portuguesa de Carlos Reis, João Reis, Falcão Trigoso, Eduarda Lapa, Silva Porto, Henrique Medina, José Malhó, Abel Salazar, entre outros), gravura, escultura desenho, vidro, ourivesaria e tapeçaria. Casa Museu Egas Moniz possui também uma Secção Científica que nos apresenta os objectos referentes às descobertas científicas da Angiografia, até à pragnante exposição gráfica das etapas sucessivas das investigações que conduziram à primeira visualização radiológica das artérias cerebrais do Homem Vivo e da Leucotomia Pré-Frontal.

Horário: De Segunda a Sexta, das 9h às 12h e das 13h30 às 16h30. Fim-de-semana, das 14h às 17h. Encerra aos Feriados.

Tarifas: 2€. Visita gratuita para portadores do cartão jovem e grupos de estudo, previamente solicitadas à Câmara Municipal de Estarreja.

Contactos: 234 884 518 ou museuegasmoniz@cm-estorreja.pt

Morada: Casa Museu Egas Moniz, Rua Professor Egas Moniz, 3860-078 Avanca

Anexo 6.5. – Ficha descritiva da Casa-Museu Marieta Solheiro Madureira

Colecção: Situada na cidade de Estarreja, a colecção de artes decorativas de António Madureira (1912-1996), está exposta na casa por ele habitada e transformada em Museu em 1988. A colecção está disposta em quinze salas, onde se podem observar obras de arte portuguesas e estrangeiras, de elevada qualidade, do séc. XIV ao séc. XX, incluindo pintura, arte sacra, mobiliário, cerâmica, etc.



Horário: De Segunda a Sábado, das 9h30 às 12h30 e das 14h às 17h30

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: Tel: 234 842 241 / email: info@fundacaomadureira.com / web: www.fundacaomadureira.com

Morada: Rua Prof. Egas Moniz, nº300, 3860-387 Estarreja

Anexo 6.6. – Ficha descritiva da Casa Gafanhua – Museu Municipal

Colecção: A casa foi construída em 1929 e sempre foi pertença da família de Vergílio Ribau e de Maria Merendeiro Filipe. Trata-se de uma vivenda de lavrador rico, que embora tenha sido proprietário e gerente de uma empresa de bacalhau, nunca deixou de extrair da terra os bens essenciais para o dia-a-dia. Os traços típicos da casa são muito simples e as 4 divisões da casa são de pequena



dimensão mas com particularidades bastante importantes. Outras particularidades da casa evidenciam os usos e costumes de toda a população. O pátio é ladeado por um celeiro (onde tinha uma caixa para guardar o milho, batatas, feijões), um curral dos porcos, um estábulo, um galinheiro e uma casa de lenha. Nas traseiras na casa existe um quintal com horta, uma eira e um lugar para desfolhagem do milho e algumas árvores. A Casa Museu, sendo municipal, está sob gestão do Grupo Etnográfico da Gafanha da Nazaré, através de um protocolo de gestão.

Horário: Visitas por marcação

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: 234 329 602 ou 234 329 600 (Câmara Municipal)

Morada: Rua S. Francisco Xavier, 3830 Gafanha da Nazaré, Ílhavo

Anexo 6.7. – Ficha descritiva da Casa-Museu Custódio Prato

Colecção: Propriedade do Rancho Folclórico “Os Camponeses da Beira Ria”, a Casa-Museu Custódio Prato é uma casa alpendre típica da Murtosa, onde se podem verificar algumas influências árabes. Para além da casa, o museu é composto por outros espaços: o pátio, a adega, os currais, a retrete, o palheiro e a casa dos carros, das alfaias e utensílios agrícolas. Ao visitar a Casa-Museu



Custódio Prato poderá aprender ou recordar. Através de 23 salas de exposição, as profissões e actividades já desaparecidas no tempo e aqui recriadas, as tradições, os usos e costumes e ainda vislumbrar um conjunto de objectos ligados à etnografia do povo da Murtosa que trabalhou na terra, na ria e no mar.

Horário: De terça a Domingo, das 14h às 18h.

Tarifas: Entrada gratuita para Escola do Concelho da Murtosa e crianças até aos 6 anos. 1€ por pessoa a partir dos 7 anos (inclusive). Necessária marcação prévia para visitas em grupo.

Contactos: Tel: 234 866 825 / Fax: 234 867 889 / email: r.f.camponeses@mail.pt

Morada: Casa-Museu Custódio Prato, Rua dos Passadouros, nº44, 3870-028 Bunheiro-Murtosa

Anexo 6.8. – Ficha descritiva da Casa-Museu Regional de Oliveira de Azeméis

Colecção: A Casa - Museu Regional de Oliveira de Azeméis data do século XIX e é resultado da vontade de dois oliveirenses que foram seus fundadores e doadores, nomeadamente João Marques de Carvalho e Constantino José de Carvalho. É de salientar a réplica da Pedra de Dighton, o espólio literário de Ferreira de Castro integrado no Gabinete de Leitura, máquinas fotográficas e acessórios da exposição dedicada à “Foto Paúl”, o arquivo de jornais dos séculos XIX e XX, achados arqueológicos, objectos em vidro do “Centro Vidreiro” (sucessora da primeira fábrica de vidro portuguesa), alfaias agrícolas, animais embalsamados, mobiliário artístico antigo e cozinha equipada com utensílios tradicionais.



Horário: De Segunda a Sexta-feira, das 9h às 12h30 e das 14h às 18h. Encerrado aos Sábados, Domingos e Feriados.

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: Tel: 256 686 919 / Fax: 256 668 604 / email: museuoaz@clix.pt / web: www.museuoaz.pt

Morada: Rua António Alegria, 119-131, 3720-234 Oliveira de Azeméis

Anexo 6.9. – Ficha descritiva da Casa-Museu Ferreira de Castro

Colecção: De meados do séc. XIX e de traça rural, a casa que viu nascer o escritor osselense José Maria Ferreira de Castro, retrata a sua origem humilde. Composta por dois pisos, apresenta o primeiro a adega e o segundo quatro divisões (cozinha, sala, e dois quartos). A Casa possui a mala e os sapatos que Ferreira de Castro utilizou na volta ao mundo, em 1934, bem como o velho dicionário que, em



Belém do Pará, constituiu a sua primeira riqueza. No exterior da Casa conservam-se, por vontade expressa do escritor, o quintal e o pinhal com as árvores existentes. Em 1967, Ferreira de Castro doa a propriedade á autarquia que se comprometeu a mantê-la e conservá-la.

Horário: De Segunda a Domingo, das 9h às 12h30 e das 14h às 17h30

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: 256 482 056 ou 256 600 600 (Câmara Municipal)

Morada: Lugar de Salgueiros, 3720 Ossela, Oliveira de Azeméis

Anexo 6.10. – Ficha descritiva da Casa-Museu de Arte Sacra da Ordem Franciscana Secular de Ovar

Colecção: Instalada numa casa adquirida em 1780 e profundamente alterada ao longo dos séculos, a Ordem Franciscana Secular constituiu, com o decorrer dos tempos, um património de arte sacra que desde 1973 se encontra exposto na sua Casa-Museu. Actualmente, encontra-se em processo de reestruturação, pretendendo transformar esta Casa numa verdadeira estrutura de carácter museológico, com serviços educativos, espaço de leitura, exposição permanente, reservas visitáveis, exposições temporárias e muitos outros serviços.



Horário: De Segunda a Sábado, das 10h às 12h e das 14h às 17h

Tarifas: 0,25 (Sala das Sessões); 0,50 (1º andar). Estes valores mantêm-se até à inauguração da Casa-Museu como espaço requalificado, a partir daí novas tarifas serão afixadas.

Contactos: cmasovar@gmail.com ou <http://cmasovar.blogspot.com/>

Morada: Rua Gomes Freire, 3880-229 Ovar

Anexo 6.11. – Ficha descritiva da Casa-Museu Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro

Colecção: O museu da Fundação deve-se à vontade Testamentária de Dionísio Pinheiro que a instituiu condicionando-a ao desejo que tivesse a sua sede em Águeda, de onde era natural. O actual edifício da Casa-Museu foi expressamente construído para albergar o importante acervo da sua colecção de arte, constituída ao longo de



muitos anos de verdadeira e empenhada dedicação por uma bela e rica colecção diversificada, composta por obras de pintura, escultura, cerâmica, mobiliário, pratas, cristais e tecidos. Possui seis salas de exposição permanente e uma sala de exposições temporárias. A maioria das peças de arte que constituem o tesouro museológico da Fundação pertence aos séculos XVII, XVIII, XIX e XX, havendo no entanto algumas de épocas anteriores.

Horário: Terça, Quinta, Sábado e Domingo, das 15h às 18h (encerra em dias feriados)

Tarifas: 2,5€ por pessoa / 1€ por pessoa com mais de 65 anos ou pessoa em grupo de 10 com mais de 12 anos / Entrada gratuita até aos 12 anos, para visitas escolares e para amigos da fundação, ascendentes e descendentes.

Contactos: 234 623 720 ou fundacaodionisio.pinheiro@gmail.com

Morada: Praça Dr. António Breda, nº4, 3750-106 Águeda

Anexo 6.12. – Ficha descritiva do Museu de S. Pedro da Palhaça

Colecção: Em 1981, com o objectivo de preservar o espólio de Arte Sacra existente na Antiga Igreja Matriz da Palhaça, iniciam-se os trabalhos de limpeza e conservação que se prolongam até 1986, altura em que foi possível abrir ao público o Museu (18 de Maio) com a sua primeira área de exposição, inteiramente dedicada à Arte Sacra. Indissociável da Antiga Igreja Matriz da Palhaça, o Museu de S. Pedro engloba, hoje, no seu recheio, peças de Arte Sacra (essencialmente escultura, paramentaria e alfaias litúrgicas), de Etnografia Regional (trajes, rendas, objectos de uso doméstico e agrícola) e ainda Fundos artísticos, literários e históricos.



Horário: Sábado à tarde. Restantes dias por marcação.

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: Tel e Fax: 234 754 325 / email: museu.palhaca@gmail.com ou museu.palhaca@clix.pt / web: <http://www.museusaopedro.org/>

Morada: Rua Vila Nova, 3770 Palhaça, Oliveira do Bairro

Anexo 6.13. – Ficha descritiva do Museu do Acervo da Misericórdia de Sever do Vouga

Colecção: Situado no actual edifício da Santa Casa da Misericórdia de Sever de Vouga, o Museu possui uma generosa colecção, oferta do actual provedor Dr. Manuel A. Santiago e Costa. A colecção é constituída por 230 peças das quais se destacam os livros de grande formato dos séculos XVII, XVIII e XIX. Estão também expostas louças de faiança de Viana, Miragaia, Sacavém e Massarelos e porcelanas Vista Alegre e Wedgood. A colecção é ainda composta por frascos de farmácia em vidro coalhado azul-cobalto com rótulos originais (séc. XIX), peças de artesanato indígena em pau-preto e marfim, espingardam de carregar pela boca (séc. XIX), paramentos variados, pintura a óleo e azulejaria da Real Fábrica do Rato.



Horário: De Segunda a Domingo, das 14h às 18h

Tarifas: Entrada Gratuita

Contactos: 234 555 493

Morada: Lar de Idosos da Santa Casa da Misericórdia, Largo do Calvário, 3740-293 Sever do Vouga

Anexo 6.14. – Ficha descritiva do Museu de Santa Maria de Lamas

Colecção: Com um espólio variado que cria um espaço museológico curioso, o museu reúne uma colecção que procura a lógica de ser um espaço visto como um todo.

Percorrendo as dezasseis salas que constituem o museu,



irrompe um imenso espólio do qual a colecção de Arte Sacra se destaca pela dimensão, qualidade e variedade tipológica das peças que a incorporam. Dentro desta encontramos diversas sub-colecções: a Imaginária, a Talha Dourada, a Pintura, e o Mobiliário Litúrgico. Com menos dimensão, encontramos as colecções de Etnografia, Ciências Naturais, Estatuária Portuguesa, Cerâmica, Mobiliário Civil, Armas, Curiosidades, e “Iconografia do Fundador”, para além de uma curiosa colecção de artigos em cortiça que se distingue como exemplar único da criatividade e da potencialidade da cortiça como matéria-prima na criação de objectos artísticos e populares.

Horário: Das 9h30 às 12h30 e das 14h às 17h (entre Maio e Setembro até às 17h30). Encerra ao Domingo de Páscoa, 1 de Maio, 1 de Novembro, 24 a 26 de Dezembro, 31 de Dezembro e 1 de Janeiro.

Tarifas: Normal: 3€. Seniores, estudantes e portadores de cartão jovem: 2€. Grupos escolares: 1€50. Entrada gratuita para crianças menores de 5 anos.

Contactos: Tel: 22 744 22 87 / Fax: 22 745 49 93 / Tem: 91 664 76 85 / email: geral@museudelamas.pt / web: www.museudelamas.pt

Morada: Museu de Santa Maria de Lamas, Parque de Santa Maria de Lamas, Apartado 22, 4536-904 Santa Maria de Lamas.