

**OBJECTOS IDENTITÁRIOS, RECURSOS TURÍSTICOS.
ACERVO, COLECÇÕES E *PERFORMANCES* MUSEOGRÁFICAS
DO MUSEU DE ARTE SACRA E ETNOLOGIA - FÁTIMA**

Eunice Ferreira Ramos Lopes

**Tese de Doutoramento em Antropologia
Especialização Políticas e Imagens da Cultura e Museologia**

**LISBOA
ABRIL DE 2014**



**OBJECTOS IDENTITÁRIOS, RECURSOS TURÍSTICOS.
ACERVO, COLECÇÕES E *PERFORMANCES* MUSEOGRÁFICAS
DO MUSEU DE ARTE SACRA E ETNOLOGIA - FÁTIMA**



Eunice Ferreira Ramos Lopes

**Tese de Doutoramento em Antropologia
Especialização Políticas e Imagens da Cultura e Museologia**

**LISBOA
ABRIL DE 2014**



Tese apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Antropologia, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Maria dos Anjos Maltez Carneira da Silva.

Apoio da FCT e do IPT no âmbito do PROTEC

(Referência: SFRH/PROTEC/49259/2008)

DECLARAÇÕES

Declaro que esta tese é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O (A) Candidato (a),

Lisboa, de de

Declaro que esta tese se encontra em condições de ser apreciado pelo júri a designar.

O(A) Orientador(a),

Lisboa, de de

AGRADECIMENTOS

Neste espaço registo o meu agradecimento a pessoas e instituições que tiveram um papel indispensável na realização e conclusão deste estudo.

Começo por agradecer o apoio Institucional do Instituto Politécnico de Tomar/Escola Superior de Gestão de Tomar. À presidência do IPT agradeço a confiança demonstrada, aquando da candidatura ao PROTEC - apoio à Formação Avançada de Docentes do Ensino Superior Politécnico apresentada à FCT.

Em seguida agradeço à minha orientadora Professora Doutora Maria Cardeira da Silva a orientação e disponibilidade demonstrada durante todas as etapas deste trabalho de investigação, pelo rigor científico, pelo detalhe. O meu ponto forte de apoio e progresso passou pelo seu lado humano, sensível de ser que sempre esmaeceu as minhas ansiedades.

Ao Dr. Gonçalo Cardoso, director do Museu de Arte Sacra e Etnologia de Fátima (MASE) e aos Missionários da Consolata. Em trabalho de campo, pelo acolhimento, disponibilidade e partilha de conhecimentos. Uma palavra de apreço também às funcionárias do MASE, Dona Teresa Escudeiro (recepcionista) e Dona Dulcelina Vieira (limpeza) pela generosidade.

Um profundo agradecimento a todas as pessoas que entrevistei, pelo seu tempo e pelas suas palavras.

Uma palavra de reconhecimento ao Professor Doutor Luís Mota Figueira, professor, colega e amigo, pela empatia, compreensão e motivação inigualáveis, que sempre soube dar.

Ao Professor Doutor José da Cunha Barros pela simpatia e sugestões, expresso profunda gratidão.

Aos meus colegas do IPT (eles sabem quem são), pelas manifestações de incentivo, afecto e serenidade.

Às minhas colegas de curso de doutoramento e “mais próximas” (Ana Saraiva, Filomena Batoreu e Joana Lucas) na partilha das minhas angústias, através de troca de e-mails, almoços e encontros.

Ao Filipe pela abertura de espírito e à Eliana pela brisa inspiradora.

RESUMO

Esta investigação propôs-se analisar os discursos e práticas museográficas do Museu de Arte Sacra e Etnologia (MASE) que reúne uma vasta colecção de arte sacra portuguesa e de objectos etnográficos oriundos de vários países do mundo, bem como as percepções que deles fazem os seus visitantes. Em forte efervescência na contemporaneidade, o consumo turístico nos museus e o olhar suscitado pelos acervos e colecções ali representados, pressupõe um conjunto de interpretações habilitadas para a construção e consolidação de identidades locais, regionais e nacionais. Como apontado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), o museu tem um papel decisivo na reafirmação das narrativas e significados históricos e culturais a apropriar pelos visitantes e pela comunidade local. Neste sentido, a pesquisa analisou o processo de criação do museu, o discurso, os *repertórios* e as *performances* museográficas, as motivações dos que procuram este tipo de museu e as experiências de visitantes produzidas em torno dos objectos culturais exibidos.

O percurso expositivo, a *performance* museográfica e as reacções que revelaram suscitar nos visitantes, perante a *coexistência* de diferentes culturas na exaltação da diversidade criativa, afirmaram ser possível a construção de um discurso sobre cidadania num mundo moderno numa concepção partilhada pela UNESCO à escala da “comunidade internacional”, mas que no MASE é gerida num contexto de missionação e numa linha catequizante.

PALAVRAS-CHAVE: antropologia, experiência, motivação, museologia, turismo.

ABSTRACT

This research aims to analyze the discourse and museographic practice of the Museum of Sacred Art and Ethnology (MASE), which brings together a vast collection of Portuguese religious art and ethnographic artifacts from various countries of the world, as well as the visitors' perceptions. Due to the growth in contemporary museum tourist consumption and the gaze tourists' target at the museum collections represented there, allows for a set of interpretations, which influence the construction and consolidation of local, regional and national identities. As pointed out by the World Tourism Organization (UNWTO), the museum has a decisive role in the reaffirmation of narratives, historical meanings and cultural ownership by visitors and the local community. In this sense, this research examined the process of creating the museum, the discourse, the repertoires and museographic *performances*, the motivations of those who seek this type of museum and the experiences of visitors produced from the displayed the cultural objects.

The exhibition route and the museographic *performance* influence the visitors' reactions, which emerge due to the coexistence of different cultures in the acclaim process of creative diversity, are perceived as a discursive manifestation of citizenship in the modern world. This conception is shared by UNESCO'S wide "international community" but, in MASE, it is managed in the context of a missionary and catechetical scope.

KEYWORDS: anthropology, experience, motivation, museology, tourism.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	
A MUSEOLOGIA E A ANTROPOLOGIA DO TURISMO: conexões contemporâneas em Fátima	1
Escolha e delimitação do terreno e objecto de análise.....	10
Objectivos, trabalho de campo e métodos.....	19
Estrutura.....	24
CAPÍTULO I	
O “DESTINO DE PEREGRINAÇÃO”, FÁTIMA. TURISMO E MUSEUS.....	27
I.1. Turismo - quem procura?.....	27
I.2. Museus - que retrato?.....	40
CAPÍTULO II	
O MASE. MISSÃO MUSEOLÓGICA E CATEQUIZANTE.....	53
II.1. O Instituto Missionário da Consolata e o Centro de Animação Missionária.....	53
II.2. Catequização através dos objectos.....	59
II.3. A Colecção de Arte Sacra e a Colecção de Etnologia	64
II.4. O MASE. Um museu como os outros...no modelo administrativo e na gestão do acervo e colecções.....	76
CAPÍTULO III	
O PERCURSO E O DISCURSO EXPOSITIVO DO MASE.....	83
CAPÍTULO IV	
AS <i>PERFORMANCES</i> SUSCITADAS PELAS VISITAS.....	102
IV.1. A antecâmara das visitas e a interacção da <i>performance: mente, emoção e acção</i>	105
IV.2. A visita e os sentidos apropriados por parte dos visitantes escolares	108
IV.3. A visita de estudantes ao MASE: relação das matérias escolares com a narrativa do museu.....	114
IV.4. A visita de idosos ao MASE: relações de “diálogo social” com a narrativa do museu.....	120
IV.5. A organização de <i>performances</i> para captação e envolvimento dos visitantes	123
CAPÍTULO V	
FÁTIMA E MASE: O PERFIL, AS MOTIVAÇÕES E A CLASSIFICAÇÃO DAS PRÁTICAS PELOS VISITANTES.....	133
V.1. Os principais motivos de viagem para Portugal	133
V.2. Os principais motivos de viagem para Fátima	136
V.3. O perfil dos visitantes do MASE	138
V.4. As motivações dos visitantes do MASE.....	141
V.5. A classificação que os visitantes atribuem à sua prática de visita.....	143

CAPÍTULO VI

A <i>PERFORMANCE</i> MUSEOGRÁFICA E AS EXPERIÊNCIAS DOS VISITANTES DO MASE.....	145
VI.1. A realização da visita ao MASE.....	146
VI. 2. O espaço museológico do MASE.....	150
VI. 3. A apreensão e a eficiência do discurso e os seus conteúdos.....	154
VI. 4. A <i>performance</i> museográfica na óptica dos estudantes e missionários.....	168
Considerações Finais.....	181
Referências Bibliográficas.....	201
Adenda.....	234

LISTA DE ANEXOS

Anexo I – Guião de entrevista (Director do MASE).....	237
Anexo II – Guião de entrevista (Missionários)	238
Anexo III – Guião de entrevista (Professor/Professora).....	239
Anexo IV – Guião de entrevista (Aluno/Aluna)	240
Anexo V – Actividades do MASE. Súmula	241
Anexo VI – Inquérito (questionário em português).....	245
Anexo VII – Inquérito (questionário em inglês).....	246
Anexo VIII – Ficha para incorporação de objectos no acervo do MASE	247
Anexo IX – Guião de visita.....	248
Anexo X – Desdobrável do MASE	252
Anexo XI – Guião de visita (juvenil). Exemplo	255
Anexo XII – Exposições Temporárias. Súmula (2010 a 2012)	259
Anexo XIII – <i>Merchandising</i> (Linha infantil exclusiva)	262
Anexo XIV – Perfil Sociológico (dados e gráficos, SPSS)	263
Anexo XV – Proveniência (dados e gráficos, SPSS)	265
Anexo XVI – Proveniência dos visitantes por continente (dados e gráficos, SPSS)....	267
Anexo XVII – Habilitações Literárias (dados e gráficos, SPSS)	268
Anexo XVIII – Motivação da visita (dados e gráficos, SPSS).....	269
Anexo XIX – Classificação da prática de visita (dados e gráficos, SPSS).....	273

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa do Distrito de Santarém (Fátima)	30
Figura 2 - Planta da cidade de Fátima	30
Figura 3 - Museu de Cera. Sala com figuras em cera	41
Figura 4 – Identificação do museu	41
Figura 5 – Museu O Milagre de Fátima. Entrada e fachada principal	43
Figura 6 – Museu O Milagre de Fátima. Entrada	43
Figura 7 – Museu da Vida de Cristo. Inauguração	43
Figura 8 - Museu da Vida de Cristo. Vista geral	44
Figura 9 - Museu da Vida de Cristo. Marketing	44
Figura 10 – Museu do Santuário de Fátima. Exposição Permanente	47
Figura 11 - Museu do Santuário de Fátima. Exposição Permanente	47
Figura 12 – Casa – Museu de Aljustrel. Vista geral	49
Figura 13 – Casa de Francisco e Jacinta	49
Figura 14 – Identificação do quarto onde faleceu Francisco em 1919	49
Figura 15 – MASE. Entrada principal.	50
Figura 16 – MASE. Maqueta. Escala 1/50	58
Figura 17 – MASE. Localização	58
Figura 18 – Capela. Indicação do percurso	62
Figura 19 – Capela.	62
Figura 20 – Capela.....	62
Figura 21 – Capela.....	62
Figura 22 – Escultura Passos da Vida de Cristo	67
Figura 23 – Esquema interpretativo da escultura Passos da Vida de Cristo	67
Figura 24 – Turbante	69
Figura 25 – Sandália	69
Figura 26 – Oratório	70
Figura 27 – Estatuetas	70
Figura 28 – Tabela Chinesa	70
Figura 29 – Vaso Chinês	70
Figura 30 – Elemento de Pórtico Chinês	70
Figura 31 – MASE. Reservas	79
Figura 32 – MASE. Reservas	79
Figura 33 – Identificação do MASE. Pormenor das telas (vertical e horizontal)	84
Figura 34 – MASE. Tela vertical com imagem dos “três Pastorinhos”	85
Figura 35 – Recepção do museu	86
Figura 36 – Guião de visita do museu disposto na parede (seis idiomas)	86
Figura 37 – Sala da Natividade	86
Figura 38 – Sala da Paixão e Morte de Cristo	88
Figura 39 – Sala da Paixão e Morte de Cristo. Vitruvas centrais	88
Figura 40 – Escultura Virgem da Piedade “Pietà”	88
Figura 41 – Legenda	88
Figura 42 – Transição da Sala da Paixão para a Sala da Missão	89
Figura 43 – Sala da Missão	89

Figura 44 – Catedral de S. Tomé. Maqueta	90
Figura 45 – Altar Divindade Budista, Macau	91
Figura 46 – Mapa. Missionários e Missionárias da Consolata no mundo	92
Figura 47 – Sala da Etnologia. Vista geral	93
Figura 48 – Sala da Etnologia. Máscaras	93
Figura 49 – Sala da Etnologia. Flechas	93
Figura 50 – Sala da Etnologia. Redes para dormir	93
Figura 51 – Sala da Etnologia. Vista geral	94
Figura 52 – Sala da Etnologia. Vista geral	94
Figura 53 – Recipiente em cabaça e madeira	94
Figura 54 – Apoia-nuca	94
Figura 55 – Enxota-moscas em cabelo de animal	94
Figura 56 – Caixa de rapé em corno de animal	95
Figura 57 – Cabeleira em estrume e areias	95
Figura 58 – Colar de fertilidade	95
Figura 59 – Tanga em pele e pequenos discos de casca de ovos de avestruz	95
Figura 60 – Corno em osso, para sangrias	95
Figura 61 – Pinha para massagem em madeira oca	95
Figura 62 – Cabaça divinatória	95
Figura 63 – Jogo das pedras	95
Figura 64 – Máscara em pele e capim	96
Figura 65 – Flecha de tipo ponta serrilhada	96
Figura 66 – Pulseira de defesa	96
Figura 67 – Mapa. Religiões no mundo	97
Figura 68 – Mapa. Cronologia comparada das religiões	97
Figura 69 – Sala dos Pastorinhos	98
Figura 70 – Sala dos Pastorinhos. Vitrina	98
Figura 71 – Barrete de Francisco Marto	98
Figura 72 – Colete e relógio de bolso de Francisco Marto	98
Figura 73 – Pedra do túmulo de Jacinta e Francisco Marto	99
Figura 74 – “Xote” (caixote ou arca)	99
Figura 75 – Estudantes (transformados em formigas: a For e a Migas) e o guia da visita.....	109
Figura 76 – Guião de visita “A formiga missionária”	109
Figura 77 – Estudantes respondem às questões do Guião.....	109
Figura 78 – Estudantes respondem às questões do Guião durante o percurso	109
Figura 79 – O guia destaca algumas curiosidades na Sala da Etnologia	112
Figura 80 – O guia destaca algumas curiosidades na Sala da Etnologia	112
Figura 81 – Espaço exterior do MASE. Estudantes almoçam depois da visita.....	112
Figura 82 – Espaço exterior do MASE. Estudantes almoçam depois da visita	112
Figura 83 – Lar. Chegada do grupo ao MASE	121
Figura 84 – Lar. Entrada do grupo no museu	121
Figura 85 – Recepção do grupo	121
Figura 86 – Organização do grupo	121

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de visitantes. Países de proveniência.....	33
Gráfico 2 – Número de visitantes (Nacional e Internacional).....	33
Gráfico 3 – Número total de visitantes do MASE entre 2009 e 2011	51
Gráfico 4 – Número total de visitantes do MASE em 2012	51
Gráfico 5 – Número de objectos agrupados por locais de proveniência	65
Gráfico 6 – Número de objectos por instituições, missionários e particulares	66

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Espaços e salas do museu	63
Quadro 2 – Síntese de objectos: tipologia, funcionalidade e materiais	72
Quadro 3 – Viagens em Portugal (segundo o motivo de visita e de destino)	133
Quadro 4 – Distritos de residência e localidades	140

LISTA DE ABREVIATURAS

- APOM**, Associação Portuguesa de Museologia
- CAM**, Centro de Animação Missionária
- CECA**, Comité de Educação e Acção Cultural
- CEMH**, Comissão Episcopal da Mobilidade Humana
- CEMT**, Comissão Episcopal das Migrações e Turismo
- CEP**, Conferência Episcopal Portuguesa
- CERC**, Centro de Estudos de Religiões e Culturas
- CESO**, Centro de Estudos e Sondagens de Opinião
- CIID**, Centro de Investigação Identidade(s) & Diversidade(s)
- CPPMI**, Conselho Pontifício para a Pastoral dos Imigrantes e Itinerantes
- DGIDC**, Direcção Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular
- DGT**, Direcção-Geral de Turismo
- ICOM**, International Council of Museums/Conselho Internacional dos Museus
- ICOMOS**, International Council on Monuments and Sites/Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios
- IMC**, Instituto dos Museus e da Conservação
- IMC**, Instituto Missionário da Consolata
- IPM**, Instituto Português de Museus
- IPPC**, Instituto Português do Património Cultural
- LA-MASE**, Liga dos Amigos do Museu de Arte Sacra e Etnologia
- L-QMP**, Lei-Quadro dos Museus Portugueses
- MASE**, Museu de Arte Sacra e Etnologia
- ME**, Ministério da Educação
- OAC**, Observatório das Actividades Culturais
- OMT**, Organização Mundial do Turismo
- ONGs**, Organizações Não Governamentais
- ONPT**, Obra Nacional da Pastoral do Turismo
- PENT**, Plano Estratégico Nacional do Turismo
- PROMUSEUS**, Programa de Apoio Financeiro a Museus

PSMH, Pastoral Social e Mobilidade Humana

RPM, Rede Portuguesa de Museus

RTL, Região de Turismo Leiria-Fátima

SESDI, Serviço de Estudos e Difusão do Santuário de Fátima

SEPE, Serviço de Peregrinos do Santuário de Fátima

SM, Seminário das Missões

SMBN, Sociedade Missionária da Boa Nova

SMCCT, Seminário das Missões, Convento de Cristo de Tomar

SMU, Seminário das Missões Ultramarinas

SPP, Sociedade Propaganda Portuguesa

SPI, Serviço de Protecção do Índio

UCP, Universidade Católica Portuguesa

UNESCO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization/Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

INTRODUÇÃO

A MUSEOLOGIA E A ANTROPOLOGIA DO TURISMO: CONEXÕES CONTEMPORÂNEAS EM FÁTIMA

O estudo central deste trabalho, enquadrado pela antropologia do turismo e pelos estudos museológicos, apenas poderá ser amplamente compreendido se, devidamente situado no âmbito de um conjunto de transformações sociais que têm vindo a ter lugar nas sociedades contemporâneas.

São várias as áreas disciplinares que se têm debruçado sobre os museus, desde a história à antropologia, passando pelas ciências da comunicação e pela sociologia. O mesmo acontece em relação ao turismo que abrangendo vários sectores da vida social e económica, só poderá ser globalmente entendido numa perspectiva transdisciplinar.

Numa relação entre a antropologia e a museologia, por um lado, a antropologia permite conhecer melhor uma importante dimensão do ser humano e da sociedade na vertente do espaço em que ocorrem os discursos e representação culturais, possibilitando a compreensão da sua diversidade (Bendix 2002). Por outro lado, a museologia permite que os objectos legitimem uma dada ordem cultural, social e política.

Ao longo do século XIX a museologia desenvolve-se em paralelo com as preocupações sobre a construção da identidade e cultura nacional. Assistiu-se ao progressivo desenvolvimento de discursos e narrativas através de movimentos ideológicos que procuraram alcançar e manter a autonomia, unidade e identidade para uma determinada população, cujo propósito seria estabelecer uma potencial nação. A identidade nacional emergiria em populações caracterizadas por uma geografia histórica, mitos comuns e memória histórica, cultura partilhada e economia, direitos e deveres comuns a todos os membros (Smith 1997 [1991]). Muitas foram as definições atribuídas a nação. Umas enfatizavam “factores objectivos” como a língua, a religião, os costumes, o território e as instituições e outras enfatizavam “factores subjectivos” como atitudes, percepções e sentimentos (Smith 2001). A museologia

viria a contribuir para enfatizar estas representações de identidade nacional através da criação de discursos expositivos que as materializavam.

Em Portugal a identidade nacional é construída com base num postulado de diferença produzindo vários discursos sobre a nação, não só no campo da história, como no campo da antropologia portuguesa (Leal 2007, 2009). Apesar das diferentes leituras acerca do país e da origem da sua população, a perpetuação das identidades nacionais não assentaria unicamente na partilha de determinado tipo de representações sobre o conteúdo da sua história, mas assentaria também na rotina, no quotidiano, na conversação (Sobral 2006).

O desenvolvimento histórico da antropologia portuguesa na perspectiva de Leal (2009) corresponde a três etapas: a primeira situa-a entre 1870 e 1880, percurso predominante em “ideias de revitalização do património” onde inclui o projecto de alguns etnógrafos (Teófilo Braga, Adolfo Coelho, Leite de Vasconcelos) no contributo para a “renovação da literatura portuguesa erudita – enquanto literatura nacional – através do recurso a fontes de inspiração tradicional” (2009: 290); a segunda situa-a na viragem do século XIX para o século XX, onde “técnicas e objectos” relacionados, por exemplo, com a olaria, a iluminação e a ourivesaria popular, os ex-votos, o comunitarismo, são cuidadosamente documentados (entre outros, pelo etnógrafo Rocha Peixoto); a terceira, situa-a nos anos da I República, destacando-se neste percurso, a arte pastoril, a olaria, os têxteis, etc., que passam a ser não só estudados, mas coleccionados, expostos, celebrados e tornam-se sobretudo alvo de processos de revitalização. Leal (2009), inclui neste período a constituição das primeiras colecções museológicas etnográficas, embora de forma ainda limitada.

A intensa preocupação nacional sobre o tema da identidade gerou a publicação de obras etnográficas, literárias e ensaístas, sobre as tradições, onde se incluem colecções de objectos que confirmavam a autenticidade e a particularidade do povo e da nação portugueses (Leal 2010). Por toda a Europa, tanto os estudos de antropologia como os estudos de museologia se encontravam associados à procura de um melhor conhecimento das origens da história e de traços específicos das nações. A construção romântica de uma identidade nacional de matriz rural (Melo 2001), formalizada pelo nacionalismo oficial do Estado Novo (estabelecido em 1933) e, baseado numa política

cultural, “instrumentalizou as artes e a propaganda, na construção social do povo português como grupo étnico” (Melo 2001: 54).

Foi neste quadro que um repertório nacional de objectos e representações da identidade nacional, numa “objectificação” de elementos seleccionados do universo rural e popular (Handler 1988) parece ter sido concebido. Estes processos de objectificação foram também incluídos nas acções do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN)¹, nomeadamente, os acervos etnográficos, as exposições de arte popular, as comemorações históricas e “festividades folclóricas” (Melo 2001), o Museu de Arte Popular (1948) e as exposições internacionais, com destaque para a Exposição do Mundo Português em Belém (1940). Neste contexto, os museus funcionaram como estruturas de acolhimento de colecções de objectos nacionais e provenientes dos países então colonizados por Portugal. Desempenharam um papel importante na construção e representação das identidades locais, regionais ou nacionais ao actuarem como instrumentos de projecção dos referentes culturais destes territórios, através da sua acção expositiva.

Em proveito da importância do projecto de identidade nacional, as colecções dos museus seriam acentuadamente tidas como o património da nação, mais do que fontes para uma comunicação informativa (Dicks 2003). O contributo do conhecimento sobre arte, ciência ou cultura por parte da população seriam “secundarizados” e a missão didáctica dos museus “não se concretizava, não revelando uma mudança efectiva de ordem social” (McClellan 2003: 27).

O teor das colecções e os sistemas de representação que os museus utilizavam, eram reflexos de ideologias e discursos “autoritários” sobre os objectos exibidos e as culturas que convocavam. Shelton (2006) afirma que a onda de museus foi dedicada “à recolha, pesquisa e exposição de produtos exóticos e fortemente influenciados por ideologias coloniais e políticas” (2006: 65). Verifica-se que a influência das políticas coloniais e as ideologias de construção da nação fizeram das colecções etnográficas uma materialização dos seus discursos. Os museus foram nesse sentido utilizados como instrumentos políticos e ideológicos por parte das diferentes sensibilidades governativas, assumindo formas mais ou menos declaradas enquanto espaços de

¹ Criado pelo Decreto-Lei n.º 23:054. Diário de Governo. I Série, 218. Edição de 25 de Setembro de 1933.

excelência no processo de afirmação doutrinária veiculando as transformações operadas na sociedade portuguesa.

A relação entre a antropologia e a museologia encontra-se estabelecida desde a génese de ambas (século XIX). Baseada inicialmente na elaboração de colecções etnográficas, a sua história foi construída em paralelo e a sua influência tem sido recíproca. Os museus não só têm absorvido conceitos teóricos das várias disciplinas sociais e culturais, como tem concorrido para a sua configuração (MacDonald 2006). A apropriação de conceitos das ciências sociais, designadamente, da antropologia e dos estudos culturais tem sido evidenciada pelas práticas museológicas. Associado, em parte à sua função inicial, teorias construtivistas têm conduzido a uma profunda reorganização dos discursos e práticas expositivas, assentes em teorias de comunicação geradoras de conhecimento. A antropologia proporcionou ópticas e conceitos que na contemporaneidade se relacionam e reconfiguram na prática museológica. Por exemplo, o museu como um agente de “diferenciação social”, como uma “narrativa identitária”, como mecanismo de “legitimação de objectos” e também, como uma “manifestação da memória colectiva” através do seu património (Mason 2006: 47).

A tendência auto-reflexiva da Antropologia também contribuiu para a focagem desta relação entre antropologia e museus. Autores como Richard Handler (1985) que se tornou clássico nos estudos do património sobre os processos de construção do património em Quebec, James Clifford (1985) que desenvolveu estudos sobre a prática de colecção de objectos nos museus e Ira Jacknis (1985) que partindo dos pressupostos estudados por Franz Boas destacou as exposições em museus etnográficos, estão entre os que concorreram para a acção antropológica sobre estudos de museus. Com particular ênfase na antropologia, a riqueza do estudo dos museus como defende MacDonald (2006), passa pela multiplicidade de perspectivas teóricas, através das quais este pode ser analisado (2006: 6).

Ora, segundo Ames (1992) a antropologia crítica dos museus passa pelo enquadramento e análise dos museus e das suas críticas nos seus contextos, social, económico e político (1992: 5). Partindo desta ideia e a de que nos processos identitários a memória cultural é produzida, negociada, impugnada e orientada para o

presente num processo sempre em revisão (Olick & Robbins 1998) e reactualização, os museus facilmente se convertem em lugares de destino turístico - atracções turísticas, encerrando potencialidades de uma oferta diferenciada aos turistas cada vez mais carentes de lugares de densidade e diversidade cultural (Kirshenblatt-Gimblet 1998).

Os museus enquanto atracções turísticas, não são contudo imunes às tendências globais de captação de turistas que, por seu turno, contribuem para a objectificação das culturas locais, nem a directivas transnacionais como as emitidas pela UNESCO (1983) e a OMT (2001) que emanam sinais, por vezes ambíguos, entre a exaltação do local e a elevação da “diversidade criativa” (Ericksen 2001). Embora, território de contestação (Karp & Lavine 1991), Bendix mostra que os museus são lugares privilegiados para a observação do modo como as culturas, as suas fronteiras e as suas relações se criam e recriam de acordo com diferentes agentes, *gazes* e narrativas (Bendix 2002). Esta visão é aliás, reforçada pela OMT (2001) que aponta o museu como tendo um papel decisivo na reafirmação das narrativas e significados históricos e culturais de um determinado território. Estas directivas sofreram nas últimas décadas processos que podemos resumir como uma progressiva “volatilização” do património mundial, uma democratização “euroexcentrica e popularizante” e uma valorização cada vez mais evidente do pluralismo e diversidade cultural, enquanto recurso patrimonial, prática social e política (Silva 2009).

Palco destas e outras alterações ao longo das últimas décadas, o museu tornou-se um espaço complexo, onde várias disciplinas e campos hoje se estreitam e onde se interpretam “os outros e a si mesmos” numa singular atenção à diversidade das culturas, o que faz com que seja cada vez mais difícil conceber a diversidade humana como algo inscrito em culturas fechadas e independentes (Clifford 1998). Não se pode “territorializar as culturas” e estabelecer fronteiras culturais, porque estas convivem nos mesmos espaços geográficos formando espaços socialmente múltiplos, abrindo-se espaço à construção de uma identidade institucional fluida e relacional em permanente negociação e reconfiguração (Leal 2008). Por isso, o olhar antropológico sobre um museu no seu contexto de reprodução social observa o contexto social dos produtores, dando conta do processo, das políticas culturais, de representação e das efectivas transformações que os agentes operam (Mahon 2000).

Nesta perspectiva, os museus permitem encontrar representações culturais em transformação, reflexo dos tempos, dos contextos, da sociedade e dos seus ideais. São procuradas referências identitárias nos contextos locais mais tradicionais, reforçando-se a ideia de identidade como essência de uma determinada cultura, em contraponto à ideia de uma cultura comum global.

A intensiva conversão de particularidades culturais em recursos turísticos, financeiros e promocionais, têm consolidado e contribuído para a expansão da actividade turística. Considerando-se que ser turista é o paradigma da experiência moderna e que a narrativa da experiência tem sido o ingrediente chave no desenvolvimento do turismo como indústria contemporânea (Bendix 2002) a intromissão cada vez mais evidente dos poderes económicos tem contribuído para a crescente mercadorização da cultura e para o desenvolvimento das indústrias patrimoniais (Greenwood 1978; Silva 2009). Os museus não têm escapado a este processo, cujo intuito passa pela potencialização da captação dos fluxos dos visitantes. Eles experienciam no museu a representação e a construção da sua própria identidade (Faria 2000).

Considerando-se que as identidades são os nomes que se dão às diferentes formas de posicionamento em relação às narrativas do passado e, enquanto tal, um jogo em aberto, complexo e por terminar, sempre em construção, sublinhando cada vez mais o carácter híbrido, fluido, permeável e misto das formas culturais (Hall 1997, 2003; Cohen 1979; Clifford 1994). Adoptando os pressupostos gerais de Appadurai (1986), Marta Rosales (2002), afirma que as relações que os actores sociais estabelecem com os objectos culturais são parte integrante dos mecanismos de produção das identidades. São importantes para a estruturação e desenvolvimento dos processos de reconstrução identitária visto que renegoceiam o significado dos objectos que, longe de serem neutros, são entendidos como entidades participantes nas relações sociais. O museu pode ser visto como um recurso cultural que é apropriado pela actividade turística no seu trabalho de criar “produtos turísticos”.

Novos processos e práticas sociais emergem de uma tendência cada vez mais global de um “resgate do passado” ligado a uma procura da alteridade resultante da “deslocalização” das identidades (Peralta e Anico 2006) e referentes culturais.

Também aqui a mercadorização e a transformação da cultura convertem-na em recurso, reforçado pela mais-valia da autenticidade que, na verdade ajuda a percebê-la como recurso raro (Silva 2009). Ao visitar este “relicário da autenticidade” o indivíduo experiencia a sensação de contacto com o que lhe é apresentado como autêntico, com um espaço onde diferentes tempos e culturas são conectados numa experiência única.

Perante uma ameaça globalizante, que põe em contacto directo, de forma mediática e fluida, vários locais do mundo (Appadurai 1996), há uma busca pela autenticidade e pelas representações de si em cada local. Os museus são artifícios onde se organiza espacialmente o mundo, segundo uma ideologia, podendo-se apreendê-los através dos seus objectos e narrativas (Dicks 2003). Efectivamente, enquanto “relicários da autenticidade” e do passado, os museus proporcionam uma concepção linear do tempo e do espaço e um olhar de estranheza e de curiosidade em relação ao “outro”, concomitante com uma visão nostálgica do passado. Apresentam-se hoje, não como instituições rígidas e hegemónicas de disseminação de conhecimento, mas antes como espaços de encontros transculturais, onde diferentes indivíduos, grupos e comunidades se cruzam, interagem e se influenciam reciprocamente (Sharpley 1999).

O museu como centro de representação e dinamizador de *performances* culturais que cria e coloca em cena diferentes tipos de património histórico-cultural possibilita a valorização da experiência humana. A propósito Semedo e Lopes (2005) referem:

Os museus não reproduzem meramente a realidade, os museus (re)definem essa mesma realidade no contexto da sua própria ideologia e, por essa razão, devem ser compreendidos como *performers*, criadores de sentido, como práticas de significação (2005: 54).

O turismo possibilita a vivência dessa experiência proposta, pois os turistas ao entrarem em contacto com o acervo de um museu pretendem otimizar o seu *gaze* turístico que se estende cada vez mais “desdiferenciado” (Urry 2002 [1990]), ultrapassando os limites dos universos clássicos do turismo. O turismo cultural radica nesta apropriação que o turismo faz da cultura em que se desenvolve, no contexto cultural. Ao multiplicarem as visitas a diferentes destinos e museus, os turistas

perseguem a dupla ilusão de um conhecimento simultaneamente autêntico global do mundo, numa sociedade em que a angústia face ao espúrio impulsiona a busca da autenticidade (MacCannell 1999 [1976]).

Esta procura de autenticidade é o que parece impelir o turista a entrar no museu enquanto “relicário da autenticidade”, numa busca e averiguação permanente sobre outros tempos e sobre outros lugares que não os do seu quotidiano. O museu facilita este processo através da criação de *performances* “especializadas do passado” (Dicks 2000), permitindo a construção de uma imagem do passado de acordo com quadros de significação do presente (Hall 1997). Cria assim, uma “patine” de traços que pretendem conferir autenticidade ao passado.

Se na dinâmica de exibição, a *performance* do objecto é o que permite tornar acessível os sentidos do lugar e o significado das narrativas patrimoniais - estando nisso implícito um acto capaz de converter o museu em activo de oferta turística (Cohen 1979) - isso significa que esse objecto cultural é objectificado e transformado por diferentes instituições de poder a nível local, regional, nacional ou transnacional com propósito turístico. Os museus entre outras coisas são lugares de *performance* cultural e de representação de mensagens hegemónicas do Estado produzindo-se em alguns casos, apenas uma nova história para fins turísticos (Kirshenblatt-Gimblett 1998). A esta dimensão política acrescentam-se frequentemente também concepções pré-estabelecidas de infra-estruturas de acolhimento turístico, associadas a estratégias de rentabilização económica dos lugares, dos destinos turísticos, através do turismo.

A globalização económica e cultural e a nostalgia do passado de populações alienadas de sistemas e instituições de representação simbólica suscitaram uma multiplicação de activações patrimoniais por parte de agentes políticos e actores sociais regionais, interessados na construção de recursos simbólicos, económicos e culturais locais (Peralta 2004). Os objectos culturais e os seus símbolos são uma das principais motivações para as deslocações das pessoas em lazer (MacCannell 1999 [1976]) e conseqüentemente, sem eles o turismo não existiria (Barré 1996). Os museus procuram por isso, satisfazer grupos de visitantes que, dissemelhantes podem expressar e afirmar as suas identidades locais, étnicas, de género ou de classe (Anico 2005).

Não há como negar que os museus constituem parte de um “complexo exibicionário” como um conjunto de tecnologias culturais empenhadas em organizar um corpo de cidadãos auto-regulados (Bennett 1995), permitindo-lhes simultaneamente ver e ser vistos, olhar e aprender. Neste exercício, a exposição das lógicas e mediações pode não ser percebida pelos visitantes de forma tão clara como a apresentação dos objectos. Disciplina e poder do Estado interligam-se com as questões de entretenimento, educação e controlo social, bem como de reprodução de ideias e valores dominantes. O Estado, neste sentido, tem um papel fundamental ao funcionar como uma importante ferramenta de construção de cultura.

Nos museus articulam-se relações permanentes de poder e de conhecimento. A apropriação do passado por actores do presente está sujeita a uma variedade de dinâmicas e de modelos. Como instrumentos de poder, de educação e de experiência, os museus promovem a visão sobre o “outro” não mais como exótico, mas como diferente (Kersten e Bonin 2007). O “poder dos museus” não é, contudo, apenas simbólico. Ele resulta de uma forte ligação com os mais variados aspectos da sociedade e do meio em que se insere e da sua inerente função para activar relações entre os diversos agentes sociais, culturais e políticos. Isso pode envolver um vasto leque de organizações e instituições, às várias escalas, locais/territoriais, nacionais e internacionais, mobilizando recursos holísticos e económicos importantes.

Aos museus são atribuídos objectivos de valorização de patrimónios locais, nacionais e universais. Contudo, no cumprimento destes objectivos, coloca-se o problema das fontes de financiamento dos museus. Mairesse (2010) aborda este assunto, referindo-se ao risco de dependência do poder político e económico e da “desnaturalização da cultura, pela sua transformação em mercadoria” (2010: 47). O argumento parece ser o de que o conhecimento produzido e exibido nos museus é cultural, social, político e economicamente determinado e, portanto, reflectido sempre num momento específico da sociedade que o produz. Sugere-se que a função do museu seja percebida como instituição de memória, enquanto agente privilegiado com dimensão emancipadora, de produção, reconstrução e mudança social significativa, visando melhorar a qualidade de cidadania dos indivíduos na sociedade (Karp & Lavin 1991).

O posicionamento dos museus perante questões como a diversidade cultural ou a construção da cidadania num mundo moderno faz com que eles surjam como zonas de contacto locais/globais, sítios de construção de identidade e de transculturalidade, otimizando a diferença cultural. Tendem a facilitar um maior grau de comunicação intercultural entre as diferentes comunidades que são colocadas em contacto umas com as outras no espaço museológico. Visam igualmente o desenvolvimento de base territorial onde a cultura tem papel relevante. A Conferência Intergovernamental sobre políticas culturais para o desenvolvimento (Estocolmo 1998) reconhece a diversidade cultural como essencial para o desenvolvimento, enfatizando o valor do pluralismo cultural e a diversidade criativa como forma de “empoderamento”. Pensar e viver no mundo actual passa pelo reconhecimento da pluralidade e diversidade de sujeitos e de culturas com base no respeito e tolerância recíproca, concebendo-se as diferenças culturais não como sinónimo de inferioridade ou desigualdade, mas como equivalente a pluralidade e a diversidade (Scheiner 2012).

Foi pensando nesta moldura contextual que este trabalho se centrou no museu enquanto instrumento de poder, de cidadania, de pedagogia, de consumo e de modernidade.

ESCOLHA E DELIMITAÇÃO DO TERRENO E OBJECTO DE ANÁLISE

O aprofundamento do conhecimento do objecto Museu de Arte Sacra e Etnologia (MASE)², e a sustentação teórica das principais questões a problematizar pela investigação foram acompanhados do reconhecimento empírico sobre o museu no “destino de peregrinação”, Fátima, distrito de Santarém³ (Figura 1). O MASE é

² Doravante identificado por MASE.

³ Fátima pertence ao distrito de Santarém, à diocese de Leiria - Fátima (área eclesiástica) e ao concelho de Ourém. A região de Santarém (6.981 Km²) integrada no Médio Tejo caracteriza-se pela diversidade dos seus solos e bons recursos hídricos. A actividade turística desta região é potenciada pelas características naturais e paisagísticas, mas sobretudo pela presença do Santuário de Fátima. Em termos de localização, o centro geográfico da região de Santarém situa-se a uma hora de distância de Lisboa e a duas horas do Porto. Há também a destacar a sua localização entre a Área Metropolitana de Lisboa (AML) e a fronteira espanhola (a cerca de uma hora de distância). A região constitui um elemento fundamental na articulação entre o Norte e o Sul, o Litoral e o Interior.

tutelado pela Delegação Portuguesa do Instituto Missionário da Consolata (IMC)⁴ e reúne duas colecções – a de arte sacra portuguesa doadas por particulares e missionários (portugueses e estrangeiros) - e a de etnologia, com objectos etnográficos⁵, provenientes de várias partes do mundo (Brasil (Amazónia), Quénia, Republica Democrática do Congo (anteriormente Zaire), Angola, Guiné, Moçambique).

A natureza temática destas colecções ditou o interesse por elas, permitindo descobrir o museu a partir de uma cadeia de significação do lugar. Entende-se que os “destinos turísticos” definem-se através de pontos de ancoragem, símbolos de “fachada”, entre os quais se constrói a “particularidade” do local. O museu enquanto símbolo cultural agrega discursos identitários diferenciadores. Tomou-se por isso, como objectivo analisar o discurso e a *performance* museográfica através do modo como os visitantes se relacionam com as colecções. O museu encontra-se integrado num território onde afluem anualmente cerca de seis milhões de visitantes⁶ e onde a força dos fenómenos de raiz religiosa é marcante.

Em sentido lato, a designação visitante é utilizada ao longo deste trabalho, partindo-se do conceito de Urry (2002 [1990]), como alguém que sai do seu ritmo/rotina de vida comum e se desloca para um destino diferente do seu local habitual, a fim de encontrar um conjunto de sensações (sensações experimentadas), geradas a partir dos locais visitados. É entendida também a partir da definição de Valene Smith (1989), como alguém que “viaja temporariamente em situação de lazer e que voluntariamente visita um lugar diferente do da sua residência habitual com o objectivo de experienciar uma mudança” (1989: 1). Poder-se-á aplicar a todos os viajantes em trânsito em Fátima, residentes e não residentes no concelho, abarcando, os participantes em visitas organizadas ou não: escolas, lares, grupos de catequese, turistas e peregrinos). A utilização da designação visitantes sobrepuja as designações turistas e peregrinos com base nos estudos antropológicos de alguns autores, como Turner & Turner (1978) que assinala as semelhanças entre peregrinos e turistas afirmando que “um turista é meio peregrino e um peregrino é meio turista” (Turner & Turner 1978: 20). Por estudar o turismo a partir de um enfoque sobre o

⁴ Doravante identificado por IMC.

⁵ Utiliza-se a designação objecto “etnográfico” a partir do entendimento de Kirshenblatt-Gimblett (1991: 387).

⁶ Estatística. Região de Turismo Leiria/Fátima (14.01.2010).

comportamento turístico, as designações turistas e peregrinos também se basearam em Dean Maccanell (1976 [1973]), pois para o autor, o turismo moderno pode ser visto como um prolongamento das peregrinações tradicionais, trazendo sentidos e valores que outrora estiveram condensados nessa experiência religiosa. Por fim, basearam-se em Cohen (1972) para quem a peregrinação e o turismo possibilitam uma experiência que permite aos indivíduos, no confronto com o “outro” reflectirem sobre os valores, as idéias e as instituições que comandam as suas vidas. O que se tomou neste trabalho como ponto basilar é que tanto a peregrinação como o turismo são “vivos” em contraposição à “vivência” quotidiana, na perspectiva do “viajante moderno” desenvolvida por Graburn (1995 [1977]) e da concepção de “peregrino moderno” defendida por Turner (1982).

As representações do espaço para a antropologia são configurações simbólicas constituintes de um determinado território (Silvano 1997). Perceber o MASE implica estar diante de um território, cujas visões plurais e múltiplas se cruzam e entrecruzam num espaço fechado. Para trabalhar a diversidade é preciso considerar a(s) cultura(s) como uma teia de significados que enlaçam os humanos na sua trama e os distinguem a partir do conjunto de comportamentos espirituais e materiais, intelectuais e afectivos que caracterizam diversas sociedades ou grupos sociais, o que abrange os modos de vida, maneiras de viver e conviver, sistemas políticos, jurídicos, religiosos, económicos e sociais distintos. Há uma multiplicidade de identidades que os indivíduos constroem e que estão em constante movimento. Maria Carneira da Silva (2004) defende que a:

Antropologia do turismo, constituída operatória e instrumentalmente como fórum de discussão, oferece terrenos privilegiados para a reafirmação da especificidade da antropologia, sem recusar o desafio das formas culturais emergentes na contemporaneidade (2004: 7).

O aprofundamento do conhecimento sobre o MASE e as *performances* museográficas que exhibe permite evidenciá-lo como espaço gerador de novas práticas culturais e sociais na procura de novos caminhos e de respostas a problemas, num mundo cada vez mais marcado pelo confronto entre diferentes perspectivas culturais e

diversas visões do mundo. Num sentido amplo, os museus de etnologia ou etnografia conforme Pais de Brito (2009), considera:

Qualquer que seja a sua referenciação geográfica e cultural têm na origem, construções e representações da identidade e da alteridade. A relação entre estes operadores de categorias de pertença é sempre ambígua e geradora de contradições e paradoxos (...). É também nas suas sobreposições e articulações que as sociedades se ficcionam (2009: 355).

As práticas metodológicas da antropologia são fundamentais para a análise dos “lugares turísticos” e respectivos processos de construção de representações. Os espaços museológicos e suas práticas museográficas ajudam a compreender como a sociedade é constituída por um conjunto de processos interconectados que articulam e confrontam diferentes discursos, constituindo-se como um verdadeiro interface social e cultural, num mundo cada vez mais pautado por tensões potencialmente geradoras de conflito e ruptura. Orientações antropológicas têm sido desenvolvidas sobre a riqueza e multiplicidade social e cultural da temática turística e vários factores do mundo moderno têm contribuído para o crescimento do turismo (Cooper 2001) fazendo dele, um fenómeno social.

Na contemporaneidade constata-se uma intensa fruição turística nos museus, em que o olhar suscitado pelos acervos e colecções ali representados pressupõem uma rede de relações dinâmica, um conjunto de significações colectivas capazes de serem partilhadas. A partir do entendimento de Kirshenblatt-Gimblett (1991) “objectos etnográficos são objectos de etnografia”, encerrando em si “um conjunto de histórias interessantes para contar” (1991: 386). Das palavras desta autora entende-se que é a partir da separação do objecto em relação aos contextos que lhe darão vida e que o tornarão etnográfico. A autora ao invés de invocar a construção reificada dos objectos apela para que os objectos culturais sejam entendidos como construções sociais, motivadas por contextos culturais específicos. Prats (1997) também entende que “a crescente importância dada aos objectos culturais é fundamental enquanto recurso turístico” (1997: 51). Nesse sentido, o património deve ser percebido, não como uma

simples maneira de olhar o passado ou a alteridade, mas no presente, como explica Silva (2009):

Um veículo estratégico de produção, afirmação e activação dos *pools* patrimoniais de determinada comunidade (...). Sem poder não há património. Se é verdade que o património contribui de forma evidente para o empoderamento das comunidades, é importante lembrar que, em termos legais, a última palavra continua a caber aos poderes nacionais ou internacionais instituídos (2009: 284, 285).

As práticas turísticas no âmbito das ciências sociais têm sido alvo de inúmeros estudos e de diferentes abordagens em função das tendências a vários níveis (internacional, nacional, regional e local), mas sobretudo em função da imagem dos destinos turísticos. Nas últimas duas décadas “se tem evidenciado o valor da imagem dos destinos turísticos no processo de selecção dos mesmos” (Baloglu & McCleary 1999: 870). O MASE integrado num “destino turístico” com forte imagem associado ao campo religioso exhibe formas de interpretação da cultura e comunica significados. A análise da sua estrutura interna e das suas práticas museográficas permitiu abordar a problemática da construção das identidades culturais na contemporaneidade, não só sob o ponto de vista do diálogo intercultural de universos simbólicos de significação (Nora 1990 [1984]), mas ainda sob o ponto de vista da diversidade cultural, entendida como “inventividade do espírito humano” para um “projecto político de equidade entre diferenças” (Werthein 2004: 127). Quer o diálogo intercultural, quer a diversidade cultural remetem para formas e modelo de conhecimento onde se instaura um mundo autenticamente rico em conhecimento, um mundo culturalmente diverso (Appadurai & Stenou 2001).

A análise às teorias que sustentam o conceito de museu na contemporaneidade mostra que os museus se abrem aos visitantes como espaço de aprendizagem, materializando a luta pela igualdade, democratização e inclusão, no âmbito da sua responsabilidade social (Semedo 2009). Poder-se-á tomar o caso particular do MASE como uma aproximação ao “complexo exhibicionário” designado por Bennett (1995) quando se refere aos museus como formas de construção da cidadania num mundo

moderno, com base num modelo de diversidade criativa, numa concepção, que se entende, partilhada pela UNESCO (1983) à escala da “comunidade internacional”, mas que no MASE é gerida num contexto de missionação e numa “linha catequizante”. Entenda-se aqui os termos catequizante e catequético no sentido do MASE a partir dos objectos exibidos se apoiar em princípios evangelizadores, culturais e sociais enfatizando-se nesses princípios noções como o da acessibilidade, da participação e envolvimento, da inclusão e responsabilidade social.

O desenvolvimento de novas leituras multidisciplinares dos acervos e das colecções dos museus, numa abordagem pedagógica para o diálogo intercultural, trouxe novas formas de expressões e conhecimento para ilustrar a grande diversidade de culturas. Por isso, é cada vez mais difícil conceber a diversidade humana como algo inscrito em culturas fechadas e independentes.

Repensando o papel do museu em relação a outras culturas, Clifford (1998) propõe a ideia de “zonas de contacto”, inspirada em Mary Louise – Pratt (1992). A autora define “zonas de contato” como “espaços sociais onde culturas díspares se encontram, se chocam, se entrelaçam uma com a outra, relacionadas com a fronteira colonial expansionista europeia” (1992: 27). Entende-se por isso, que os museus poderão ser uma espécie de catalisadores de novas ligações e relações, fontes de conhecimento e ponto de cruzamento de histórias, numa rede de relações interactivas, onde as culturas, as comunidades e as pessoas podem encontrar-se e trocar ideias. Como estruturas organizativas possibilitam o encontro e a passagem de pessoas, de objectos e também de verbas mediadas por relações de poder que visam atender a interesses políticos (Clifford 2008).

Manter vivos os patrimónios culturais (materiais e imateriais) no palco do museu onde se desenvolve a exibição e onde se observa a *performance* museográfica, representa valorizar o potencial de coesão e transformação social que a diversidade cultural apresenta, fundamental para o *engajamento* cívico e sentido de identidade partilhada. Em Fátima, como se verá há uma identidade partilhada que é fomentada pelos museus (*cf.* Capítulo I).

A partir da perspectiva do turismo como um elemento da cultura humana (Nash & Smith 1991) e explorando as conexões entre a antropologia que estuda os

comportamentos de viagem numa óptica cultural, centrando-se nos hábitos, costumes, tradições e estilos de vida (Nash 1996), e *performances* museográficas, pretende-se evidenciar não só as especificidades históricas e culturais do MASE, como demonstrar a constante necessidade de reflexão sobre o museu como instrumento de poder, de cidadania, de pedagogia e de consumo cultural. Numa junção de “patrimonializações comuns” (Isnart 2013), o MASE incorpora os usos do património, através dos seus objectos e da memória colectiva. Como condição de uma prática museológica aberta à comunidade, multidisciplinar e participativa, procurou-se perceber a *performance* museográfica face ao “olhar” turístico. Como Marc Augé (1999) que considera a “viagem” não como um fim, mas como um meio de aproximação ao estudo da diversidade cultural e das tensões que nascem num mundo global, também a escolha do terreno particular do MASE prendeu-se, entre outras coisas com o prévio conhecimento empírico do mesmo. Como campo etnográfico pensou-se nas suas potencialidades para a concretização da reflexão sobre os tópicos anteriormente referidos.

Esta escolha ao nível académico motivada por um percurso prévio⁷ na área da museologia visou uma aproximação de maior pendor antropológico aos trabalhos anteriormente desenvolvidos. Ao nível profissional, fundamenta-se na pertinência científica da antropologia do turismo e no interesse em relacionar os estudos de museologia com os do turismo. Os Seminários: *Problemáticas da Antropologia e Métodos da Antropologia*, incluídos no Programa do 3º Ciclo de Estudos do Doutoramento (2008/2009) bem como a disciplina de opção *Antropologia do Turismo* foram os pilares fundamentais para que se considerasse que esta linha de estudo podia, efectivamente, ter alguma viabilidade como problemática para uma pesquisa antropológica. As matérias transmitidas nos *Seminários* permitiram articular e integrar a temática a investigar no terreno da antropologia. Nelas, houve um confronto com os principais desafios enfrentados pela antropologia contemporânea, tanto na sua dimensão teórica como na sua dimensão metodológica. Compreendeu-se que o campo antropológico enquanto espaço de investigação científica e acção no

⁷ Departamento de Antropologia da FCSH-UNL, com a conclusão do Mestrado em Museologia e Património em 2007.

domínio das ciências sociais tem caminhado para uma incessante renovação teórica, conceptual e metodológica, o que tem propiciado abordagens mais profundas e abrangentes para dar conta da multifacetada complexidade social e cultural da sociedade contemporânea.

Na área das políticas e imagens da cultura e da museologia (área de especialização deste doutoramento), pretende-se contribuir para uma reflexão que, baseada no estudo sobre o MASE, constitua referência na relação do turismo com os museus.

Reflectindo sobre os processos envolvidos na constituição dos museus etnográficos (na história recente de Portugal) e na sua relação com processos identitários, Nélia Dias (2001) observa que os interesses que lhes estão subjacentes são de natureza multifacetada e complexa, dado que emergem numa arena constituída por agentes sociais indivíduos ou grupos. Estes interesses não são contudo, unicamente determinados por uma posição económica, podendo assumir aspectos simbólicos ou culturais. No caso de Portugal esta linha de pensamento deverá ser explorada, porque a missão colonial parece ter tido um papel importante, na medida em que os missionários, ao promoverem a catequese com a preocupação de instaurarem a religião católica, aprendendo as línguas autóctones para poderem traduzir e passar a mensagem cristã, criaram modelos práticos de natureza antropológica. Durante os anos que exerceram a actividade missionária contribuíram para enriquecer as colecções etnográficas como fontes históricas e culturais (Amorim 2011).

A propósito da realidade cultural africana e do modo como os grupos locais respondiam à doutrina e ensinamentos missionários, Almeida (2009) refere:

Naqueles lugares, evangelizar era também promover o comportamento civil, adestrá-los no valor do trabalho e do esforço, levá-los a moderar a vontade e a governarem-se por leis razoáveis, a refinar os seus gestos, gostos e compostura, a incrementar o aprumo das suas casas e a variedade das suas vestes, a aperfeiçoar as suas artes, a refrear os seus ímpetos sensuais, a disciplinarem-se. Era afinal todo um programa de vida, aquele que o missionário devia promover (2009: 820).

Esta questão do comportamento promovido pelos missionários é relevante neste trabalho. O facto do acervo do MASE ser constituído por objectos provenientes das missões, gerou um maior interesse dos visitantes (cf. Capítulo IV.3). Assim, analisar a articulação da colecção etnológica com a colecção de arte sacra e perceber como o discurso expositivo através da *performance* museográfica é compreendido pelos visitantes que procuram o museu é um dos objectivos nucleares da proposta deste trabalho. Outro interesse para a escolha deste caso reside no facto do MASE de entre os sete museus existentes em Fátima, ser o único a integrar a Rede Portuguesa de Museus (RPM)⁸ e, no distrito de Santarém, o único museu tutelado pela Delegação Portuguesa do Instituto Missionário da Consolata.

No contexto da disciplina de opção *Antropologia do Turismo* evocou-se, em vários momentos, que os lugares de turismo, sendo complexos e transversais, são fundamentais como espaços culturais para a compreensão das relações e práticas sociais e determinante na construção das identidades. Cardeira da Silva (2004) toma por base o forte argumento de que o turismo – os lugares turísticos – podem ser terrenos de ancoramento razoável, permitindo à antropologia reoperacionar os seus instrumentos clássicos de interpretação das culturas. Pensou-se ser um desafio estimulante procurar analisar, aprofundar e ultrapassar os caminhos das encruzilhadas entre museologia e antropologia do turismo num território demarcado por um intenso fenómeno religioso. A intensificação da oferta e procura turística em Fátima torna a cidade num lugar privilegiado para uma revisão do debate teórico sobre a sustentabilidade dos destinos turísticos de matriz religiosa (Santos 2006) e do seu cruzamento com outros impulsos turísticos. Se por um lado, o fenómeno turístico se fortaleceu e se por outro, práticas turísticas seduzem visitantes, reinventando os territórios, o “lugar turístico” pela singularidade, pela identidade, pela ligação afectiva e pelo modo como ele é vivido, assume novos significados.

A cidade de Fátima é hoje uma atracção turística. Uma atracção que não é contudo, estritamente de cariz religioso. Juntamente com os lugares de interesse exclusivamente turístico, os santuários ou lugares sagrados são cada vez mais

⁸ Doravante identificado por RPM.

percebidos como pontos de convergência de multidões muito heterogêneas⁹. A diversidade de línguas, nacionalidades, culturas, religiões, motivações e interesses dos diferentes visitantes, parecem encontrar-se reunidas neste lugar. A partir do olhar antropológico dirigido para a contextualização do fenómeno turístico (em processos históricos, económicos e sócio-culturais mais amplos), Fátima como “lugar turístico”, permitiu ir ao encontro das múltiplas vozes locais que nele se cruzam.

Para dar conta de todas estas vertentes tomou-se o MASE como um local de exibição, sociabilidade, educação, criatividade e como uma ferramenta de desenvolvimento local e, simultaneamente, como um espaço interessante para observar vários intervenientes (missionários, turistas, peregrinos, agentes políticos e outros) sujeitos às dinâmicas museológicas e turísticas do mundo contemporâneo.

OBJECTIVOS, TRABALHO DE CAMPO E MÉTODOS

Numa linha de continuidade com o que foi expresso até aqui, a presente pesquisa integra-se genericamente na perspectiva museológica e antropológica do turismo. O trabalho foi desenvolvido no espaço de quatro anos (2008 – 2012) através de pequenas e repetidas incursões ao terreno. Primeiro de forma intensa e sistemática e gradualmente com aproximações mais esporádicas, acabando por se fixar em pequenos exercícios reflexivos de acompanhamento de visitas e observação dos visitantes do museu¹⁰.

Na óptica de uma antropologia reflexiva procurou-se desconstruir os discursos dos produtores do MASE (missionários, técnicos) bem como os sentidos apropriados

⁹ Reitor do Santuário de Fátima. Congresso Ibero-Americano de destinos religiosos, 2009 (V Congresso Internacional de Cidades Santuário. *Introdução*).

¹⁰ Quando iniciei o Doutoramento candidatei-me ao Programa de Apoio à Formação Avançada de Docentes do Ensino Superior Politécnico (PROTEC), através da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), ao qual fui aceite pelo painel de avaliadores da FCT (Referência: SFRH/PROTEC/49259/2008). Prevendo o Programa PROTEC um período de duração igual ao do Doutoramento, isso não se verificou na sua totalidade, o que veio a dificultar a observação participante.

por parte dos consumidores (visitantes). As questões de partida que estão na base deste trabalho procuraram reflectir sobre **1)** a *museografia*: quais as lógicas que presidem à constituição dos acervos e das colecções do MASE? Quais as bases argumentativas que lhes subjazem?; **2)** as *narrativas dos visitantes*: quais as motivações dos visitantes do MASE? Quais as narrativas construídas em torno da experiência museográfica? **3)** as *experiências dos visitantes*: qual a sua relação com os objectos culturais, com a diversidade cultural que pretendem exhibir? Quais as suas reacções perante as exposições e a *performance* dos objectos exibidos?.

A esta pesquisa presidiram os seguintes alvos e momentos de análise:

a) *As performances museográficas*. Momento de análise que compreendeu a caracterização e descrição do museu, a descrição e análise das colecções e percurso expositivo. Correspondendo o museu a uma narrativa cultural, particular atenção foi dada à observação intensa do uso do espaço do MASE. Pretendeu-se neste momento de análise compreender como foi desenvolvido o discurso do museu, nomeadamente o modo de construir e convocar um “outro” e identificar as políticas (autenticação, validação) por parte dos seus responsáveis.

Qualquer actividade surgida no museu, desde a elaboração do projecto arquitectónico do seu edifício (distribuição e ordenamento dos seus espaços), onde se inclui as salas de exposição, o conteúdo das legendas, disposição dos painéis, entre outros, remete sempre para a construção e representação de significados. Haverá sempre consequências ao nível dos significados produzidos, comunicados e consumidos. Uma análise aos textos apresentados aos visitantes ao longo das paredes ou em painéis escolhidos para o efeito durante o percurso expositivo forneceu linhas importantes para se compreender a posição discursiva institucional.

b) *Os visitantes*. Procedeu-se neste momento de análise à caracterização do perfil dos visitantes. Enquanto espaço de visitas importou observar as possibilidades de produção de sentido surgidas do contacto do visitante com a materialidade do museu. Tentou perceber-se o encontro da memória institucionalizada com a memória dos sujeitos que se deparam com ela. Para melhor alcançar este objectivo estruturou-se um inquérito por questionário. Pretendeu-se com este inquérito identificar e conhecer o perfil e as principais motivações que conduzem os visitantes ao MASE. Para

melhor atingir este objectivo, recorreu-se à leitura e análise do *Livro de opiniões/sugestões* dos visitantes do museu.

c) *As narrativas e as experiências* dos visitantes em torno da diversidade cultural exibida. Momento de análise que pretendeu entender as leituras que os visitantes fazem das exposições. Isso envolveu o acompanhamento das práticas, das atitudes e das narrativas produzidas durante e após a visita ao MASE por parte dos visitantes. Foram observadas, particularmente, as diferentes formas de construção, de identificação e de relação afectiva e simbólicas (de proximidade e ou de afastamento) estabelecidas com os dois tipos de colecção exibidas no museu: a de arte sacra e a de etnologia.

d) *As fontes documentais*. Com o intuito de multiplicar as informações sobre o objecto de estudo, recorreu-se neste trabalho a fontes adicionais, como por exemplo, a imprensa escrita nacional e internacional e os textos localmente produzidos sobre o MASE. Foi consultada documentação local nos arquivos da Câmara Municipal, no Fundo Local da biblioteca de Fátima e em outras Instituições que se foram descobrindo como valiosas. A documentação interna do MASE foi fundamental para a compreensão da construção do espaço museológico e da prática museográfica.

Procurou-se desenvolver um trabalho de campo que valorizasse a pertinência do olhar antropológico sobre a prática e o discurso do museu. Esta preocupação que procura contextualizar as relações sociais que observa, é a da tentativa da objectivação do envolvimento directo que o investigador tem com o grupo social que estuda. A constante relação com o director do MASE, com as duas funcionárias do museu, com alguns membros missionários da Consolata, com visitantes em geral (turistas, peregrinos, grupos escolares, grupos religiosos, agentes políticos), teve uma importância fulcral no trabalho de campo, completando e alargando profundamente o conhecimento que possuía da realidade social desta área geográfica, especificamente do MASE e da densidade das relações que ali se desenvolvem, bem como das diferentes perspectivas em relação ao que se passa naquele universo.

Tentando obter informações mais focalizadas privilegiaram-se as entrevistas semi-dirigidas. As entrevistas foram efectuadas ao director do MASE (Anexo I), aos missionários da Consolata (Anexo II), aos professores e estudantes do secundário (das

disciplinas de História, Geografia, Antropologia Cultural e Educação Moral e Religiosa Católica (Anexo III e IV) que previamente agendavam as suas visitas ao MASE. Para salvaguardar a identidade dos informantes, optou-se por utilizar siglas em todos os casos que se fez uso das suas afirmações. Previamente foram endereçados pedidos de colaboração para a efectivação das entrevistas, explicando-se quais os objectivos da investigação. Algumas destas entrevistas foram gravadas, outras não, a pedido dos entrevistados. Foi reunida também informação através da recolha de narrativas orais e inúmeras conversas informais, devidamente registadas no diário de campo. O recurso ao diário de campo revelou-se importante como ferramenta essencial de reflexão.

Ainda assim, foram surgindo algumas dificuldades na realização de entrevistas aos grupos escolares, professores, sobretudo pelos condicionantes limitativos de tempo por parte destes. O mesmo aconteceu em relação às entrevistas que se pretendia dirigir aos visitantes do MASE. A aproximação para pedir que fosse realizada uma entrevista no final da visita revelou-se bastante difícil com manifestações de desconfiança expressa em posturas que pareciam significar *not disturb!* Para fazer face a esta dificuldade procedeu-se à consulta e análise às mensagens escritas no *Livro de opinião/sugestões dos visitantes*¹¹ do MASE desde o ano 1999 (ano em que o MASE coloca pela primeira vez à disposição dos visitantes o *Livro de Visitas*) até 2012. Para se proceder à análise do *Livro de Visitas*, a obra de Bardin (2011) sobre a análise de conteúdo serviu de base. A análise de conteúdo nesta obra é definida como um método empírico e como um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento que se aplica a discursos (conteúdos) extremamente diversificados (2011: 15). Para o autor uma unidade de registo significa uma unidade a ser codificada, podendo esta, ser um tema, uma palavra ou uma frase. Encontra-se implícito um processo que envolve a junção de um número significativo de informações organizadas em duas etapas: “inventário” (onde se isolam os elementos comuns) e “classificação” (onde se dividem os elementos atribuindo-lhes uma sistematização). A frequência com que aparece a unidade de registo é crucial neste processo. Para fazer comparações o investigador tem de organizar os dados em

¹¹ O *Livro de opiniões/sugestões dos visitantes* ou simplesmente *Livro de Visitas* é um importante canal de comunicação entre o visitante e o museu. A maior desvantagem é que os visitantes raramente deixam um contacto e o museu não tem a possibilidade de dar uma resposta (Vlachou 2007).

categorias. Com vista a ordenar a informação recolhida no *Livro de Visitas* foi elaborada uma matriz criada para o efeito, onde palavras/frases-chave recorrentes foram isoladas e sistematizadas de acordo com a sua frequência para posterior análise.

Os comentários registados no *Livro de Visitas* pelos visitantes são integrados no corpo do texto por data/ano, local e por línguas (português, espanhol, inglês, francês e italiano). Quando não são indicados o ano e o local recorre-se às siglas s.l. e s.d. (sem local e sem data). Optou-se por realçar também as expressões mais significativas dos enunciados transcritos através do uso de formatação a negrito.

Pese embora como se referiu, os visitantes não mostrassem abertura para falar sobre a sua motivação, prática e experiência de visita ao MASE, no final da visita acabavam por deixar registado um comentário no *Livro de Visitas*. Por isso, as opiniões/mensagens ali registadas revelaram-se verdadeiramente abundantes e eloquentes.

As muitas horas de permanência no MASE possibilitaram uma observação intensa apta a complementar explicações mais profundas e interpretações possíveis. Um sem número de actividades que foram entretanto desenvolvidas pelo MASE durante o período de trabalho (*cf.* Capítulo IV.5), permitiram participar num vasto número de iniciativas públicas (Anexo XII) e perceber de alguma forma a relação do MASE com agendas políticas locais e regionais. Paralelamente, as experiências de terreno foram-se construindo progressivamente entre o conhecimento das estatísticas oficiais, as entrevistas e o tratamento de fontes documentais pertinentes.

Para além de técnicas não documentais como as entrevistas semi-directivas, procurou-se obter ainda informações sobre os visitantes do MASE, relacionadas com o perfil sociológico, género, grupo etário, origem nacional/internacional, concelho de residência, habilitações literárias, motivação e a forma como classificam a sua prática de visita, através da aplicação de um inquérito por questionário que permitisse proceder à caracterização sumária dos visitantes.

Na concepção e redacção do questionário foi dada atenção à necessidade de utilizar uma linguagem que, sem perda do rigor exigível para um trabalho de natureza académica, fosse tão simples e acessível quanto possível e, portanto, compreendida

sem preocupação especial por parte da generalidade dos visitantes. Apesar deste cuidado, a prática revelou numa primeira fase de pré-teste do inquérito aplicado a uma amostra de 60 visitantes (em português e em inglês) que algumas perguntas por um lado, não eram de fácil interpretação (por exemplo a pergunta 8: *utilize quatro adjetivos que caracterizem a sua experiência/visita neste museu*) por outro, não eram apreciadas (como a pergunta 7 sobre o acompanhamento: *nesta visita ao museu veio acompanhado?*). Estas foram constatações anotadas não só pelos comentários dados pelos visitantes, como pela indicação evidenciada pelo não preenchimento de resposta no inquérito. Após a detecção destas dificuldades procedeu-se à reformulação do questionário tanto em português como em inglês (Anexos VI e VII).

O modo como o inquérito foi aferido e composto por um conjunto de questões, permitiu a obtenção de informações qualitativas importantes que são resumidas e analisadas no Capítulo V. Para a análise estatística de dados foi utilizado o SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Para enquadrar e ilustrar a informação recolheram-se imagens e realizaram-se gráficos com os resultados das análises, que aqui são integrados ao longo do trabalho. No que se refere às fotografias deste trabalho elas são de autoria própria à excepção daquelas que se indica outra fonte de onde foram retiradas.

ESTRUTURA

O caminho que aqui se propõe neste trabalho estrutura-se em diferentes etapas. Inicia-se com o Capítulo I que contextualiza o MASE dependente da Delegação Portuguesa do Instituto Missionário da Consolata no “destino turístico de peregrinação”, Fátima. Este “lugar turístico” foi criado em consequência de um fenómeno religioso, as Aparições. Ao mesmo tempo procura integrar um retrato abrangente de outros seis museus existentes em Fátima: o museu de Cera, o museu das Aparições de 1917 e o museu da Vida de Cristo que pertencem à empresa *Parques*

Temáticos, Empreendimentos Artísticos, Lda. O museu Fátima Luz e Paz e a Casa-museu de Aljustrel dependem directamente do Santuário de Fátima e, mais recentemente, o museu Interactivo *O Milagre de Fátima* pertencente também a uma empresa privada, a *Pacis-Vrbs, Lda.* Ao se fazer este retrato dos museus existentes em Fátima, procura-se dar a conhecer os processos de construção dos seus discursos museológicos e apresentar as suas narrativas museográficas.

O Capítulo II caracteriza particularmente o Museu de Arte Sacra e Etnologia, dando conta da sua missão museológica e catequizante. Caracteriza também o Centro de Animação Missionária e o Instituto Missionário da Consolata. Como importava neste contexto identificar e desconstruir os discursos dos seus produtores (missionários e técnicos), assim como, os sentidos apropriados por parte dos consumidores (visitantes), este capítulo aborda os processos que estiveram na base da constituição do museu e os intervenientes que permitiram o seu desenvolvimento. Sendo que dos objectos nascem colecções e de colecções de cariz “etnográfico” nascem modos de produção cultural, o Capítulo II ainda identifica o acervo, as suas principais colecções e dá a conhecer as vozes que o produziram e o contexto de missão em que se inserem. Como o museu pode influenciar a construção de representações sociais, este Capítulo procura paralelamente, realçar o domínio das suas práticas de construção de significados.

O Capítulo III ao mesmo tempo descreve o museu, apresenta o percurso expositivo percorrido pelos visitantes. Leituras diversas, percursos pessoais, colectivos, realizados por visitantes do MASE dentro dos vários espaços que compõem o museu (recepção, sala da Natividade, sala da Paixão, sala da Missão, sala da Etnologia, sala dos Pastorinhos, sala de projecções, sala de exposições temporárias, capela e pátio/jardim), evidenciam modos diferentes de se relacionarem com os objectos na interacção com o percurso expositivo. Partindo-se do facto que a visita é instigadora de experiências, este Capítulo procura dar a conhecer a forma como o MASE apresenta o seu discurso de modo a incorporar uma narrativa que, sendo específica/localizada, é também cada vez mais global. Através da observação das práticas, *performances* e narrativas dos visitantes, procura caracterizar os processos de construção identitária na relação com aquele contexto social.

O Capítulo IV privilegia a observação do uso do espaço do museu, configuradas por práticas museográficas em que está patente a ideia de pedagogia da cidadania. Apresenta as *performances* culturais suscitadas pelas visitas, que são uma das acções prioritárias no leque das políticas educativas do MASE. Destaque é dado às visitas orientadas por parte de escolas do concelho, programadas em âmbitos disciplinares distintos como as de Geografia, História, Antropologia Cultural e Educação Moral e Religiosa Católica. Descreve ainda as actividades de extensão cultural para o diálogo do MASE com um leque alargado de visitantes. Através da sua prática expositiva o museu “comunica” aos visitantes as suas narrativas. Este Capítulo evidencia como o MASE contribui para as representações identitárias a partir da sua agência sobre a constituição da memória social, da identidade cultural e da alteridade.

O Capítulo V caracteriza o perfil dos visitantes do MASE, a sua proveniência e as suas motivações a partir dos resultados dos inquéritos por questionário. Os questionários preenchidos pelos visitantes do museu revelam aspectos particulares sobre o seu perfil. A análise sociológica dos visitantes conseguida através do inquérito explora e apresenta a sua variabilidade quanto ao género, grupo etário, habilitações literárias e origem nacional e internacional. Para além de apresentar as motivações dos que procuram o MASE, apresenta também a classificação que os visitantes atribuem à sua própria prática de visita.

O Capítulo VI dá conta dos efeitos da *performance* museográfica sobre os visitantes, enfatizando as múltiplas emoções, representações e significações vivenciadas no espaço museológico, através da apreensão e a eficácia do discurso do MASE. Dessa maneira os referenciais a respeito da cultura e da realidade apresentada no museu são explorados. Este Capítulo pretende ainda sublinhar a importância da interacção dos visitantes com os objectos apresentados no museu, seja por meio de sua identificação com os objectos exibidos, seja pela possibilidade de contrastar a sua visão do mundo e a sua identidade social com as de outras realidades.

Finalmente, as últimas considerações resumem e destacam as principais conclusões da pesquisa desenvolvida, inserindo-as novamente nos debates contemporâneos das áreas disciplinares convocadas.

CAPÍTULO I

O “DESTINO DE PEREGRINAÇÃO”, FÁTIMA. TURISMO E MUSEUS

I.1. TURISMO – quem procura?

O “destino de peregrinação”, Fátima é enquadrado neste trabalho enquanto “lugar turístico” fortemente associado ao turismo religioso e ligado a uma infraestrutura religiosa, ao Santuário. Toma-se como base o argumento de Cardeira da Silva (2004) quanto à capacidade da antropologia “atribuir voz ao local” sem negligenciar “o enquadramento mais vasto no seu quadro de produção social” (2004: 11). Os destinos turísticos definem-se através de pontos de ancoragem, símbolos de “fachada”, entre os quais se constrói a “particularidade do local”. Sendo que o destino turístico é uma produção social e um espaço dinâmico, o turismo em Portugal tem sido frequentemente apontado nos planos de desenvolvimento social e económico. Se por um lado, em termos históricos o desenvolvimento do turismo ficou marcado por um atraso relativo ao desenvolvimento mundial - em parte devido a uma “política de isolamento” durante o Estado Novo, devido à falta de infra-estruturas - por outro, ficou marcado também, por um agente inigualável de trânsito de ideias e de progresso entre as nações (Pina 1988). Todas as transformações sociais, tecnológicas, económicas e políticas que se foram preparando a partir da segunda metade do século XVIII permitiram afirmar o século XX como o século do turismo. Em termos internacionais a “história contemporânea do turismo” se encontra associada e consolidada em torno de um conjunto de realidades que emergiram entre os séculos XVIII e XX, onde se inclui a realização do *grand tour*, a criação do primeiro *package*¹² turístico e o fenómeno do turismo de massas¹³ (Costa 2005).

No século XX dá-se um período de rápido crescimento e entusiasmo no turismo com a criação das primeiras organizações governamentais. Refira-se a título de exemplo a nível nacional, o lançamento da Sociedade de Propaganda de Portugal e da

¹² Inventado por Thomas Cook no século XIX (concretizado em 5 de Julho de 1841 com a realização da primeira viagem comercial de comboio para um grupo de 570 pessoas e que teve lugar entre Leicester e Loughborough (Costa 2005: 280).

¹³ Teve a sua origem na década de 50 e grande desenvolvimento entre as décadas de 60 e 70 e que derivou do desenvolvimento da aviação comercial e da criação de operações *charter* (Costa 2005: 280).

Repartição do Turismo e a nível local e regional, a criação das Comissões de Iniciativa (Pina 1988). A criação da Sociedade Propaganda Portuguesa (SPP), vinda da 1ª República teve uma grande receptividade na sociedade portuguesa. Desde logo a SPP, sem qualquer tipo de apoios institucionais, protagoniza com todas as limitações materiais que se possa imaginar, um papel fundamental na divulgação, implementação e difusão das práticas turísticas em Portugal. A Sociedade Propaganda de Portugal (SPP), também designada como o *Touring Club de Portugal* ficou formalmente estabelecida (em 28 de Fevereiro de 1906), empreendendo uma longa campanha promocional, cujo objectivo seria divulgar Portugal como destino de turismo (Pina 1988). O IV Congresso Internacional de Turismo de 1911 realizado em Lisboa mostraria bem a aposta que na época se fazia, usando o turismo para legitimar a ideologia da República ainda jovem. A par da ideia do Portugal “rústico”, o crescimento do turismo balnear foi outro factor importante para a afirmação de Portugal como destino turístico.

A seguir à institucionalização do Estado Novo o turismo pretendia ser uma linha de afirmação do próprio Estado. As técnicas de propaganda do Estado Novo não divergiram das utilizadas pelos regimes totalitários europeus da época. Em nome da propaganda e da imagem turística do país, assistia-se a acontecimentos sucessivos como o I Congresso Nacional de Turismo, a criação das Pousadas de Portugal e das Brigadas de Turismo e ainda a Exposição do Mundo Português em 1940. Este evento representou um momento de cooperação de esforços construtivos de um regime em consolidação, cuja finalidade seria o reforço propagandístico que se pretendia breve e claro e cuja difusão se desejava ampla e convincente para divulgar Portugal e atrair visitantes.

No contexto do Estado Novo aponta-se ainda o papel de António Ferro à frente do Secretariado da Propaganda Nacional (SPN). Foi determinante para a construção de representações territoriais a partir de “políticas folcloristas baseadas em ideais românticos e nacionalistas” (Alves 1997: 245). Igualmente importante foi a visibilidade que António Ferro deu “à visão bucólica e idílica dos Guias de Portugal, um paiz cuja formosura, doçura de clima e seus habitantes, é digno de ser conhecido, e quiçá mais do que é, para que os estranhos o avaliem” (Pires 2001: 16). Além disso, o

desenvolvimento do excursionismo em Portugal, proporcionado pelas companhias portuguesas de caminhos-de-ferro que além de criarem bilhetes específicos destinados aqueles, organizaram excursões e publicaram guias de viagem (Matos 2006), muito contribuiu para a promoção e divulgação de Portugal como destino turístico.

Nesta linha de raciocínio de abertura ao mundo e de atracção de visitantes, encontra-se em Fátima similitude. A singularidade de Fátima no contexto do turismo nacional é reconhecida pela generalidade das entidades do turismo, tanto publicas como privadas. A Associação Portuguesa de Agências de Viagens (X Congresso realizado em 1984) assumiu expressamente Fátima como “destino turístico privilegiado da oferta portuguesa” (Pina 1988: 211). Para o autor, Fátima alargando-se ao mundo “já não cabe em Portugal, nem no nosso tempo. Tornou-se um acontecimento na história universal, especialmente da história cristã” (Pina 1988: 208).

Ora, Fátima¹⁴ foi fundada em 1568. Até 1917 seria uma aldeia desconhecida voltada para a pastorícia e para a agricultura de sequeiro. A partir de 1917 - ano de charneira em termos políticos em Portugal onde se viviam “tempos de perseguição à Igreja e de declarada política de secularização, mas também tempos de crescente reacção católica a essa ofensiva governamental” (Cruz 1992: 91), tornou-se mundialmente conhecida pelos marcantes fenómenos religiosos. As Aparições Marianas aos “três Pastorinhos” (três crianças naturais de Aljustrel Lúcia de Jesus, Francisco Marto e Jacinta Marto de 10, 9 e 7 anos, respectivamente) que aí tiveram lugar entre 13 de Maio e 13 de Outubro de 1917 contribuíram para esse processo de divulgação mundial.

Numa primeira fase Fátima é um pólo da cruzada pela restauração do país cristão que corre a par e em estreita ligação política e ideológica com a reacção nacionalista e antiliberal, com a redescoberta da tradição e dos valores eternos da nação orgânica operada pela revolução Nacional e pelo advento do Estado Novo salazarista. A partir da segunda metade dos anos trinta, sob os ventos da Guerra Civil

¹⁴ (Figuras 1 e 2). Ocupa uma área de 71,29 km², densidade de cerca de 144,5 Habitantes/km² e a sua população é de 11. 788 Habitantes. INE, Sensos (2011). As principais actividades económicas da cidade são a indústria (maioritariamente indústria hoteleira), a indústria transformadora (mármore, madeiras), a construção civil, comércio e serviços e, principalmente, o turismo.

de Espanha, Fátima torna-se um símbolo internacional: o pólo de “irradiação moral” da resistência ao comunismo, o centro espiritual cristão dessa “luta da civilização contra a barbárie”, já plenamente reconhecida e apoiada como símbolo cimeiro do culto mariano por Roma e pelo Papa (Torgal 2011: 13).



Figura 1 - Mapa do Distrito de Santarém, Fátima. Fonte: RTLF (13.02. 2011).



Figura 2 - Planta da cidade de Fátima. Fonte: <http://www.viajar.clix.pt>.

O incremento do “fenómeno de peregrinações”, a nível mundial e da própria propagação do culto da Virgem de Fátima foi dado através da Carta Pastoral “A Divina Providência” em 13 de Outubro de 1930, em que o Bispo de Leiria declara “digna de fé” as Aparições e autoriza o culto da Senhora do Rosário de Fátima. O entusiasmo da Igreja em apoiar o Santuário é a razão do seu sucesso e o seu significado reside no contexto do regime ditatorial de Salazar e na polarização política e ideológica subsequente à Segunda Guerra Mundial (Vale de Almeida 1996).

A partir do Santuário Mariano e da rede religiosa global que potencia, em termos da mensagem religiosa, Fátima tornou-se o foco principal religioso no contexto português (Figura 2). Após as Aparições ocorridas em 1917, tornou-se um destino turístico de excelência para vários visitantes mediatizado a uma escala nacional e internacional. Fátima e a peregrinação em geral, constituem um tópico essencial na esfera pública e privada da religião em Portugal tendo em linha de conta o papel e a

presença da Igreja Católica neste lugar. Hoje, à semelhança de outros lugares, Fátima vai ao encontro das formas de religiosidade e espiritualidade contemporâneas, na medida em que se sustenta num lugar multifuncional: religioso, educacional, cultural, turístico e mesmo político. A religião (seja pelo lazer ou pela realização espiritual) tem movimentado milhões de turistas aos lugares sagrados. Fátima não é excepção, pois a base fundamental que sustenta o turismo em Fátima é a da peregrinação ao Santuário. Para Graburn (1995 [1977]), o turismo é encarado como uma “jornada sagrada” que pode ficar marcada pela manifestação empírica de um comportamento humano duplo: trabalho/lazer e sagrado/profano. Percebe-se que o autor enquadra o turismo numa perspectiva universal.

Em Fátima também parece existir perspectiva idêntica. Embora se note que se faça a distinção entre peregrinos e turistas (especificamente, turismo religioso), na conferência “A peregrinação - objectivos e pontos fortes”¹⁵ essa fronteira mostrou que nem sempre é clara. De acordo com um dos oradores¹⁶, a distinção entre peregrinação e viagem de turismo religioso é que a primeira tem uma finalidade de expressão e alimento da fé e da devoção, a segunda a finalidade de proporcionar uma visita, satisfazer a curiosidade e promover o bem-estar pessoal. No contexto antropológico, Turner (2008 [1969]) assinala as semelhanças entre peregrinos e turistas. No seu vasto estudo sobre esta questão¹⁷, o autor salienta que “as peregrinações cristãs marcam a passagem de um estado de pecado a um estado de graça, podendo por isso ser entendidas como um rito de passagem” (Turner 2008 [1969]: 9). Esta análise feita pelo autor aponta para a peregrinação como um processo sócio-cultural e político, demonstrando a sua importância “no confronto directo, imediato e total para a transformação pessoal e colectiva” (2008 [1969]: 131).

Desenvolvendo um modelo de tipologia de turistas também Cohen (1979) prefere distinguir como peregrinos os que perspectivam as viagens turísticas como uma jornada para a satisfação de necessidades espirituais e os turistas como viajantes que perspectivam o turismo como uma fuga ao melancólico e uma forma de

¹⁵ Conferência que ocorreu no *Encontro de Organizadores de Peregrinações*, Santuário de Fátima, 2009.

¹⁶ P. Jorge Guarda, Vigário Geral de Leiria - Fátima.

¹⁷ Vejam-se alguns desses estudos do autor em: *The Forest of Symbols* (1967), *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure* (1969) e *Image and Pilgrimage in a Christian Culture: Anthropological Perspectives* (1978).

entretenimento (1979: 32). Na realidade, os destinos turísticos se apresentam como locais que se distinguem do seu quotidiano “pela sua singularidade natural, histórica e cultural” (Urry 2002 [1990]: 27). O “destino de peregrinação” Fátima, através do fenómeno religioso das Aparições e dos milagres parece incluir-se nessas “singularidades”.

A “viagem” para o “lugar turístico” estabelece as condições de passagem de um “estado profano”, representado pela rotina do quotidiano, para um “estado sagrado”, representado pelo prazer, associado a uma experiência distinta da vida quotidiana e baseada na expectativa de um acontecimento singular (Goethe 1970: 110). A peregrinação é definida por López (1997) como “um ritual” ou como “uma forma de comunicação que interliga sistemas simbólicos complexos permitindo à sociedade ou a grupos sociais concretos formular e intensificar certas mensagens” (1997: 16). Analisar os significados e as práticas desse “processo ritualístico”, não necessariamente de origem religiosa (Coleman & Eade 2004) que é a peregrinação é importante para ajudar a construir o significado cultural do lugar e a reconhecer a peregrinação como uma força altamente criativa e politicamente ligada aos sistemas económicos e culturais. As reflexões teóricas sobre peregrinação (Eade & Coleman 2004; Eade 2000; Turner & Turner 1978), permitem perceber a importância que os lugares de peregrinação assumem nas práticas de relação entre religião e lazer através do consumo cultural (Bourdieu 1984; Douglas & Isherwood 1996 [1979]). A peregrinação é um canal para a circulação de cultura, conhecimento, idéias e representações.

Para o “centro sagrado” - Santuário de Fátima – dirigem-se milhões de visitantes vindos de todo o mundo, acomodando significados e práticas diversas. Eles são oriundos de Espanha, Itália, Polónia, USA, Brasil, Ucrânia, Alemanha, Irlanda, Filipinas e França. Especialmente na “peregrinação anual de 13 de Maio” e nos restantes dias 13 de cada mês, de Maio a Outubro (Gráfico 1), a origem internacional (63,6%) dos que procuram este “centro sagrado” é superior à origem nacional (36,4%), segundo os números fornecidos pela Região de Turismo Leiria-Fátima. As viagens realizadas em 2012 evidenciam um total de 36.191 visitantes espanhóis, o dobro do que se verifica entre italianos e três vezes mais em relação aos polacos. A média dos

últimos quatro anos comparada com a de 2012 vem confirmar que espanhóis, italianos, polacos e brasileiros são em número os que mais visitam Fátima¹⁸.

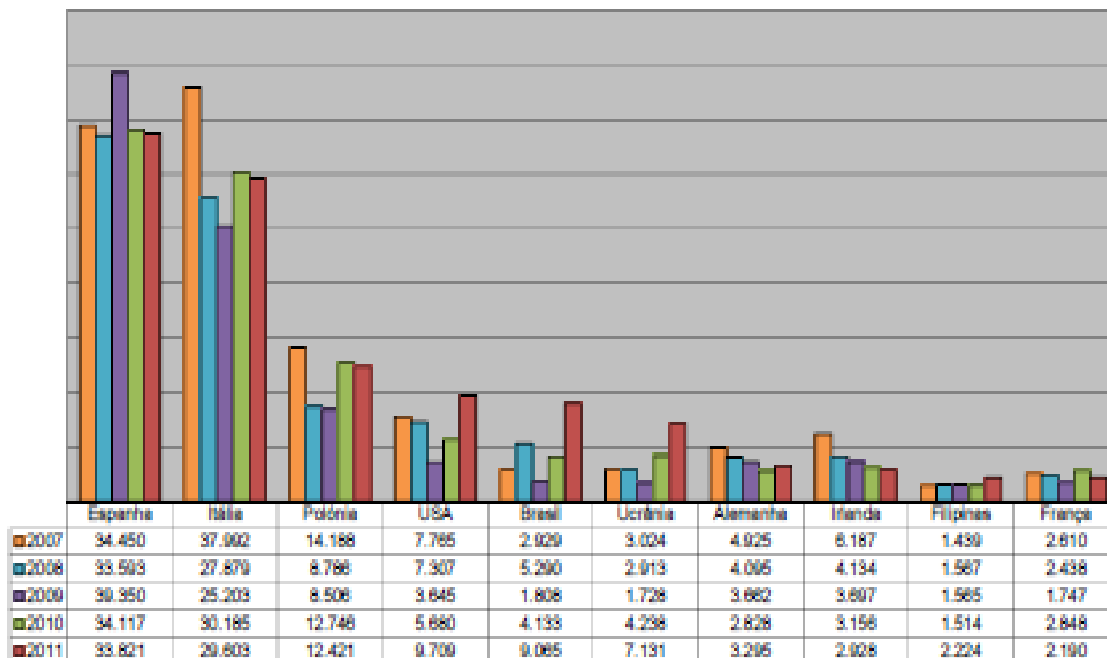


Gráfico 1 – Número de visitantes. Países de proveniência. Fonte: SEPE (2011).

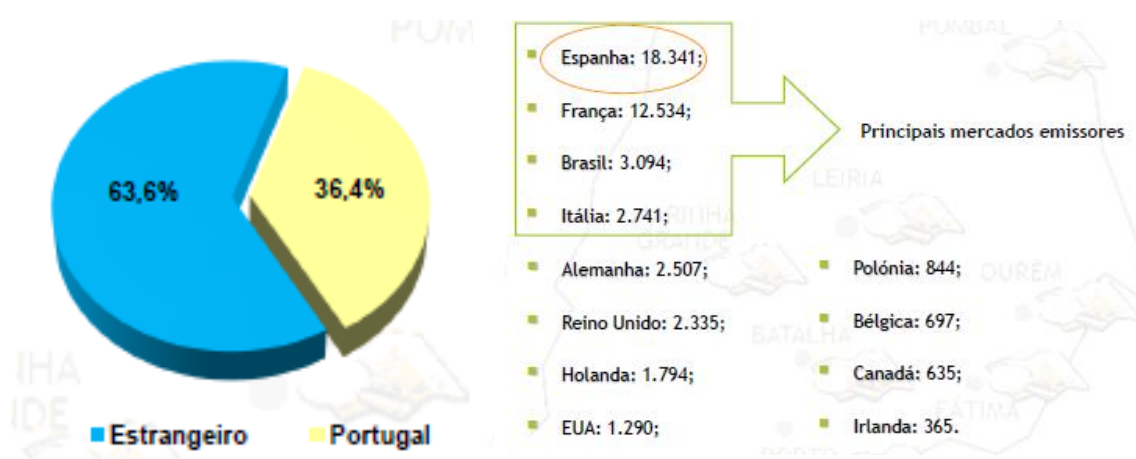


Gráfico 2 – Número de visitantes (Nacional e Internacional). Fonte: RTL (2010).

¹⁸ As estatísticas foram apresentadas pelo Santuário de Fátima no Encontro anual de hoteleiros de Fátima (2012).

Observando-se uma maior intensidade nos dias 13 de cada mês em Fátima, os vários agentes turísticos, promovem eventos, convívios, excursões, seminários, congressos, etc, como forma de captar mais visitantes para a cidade. O interesse crescente por parte dos órgãos políticos na cidade de Fátima, nomeadamente a autarquia de Ourém está relacionado com o aumento do número de visitantes que procuram Fátima. A posição geográfica de Fátima no seio da região em que se insere também é vantajosa. As acessibilidades de que usufrui, a sua centralidade em contexto nacional e a proximidade geográfica com outros pontos turísticos como sejam Tomar, Batalha e Alcobaça, são factores determinantes na caracterização de Fátima enquanto destino turístico ou núcleo receptor de visitantes. Isso faz com que Fátima seja reconhecida como um pólo de “ordenamento do território” (Mattoso, Dayeau & Belo 2010).

No cenário contemporâneo compreende-se que o “destino de peregrinação”, Fátima é uma produção social e um espaço dinâmico de convivência de diferentes sensibilidades culturais, sociais e religiosas. A maioria dos visitantes que chega a Fátima “não está inserida em nenhum grupo organizado, mas viaja individualmente ou em família”¹⁹. Convergem para Fátima multidões muito heterogéneas. Há os que chegam repletos de desejo de entrar no “lugar” com o mais puro desejo de identificação com a sua crença; há os que chegam com perspectivas religiosas completamente distintas nem sempre conforme a ortodoxa; há ainda os que chegam à procura de um contacto com uma dimensão espiritual da vida ou simplesmente chegam movidos pela curiosidade sobre o “lugar”. Diante a necessidade de acolher toda esta diversidade de visitantes, o Reitor do Santuário considera que o melhor serviço que um lugar sagrado pode prestar aos seus visitantes consiste em “apresentar de forma pura a sua mensagem” e em permitir um contacto “o mais genuíno possível com a sua identidade”. Motivo que leva a considerar indispensável a conjugação de esforços de todas as entidades directa ou indirectamente envolvidas no processo: religiosa, civis e políticas²⁰. Ainda mais, quando no contexto do turismo nacional Portugal foi o 37º maior destino receptor de turistas do mundo, sendo de interesse

¹⁹ P. Doutor Carlos Cabecinhas, Reitor do Santuário de Fátima (DC 2012).

²⁰ P. D. Virgílio do Nascimento Antunes (Reitor do Santuário de Fátima até 11 de Junho de 2011).

para a cidade de Fátima que ela se demarque enquanto turismo religioso²¹. Porém, a cidade de Fátima enquanto destino turístico religioso inicialmente parece não ter ficado suficientemente evidente no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT)²², pois o turismo religioso não fez parte dos dez produtos turísticos portugueses seleccionados por tal organismo. No entanto, na proposta para a Revisão no Horizonte 2015 apresentada pelo Turismo de Portugal, I.P. o produto *Touring – Turismo Cultural e Religioso* – acabou por ser considerado como um forte potencial de desenvolvimento. Reforçar o *Turismo Cultural e Religioso* através da formatação de itinerários experienciais que constituam uma montra da diversidade do património histórico, cultural e religioso, onde se incluem as celebrações religiosas como tema de promoção, são as principais estratégias evocados por aquela Proposta.

O discurso das autoridades locais, mormente autarquias orienta-se também a essa preocupação, fruto da noção sobre que recursos endógenos se elegem para «marca territorial autárquica» (Figueira 2013: 34). A criação de condições institucionais promovendo a comercialização dos atractivos locais é factor incontornável que se relaciona com as atribuições legais do poder local. O desenho base que envolve o território, as populações e as organizações, com destaque para o papel das autarquias apresenta um enorme significado regional na tripla dimensão: cultural, turística e económica (Figueira 2013: 147).

Perseguindo a consolidação da “marca Fátima” no sentido de esta vir reconhecida no PENT como marca de promoção internacional²³ e face à proposta para a Revisão ao PENT, a Igreja também reagiu à “Revisão” manifestando disponibilidade “para uma estreita colaboração” com todas as entidades envolvidas no sector em prol do desenvolvimento do turismo e da “afirmação da identidade portuguesa, eminentemente cristã, ainda que com marcas evidentes de outras religiões”²⁴.

A questão da marca turística defendida por Chris Cooper (2001) aproxima-se da idéia de “peregrinação enquanto atividade que envolve muitas pessoas, organizações,

²¹ Barómetro de Turismo Mundial (2011).

²² Turismo de Portugal (13.03.2010).

²³ Miguel Sousinha, Ex-Presidente da Associação Nacional de Regiões de Turismo e Ex-Presidente do Turismo Leiria/Fátima (2011).

²⁴ Agencia Ecclesia (03.04.2013).

lugares, bens e serviços que se combinam de alguma forma para proporcionar uma experiência de viagem” (2003: 41).

Actualmente em Fátima do ponto de vista da “imagem de marca” turística institucional, constata-se que vem sendo aprofundada como destino de turismo religioso. Enquanto marca turística integra os factores de competitividade de Portugal definidos no PENT onde se cita “o património religioso” e se indica a cidade como local de “peregrinação do culto mariano”. Entende-se que a Revisão do PENT acabou por demonstrar que a planificação dos objectivos constantes do PENT inicial (2007) não foi conveniente para a maioria dos intervenientes alinhados ao plano do turismo. Quem se regozijou com a Revisão do PENT e com o facto do turismo religioso ser considerado como “um produto estratégico para o desenvolvimento dos territórios sagrados”²⁵, foi a Obra Nacional da Pastoral do Turismo (ONPT)²⁶, significando um sinal do reconhecimento da importância do turismo religioso no âmbito da estratégia de dinamização turística para Portugal. A ONPT considera necessária uma próxima colaboração do Turismo de Portugal e respectivas entidades regionais, no sentido de desenvolver o turismo religioso enquanto potencial de atracção turística. Posição idêntica parece tomar algumas Regiões de Turismo, como é exemplo, a Entidade Regional de Turismo Leiria/Fátima, que tem investido no turismo religioso como “produto estratégico” para o desenvolvimento das suas respectivas regiões.

Com vista à afirmação nacional e internacional de Fátima como destino privilegiado de turismo religioso muitos têm sido os eventos dirigidos a operadores turísticos nacionais, agentes de viagens e hoteleiros, entre outros empresários do turismo. Exemplo foi o “Workshop Internacional de Turismo Religioso” (2012), organizado pela Câmara Municipal de Ourém e pela Associação Empresarial de Ourém (ACISO), com o apoio do Turismo de Portugal, visou debater a importância do segmento do turismo religioso para o turismo mundial.

Activar o processo de gemação formal entre Ourém e Lourdes (França) e desenvolver um programa de promoção conjunta (dos dois maiores Santuários Marianos da Europa) nos Estados Unidos da América são outros objectivos definidos,

²⁵ Pastoral do Turismo a propósito do reconhecimento do turismo religioso no PENT (24.04.2013).

²⁶ Doravante identificada por ONPT.

assentes em dinâmicas conjuntas e de cooperação entre os dois municípios que pretendem promover a importância do turismo religioso²⁷. Mas a preocupação face à potenciação de recursos ligados ao turismo religioso não é actual. Ela parece ter estado presente também no âmbito da acção da Conferência Episcopal Portuguesa, particularmente a Comissão Episcopal da Mobilidade Humana (CEMH), actualmente designada Pastoral Social e Mobilidade Humana (PSMH) que chegou mesmo a denominar-se, no período que medeia entre 1972 e 2005, Comissão Episcopal das Migrações e Turismo (CEMT). Esta Comissão incentiva a exploração e a potenciação de recursos através da experiência do sagrado, da inspiração e da mensagem intrínseca em cada vivência religiosa, em cada monumento, no sentido de saber partilhá-los e oferecê-los a todos como momentos únicos e espiritualmente mais profundos. O magistério da Igreja parece ter igualmente prestado uma particular atenção ao turismo. O Concílio Vaticano II confirma a necessidade de “promover métodos pastorais convenientes para proporcionar a assistência religiosa àqueles que se deslocam por algum tempo a outras regiões para passar férias”²⁸.

O “turismo na diversidade” foi similarmente discutido pelo Conselho Pontifício para a Pastoral dos Migrantes e Itinerantes (CPPMI) do Vaticano na sua mensagem para o Dia Mundial do Turismo (2009). Defendendo a “dimensão de diversidade”, o Conselho Pontifício deu ênfase às “possibilidades de reunião com seres humanos na sua diversidade, na sua riqueza antropológica” e destacou que o turismo oferece a oportunidade de contactar “com outros modos de vida, outras religiões, outras formas de ver o mundo e a história”²⁹. O director da ONPT (2012) faz notar a existência de vectores fundamentais nos conteúdos propostos pela Igreja para o turismo, realçando “a atenção ao turismo segundo os princípios da Doutrina Social da Igreja”³⁰.

No Dia Mundial do Turismo (2012), numa linha “pastoral do turismo”, foi intensamente propalado o “respeito pela dignidade da pessoa humana, nas suas dimensões física, psíquica, afectiva, cognitiva, social e, igualmente espiritual em toda a

²⁷ Paulo Fonseca, Presidente da Câmara Municipal de Ourém (22.11.2012).

²⁸ Agencia Ecclesia (27.07. 2012).

²⁹ Agencia Ecclesia (26.09.2009).

³⁰ P. Carlos Godinho, Presidente da Obra Nacional da Pastoral do Turismo (29.08. 2012).

actividade turística”³¹. O apelo da ONPT à promoção de um “turismo ético e responsável” procura o favorecimento do encontro de pessoas e de culturas num trânsito que se pretende de incremento turístico, mas numa esfera da vida social que remete também para o exterior ao campo religioso, própria da dimensão culturalmente heterogénea da modernidade. Isto significa que tanto os discursos institucionais como os validados pelo terreno assentam sobre o turismo religioso.

Sendo o turismo e a peregrinação duas realidades com características semelhantes, elas remetem para as reflexões de Graburn (1995 [1977]), antropólogo que dedicou alguns estudos à problemática do turismo. O autor considera existirem afinidades entre turismo e peregrinação:

Para as sociedades tradicionais, as compensações das peregrinações consistiam em acumular graça e autoridade moral na pessoa do peregrino que regressava à sua comunidade de origem. As compensações do turismo moderno formulam-se em termos que parecem dignos de reverência: saúde mental e física, categoria social e experiências diferentes e exóticas (1989 [1977]: 56).

Tratando-se de um “ritual de lazer” próprio dos tempos modernos, Graburn (1995 [1977]) apresenta o turismo como uma “jornada sagrada”. Para o autor não há uma linha divisória rígida e fixa entre turismo e peregrinação, “pois mesmo quando o papel de turista e de peregrino se junta, eles são necessariamente diferentes e formam uma continuidade de elementos inseparáveis” (1995 [1977]): 16). Entende-se que este autor dá grande ênfase à dimensão sagrada da deslocação turística, por praticamente não distinguir (funcional e estruturalmente) a viagem de turismo e a viagem de peregrinação.

Como referido anteriormente, dentro do cenário contemporâneo, entende-se que o “destino de peregrinação”, Fátima é uma produção social e um espaço dinâmico de convivência de diferentes sensibilidades culturais, sociais e religiosas. Apesar de em

³¹ Agencia Ecclesia (24.09.2012).

toda a cidade de Fátima se observar (nos nomes das ruas, dos hotéis, cafés, *souvenirs*) a influência da função religiosa que lhe deu origem, ainda assim, é possível constatar, nos limites exteriores do recinto do Santuário a presença de realidades não religiosas que com ele coabitam e contrastam. Remete-se este apontamento para MacCannell (1999) onde no turismo, a autenticidade ocupa lugar de destaque. Ao criar a expressão “autenticidade encenada”, o autor argumenta que os fundamentos do turismo são a alteração do estado de espírito do turista como um período sagrado e o contraste com a vida quotidiana e profana. A procura desta “autenticidade” é a motivação básica dos turistas. O turista não encontra no “lugar turístico” elementos culturais autênticos, mas sim representações turísticas.

O olhar antropológico permite que se observe o turismo considerando as suas principais características de interligação como as transformações sociais, culturais, económicas e políticas. Esta abordagem chama atenção para a “natureza” do turismo, que compreende um sistema aberto e em transformação constante (Beni 2005). Não só a transformação está na base do turismo como também a busca da diferença e do contraste face aos espaços da vida diária (Urry 1999)]. Percebe-se que o turismo conforme definido por Urry, resultará da necessidade de contacto com lugares e objectos singulares e, neste sentido, as deslocações empreendidas para esse efeito será “uma espécie de peregrinação a um centro sagrado” (Graburn 1995 [1977]: 28).

É com visão idêntica a de Urry (2002 [1990]: 181) para quem o “olhar do turista” foi universalizado na cultura contemporânea, passando a ser considerado um modo de ver o mundo, que se considerarão de seguida os museus existentes em Fátima enquanto recursos, atractivos turísticos e espaços sociais favoráveis à compreensão dos discursos que se colocam em movimento em Fátima.

I.2. MUSEUS – que retrato?

Os museus existentes em Fátima surgem dentro de um contexto de narrativa cultural e construção de significados. Enquanto espaços espontâneos de criação e representação, eles têm um grande potencial de atracção turística. Foram criados com o propósito por um lado, “salvaguardar e valorizar” as vivências associadas à temática das “Aparições” e por outro, articular as transformações económicas provocadas pelo decréscimo acentuado da actividade económica do concelho. O que lembra o argumento de John Urry (1996] perante a “rápida desindustrialização” em que a promoção da patrimonialização de referentes culturais é a alternativa para alimentar a indústria turística.

São sete os museus existentes em Fátima (Cera, Aparições de 1917, Vida de Cristo, Fátima Luz e Paz, Aljustrel, O Milagre de Fátima e Arte Sacra e Etnologia), sendo que três deles: o museu de Cera, o museu das Aparições de 1917 e o museu da Vida de Cristo – dependem da empresa *Parques Temáticos, Empreendimentos Artísticos, Lda.* (Figuras 3,4 e 8). Dois outros - o museu Fátima Luz e Paz (Figura 10) e a Casa-museu de Aljustrel – dependem do Santuário de Fátima (Figura 12). Recentemente criado, o museu Interactivo *O Milagre de Fátima* depende também de uma empresa privada, a *Pacis-Vrbs, Lda.* (Figuras 5 e 6). Por fim, o museu de Arte Sacra e Etnologia tutelado pela Delegação Portuguesa do Instituto Missionário da Consolata ocupará o Capítulo II (Figuras 15 e 16).

Enquadrando as problemáticas da museologia privada (associativa sem fins lucrativo e empresarial), o estatuto de instituição sem fins lucrativos (da instituição museu) tem sido questionado. Perante a tendência acentuada de diminuição do financiamento público sobretudo para as instituições culturais, os museus tiveram de se revelar auto-sustentáveis e procurar recursos próprios de forma a reduzir a necessidade de financiamento do Estado. A situação não é diferente para os museus existentes em Fátima. As suas práticas validadas pelo terreno confirmam uma gestão empresarial de forma a garantir a efectiva racionalização dos recursos ao seu dispor como tentativa de atrair um maior número de visitantes.

O Santuário tem postos de acolhimento e informações³² que funcionam em dois locais distintos, no Santuário (junto à “capelinha” das Aparições) e em Aljustrel (junto à casa de Lúcia), e presta aos visitantes informações de âmbito diverso, tais como a história das Aparições e mensagem de Fátima; o Santuário (lugares, programas, horários de celebrações, etc); as visitas guiadas a escolas, catequeses e outros grupos de organização cultural/social.



Figura 3 – Museu de Cera. Sala com figuras em cera.
Fonte: Desdobrável informativo do museu, s/d.



Figura 4 - Identificação do museu. Fonte: RTLF (13.05.2010).

O museu de Cera encontra-se situado a cerca de cem metros do Santuário. Exibe cerca de trinta e uma cenas com cento e doze figuras em cera, enquadradas no *décor* e na etnografia da época das Aparições no ano de 1917. Em 2003 foi alvo de intervenção através da requalificação de algumas figuras, introdução de novas tecnologias de iluminação (em fibra óptica) e efeitos especiais. Dois espaços foram ampliados, um para as exposições temporárias e outro para área comercial. O tempo de visita é de cerca de vinte minutos.

³² O Posto de acolhimento e informação do Santuário funciona no horário de Verão (de Maio a Outubro), de Segunda-feira a Sábado, das 09h00 às 18h30 e ao Domingo das 09h00 às 18h00. No horário de Inverno (de Novembro a Abril), de Segunda-feira a Sábado, das 09h00 às 18h00 e ao Domingo das 09h00 às 17h30 sem interrupção. Já o Posto de acolhimento de Aljustrel funciona no horário de Verão (de Maio a Outubro), de Segunda-feira a Sábado das 9h00 às 13h00 e depois da parte da tarde das 14h00 às 18h00 e ao Domingo das 09h00 às 13h00 e depois das 13h30 às 17h30. No horário de Inverno (de Novembro a Abril), de Segunda-feira a Domingo das 09h00 às 13h00 e da parte da tarde das 13h30 às 17h30.

O museu das Aparições de 1917³³ fica localizado também junto ao Santuário. É um museu temático que apresenta a descrição e recriação das Aparições. Nele se apresentam os principais acontecimentos que envolveram os três pastores, a época, as doenças que culminaram na morte de Francisco e Jacinta, até aos últimos momentos de Lúcia, que faleceu em 2005. Recorrendo à “recriação” o museu apresenta aos visitantes todos os momentos das Aparições de Fátima ocorridas em 1917. Durante um percurso que dura cerca de dez minutos, pode ouvir-se “diálogos” e “confissões” entre as personagens num ambiente cenografado com som e luz (efeitos especiais) que dramatizam as cenas que se apresentam (Aparições do Anjo da Paz à Senhora, Inferno e Milagre do Sol).

O museu Interactivo *O Milagre de Fátima*³⁴ é o mais recente. Foi inaugurado a 6 de Junho de 2012. Louvado pelo “empeendedorismo” dos seus proprietários, este museu surgiu com o objectivo de promover o desenvolvimento da região, “através de estratégias que fixem os turistas e os peregrinos em Fátima, prolongando o seu tempo de permanência na cidade”³⁵. Utiliza diferentes recursos tecnológicos em que o visitante é conduzido ao longo de várias salas, com várias experiências, através de um recurso virtual, interactivo, com conteúdo multimédia, imagens holográficas e vídeos em 3D.

³³ O museu pode ser visitado no horário de Verão (de Abril a Outubro) das 9h00 às 19h00. No horário de Inverno (de Novembro a Março), das 9h00 às 18h00. Encontra-se encerrado à Segunda-feira, como é habitual na maioria dos museus portugueses. Quanto ao preço é grátis para crianças até 7anos. A partir dos 7 anos até as 12 anos o preço é de 1.50 €. A partir dos 12 anos o preço é de 3.00 €.

³⁴ O museu pode ser visitado nos meses de Abril a Outubro, das 9H30 às 19H00 e nos meses de Novembro a Março das 9H30 às 18H30, sendo que a última entrada é permitida 40 minutos antes do encerramento do museu. Os preços praticados pelo museu são: 7,50€ (adultos); 4,00€ (7 - 12 anos); gratuito (0 - 6 anos); 21,00€ (bilhete família que inclui 2 adultos e 2 a 5 filhos até aos 16 anos). As escolas e catequese usufruem de uma redução de 50% sobre o preço geral de entrada no museu.

³⁵ P. Cabecinhas, Reitor do Santuário e o Presidente da Câmara de Ourém David Catarino, Ex-Presidente da Entidade de Turismo Leiria/Fátima e Ex-Presidente da Câmara Municipal de Ourém. Sessão de Abertura (06.06.2012).



Figura 5 – Museu *O Milagre de Fátima*. Entrada e fachada principal. Fonte: RTLF (14.06.2012).



Figura 6 – Museu *O Milagre de Fátima*. Entrada (Foto 2013).



Figura 7 – Museu da Vida de Cristo. Inauguração. Fonte: Notícias de Ourém (13.05.2010).

O percurso da visita baseia-se sobretudo num percurso virtual, interactivo, onde sobre o lema “sinta como tudo se passou!”, o visitante pode envolver-se pelos momentos mais marcantes da Cova da Iria, como o “segredo de Fátima”, a visita do Papa João Paulo II e a procissão das velas, numa visita que dura cerca de quarenta minutos.

O museu Vida de Cristo³⁶ situa-se a cerca de trezentos metros do Santuário e foi inaugurado no dia 13 de Abril de 2007 (Figuras 7 e 8). Exibe cerca de duzentas e dez figuras em cera ilustrando alguns momentos da vida de Cristo. As figuras encontram-se distribuídas por trinta e três cenários, representando “os anos que Jesus viveu”. O museu associa a mensagem religiosa a uma forte vertente cultural, a constatar pela arquitectura moderna e enquanto projecto empresarial é importante “no caminho da qualidade que é necessário impor a Fátima”³⁷. Este museu pertence à mesma empresa que gere o museu de Cera. Enquanto no museu de Cera a temática escolhida são as Aparições de Fátima e as diversas personalidades ligadas a este fenómeno, como o Papa João Paulo II, entre outras. Este segundo museu Vida de Cristo apresenta a “vida de Cristo” e a “vida de Maria” (desde a anunciação do anjo, nascimento de Jesus até à sua paixão, morte, culminando na ascensão ao céu). Portanto, a estratégia de captação de visitantes encontra-se no recurso a representações – trinta e três cenários com

³⁶ O museu pode ser visitado no horário de Verão, entre as 9h00 e as 19h00 e no horário de Inverno entre as 9h00 e as 18h30. O preço de ingresso para os visitantes em geral é de 7 euros e para as crianças é de 4 euros.

³⁷ Paulo Fonseca, Presidente da Câmara Municipal de Ourém (DC 2012).

figuras “muito reais”. O terreno revelou que as figuras de cera que se exibem neste museu são mais realistas do que as do museu de Cera. Talvez se deva ao facto de terem sido construídas pelo atelier de Londres (Gems), o mesmo que produz as figuras para o museu Londrino Madame Tussaud. O terreno permitiu validar que o museu Vida de Cristo é o que na cidade de Fátima mais faz campanha de marketing (Figura 9). Várias vezes ao dia uma carrinha de caixa fechada “decorada com fotografias” do museu circula pela cidade. A forma como utiliza o marketing na sua “gestão empresarial” acaba por projectar o museu Vida de Cristo distintamente dos outros museus.



Figura 8 – Museu da Vida de Cristo. Vista geral (Foto 2011).

Figura 9 – Museu da Vida de Cristo. Marketing (Foto 2011).

Pensando-se nos museus existentes em Fátima o grande problema que se coloca a todos eles quer, sejam públicos ou privados (não há distinções a fazer, pois enfrentam os mesmos problemas e dificuldades), é o que diz respeito à sua sustentabilidade. A solução para este problema segundo os seus produtores tem que passar por campanhas de divulgação, ligadas ao marketing e numa forte ligação ao

turismo. Só integrados numa lógica de circuito turístico poderão atrair, através da interactividade e da realidade virtual um número exponencial de visitantes.

Em tempo de crise financeira, económica e social do País, a política de museus é criticada por falta de audácia, de visão estratégica e incapacidade de manutenção de diálogos frutíferos por parte dos responsáveis pelas políticas governamentais para os museus³⁸. Os responsáveis pelos museus, os autarcas e outros intervenientes do leque turístico estão interessados numa rede museológica ligada a circuitos turísticos que tragam mais visitantes a Fátima. A indústria do turismo tem beneficiado grandemente de um forte apoio à escala local (Urry 1988]). Em Fátima também à escala local, empresários e proprietários de serviços relacionados com o turismo beneficiam do crescente trânsito turístico. O estado local, ou seja, as autoridades e representantes locais e regionais dos organismos centrais, mostram-se crescentemente interessados no incremento da procura turística na região. Turismo e museus são com efeito, duas áreas que procuram manter-se em estreita relação.

O terreno validou que a “imagem de marca” com um “nível de autenticidade elevado” (MacCannel 1976 [1973]) associado ao fenómeno das “Aparições aos três pastorinhos”, ao estar directamente relacionada com o museu, permite que os visitantes facilmente o identifique e à sua missão, provocando uma maior atractividade³⁹. A museografia “realista” escolhida sobre “padrões de percepção estética” para agradar ao maior número possível de visitantes, é bem patente quer na qualidade das componentes multimédia, quer na narrativa que é, em todos eles de fácil apreensão e “reverencial” quanto baste, face aos valores que emanam deste tipo de cenografia museológica. Davallon (1992) considera a cenografia museológica fundamental para a captação de visitantes. O autor argumenta que os museus, respondendo às procuras sociais, devem adoptar estratégias de relação com os públicos cuja função didáctica de “fazer compreender ou aprender” se articula à função de “sensibilizar” para a descoberta do espaço expositivo. Embora com mais ênfase nos museus que dependem de empresas, os museus existentes em Fátima

³⁸ Essa crítica é evidente na Declaração “Os museus portugueses no início da segunda década do século XXI. Desafios para a XI Legislatura”, emitida pela Direcção da Comissão Nacional Portuguesa do ICOM (2011).

³⁹ Em Portugal, o museu de Serralves (Porto) ou o museu Berardo (Lisboa) são exemplos deste tipo de gestão empresarial.

seguem uma lógica de “gestão empresarial” de circuitos turísticos, por entenderem que são importantes para a qualificação dos museus como atractivo turístico fazendo a diferença na captação de visitantes.

A utilização de “estratégias modernas de gestão valorizam o museu e representam o espírito do museu pós-moderno” (Ames 1992: 35). Entende-se que o museu neste campo pode ocupar um lugar cimeiro na sociedade do século XXI em termos de responsabilidade pública, na conciliação das acções de gestão com os valores da ética, da cidadania e da diversidade criativa.

O museu do Santuário de Fátima (conhecido também como museu *Fátima Luz e Paz*) fica localizado no edifício da reitoria do Santuário (desde Agosto de 2002). Desde 2008 que se encontra sob a responsabilidade da secção de Arte e Património do Santuário. O visitante inicia o seu circuito com a projecção de um filme de quinze minutos sobre a história da Senhora de Fátima, das suas Aparições aos três pastores (Lúcia, Francisco e Jacinta). A exposição permanente do museu do Santuário, exhibe jóias e uma grande variedade de objectos (ex-votos) oferecidos ao longo dos anos à Senhora de Fátima no próprio Santuário ou nas viagens da Imagem peregrina pelo mundo (Figuras 10 e 11). Os ex-votos são entendidos como todos os objectos oferecidos como “pagamento” de uma promessa. Seguindo o circuito expositivo do museu, são milhares os objectos votivos oferecidos por “gente conhecida ou incógnita, por pessoas individuais ou colectivas, por gente simples e gente socialmente importante. Significativo é o facto de cada objecto ter uma história que reflecte um pedaço da história de quem a ofereceu”⁴⁰. Trata-se na sua maioria de objectos de uso quotidiano que são vistos pelos devotos a Senhora de Fátima como sendo uma representação da sua fé, de um milagre ou ainda para simbolizar um pedido de graça. Como objectos votivos são exibidos pelas salas do museu.

⁴⁰ Marco Daniel Duarte, Director do museu do Santuário de Fátima (DC 2010).



Figura 10 – Museu do Santuário de Fátima. Exposição permanente “Fátima Luz e Paz” (MSF 2013).



Figura 11 – Museu do Santuário de Fátima. Exposição permanente “Fátima Luz e Paz” (MSF 2013).

Ao longo do percurso expositivo podem observar-se ex-votos de diversas tipologias e formatos (camisas, fitas, terços, fotografias emolduradas, bicicleta, bola de futebol, etc.). A camisa de Romário, jogador de futebol quando actuou pela selecção brasileira em 1994, ano em que essa selecção foi campeã mundial conquista facilmente a atenção dos visitantes (Figura 11). A ligação do sacro com o profano está bem expressa nesta escolha e decisão museológica que não é talvez inocente.

Este museu foi criado⁴¹ com o intuito de “conservar os objectos” de um passado e de reunir um espólio de “pendor histórico, artístico e etnográfico” que pudesse custodiar a memória dos testemunhos das peregrinações internacionais da Imagem da virgem peregrina e os objectos relacionados com a história das Aparições e dos seus protagonistas⁴². Tendo como objectivo chamar a atenção para a importância do estudo e preservação dos ex-votos existentes no Santuário Mariano, o museu organiza palestras dedicadas ao tema⁴³. Considera-se que os objectos exibidos neste museu acabam por assumir uma dupla função, na medida em que para o crente

⁴¹ Criado por D. José Alves Correia da Silva pela carta “Museu-Biblioteca do Santuário de Nossa Senhora do Rosário da Fátima”, em 1955 (DC 2012).

⁴² Marco Daniel Duarte, Director do museu do Santuário de Fátima (DC 2012).

⁴³ Dia Internacional dos Monumentos e Sítios, ICOMOS - 18 de Abril (2012).

(devoto) que o ofereceu, o objecto votivo é uma prova de fé para alcançar uma graça e para o visitante, esse mesmo objecto poderá ser um referente cultural.

O museu de Aljustrel instalado na antiga residência de Maria Rosa, madrinha da “vidente” Lúcia, após ter sido adquirida e reformulada pelo Santuário foi inaugurado a 19 de Agosto de 1922 (Figura 12). O propósito da sua musealização é mostrar aos visitantes a vida das populações em tempos passados - na aldeia em Aljustrel - os utensílios de cozinha e de trabalho, as roupas, as mobílias e alfaias da época revelam a simplicidade do povo serrano que vivia do seu trabalho diário no campo.

Considerada uma das aldeias mais antigas da freguesia de Fátima, Aljustrel adquiriu particular importância a partir de 1917 quando associada à infância de Lúcia, Jacinta e Francisco, já que “no princípio do século era um pequeno lugar constituído por vinte e cinco famílias, cerca de cem habitantes, que viviam do trabalho do campo e da pastorícia” (Pinto e Carvalho 1993).

A casa de Lúcia (“a vidente”) também musealizada (Figura 13) fica ao lado do museu de Aljustrel, ambas situadas a dois quilómetros de distância do Santuário, atribuindo-se-lhe a designação de Casa-museu de Aljustrel⁴⁴.

O acervo da Casa-museu de Aljustrel encontra-se dividido por quatro núcleos temáticos: núcleo dos ofícios (exposição de alfaias e instrumentos de trabalho), núcleo do ciclo do pão (exposição de alfaias e outros instrumentos agrícolas), núcleo do ciclo da vida (exposição do traje) e o núcleo do “habitat” (a casa de uma família de Aljustrel). Os responsáveis pelo discurso expositivo (Joaquim Roque Abrantes, Manuel Serafim Pinto e Maria Palmira Carvalho) tomaram como ponto de partida o acervo que havia sido reunido, anos antes, por Francisco Pereira de Oliveira, conforme informação dada pelo posto de informação junto à casa de Lúcia. Entende-se que as exposições permanentes deste museu surgem com o propósito de complementar a experiência dos visitantes a partir de uma cadeia de significação e referenciais culturais do lugar.

⁴⁴ A visita à Casa-museu de Aljustrel para o período de 1 de Novembro a 30 de Abril pode ser realizada no horário compreendido entre as 09h00 e as 13h00 e da parte da tarde das 14h00 às 18h00. Já para o período de 1 de Maio a 31 de Outubro as visitas podem ser realizadas no horário compreendido entre as 09h00 e as 13h00 e no período da tarde entre as 14h30 e as 18h30. A Casa-museu de Aljustrel encerra à Segunda-feira e também no dia 25 de Dezembro.



Figura 12 - Casa- museu de Aljustrel. Vista geral (Foto 2010).

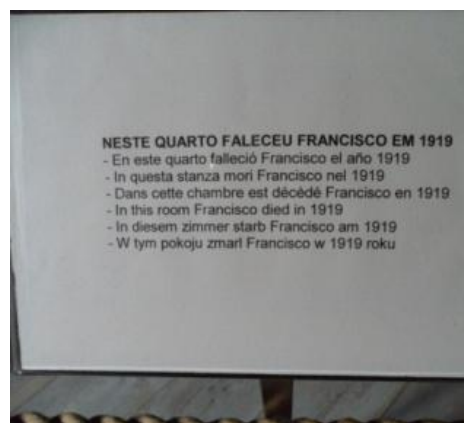


Figura 13 - Casa de Francisco e Jacinta (Foto 2010).

Figura 14 – Identificação do quarto onde faleceu Francisco em 1919. Pormenor (Foto 2010).

Como a Casa-museu de Aljustrel depende do Santuário (que tem uma secção dedicada às estatísticas dos visitantes), através do posto de informação (junto à casa

de Lúcia), conseguiu-se obter informação sobre o número de visitantes à Casa-museu. Em 2010 (individualmente ou em grupo) 215.092 portugueses e 233.087 estrangeiros visitaram o museu e 187.196 portugueses e 216.280 estrangeiros visitaram a “casa musealizada” de Francisco e Jacinta Marto. O terreno permitiu perceber que dos sete museus existentes em Fátima os que dependem do Santuário (museu do Santuário, conhecido também por *Fátima Luz e Paz* e Casa-museu de Aljustrel) têm informação estatística mensal e anual sobre o número total de visitantes, existindo uma secção - Serviço de Estudos e Difusão do Santuário de Fátima (SESDI), que presta este tipo de informação, divulgando-a na página/*Site* do Santuário. Quanto aos outros museus, quer os dependentes da empresa *Parques Temáticos, Empreendimentos Artísticos, Lda* (museu de Cera, museu das Aparições de 1917 e o museu da Vida de Cristo), quer os da empresa *Pacis-Vrbs, Lda* (museu Interactivo - O Milagre de Fátima), não têm um serviço específico de estatísticas para divulgação do número dos seus visitantes e a página/*Site* dos respectivos museus não divulga este tipo de informação.

O Museu de Arte Sacra e Etnologia (Figura 15), operando como um dos meios para dar a conhecer e divulgar as duas colecções: a de arte sacra e a de etnologia depende como já referido da Delegação Portuguesa do Instituto Missionário da Consolata (*cf.* Capítulo II).



Figura 15 – MASE. Entrada principal (Foto 2011).

Embora não comparável com o número total de visitantes da Casa-museu de Aljustrel, a transição do ano 2009 para o ano de 2010 trouxe um aumento significativo de visitantes no museu da Consolata (Gráfico 3) que em 2011 sofreu um ligeiro decréscimo, voltando a aumentar significativamente o número de visitantes em 2012 (Gráfico 4).

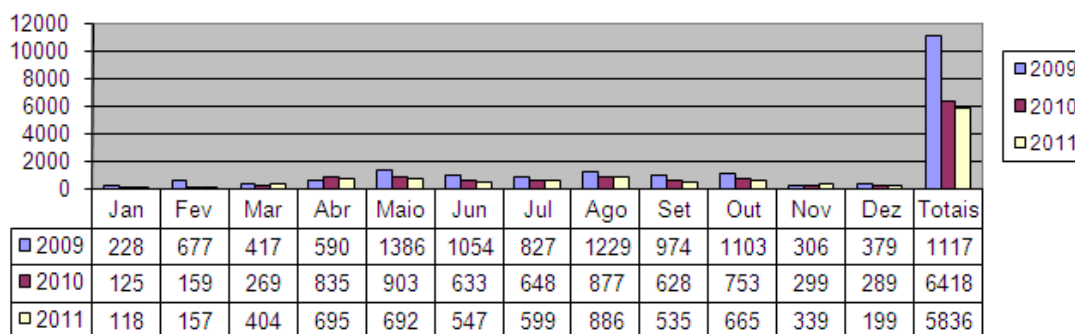


Gráfico 3 - Número total de visitantes do MASE entre 2009 a 2011. Fonte: MASE, *Estatísticas* (2011).

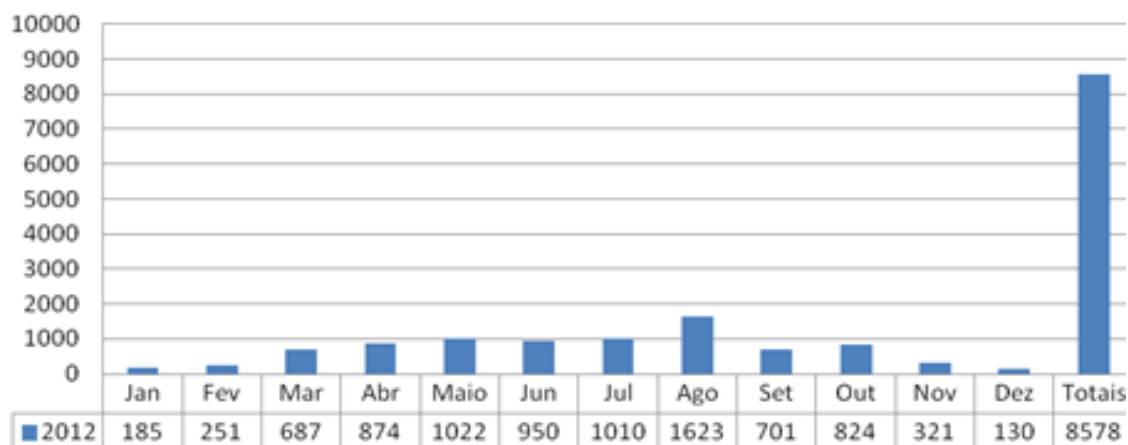


Gráfico 4 - Número total de visitantes do MASE em 2012. Fonte: MASE, *Estatísticas* (2012).

Este ligeiro aumento pensa-se estar aliado à forte actividade de extensão cultural promovida pelo museu e direccionada intensamente às escolas, lares e grupos de catequese (*cf.* Capítulo IV.5). Pode dever-se também a outras actividades científicas

promovidas pelo MASE como o Colóquio integrado no Ano Nacional dos Museus (2012) e ainda outras actividades organizadas em parceria com a APOM. Considera-se que o museu surge pensado em articulação com a construção do lugar Fátima numa dupla acepção: um lugar/produto turístico que participa na expansão do turismo religioso e um lugar de consumo cultural que participa na construção da cidadania num mundo moderno, associando-lhe uma dimensão catequizante como se verificará.

CAPÍTULO II

O MASE. MISSÃO MUSEOLÓGICA E CATEQUIZANTE

II.1. O INSTITUTO MISSIONÁRIO DA CONSOLATA E O CENTRO DE ANIMAÇÃO MISSIONÁRIA

Desde 1901 que o IMC se encontra associado à figura de José Allamano⁴⁵. No dia 29 de Janeiro desse ano chega o documento oficial da fundação, assinado pelo Cardeal Richelmy. Será nessa altura que Allamano começa a formar a primeira comunidade missionária da Consolata em Turim (Itália). Em 1909 o IMC recebe a aprovação definitiva da Santa Sé, instalando-se em Portugal e em 1943 fixa a sua sede em Fátima (Figura 17) por sugestão do Bispo de Aveiro de então, D. João Evangelista de Lima Vidal que acolhera por algum tempo o primeiro missionário vindo de Itália.

Os motivos que parecem ter empolgado José Allamano a tomar a decisão de fundar o IMC foram a sua profunda devoção (Senhora da Consolata)⁴⁶ e a busca de uma saída digna e válida para os sacerdotes jovens que Allamano via em perigo de ficarem asfixiados no circuito pastoral restrito da Diocese. A primeira fase de organização do Instituto contemplaria, “para os interessados e generosos”, um período de serviço missionário fora e subsequente reintegração na Diocese⁴⁷.

Atento e com a mente aberta às necessidades e exigências pastorais do seu tempo, Allamano direccionou todas as iniciativas da Diocese em favor da promoção

⁴⁵ José Allamano nasce em Castelnuovo d'Asti, Itália, em 21 de Janeiro de 1851. Em Turim, por volta de 1862, frequenta o Colégio dos Salesianos. É ordenado sacerdote, frequenta a universidade e forma-se em Teologia, em 1873. É Cónego da Catedral, Superior de comunidades religiosas, membro de comissões e Comitês diocesanos. Em 1880 é nomeado Reitor do Santuário da Virgem Consolata de Turim. José Allamano faleceu em 1926, encontrando-se sepultado na Capela da Casa Mãe dos Missionários da Consolata, em Turim. É beatificado a 7 de Outubro de 1990. (cf. em <<http://giuseppeallamano.consolata.org/>> (acesso em 16.02. 2009).

⁴⁶ A imagem foi trazida do Oriente e oferecida ao Bispo de Turim. O Bispo construiu uma Ermida e lá colocou o quadro com a imagem da Senhora da Consolata. Com o passar do tempo a Ermida ruiu deixando soterrado o quadro. Em 1104 um peregrino que sendo cego percorreu cem quilómetros a pé desde a sua terra natal até Turim na esperança de recuperar a visão. Chegado ao local das ruínas da Ermida ordenou que se fizessem escavações. O quadro foi descoberto “miraculosamente” por este peregrino que adquiriu a visão ao encontrar o quadro. A notícia deste milagre fez com que de todo o mundo surgissem peregrinos e devotos para venerarem a milagrosa imagem da Senhora da Consolata (Nabais, Cardoso e Bonifácio 2001).

⁴⁷ P. Luís Tomás, Superior Provincial (17.02.2011).

da acção social da Igreja. O que não é de estranhar já que o período da actividade de Allamano corresponde ao despertar das missões na Europa em que as correntes de pensamento fervilhavam. O liberalismo (a atitude separatista em relação à Igreja) levou à laicização da cultura e da vida. Ao Estado compete zelar pelo bem-estar dos cidadãos, à Igreja compete zelar por todos os aspectos considerados fora das leis naturais. O romantismo contribuiu para a afirmação da identidade nacional, mas depressa “estimulou o empreendimento colonial para a dominação das culturas valendo em muitos casos a consciência da missão civilizadora” (Tebaldi 2001: 47). As Ordens Religiosas dedicadas à evangelização e as Obras Missionárias Pontifícias deram um contributo decisivo para o desenvolvimento do espírito missionário.

Dentro da incumbência missionária e evangelizadora, Allamano em 1910 acabaria por fundar um ramo feminino de missionárias, a que deu origem ao Instituto das Missionárias da Consolata. Este tema das “irmãs missionárias” teria que ser analisado à luz da doutrina da participação da mulher na vida da Igreja como “sinal evangélico” de promoção e libertação (Tebaldi 2001). Mesmo alegando que não se sentia vocacionado para “esta tarefa tão delicada”, o ideal que propunha para esta componente feminina seria o “de servir as missões com dedicação total de mente, palavra e coração”. Atribui-se-lhe um papel de “visionário de pensamento avançado para seu tempo”⁴⁸. A sua beatificação teve um significado de especial reconhecimento, não apenas pelo exemplo de “sua vida santificada”, mas “por ter antecipado que era obrigação de cada Igreja local se abrir à missão universal”⁴⁹ num sentido valorativo. É com este sentido que o IMC persegue como principal objectivo o empenho apostólico preconizado através do envio de missionários para os países “mais pobres do mundo” ou seja, “infundir pelo zelo, a salvação dos irmãos numa dimensão universal”⁵⁰.

A ideia de construir um Centro de Animação Missionária (CAM)⁵¹ surgiu quase paralelamente à fixação do IMC em Fátima, porque por volta de 1975 como

⁴⁸ Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁴⁹ Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁵⁰ P. Luís Tomás, Superior Provincial (17.02.2011).

⁵¹ Doravante identificado por CAM.

explica o missionário MB⁵² foi chamado para Roma para trabalhar na sede do Instituto, em Roma permanecendo lá durante seis anos. Isso se deu porque a sede do Instituto era Turim, mas com o Concílio o Papa determinou que as congregações deveriam ter todas a sua sede em Roma. O que significa que depois desses seis anos o missionário MB voltou para Portugal, trabalhando no Instituto Missionário da Consolata em Fátima onde permaneceu até 1995. Foi nesse período que surgiu o Centro de Animação Missionária onde acabou por ser encarregue “pelos seus Superiores na altura” de se ocupar da construção do CAM.

O projecto envolveu a construção do CAM e por conseguinte o museu (Figura 17). Entre os missionários da Consolata sempre se falou na construção de um museu porque os missionários quando regressavam a Portugal das missões transportarem consigo objectos que consideravam representativos dos locais onde desenvolviam as suas missões. Era prática exibirem esses objectos no *hall* de entrada do Seminário⁵³. Faziam isso, não porque houvesse algum tipo de incentivo. Esses “objectos de artesanato”, relativos às culturas dos povos tinham interesse para falar às pessoas das missões e daquilo que se fazia nas missões⁵⁴. Outro aspecto transversal a todo este processo de construção do CAM e do museu teve a ver com a localização destes espaços. O Centro foi construído em Fátima estrategicamente dada a sua localização e a existência do Santuário. Estratégia preponderante já que o Santuário seria visitado por milhões de visitantes, onde se incluía uma percentagem razoável de visitantes origem internacional, o que na perspectiva do CAM contribuiria para uma maior abertura à internacionalização, uma dimensão que o Centro tinha como objectivo alcançar. Observa o missionário MB que “muitos dos peregrinos ou simples visitantes” permaneciam em Fátima vários dias e “o ambiente não oferecia muitas oportunidades de preencher o tempo que não era ocupado pelos programas de carácter estritamente religioso” pelas suas finalidades e até pela proximidade do Santuário⁵⁵. Justificação que serviria também para reforçar o modo de actuação do Centro.

⁵² Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁵³ O Seminário dos Missionários da Consolata é o local onde jovens interessados na carreira eclesialística recebem instrução. O Seminário da Consolata situa-se a cerca de cem metros do Santuário.

⁵⁴ Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁵⁵ Entrevista a MB, 27.04.2012.

Contudo o desafio de se construir um complexo arquitectónico destinado ao CAM em Fátima não foi um processo de decisão fácil, talvez pela consciência de que a região embarcava numa iniciativa completamente nova e inédita em Portugal. A construção do CAM abordava um campo completamente inexplorado, “o da sensibilização dos peregrinos de Fátima para a dimensão missionária da Igreja”⁵⁶ e da obrigação do Centro se comprometer com a causa missionária. Esta dimensão trazia, porventura, uma visão completamente nova, no panorama da oferta cultural e recreativa de Fátima, um conjunto de actividades com cariz de forte acento económico. A primeira referência à elaboração do projecto para a criação do CAM surge em 1949 pela acção do P. João De Marchi que faz alusão à construção em terrenos do Centro na Cova da Iria de uma “aldeia africana” composta de palhotas que ilustrassem as várias actividades nas missões⁵⁷. Terá sido com essa intenção que P. João De Marchi estabeleceu diversos contactos no sentido de conseguir trazer para Fátima primeiramente, uma colecção de animais e aves exóticas, com vista a uma exposição temática que durante muitos anos ficou a aguardar colocação definitiva e cujo objectivo seria poder vir a ilustrar a fauna de países relacionados com a acção missionária do Centro⁵⁸.

Alusão típica do século XIX, próxima do modelo das Exposições Mundiais é aqui encontrada, quanto à forma de apresentar a modernidade associada à exibição da cultura numa abordagem dos imaginários sociais ancorados em imagens, ideias, discursos e relações. A Exposição do Mundo Português de 1940 que materializou a imagem do Portugal rural, cristão, espiritual, multicontinental que Salazar e o Regime do Estado Novo promoveram. As reconstituições da I Exposição Colonial Portuguesa realizada no Porto em 1934 mostram os nativos em habitações e aldeias típicas especialmente construídas, com os seus usos e costumes, proporcionando um retrato vivo das suas vidas além-mar que é retomada em 1940 na Secção Colonial da Exposição do Mundo Português representando as acções missionárias, as riquezas do

⁵⁶ Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁵⁷ Procurou-se junto do director do MASE e alguns missionários aprofundar esta ideia de “construção de uma aldeia africana” na Cova da Iria. Porém, a alusão a esta construção encontra-se escrita em um documento avulso do MASE pelo P. João De Marchi datado de 1949, mas não se conhece mais informações sobre o desenvolvimento desta ideia (DC 2011).

⁵⁸ Esta exposição temática - colecção de animais e aves exóticas nunca chegou a ser concretizada.

Império Colonial e a “arte indígena” (Macedo 1935).

A criação do CAM acabou por ganhar contornos quase definitivos de consolidação através da Conferencia Regional de 1982. No documento final saído desta Conferência ficou registado que se iriam dar os passos necessários para a construção de um Centro de Animação Missionária em Fátima⁵⁹. Para dar cumprimento a esta decisão do Conselho Regional, o projecto de arquitectura do edifício foi finalmente confiado ao Engenheiro Cappabava depois de examinado pelo Conselho de Administração do IMC que sugeriu algumas alterações. Aos membros da comunidade regional foi também dada a possibilidade de apreciarem o projecto e de se pronunciarem definitivamente sobre o seu processo de desenvolvimento. Isso aconteceu durante o “Retiro Anual realizado em Avesadas no ano de 1985”⁶⁰.

A construção do CAM foi finalmente concluída “com a bênção da primeira pedra do actual edifício a 24 de Outubro de 1987”⁶¹ (Figuras 16 e 17). Quanto à criação do museu e o seu acervo, aos missionários interessava particularmente a componente da etnologia porque já possuíam muitas peças que foram recolhendo ao longo do tempo, “talvez milhares”. Existe “um acervo considerável de peças dos territórios que os missionários trabalharam, principalmente África e América Latina”⁶². Em Turim, muitas das peças por serem em número avultado, nem estariam expostas por falta de espaço.

Definido o interesse dos missionários pelo acervo de etnologia começou a crescer e a amadurecer a ideia de aliar a este acervo, um outro relacionado com a arte sacra. Isso aconteceu quando os sacerdotes da Diocese de Portalegre e de Castelo Branco se reúnem e constatam que tanto o P. António Rosado Belo tinha uma colecção de imagens relativas à infância de Jesus, presépios e crucifixos, como o P. Rodrigues Vermelho tinha uma grande quantidade de imagens de crucifixos⁶³. Dada a quantidade e variedade de objectos de arte sacra pensaram em juntar estas colecções à já existente de etnologia, concretizando-se a denominação Museu de Arte Sacra e Etnologia em 1989.

⁵⁹ P. Herculano Neves da Silva, *doc* avulso do MASE, Historial do Centro Missionário Allamano, s/d.

⁶⁰ Director do MASE (DC 2011).

⁶¹ P. Herculano Neves da Silva, *doc* avulso do MASE, Historial do Centro Missionário Allamano, s/d.

⁶² Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁶³ Entrevista a MB, 27.04.2012.



Figura 16 – MASE. Maqueta. Escala 1/50 (Foto 2011).

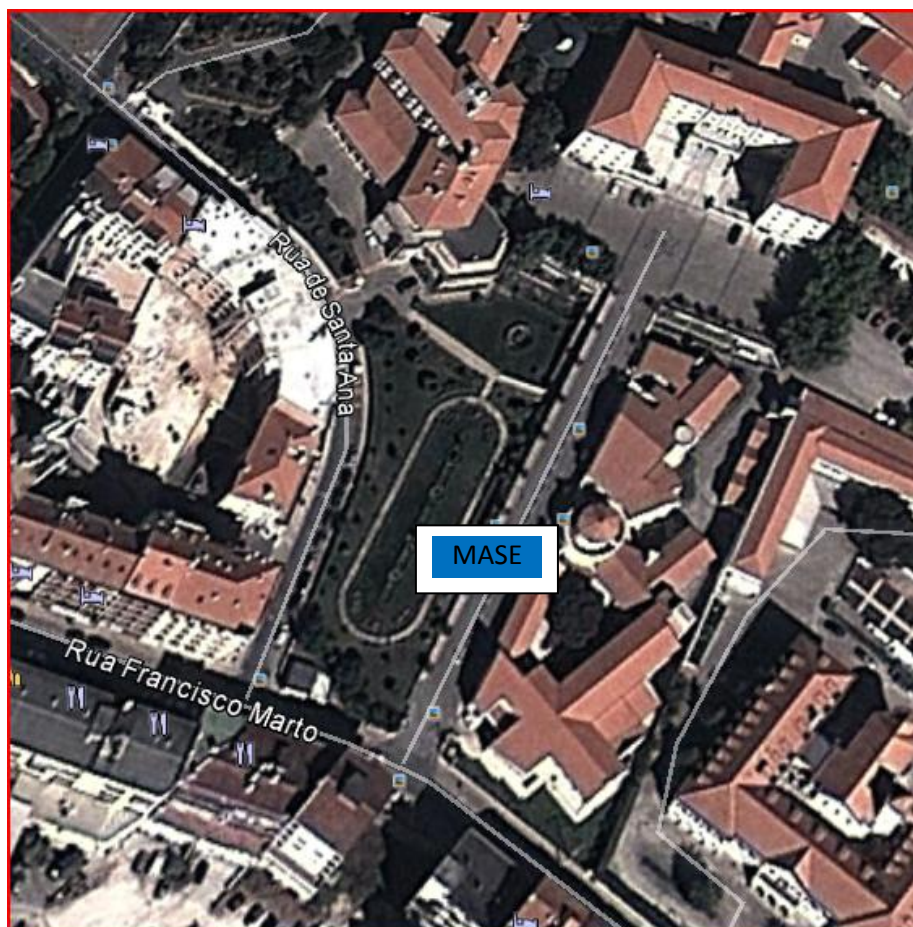


Figura 17 – MASE. Localização. Fonte: <<http://www.google.com/intl/pt-PT/earth/>> (2012).

Entretanto, com a necessidade de se traçar o programa museológico e montagem da exposição permanente do museu, foi solicitado apoio técnico ao então denominado Instituto Português do Património Cultural (IPPC)⁶⁴, que designou o Dr. António Nabais responsável pelo prosseguimento do programa museológico e museográfico.

II.2. CATEQUIZAÇÃO ATRAVÉS DOS OBJECTOS

A criação do MASE contou com o apoio técnico do IPPC que indicou António Nabais como responsável pela programação museológica e museográfica do MASE. A 13 de Outubro de 2011 aquando da comemoração do 20º Aniversário do museu em parceria com a Associação Portuguesa de Museologia (APOM)⁶⁵, Nabais foi convidado para estar presente na cerimónia. Acabou por explicar que depois de lhe ter sido confiada a programação museológica e museográfica do MASE foi ver a colecção e reuniu com alguns membros missionários. Nessa altura, os missionários perguntavam-lhe sobre: que vitrinas? Que mobiliário museográfico? Como apresentar os objectos? Que iluminação? “Eu dizia-lhes, primeiro tenho que entender que tipo de museu é que pretendem. Qual é a narrativa, o discurso pretendido? Um missionário disse: um discurso simples - catequese através dos objectos”⁶⁶. Encontrado-se o tipo de discurso expositivo para o museu e com a colaboração dos missionários da Consolata, estaria então reunida uma equipa multidisciplinar: Dr. António Nabais (programação museológica e museográfica), P. Júlio Cesare (conceptualização teológica e litúrgica), Arq. Armando Almiro Canelhas (desenho das vitrinas e mobiliário museográfico) e Eng. Luís Casanovas (climatização e iluminação), P. António Rego e P. Herculano Silva (elaboração dos textos que acompanham a exposição permanente do museu).

⁶⁴ Criado por Dec-Lei 34/80, de 2 de Agosto. Doravante identificado por IPPC.

⁶⁵ Doravante identificado por APOM.

⁶⁶ Entrevista a Nabais, 13.10.2011.

Do ponto de vista do discurso expositivo todos os intervenientes no processo de criação do MASE estariam bem conscientes da tipologia de museu que pretendiam.

Fazendo-se uma análise do projecto de candidatura do MASE à RPM as justificações são baseadas na missão pretendida para o museu. Encontra-se ligada à exibição das expressões culturais reveladoras da diversidade criativa e os pontos de contacto cultural que traduzem as relações entre diferentes culturas. Na capacidade também de despertar nas pessoas sentimentos de solidariedade e de fraternidade que atingem a sua expressão mais elevada na missionação. Entende-se grosso modo que o projecto é justificado pela procura de um discurso museológico que apela à construção da cidadania na sociedade contemporânea numa vertente catequizante.

Desse modo, o MASE foi oficialmente inaugurado a 13 de Outubro de 1991, assumindo funções museológicas e museográficas, comuns a qualquer outro museu. No início o museu teve alguma dificuldade em afirmar-se, mas com a ajuda e o reconhecimento do IPPC, do Dr. Nabais e da Dra. Natália Correia Guedes⁶⁷ começaria a alcançar notoriedade. Até porque a partir de meados da década de 1990 no plano patrimonial e museológico, surge um conjunto de diplomas associados ao Instituto Português dos Museus (IPM)⁶⁸ ao Projecto da Rede Portuguesa de Museus (RPM)⁶⁹ e à publicação da Lei-Quadro dos Museus Portugueses (L-QMP)⁷⁰, que o museu acompanha.

A estrutura orgânica criada pelo MASE segue a preocupação de abranger as funções essenciais para a eficaz execução da actividade museológica e prática museográfica e essas actividades são reconhecidas em 2003 quando o MASE passou a integrar a RPM. Para isso contribuiu também o reconhecimento da prestação do museu na preservação do património cultural (através da exibição de objectos de arte

⁶⁷ Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁶⁸ Criado pelo Decreto - Lei nº 278/91, de 9 de Agosto e posteriormente reorganizado pelo Decreto - Lei nº 161/97, de 26 de Junho.

⁶⁹ Criado pelo Decreto - Lei nº 398/99, de 13 de Outubro e despacho conjunto (IPM e RPM), nº616/2000, de 17 de Maio.

⁷⁰ Lei nº 47/2004, de 19 de Agosto. É um diploma legislativo dedicado exclusivamente à definição de uma política museológica nacional e à regulamentação dos museus portugueses. Procura articular-se com o regime de protecção e valorização do património previsto na Lei nº 107/2001, de 08 de Setembro. Doravante identificado por L-QMP.

sacra: presépios, meninos Jesus, crucifixos, ...) e na divulgação das culturas de várias regiões do mundo (através da exibição de objectos de alguns contextos africanos e da Amazónia brasileira). Ainda através de uma retórica missionária (numa óptica de missão evangelizadora e cultural tipicamente colonial) na promoção do conhecimento sobre o esforço missionário (da Igreja, dos Institutos Missionários e do Instituto da Consolata em especial), conveniente para uma reflexão universal, aberta às realidades de outras culturas e religiões, suscitando respeito e apreço pelos valores de cidadania construídos em torno da cultura material exibida.

Esta concepção de “criar uma mentalidade aberta à diversidade cultural” é uma pretensão partilhada por instituições doutrinárias ligadas ao património, como a UNESCO, mas que surge aqui nomeada num contexto catequético. Entenda-se, num contexto de ligação ao ensino religioso e social, numa lógica de adaptação “de uma crença religiosa” ao processo pedagógico por prelecção, ou seja, através de um discurso didáctico com ênfase nos “valores proclamados pela fé”.

A necessidade de existir um estreito diálogo entre todos os intervenientes no processo museográfico, particularmente adequado às necessidades das colecções, dos serviços e do percurso expositivo faz parte de uma “boa programação”. Aliás tanto a *performance* do espaço museológico, como a sua função museográfica remonta aos primórdios dos estudos e reflexões sobre programação museológica (Camacho 2001).

No caso aqui em apreço, sempre parece ter havido um entendimento e diálogo entre todos. Isso tornou possível uma programação museológica que definiu concretamente todas as salas e todos os espaços do MASE. Idêntica atenção foi dada também à arquitectura do museu.

A forma circular contemplada na arquitectura do MASE (Figuras 18 e 19) decorrente da existência de uma capela (Figuras 20 e 21) foi pensada no sentido de tirar o máximo partido do percurso expositivo do museu.

A capela faz parte do complexo arquitectónico do MASE. O fundador do museu (José Allamano) entendia que “a Eucaristia deveria ser o centro de tudo”⁷¹ e, por isso, a capela situa-se no centro do complexo arquitectónico. Encontra-se aberta ao culto e

⁷¹ Director do MASE (DC 2012).

a outras actividades como recitais, musicais, concertos, as tardes de poesia natalícia, quartetos de cordas, guitarra clássica, entre outras (cf. Capítulo IV.5).



Figura 18 – Capela. Indicação do percurso (Foto 2012).



Figura 19 – Capela (Foto 2012).

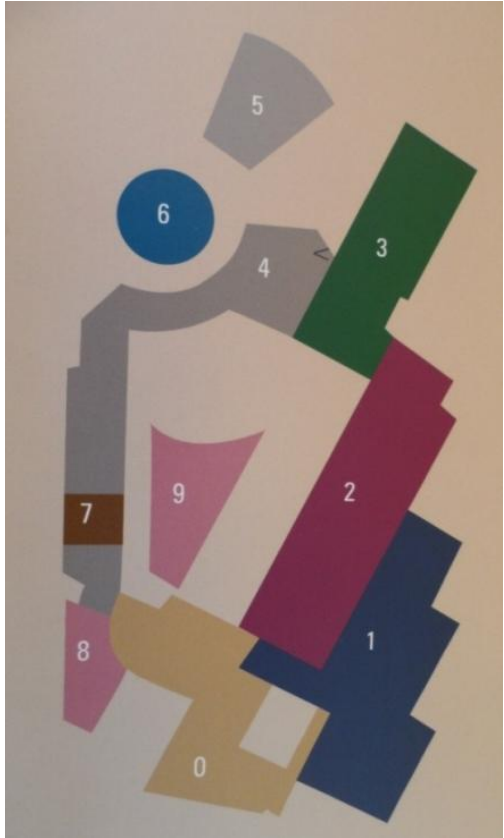


Figura 20 –Capela (Foto 2012).



Figura 21 –Capela (Foto 2012).

O MASE para além de outros espaços divide-se em cinco salas para exposições permanentes e uma sala para exposições temporárias (Quadro 1).

Quadro 1 – Espaços e salas do museu.		
Nº	Espaços	
0	Recepção e Loja	
1	Sala da Natividade	
2	Sala da Paixão	
3	Sala da Missão	
4	Sala da Etnologia	
5	Exposições Temporárias	
6	Capela	
7	Sala dos Pastorinhos	
8	Auditório	
9	Pátio/Jardim	

Fonte: MASE, *Roteiro* (2011).

Como se observa o MASE é composto por nove espaços. A recepção é o espaço dedicado à prestação de informações aos visitantes e registo de entradas. A loja embora exígua, tem à venda produtos relacionados com a temática do MASE (cf. Capítulo IV.5). A sala da Natividade apresenta uma colecção de presépios e imagens da infância de Jesus (madeira, terracota, marfim e estanho), na sua maioria são esculturas portuguesas e indo-portuguesas do século XVI. A sala da Paixão apresenta um conjunto de figuras relacionadas com a paixão e morte de Cristo de origem

portuguesa, *indo e sino portuguesas*, crucifixos dos séculos XIV ao XX e paramentos, alfaias litúrgicas e oratórios. A sala da Missão apresenta objectos de arte, textos, mapas e reproduções fotográficas dos diversos continentes e a sala da Etnologia uma colecção de objectos “etnográficos” de uso quotidiano com quem os missionários tiveram e têm contacto. A sala dos Pastorinhos apresenta objectos pessoais de Jacinta e Francisco Marto. Estes são os cinco espaços dedicados à exposição permanente do MASE. Para além destes espaços, possui também uma sala de exposições temporárias onde se apresentam exposições organizadas pelo MASE e outras exposições de artistas ou entidades externas desde que a temática se enquadre na missão do museu. A capela é um espaço de planta circular aberto ao culto e também a outras actividades. O auditório do MASE tem capacidade para duzentos e dez lugares sentados, onde decorrem actividades desenvolvidas pelo MASE ou outras promovidas por entidades externas que alugam este espaço para o efeito (*cf.* Capítulo IV). O pátio/jardim é um espaço exterior ao museu podendo ser utilizado para lanchar, descansar, ler um livro, etc.

II.3. A COLECÇÃO DE ARTE SACRA E A COLECÇÃO DE ETNOLOGIA

O acervo do MASE é como se tem vindo a dar conta, composto por duas colecções: a de arte sacra e a de etnologia. Da colecção de arte sacra fazem parte objectos variados como esculturas de meninos Jesus, presépios (séculos XVI ao XX), oratórios, Cristos, crucifixos, alfaias litúrgicas e paramentos (séculos XIV ao XX). Com esta colecção o museu “pretende narrar a história de Cristo e das Missões pelos mistérios da fé cristã e pelos trilhos da difusão do Evangelho através dos cinco

continentes⁷². Da colecção de etnologia fazem parte um vasto conjunto de objectos “etnográficos” que por falta de espaço permanece nas reservas⁷³.

O acervo “etnográfico” do MASE espelha grande diversidade espacial e cultural. Em parte devido à fundação do primeiro campo de evangelização, no início do século XX, num território pouco explorado pelos missionários na África Oriental, no Quênia, em 1902, em contacto com a tribo Kikuyu. Anos mais tarde, seguiu-se a Etiópia, a Somália e em 1919, a Tanzânia. Em 1925 os primeiros missionários partem para Moçambique, iniciando a sua missão na Zambézia. Posteriormente, entre 1944 e 1948, deu-se o início da actividade missionária no continente Americano, Argentina, Brasil, Canadá, Colômbia e Estados Unidos da América. As acções missionárias foram intensificadas o que permitiu aos missionários conhecer diversas culturas e recolher uma diversidade de objectos que são hoje exibidos no museu. Foram trazidos por missionários portugueses e estrangeiros 172 objectos do Continente Africano, 16 do Continente Asiático, 86 do Continente Americano (encontrando-se representado o Brasil), perfazendo um total de 274 objectos, conforme o Gráfico 5 o ilustra:

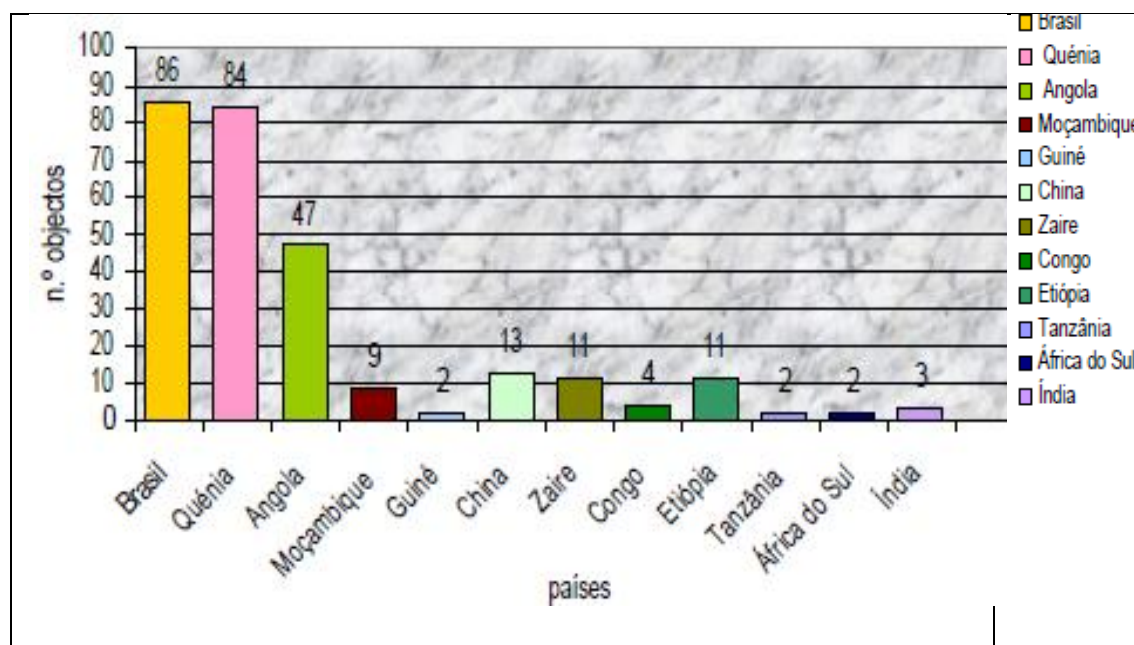


Gráfico 5 – Número de objectos agrupados por locais de proveniência (Matias 2007).

⁷² MASE, *Desdobrável*, Fátima, IMC, s/d.

⁷³ As reservas assumem um papel fundamental na conservação preventiva do acervo e colecções do museu. Os objectos são periodicamente observados para identificar problemas que possam estar relacionados com as condições de ambiente das reservas.

De acordo com os locais de proveniência, os 274 objectos podem ser agrupados do seguinte modo: Brasil (86), Quênia (84), Angola (47), Moçambique (9), Guiné (2), China (13), Zaire (11), Congo (4), Etiópia (11), Tanzânia (2), África do Sul (2), Índia (3). Na realidade o acervo do MASE advém de um número significativo de objectos por doadores revelando uma diversidade de instituições, missionários e particulares que estiveram envolvidos na acção de recolha dos objectos, pelos vários países já referidos anteriormente. O Gráfico 6 também mostra amplamente essa visão.

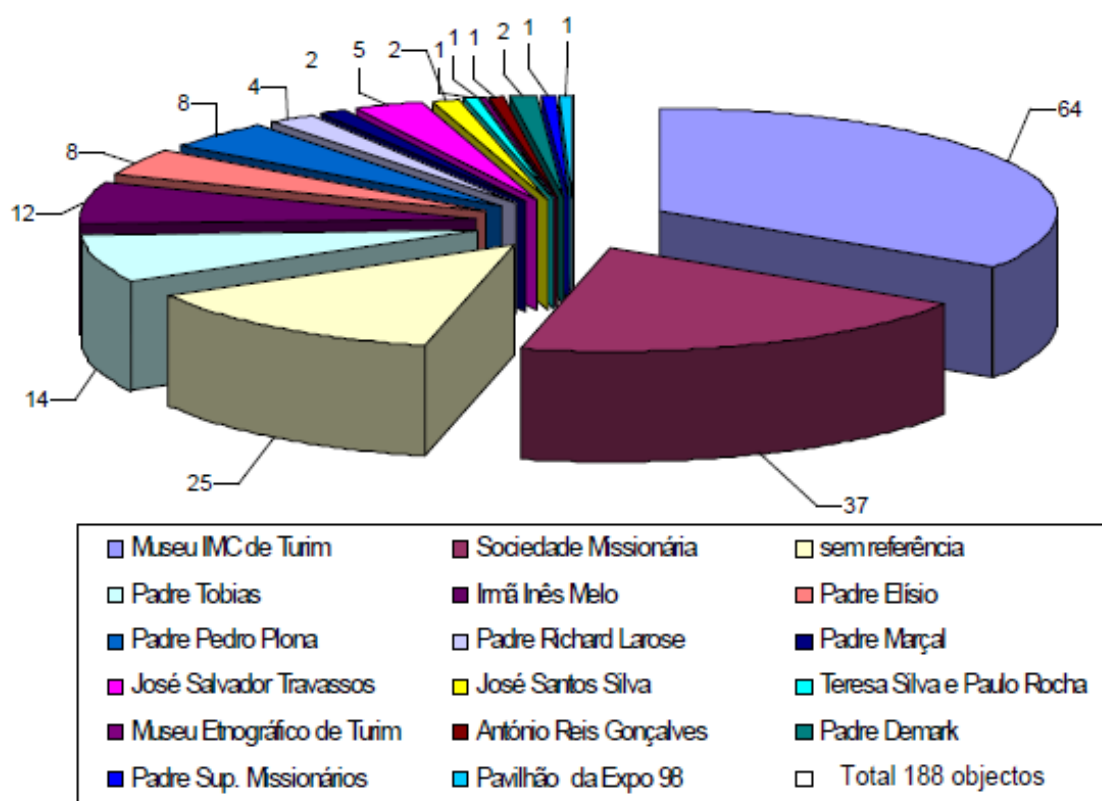


Gráfico 6 - Número de objectos por instituições, missionários e particulares (Matias 2007).

No gráfico 6 pode verificar-se um número total de 64 objectos provenientes do Museu do Instituto Missionário da Consolata de Turim. Seguindo-se 37 provenientes do Museu Etnográfico de Turim. Existe um número significativo de 25 objectos que integram as colecções do MASE, mas sem qualquer tipo de referência. A indicação

Pavilhão da Expo 98 apresentada na legenda do gráfico refere-se à escultura “Passos da Vida de Cristo” (Figuras 22 e 23) adquirida pelo MASE no Pavilhão da Tanzânia na Exposição Mundial de Lisboa de 1998 (Expo'98). Esta escultura foi integrada na sala de Etnologia como forma de enriquecimento da colecção do museu.



Figura 22 – Escultura. Passos da Vida de Cristo (Foto 2012).

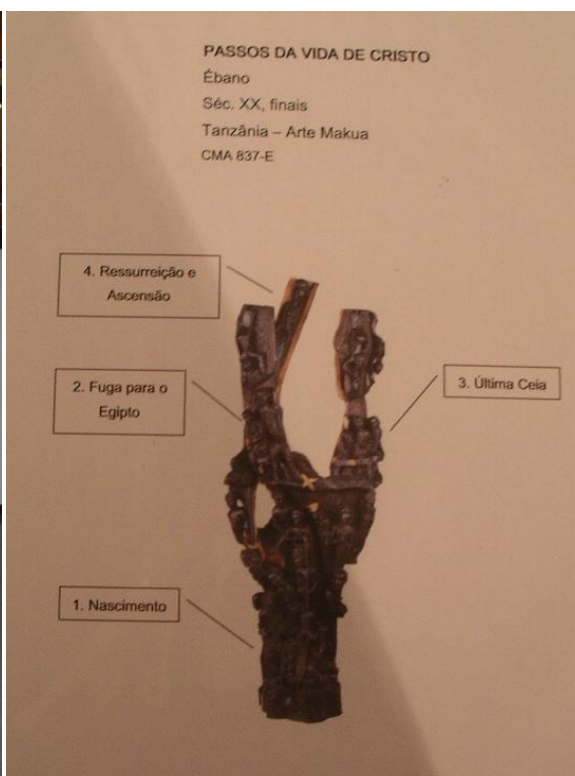


Figura 23 – Esquema interpretativo da escultura Passos da Vida de Cristo (Foto 2012).

A referência *Sociedade Missionária* também apresentada no gráfico 7 indica 12 objectos provenientes do Colégio/Seminário das Missões Ultramarinas (SMU), instituído a partir de 1922 e que ocupou parte do Convento de Cristo de Tomar. O desígnio deste Seminário seria a formação de religiosos para a missionação dos territórios ultramarinos. Seriam formados desde tenra idade jovens rapazes que em regime de internato tinham uma instrução simultaneamente escolar e religiosa. Pese

embora em 1930 existissem três unidades: Tomar, Cucujães e Cernache do Bonjardim, rapidamente sob a dependência da Santa Sé, o Papa Pio XI⁷⁴ ordenou que se fundisse estas três unidades do Seminário das Missões Ultramarinas em Sociedade Missionária da Boa Nova (SMBN)⁷⁵. Esta Sociedade foi transferida para Fátima quando a direcção do IPPC decide colocar em curso um plano de obras para efeitos de uma utilização mais adequada dos espaços conventuais, a qual “decide indemnizar os missionários contra a devolução integral dos locais ocupados pela sua instituição desde 1921” (Barbosa 2009: 188).

Alguns dos objectos que se encontravam na posse da SMBN, passariam a integrar a colecção do MASE. Isso se dá quando os Missionários da Boa Nova que se encontravam no Convento de Cristo em Tomar tinham um museu missionário, mas como saíram do Convento, nos anos 92/93 entregaram algumas peças, principalmente relativas à Ásia e a Macau⁷⁶. Para além da existência de um museu das Missões no Convento de Cristo de Tomar, também existiria um acervo importante que havia figurado na Exposição do Mundo Português em 1940. Ora grande parte das peças que tinham sido expostas nessa exposição mundial eram da propriedade da Sociedade Católica das Missões Ultramarinas. Tinham vindo de Macau, de Moçambique e de Angola e “foi a partir desses conjuntos de objectos que se pretendia fazer uma catequese”⁷⁷.

Esta informação validada pela entrevista ao missionário MI é inédita já que, das várias pesquisas históricas desenvolvidas sobre o Convento de Cristo não foram encontradas alusões sobre o acervo existente no museu das Missões. As únicas informações encontradas sobre as Missões remetem para a seguinte referência: “1922 (15 Set) - Abertura do Colégio das Missões no Convento de Cristo” no Roteiro Histórico de Tomar (Veloso e Ponte 1990) sem qualquer explicação complementar aprofundada sobre o museu das Missões. Outras informações encontradas em Barbosa (2009)

⁷⁴ O Papa Pio XI estabeleceu o Dia Mundial das Missões em 1926, criou a biblioteca missionária da Propaganda *Fide* e da Agência *Fides* e promoveu em 1925 uma exposição sobre as Missões no Vaticano (Tanga 2012).

⁷⁵ Doravante identificada por SMBN.

⁷⁶ Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁷⁷ Entrevista a MI, 13.10.2011.

apontam para a chegada do “Seminário da Sociedade Portuguesa das Missões Ultramarinas” ao Convento de Cristo onde o autor descreve três actividades existentes nessa altura: actividades de carácter cultural, animadas pela associação local de defesa do património, de carácter educativo e religioso desenvolvido pela Sociedade Missionária e, por fim, de carácter hospitalar promovidas pela instituição militar.

O acervo existente no museu das Missões no Convento de Cristo foi importante para o enriquecimento das colecções do MASE. Embora nas suas colecções existissem objectos de África e América Latina, os objectos vindos daquele museu, por representarem a Ásia e Macau vieram dar “uma dimensão mais universal e representativa dessas culturas”⁷⁸. Os objectos provenientes do museu das Missões (Convento Cristo de Tomar) encontram-se exibidos no MASE e apresentam-se com um número de inventário referenciado pelas iniciais SM que significa Seminário das Missões⁷⁹.



Figura 24 – Turbante (Foto 2011).



Figura 25 – Sandália (Foto 2011).

⁷⁸ Entrevista a MB, 27.04.2012.

⁷⁹ Objectos provenientes do Seminário das Missões: SM – 288 Sandália (Figura 25), SM – 367 Turbante (Figura 24), SM - 495, 499, 502 Oratório (Figura 26), SM – 467 e 505 Estatuetas (Figura 27), SM - 221 Tabela Chinesa (Figura 28), SM - 222 Vaso (Figura 29), SM - 482, 485 e 478 Elemento de pórtico Chinês (Figura 30).



Figura 26 – Oratório (Foto 2011).



Figura 27 – Estatuetas (Foto 2011).



Figura 28 – Tabela Chinesa (Foto 2011).



Figura 29 – Vaso Chinês (Foto 2011).



Figura 30 – Elemento de Pórtico Chinês (Foto 2011).

Todos estes objectos foram recolhidos pelos missionários da Sociedade Missionária da Boa Nova que frequentavam o Seminário e viviam no Convento de Cristo de Tomar. Como membros daquela sociedade seria obrigatório trabalharem em “missões estrangeiras” e foi nesse contexto de missão que na Ásia, em Macau, mais especificamente, os objectos foram recolhidos.

Os objectos são doados ao MASE pelos próprios proprietários que se deslocam ao museu para fazê-lo. No decorrer do trabalho de terreno (2011) assistiu-se ao caso particular de uma senhora que fez questão de doar um colar de missangas ao museu. Isso aconteceu aquando da realização da exposição temporária “Missangas”. A proprietária do objecto referiu que havia vivido durante 18 anos em Luanda. O colar deu-lho uma amiga, muito amiga sua, já há muitos anos e ela guardou-o. “Gosto muito dele é feito de missanga baça branca e preta. Tem um significado especial. Ela já morreu”⁸⁰. Transparece nesta conversa uma ligação afectiva ao objecto, saudade, memória. A proprietária do objecto “recordou, reconheceu e localizou as suas memórias” (Halbwachs 1992 [1925]: 38) ao dirigir-se ao museu. Quando lhe perguntei porque razão doava este objecto ao MASE, respondeu que só tinha uma neta que “não ligava ao colar” e no museu ficaria bem guardado. Importa realçar o modo como esta atitude de confiança no museu remete para a ideia de um espaço onde se guarda uma memória, uma herança (Tornatore 2009). O museu é deste modo, entendido como um modo de representação cultural e agente na construção e mediação do significado atribuído ao objecto.

De acordo com o que se tem vindo a considerar, com a intensificação das acções missionárias por parte do Instituto Missionário da Consolata, uma diversidade de objectos representativos de diversas culturas, foram sendo recolhidos e hoje são exibidos no MASE aos visitantes. Para uma compreensão mais clara do contexto de produção e utilização dos objectos uma lógica de agrupamento desses objectos é seguida no MASE. Os objectos são agrupados em função da origem geográfica, da tipologia, da funcionalidade e dos materiais dos objectos. A partir das Fichas de

⁸⁰ Proprietária do objecto (DC 2011).

Inventariação do MASE elaborou-se uma síntese desses objectos por tipo, função e materiais constituintes (Quadro 2).

Quadro 2 – Síntese de objectos: tipologia, funcionalidade e materiais.

África

Objectos de uso doméstico: conservação, preparação e consumo de alimentos, recipientes para armazenar líquidos. Higiene, manutenção e limpeza, enxota-moscas, usado para enxotar os insectos. *Mobiliário,* bancos usados para sentar, assim como, apoia-nuca para apoiar a cabeça. Caixa de rapé em corno de animal, pele, madeira e missangas, usada para colocar tabaco. *Objectos usados para adorno do corpo* (pescoço, orelhas, lábios e braços), como por exemplo colares (colar da fertilidade), brincos, pulseiras, cabeleiras e outros ornatos labiais. Ainda outros usados como *vestuário e adereços:* cintos, saias e tangas. *Actividades lúdicas:* jogo em madeira de formato rectangular com cavidades circulares paralelas umas às outras. *Objectos de uso ritual:* cabaça divinatória, máscaras usadas nas cerimónias de iniciação. *Instrumentos musicais:* maracas utilizadas para a produção de som. *Artes plásticas:* escultura esculpida numa só peça em madeira que representa uma mulher ornamentada usando as vestimentas e ornamentos das tribos do Quénia. *Exibem-se armas utilizadas para caçar:* espadas, lanças, arcos, flechas, etc.

Vestuário e adereços: véu da noiva e avental usado como adorno.

Angola

Objectos de uso ritual: esculturas em miolo de palmeira, talhados numa só peça. *Instrumentos musicais:* tambores, cordofones, lamelofones. *Armas para caçar:* flechas e outras armas de corte como punhal e machados.

Insígnias de poder/status: ceptros, cadeira, usados como símbolos do poder. *Uso doméstico:* isqueiro em madeira e aço usado para produzir fogo e cachimbo usado para fumar.

Artes plásticas: tronco escultórico usado como objecto de criação artística em madeira de ébano esculpido numa árvore com três ramos. Representa figuras humanas e animais relacionados com a vida de Cristo.

O objecto apresenta tonalidade castanha, escuro e claro. No tronco figuram várias cenas alusivas à vida de Cristo: o Nascimento, a Fuga para o Egipto, a Última Ceia, a Ressurreição e Ascensão.

<u>Moçambique</u>	<i>Instrumentos musicais:</i> marimba. <i>Artes plásticas:</i> escultura talhada numa só peça em madeira de ébano, representando uma cabeça antropomórfica.
<u>Guiné</u>	Objectos do Congo: crucifixos. <i>Instrumentos musicais:</i> flautas. Objectos do Zaire: armas de guerra como a Magbele e a Kpinga com punho e lâmina. <i>Vestuário e adereços:</i> cobertor de casca de árvore para cobrir o corpo. <i>Uso doméstico:</i> martelo e pilão com pau para martelar e moer os alimentos. <i>Conjunto ritual:</i> máscaras usadas nos rituais de iniciação. Objectos da Etiópia: cruz processional em metal prateado e várias cruces em metal dourado. <i>Artes plásticas:</i> pintura em papiro representando cenas alusivas ao quotidiano Etíope pintadas de branco, azul, verde e amarelo.
<u>Ásia. Índia</u>	<i>Criação artística:</i> maquete em miolo de palmeira. <i>Vestuário e adereços:</i> turbante e sandálias usados para adorno e calçar.
<u>China</u>	<i>Objectos de criação artística:</i> oratório, tabela chinesa e vaso. <i>Artes plásticas:</i> pórtico chinês de barro policromado.
<u>Brasil</u>	<i>Uso doméstico:</i> conservação, preparação e consumo de alimentos como ralador de mandioca, prensa de mandioca para espremer a mandioca, peneira para peneirar a farinha, panela para preparação de tintas. Bases e paus para fazer fogo. <i>Mobiliário:</i> rede de dormir (conforto pessoal, repouso). Adorno – braçal, diadema, testeira e brincos. <i>Objectos de cuidado e higiene pessoal:</i> pentes para pentear o cabelo. <i>Instrumento de acarreo humano:</i> porta bebés (transportar bebés), feitos com casca de árvore cesto cargueiro (transportar alimentos e outros materiais). <i>Pesca:</i> anzol usado para pescar. <i>Para caçar:</i> pontas de flecha, aljavas e raspador de aguçar flecha. <i>Armas de sopro:</i> zarabatana, usada como arma de sopro de flechas. <i>Ritual:</i> máscaras.

Fonte: da autora, a partir das *Fichas de Inventariação* do MASE (2010).

Como anteriormente referido, a maioria dos objectos existentes no museu foram recolhidos por missionários portugueses e estrangeiros em contexto de missão e integrados no espaço dedicado às colecções permanentes do museu. São predominantes os objectos recolhidos em território Brasileiro (Índios do Brasil).

Encontram-se integrados na colecção de etnologia do MASE um total de 86 objectos: Yanomami (70), Ticuna (8), Wai-Wai (3), Tucano (3), Macuxi (1), Wapixana (1). A sua relevância justifica-se pelo facto dos missionários terem encetado contactos com estes grupos étnicos (abertura de alguns postos de Serviço de Protecção do Índio (SPI) em 1957, através do membro missionário Riccardo Silvestri, na região Catrimani (junto ao rio Catrimani), a que se passou a denominar Missão Catrimani (Matias 2007).

Mas, as práticas colectoras dos missionários em missão perpetuam-se: “uma vez vim de férias, trouxe objectos dos Yanomani e depois deixei aqui no museu para se colocar na sala de etnologia”⁸¹. Outro missionário também recolheu e doou ao museu vários objectos que se descrevem: “Wana”, estojo de taboca para guardar pontas de flechas usado para a caça; “Rahasihi pata”, arco para os homens usarem na caça e pesca; “Xaraka pe”, pontas de flecha para a caça; “Paari hesi”, enfeite de penas usado pelos homens amarrado no braço nas festas e rituais; “Ara xinake”, enfeite de penas de arara e papagaio amarrado no braço usado para as festas e rituais; “Xinaru u”, enfeite de fios de algodão pintados de urucu amarrados aos braços pelos homens; “Yare masike”, tipoia usada pelas mulheres para carregar as crianças; “Rakamo thoku”, rede de algodão para dormir; “Maama namo” pedra pontiaguda usada para os desafios rituais; “Xohema” abano para atizar o fogo; “Yaruake”, vários tipos de colares (rabo de raia, dentes de macaco, sementes); “Pesimake”, tanga de fios de algodão utilizada pelas mulheres; “Paari”, testeiras de penas de mutum, arara, tucano, utilizados na cabeça para as festas e rituais; “Pakaramamotime uku”, fio de algodão trançado e usado pelas mulheres ao peito; “Yemeka xinape”, brincos de penas de varias cores e aves, utilizados pelas mulheres⁸². Para a recolha destes objectos não haveria critérios objectivos pois os missionários recolhiam aqueles que pareciam mais significativos, “próprios da cultura deles”⁸³.

Estudos que abordam os contextos de missão e colecta de objectos apontam para um tipo de recolha de natureza arbitrária, contingente, materializando o que seriam emblemas de “tradições inventadas” (Hobsbawm & Ranger 1992). Os objectos

⁸¹ Entrevista a MG, 20.04.2012.

⁸² Entrevista a MB1, 13.12.2011.

⁸³ Entrevista a MG, 20.04.2012.

colectados por missionários surgem como representantes do invisível: países exóticos, sociedades diferentes, outros climas (Pomian 1985).

As mudanças de estatuto, de valor e as interpretações a que os objectos são sujeitos num processo de descontextualização, recontextualização e mercadorização (Appadurai 1986, Hinsley 1991, Thomas 1991) produzem novas “biografias culturais” (Appadurai 1986, Kopytoff 1986). Para estes autores os objectos têm vida social, movimentam-se e activam os contextos culturais e sociais. O valor dos objectos é intrínseco e pode ser determinado objectivamente, sendo sempre contingente e relativo, no tempo e no espaço (Appadurai 1986). Mas a incorporação de objectos no museu permite perceber os processos sociais e simbólicos por meio dos quais esses objectos são transformados ou transfigurados em ícones legitimadores de ideias, encerrando uma “biografia cultural” (Kopytoff 1986). Considerando que os objectos são uma construção social, o entendimento desses “significados biográficos” e potenciais consequências encontram-se dependentes da sua contextualização histórica (Arantes 2006).

A incorporação de objectos de uso doméstico, de uso ritual, de uso de caça e outros com outras funções, utilizados por grupos étnicos e recolhidos em missão integrados na colecção do MASE e por conseguinte no percurso expositivo do museu é considerado importante para os missionários já que são esses objectos recolhidos “diretamente das culturas originais” que ajudará a “entender o processo de evangelização que se fez no meio de outros povos e culturas. Os objectos trazidos das missões são a vida de um povo”⁸⁴. Os objectos “etnográficos” conduzem fortemente a atenção dos visitantes para o contexto da sua produção e da sua utilização. Permitem uma espécie de reconstrução da história do objecto. O missionário MB1 explica alguns desses objectos:

O objecto *Ara Xinake* é um enfeite de penas de arara e papagaio que é amarrado no braço e usado para as festas e rituais. Significa que o homem vai à caça e quando encontra algo que lhe é útil aproveita. Para este objecto ele caça a arara e o papagaio porque têm penas bonitas e que aproveita para se apresentar nas festas e rituais. O objecto é composto por três penas grandes do

⁸⁴ Entrevista a MB1, 13.12.2011.

rabo da arara e com penas de papagaio amarradas a um pauzinho que depois amarra no braço. O significado além de ser belo é profundo: o homem que se apresenta mais enfeitado de penas numa festa é o sinal de que é bom caçador e que à sua família não lhe falta alimento, neste caso, carne e se ainda não tem família e quer encontrar mulher, será um bom homem e bom marido⁸⁵.

Embora o deslocamento dos objectos materiais pressuponha a sua circulação anterior e posterior em outras esferas - pois antes de chegarem à condição de objectos de museu foram objectos de uso quotidiano, foram mercadorias, dádivas ou objectos sagrados - e embora encarados como objectos culturais pensados nos seus diversos contextos sociais, simbólicos e rituais da vida quotidiana de qualquer grupo social e destituídos da circulação quotidiana e deslocados para os contextos institucionais e discursivos dos museus (Clifford 1985). O facto importante a considerar é que eles desempenham funções identitárias, expressando simbolicamente identidades individuais e sociais. A exploração dos significados dos objetos é importante como forma de qualificar a sua função social.

A significação dos objetos exibidos no museu ganha maior impacto quando teórica e metodologicamente fundamentados. É possível construir o discurso sobre os objectos exibidos que serão reelaborados e ressignificados pelos visitantes.

II.4. O MASE. UM MUSEU COMO OS OUTROS... NO MODELO ADMINISTRATIVO E NA GESTÃO DO ACERVO E COLECÇÕES

Se os objectos culturais permitem a representação das formas passadas, eles expressam a reformulação dessas mesmas formas, valores e identidades, através da produção de novas formas (Kellner 1992). Sendo a museografia uma prática do presente obedece a regras e conjuga outras práticas e processos sociais. Entre estas

⁸⁵ Entrevista a MB1, 13.12.2011.

práticas inclui-se a missão de preservação do património. Porém, é impossível aos museus em geral e ao MASE em particular exibir a totalidade das suas colecções⁸⁶. Como focado anteriormente o MASE depende da Delegação Portuguesa do IMC. Dos seus recursos humanos fazem parte o director⁸⁷ nomeado pelo Superior Regional do IMC⁸⁸, competindo-lhe assegurar o regular funcionamento do museu⁸⁹. Também duas funcionárias (D. Teresa e D. Ducelina) com funções de recepcionista⁹⁰ e de limpeza e manutenção⁹¹. Colaboram ainda alguns membros missionários da Consolata e alunos estagiários de várias escolas secundárias e superiores do concelho. O MASE tem um *Serviço de Voluntariado* que aceita todos aqueles que tenham vontade de participar de forma desinteressada e não remunerada, em actividades superiormente definidas pela

⁸⁶ Os cuidados com as reservas são uma necessidade claramente expressa na L-QMP, que nos seus artigos 30º e 51º obriga à sua existência: 1- O museu deve possuir reservas organizadas, de forma a assegurar a gestão das colecções tendo em conta as suas especificidades; 2- As reservas devem estar instaladas em áreas individualizadas e estruturalmente adequadas, dotadas de equipamento e mobiliário apropriado para garantir a conservação e segurança dos bens culturais (art. 30º, Lei nº 47/2004). As instalações do museu comportam necessariamente, espaços de acolhimento, de exposição, de reservas e de serviços técnicos e administrativos (art. 51º, Lei nº 47/2004).

⁸⁷ Gonçalo Cardoso é director do MASE desde 2005 (sucede ao P. Gabriel Casadei).

⁸⁸ Regulamento Interno Geral do MASE. Doravante identificado por RI-MASE, G.

⁸⁹ Compete ao director do museu, zelar pelo nível e qualidade da oferta cultural, designadamente das visitas, da sua condução e das explicações dadas em função da idade e nível cultural dos visitantes; promover a conservação, manutenção, exibição e divulgação das peças do acervo; inventariar e catalogar as peças destinadas a integrar o acervo por força de novas aquisições, doações ou entregues em depósito; zelar pela limpeza, asseio, ordem e boa apresentação dos edifícios e espaços afectos ao MASE; pensar, organizar e lançar iniciativas tendentes à promoção, divulgação e afirmação do MASE e à diversidade e aumento do número de visitantes; respeitar as respectivas cláusulas e promover as diligências necessárias para que sejam cumpridos os acordos e protocolos do MASE com outras entidades quanto à cedência, conservação e uso de peças; procurar as vantagens e defender os interesses do MASE no relacionamento com as autoridades ou outros parceiros culturais; na gestão ordinária e na organização de iniciativas regulares ou pontuais, estar atento e ser diligente na captação de fundos e apoios de entidades promotoras ou patrocinadoras ou, sendo públicas, detentoras de fundos estruturais ou outros a que se possa recorrer; assumir e promover a execução de tarefas e incumbências que regular ou ocasionalmente lhe sejam dadas pela tutela e que tenham o MASE como ponto de referência; fazer propostas a submeter à aprovação da tutela para a aquisição de material de promoção e divulgação do museu e acompanhar a sua execução. O teor e os custos devem ser previamente aprovados (RI – MASE, G). O MASE não tem autonomia administrativa e financeira, pelo que a sua contabilidade encontra-se integrada na da Delegação Portuguesa do IMC.

⁹⁰ A recepcionista deverá acolher da melhor forma os públicos que visitam o museu e loja. Deverá diligenciar para que os visitantes depositem os sacos, mochilas e outros objectos na recepção; informar os visitantes quando estes o solicitarem, sobre o funcionamento das actividades do serviço educativo e de animação bem como, horários e respectivos preços; proceder à marcação de grupos para visitas guiadas e outras actividades que necessitem de marcação prévia; realizar o registo diário de entradas. Deverá também prestar um serviço atento e discreto visualizando o sistema interno de vídeo vigilância; assegurar o respeito pelas normas de acesso aos espaços do museu; apoiar os visitantes com necessidades especiais, designadamente os portadores de deficiência (RI-MASE, G).

⁹¹ Compete ao serviço de limpeza zelar pela limpeza e arrumação dos diferentes espaços, respeitando todas as normas de conservação preventiva e verificar qualquer manifestação de pragas que coloquem em perigo o acervo e colecções do museu (RI-MASE, G).

direcção do museu e integradas no âmbito de projectos, programas e outras formas de intervenção do museu. Embora possua um orçamento e um Plano de actividades específico, todas as receitas e despesas são afectas à Delegação. Outras receitas ocasionais advindas por exemplo, do aluguer do auditório para actividades solicitadas por instituições externas permanecem e são geridas pelo MASE.

O museu também tem recebido apoio através do Programa de Apoio Financeiro a Museus (PROMUSEUS), com alguns projectos candidatados pelo MASE como os de conservação preventiva, o estudo das colecções e o de edição do Roteiro do museu (publicado em 2011).

No MASE as reservas encontram-se organizadas de modo a considerarem as condições mínimas de salvaguarda dos objectos ali acondicionados (Figuras 31 e 32). Tem por esse motivo, acesso condicionado, mediante solicitação fundamentada ao director do MASE. Tanto os técnicos do museu como os investigadores a quem seja facultado o acesso têm obrigatoriamente de manusear os objectos no local e com os devidos cuidados⁹².

No que diz respeito à conservação o museu segue o estipulado no artigo 28.º da L-QMP⁹³, reflectido no Regulamento Interno “Normas e procedimentos de conservação preventiva”⁹⁴ do museu. O mesmo acontece em relação à segurança do museu. Existe um Plano detalhado com circuitos internos de vídeo vigilância apenas conhecido pelos funcionários do museu.

⁹² É obrigatório a utilização de luvas de algodão (RI-MASE, G).

⁹³ Lei n.º 47/2004, 19 de Agosto. A conservação preventiva é definida como um conjunto de acções sobre os bens culturais que visam retardar o seu processo de degradação e de envelhecimento.

⁹⁴ Doravante identificado por RI-MASE, CP.



Figura 31 – MASE. Reservas (Foto 2011).



Figura 32 – MASE. Reservas (Foto 2011).

Os objectos dispostos de forma organizada sobre prateleiras metálicas permitem a circulação do ar e ao mesmo tempo contribui para a diminuição de acumulação de pó (Figuras 31 e 32). Nas reservas existem desumidificadores e outros aparelhos que permitem controlar as condições ambientais com vista à conservação dos objectos que se encontram aí em reserva.

Tendo em conta a diversidade de materiais que compõem o acervo e as colecções do MASE foi criada uma oficina de conservação e restauro que é fulcral na manutenção das colecções. O MASE parece conseguir aproveitar as sinergias especializadas advindas de instituições externas, como sejam o Instituto Politécnico de Tomar através da colocação de estagiários dos Cursos de Licenciatura e Mestrado em Conservação e Restauro, do Curso de Licenciatura em Gestão Turística e Cultural e do Curso de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural. Tem proporcionado estágios também a alunos de outros cursos como ao Curso Técnico de Museografia e Gestão do Património do Agrupamento de Escolas da Batalha, ao Curso Técnico de Animação Sociocultural da Escola Básica e Secundária de Ourém. Neste último e mais recente (2012) um estagiário desenvolveu o projecto “Sentidos da Vida”. Através das colecções do museu associou os cinco sentidos: visão, audição, tacto,

paladar e olfacto, num projecto interactivo, dirigido especialmente a crianças dos 6 aos 12 anos de idade. O estágio permitiu ao aluno aplicar a contextos reais de trabalho os conhecimentos e práticas desenvolvidas ao longo do curso. O acolhimento e colaboração com o MASE sugerem uma relação académica e civil bastante profícua.

O regulamento da política de incorporação⁹⁵ do MASE encontra-se, tal como os outros regulamentos, apontados anteriormente, produzidos de acordo com a L - QMP de acordo com o Regulamento do ICOM e também de acordo com o Código Deontológico do ICOM. Este documento é de suma importância para o museu na medida em que permite o aumento das colecções do MASE de forma coerente e regrada. O museu não pode aceitar todas as doações correndo o risco do seu acervo perder qualidade e o espaço da reserva se tornar exíguo para albergar as colecções. Neste sentido, as modalidades de incorporação são a “compra; doação; legado; herança; recolha; achado; transferência; permuta; afectação; permanente; preferência; dação em pagamento”⁹⁶. Ao director do MASE cabe a responsabilidade de dar conhecimento à Comissão de Acompanhamento de todas as propostas de incorporação.

No caso dos objectos doados pelos missionários da Consolata estão isentos do *Auto de Doação*. No entanto, os missionários terão de facultar o máximo de informação a respeito dos objectos e é necessário comprovar a validade do título de propriedade dos objectos. Significa que se deve certificar que os objectos não foram ilegalmente obtidos ou que não foram obtidos através de uma “destruição não autorizada”, como por exemplo, retirados de monumentos, sítios arqueológicos, geológicos, *espécimes* ou ambientes naturais. Deve também existir um certificado de que os objectos de “carácter sagrado” foram adquiridos com segurança, com vista a sua preservação⁹⁷.

⁹⁵ O museu deve formular e aprovar, ou propor para aprovação da entidade de que dependa, uma política de incorporações, definida de acordo com a sua vocação e consubstanciada num programa de actuação que permita imprimir coerência e dar continuidade ao enriquecimento do respectivo acervo de bens culturais (*Artigo 12.º, Lei n.º 47/2004, 19 de Agosto*).

⁹⁶ (RI-MASE, G).

⁹⁷ Dever-se-á atender aos seguintes critérios: avaliação do interesse museológico e cultural – seu enquadramento no âmbito temático do museu; avaliação de efectivo enriquecimento para o acervo do museu, existem condições no museu para receber um novo *espécime*, qualidade artística, científica, histórica e cultural, interesse documental e informativo, serve o complemento das colecções, pertenceu a uma personalidade de referência, tem um preço razoável, é possível obter um parecer de um especialista/avaliador (RI-MASE, PI).

No caso dos objectos ou colecções cuja incorporação não se conforma à missão do museu, o director sugere a sua integração em outros museus cujo acervo seja mais consentâneo com a temática. Todos os que são incorporados são registados e inventariados segundo as normas de Inventário do IPM⁹⁸.

As Fichas para incorporação de objectos no acervo do museu (Anexo VIII) reúnem informação diversificada sobre os objectos desde a sua designação e numeração, às datas de incorporação, modalidade de ingresso, colecção a que pertence, materiais, dimensões, estado de conservação, fotografias ou imagens digitalizadas. Depois de registados e catalogados são integrados na reserva do museu, a não ser que se verifique a necessidade de se proceder a acções de conservação preventiva. Nesse caso, primeiramente, antes de passar a integrar a reserva do museu aos objectos são aplicadas medidas de conservação preventiva. Duas funções que se complementam e que assumem um lugar de elevada importância na gestão das colecções são a inventariação e a documentação. Um dos propósitos do museu é construir memória e perpetuar informação através da activação dos mecanismos necessários à inventariação e concentração do maior número de informações sobre o acervo e colecções que tem à sua responsabilidade (Reibel 1997).

Em 2005 uma equipa do Museu Nacional de Arte Antiga deu início a 18 de Fevereiro daquele ano, ao estudo de algumas colecções do acervo do MASE. O estudo coordenado por Maria João Vilhena de Carvalho (técnica superior do Museu Nacional de Arte Antiga) e por outros cinco especialistas nas áreas da escultura, dos têxteis, ourivesaria e iconografia, visou aprofundar conhecimentos relativos à colecção de arte sacra. Entretanto, em 2006 o MASE encerrou ao público⁹⁹ para remodelação de dois sectores do seu espaço expositivo. O propósito foi remodelar a sala de Etnologia e a sala dos Pastorinhos. Nesse mesmo ano, comemorou o 15.º aniversário. Um ano

⁹⁸ Por exemplo, quando os objectos dão entrada no museu ainda que com um carácter provisório, é preenchida uma Declaração onde constam informações relativas ao proprietário, a listagem de objectos entregues, bem como, a finalidade da entrega (doação, depósito, empréstimo para exposição ou estudo). A esta Declaração segue-se um Ofício de agradecimento por parte do director do museu que no caso da incorporação definitiva nas colecções do MASE, inclui o número de inventário atribuído aos objectos, o que permite identificá-los e localizá-los com relativa facilidade (DC 2011).

⁹⁹ Esteve encerrado ao público apenas nos dias 23 a 26 de Janeiro 2006 (DC 2010).

depois, o Ministério da Cultura apoiou o MASE através de um Acordo de colaboração no âmbito da candidatura do museu ao Programa P2 da RPM¹⁰⁰.

Com o Programa de apoio financeiro o MASE procedeu ao estudo e inventariação das colecções etnográficas existentes no seu acervo. Numa primeira fase o estudo recaiu sobre as colecções etnográficas procedentes de África e da Ásia e numa segunda fase sobre a colecção etnográfica Índios do Brasil. A coordenação do estudo foi da responsabilidade de Isabel Matias com orientação e supervisão científica do director do Museu Nacional de Etnologia, Joaquim Pais de Brito. Através deste estudo as colecções do MASE encontram-se inventariadas¹⁰¹.

Para além deste trabalho de inventariação e informatização que se deu por concluído, o estudo orientado por Joaquim Pais de Brito nas suas considerações finais sugere a divulgação dos objectos que estão em reserva, uma vez que este acervo não foi estudado nem contemplado no Programa de Apoio à Investigação e Estudo das Colecções (Programa P2 da RPM). Outras sugestões referidas são: a divulgação da cultura material dos índios relacionando-a com os objectos existentes no museu, a realização de exposições temáticas relacionadas com os adornos corporais e sugere-se ainda a realização de exposições de fotografias sobre os índios em colaboração com o museu do Índio no Brasil¹⁰².

A atribuição de financiamento para o estudo das colecções do MASE “comprova a qualidade do espaço museológico reunindo os quesitos exigidos pelo ICOM”¹⁰³. Para além das exposições permanentes, o museu tem incrementado um conjunto diversificado de actividades de extensão cultural: tertúlias no museu, cinema no museu, oficinas de pintura facial (máscaras e pinturas africanas), construção de jogos tradicionais africanos (por exemplo, “Mankala” - o jogo das pedras), concertos, teatros, entre outras. O dinamismo do MASE na implementação de várias iniciativas parece alternar entre a promoção da arte sacra, da etnografia e da arte contemporânea a par com a missionação.

¹⁰⁰ Programa de Apoio à Investigação e ao Estudo das Colecções (2007).

¹⁰¹ A informatização foi elaborada no Programa/software *FileMaker* onde foi criada uma Ficha para o Inventário e estudo dos objectos através de uma base de dados (DC 2011).

¹⁰² Isabel Matias e Joaquim Pais de Brito (2007).

¹⁰³ Director do MASE (DC 2011).

CAPÍTULO III

O PERCURSO E O DISCURSO EXPOSITIVO DO MASE

O discurso expositivo é o meio por excelência desenvolvido pelo museu para comunicar com os seus visitantes (Miles & Tout 1994). Para além de dar a conhecer as colecções do museu, o discurso e o percurso expositivo evidenciam os objectivos e a sua missão (Hernández 1998). Como sugerem Nabais e Carvalho (1993) o discurso e o percurso expositivo reflectem a “identidade de cada museu”. As exposições são entendidas por Ferguson (1996) como uma rede de produção de significados em que as colecções se assumem como narrativas que usam objectos como elementos de histórias institucionalizadas promovidas para uma audiência, são um discurso materializado. Observação idêntica pode ser encontrada nos estudos de Bal (1996) quando se refere à exposição como uma forma de argumentação e como um acto de produção de significados. Como acontece em vários outros museus, também na estratégia museográfica do MASE diversos elementos se interconectam - objectos, palavras, luz, mobiliário, gráficos, sons, imagens diversas - para a transmissão de conteúdos e mensagens específicas, da multiplicidade de concepções e abordagens, continuando a ser considerados, no entanto, os objectos “etnográficos” (recolhidos em contexto de missão) os elementos decisivos das práticas discursivas.

Qualquer indivíduo pode identificar o MASE ao passar na Rua Francisco Marto, nº 52 ao observar duas telas instaladas na fachada do edifício do museu (Figura 33). Ao entrar no museu ao som da música de fundo *Golden Rose*¹⁰⁴ a atenção do visitante é dirigida para a zona de recepção (Figura 35) onde D. Teresa Escudeiro (recepcionista há 13 anos) informa sobre o preço de ingresso¹⁰⁵, regista o ingresso do visitante e disponibiliza um *Guião de Visita* (Anexo IX).

¹⁰⁴ Tom Windfelder (director), Archdiocesar. Boy Choir of Philadelphia. Extended Edition (2009).

¹⁰⁵ O horário de visita para os meses de Novembro a Março é das 10h00 às 17h00 e para os meses de Abril a Outubro é das 10h00 às 19h00. O MASE encerra à Segunda-feira. Ingresso: 2,50€ (bilhete normal); Descontos: estudantes, portadores e cartão - jovem, pessoas com mais de 65 anos: 1,50€; grupos escolares/catequese: 1,25€ (actividades incluídas); outros grupos (visitas guiadas): 2,00€; outros descontos: hóspedes do Seminário da Consolata, Hotel Pax e clientes da loja Santa Maria Goretti com 20% desconto. Isenções: crianças até aos 5 anos; professores, agentes turísticos, sacerdotes, profissionais de museus e jornalistas (devidamente credenciados).

O Guião para visitar o museu apresenta: 1) uma nota histórica sobre os missionários da Consolata; 2) explica a razão de ser do nome (Centro Missionário Allamano); 3) explica o que é o Centro Missionário Allamano; 4) explica o percurso expositivo do MASE. Apresenta um breve resumo de todas as salas: da Natividade, da Paixão, da Missão, de Etnologia e, finalmente a dos Pastorinhos. Faz ainda uma breve descrição da Capela. O *Guião de Visita* encontra-se disponível em vários idiomas: Espanhol, Francês, Italiano, Inglês, Alemão e Polaco (Figura 36). Curiosamente, no terreno constatou-se a inexistência de um *Guião* do percurso expositivo em Português. Percebeu-se que foi uma opção tomada pela direcção do museu justificando-a com o facto das legendas que identificam os objectos exibidos nas salas existirem em português e também porque no *Desdobrável* do MASE a informação resumida sobre as colecções é apresentada em português. Quanto ao *Desdobrável* do MASE (Anexo X) apenas existe em português. Nele apresenta-se: 1) uma breve nota histórica sobre o Instituto Missionário da Consolata; 2) uma breve nota histórica sobre o MASE; 3) descreve muito resumidamente as cinco salas de exposição do MASE. Por último, apresenta informações sobre o horário e o serviço educativo do museu. Dirigido aos visitantes mais jovens o MASE também disponibiliza um *Guião de Visita Juvenil* (Anexo XI) cujo objectivo é estimular a aprendizagem através da curiosidade.



Figura 33 – Identificação do MASE. Telas [vertical e horizontal](Foto 2012).



Figura 34 – MASE. Tela vertical com imagem dos “três Pastorinhos” (Foto 2012).

O início do percurso é marcado pela *sala da Natividade* com um painel frontal de cor azul (Figura 37). Num ambiente visual enquadrado por citações do Evangelho e com a variação da música de fundo, o visitante encontra colecções de presépios e imagens da infância de Jesus, de madeira, terracota, marfim e estanho. As mais antigas datam do século XVI e são na sua maioria, portuguesas e indo-portuguesas. Penalva (2011) assegura que estas colecções são:

Coadjuvantes numa história que se pretende narrar de forma que perdure na memória colectiva a título de inspiração ou de exemplo são as pequenas peças de metal como coroas, resplendores, varas, caldeirinhas, sapatinhos, enfim, uma infinidade de atributos que povoa a exposição permanente do museu. São, de facto, estes detalhes ou complementos narrativos que permitem a um devoto o imediato reconhecimento da imagem cultuada (...) são, assim, a expressão de um artista e de uma devoção, reunindo em si duas importantes vertentes, a Arte e a Fé (2011: 16).

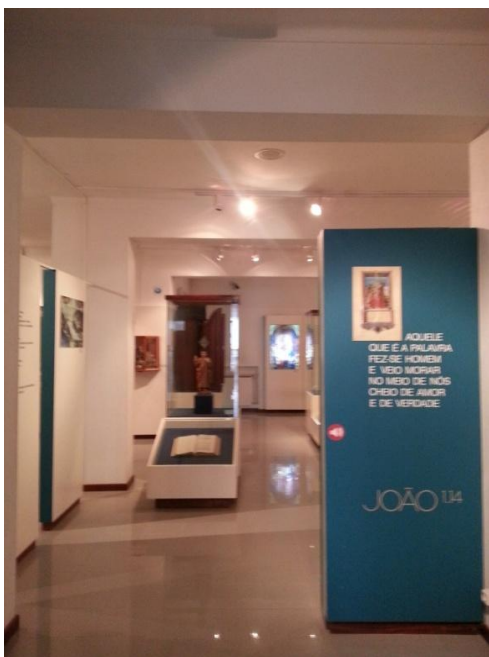


Figura 37 – Sala da Natividade (Foto 2010).



Figura 35 – Recepção do museu (Foto 2010).



Figura 36 - *Guião* de Visita do museu (seis idiomas) disposto na parede (Foto 2010).

Recorrendo-se ao uso de vitrinas reunidas no centro da sala distribuídas pelo espaço ou ainda adossadas às paredes, o visitante estabelece a orientação do seu percurso. As legendas/tabelas incluem a designação/título, período histórico, material e técnica de fabrico, proveniência e número de inventário, identificando e descrevendo os objectos. Reproduções iconográficas (exemplo: reprodução fotográfica – pintura, “*A Virgem e o menino, século XV*”, de Hans Nemling, Museu Nacional de Arte Antiga) reforçam não só a temática - a *Natividade* - mas igualmente a mensagem expositiva. Citações retiradas do Evangelho, outras de autores nacionais largamente conhecidos (Luís de Camões, Fernando Pessoa, João Saraiva, P. Baltazar Estação, Miguel Torga, José Régio, João de Deus) e trovas populares são práticas expositivas utilizadas

pelo museu como forma de alargar o sentido e campo discursivo do museu através de um apoio textual para os seus conteúdos.

O visitante tem o controlo da leitura que vai fazer, uma vez que pode escolher a leitura que vai fazer, o percurso que seguirá dentro do espaço e o tempo que levará em cada sala. O que contribui para a permanência e o despertar da curiosidade sobre as próximas salas do museu, permitindo ao mesmo tempo uma liberdade de leituras e interpretações sobre os objectos apresentados.

Na segunda *sala da Paixão e Morte de Cristo*, com transição evidenciada, através de novo painel, agora de cor vermelha (Figura 38), o visitante poderá continuar o percurso seguindo a narrativa sagrada, “revivendo o ciclo da Paixão”, conforme Franco e Vilhena de Carvalho (2011) a designam. Este percurso é pontuado por uma escultura que representa a figura de Cristo morto, com a qual termina a própria narrativa sagrada. A música de fundo continua a ouvir-se e o visitante prossegue, podendo intensificar o “olhar” ao focalizá-lo nas figuras de Cristo (Figura 39).

A iluminação sobre os objectos exibidos compõe o cenário. Paralelamente, os materiais dos Cristos são os mais diversos, conforme Franco e Vilhena de Carvalho (2011) o referem:

Se o alabastro poderá ser considerado um suporte ideal para o escultor informado e formado na tradição italiana classicista, o marfim, em que doze das obras foram esculpidas, empurrará o seu universo de origem para as possessões portuguesas no Índico (2011: 34).

A sequência expositiva continua com uma representação da Virgem da Piedade - a “*Pietà*” (Legenda: José Ferreira Thedim/1892- 1971), madeira policromada, 1927 (Figura 41), uma peça premiada na Secção de Belas Artes da Exposição Ibero-Americana de Sevilha em 1927. Ainda na mesma sala, exibem-se crucifixos dos séculos XIV ao XX, de origem *indo* e *sino* portuguesa. Juntamente com estes objectos, alfaias litúrgicas, oratórios e paramentos, exibem as “tradições devocionais portuguesas”. Adereços cénicos datados de entre o século XVII e o século XIX (Exemplo: casulas, dalmáticas, pluvial e outras peças da colecção têxtil do museu) representam vários sentidos, significados e técnicas.



Figura 38 - Sala da Paixão e Morte de Cristo (Foto 2011).



Figura 39 - Sala da Paixão e Morte de Cristo. Vitrinas centrais (Foto 2011).



Figura 40 – Escultura Virgem da Piedade, “Pietà” (Foto 2010).

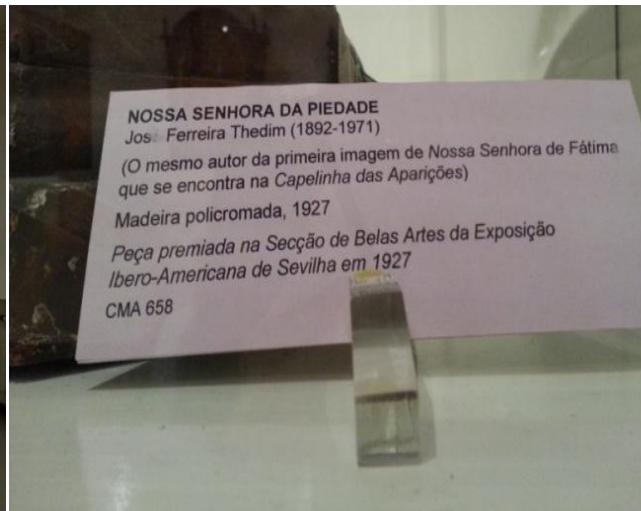


Figura 41 – Legenda (Foto 2010).

A abertura transitória para o espaço expositivo seguinte é anunciada pela música de fundo *Ô meu menino Jesus*¹⁰⁶ e pelo painel de cor verde que introduz o visitante na sala *Missão* (Figuras 42 e 43).



Figura 42 – Transição da Sala da Paixão para a Sala da Missão (Foto 2010).



Figura 43 – Sala da Missão (Foto 2010).

O esquema museográfico altera-se um pouco: mapas, gráficos e reproduções fotográficas dos diversos continentes, transportam o visitante pelos caminhos representativos da missionação que Matias e Duarte (2011) referem como:

Terras asiáticas, lugar de panteões mais antigos que a própria missionação e que com ela coabitaram, mas lugar de implantação da mensagem que os missionários levaram as paragens tão longínquas (2011: 56).

Continua o fio condutor expositivo com menções explícitas aos Descobrimentos, como se pode ler no *Painel Descobrimentos*:

Portugal partiu do seu pequeno rectângulo. Viagem para o desconhecido (...). Nas caravelas viajaram missionários. A qualquer ponto chegados aí era proclamada a Boa Nova. No estilo e na linguagem de 1500.

Alternando painéis (textos e imagens) e vitrinas, o percurso continua. Num dos *Painéis Missão*, pode ler-se:

¹⁰⁶ Madalena Leal de Faria. Canções Tradicionais Portuguesas de Natal. Quarteto Lusíada. EMI Classics (2001).

Em 1622 o Papa cria em Roma a Congregação de propaganda Fide (da propagação da fé) com o fim de promover e orientar toda a actividade missionária da Igreja. A missão alarga as fronteiras e o Evangelho é anunciado no mundo inteiro.

Numa vitrina apresenta-se a Catedral de São Tomé (maqueta) elaborada com miolo de palmeira (Figura 44).



Figura 44 - Catedral de São Tomé. Maqueta (Foto 2010).

Seguindo em frente, outra vitrina exhibe turbante em seda e sandálias de sadhu, Índia (Figuras 24 e 25). Na parte frontal o visitante pode observar um Altar doméstico com Divindade Budista, em posição de meditação (talha dourada, madeira policromada) proveniente de Macau, China (Figura 45).



Figura 45 – Altar Divindade Budista, Macau (Foto 2012).

Nos painéis expositivos *O Missionário* pode ler-se textos alusivos às funções do missionário. Os textos realçam a função do missionário: anuncia a Boa Nova, colabora na promoção humana, promove o diálogo entre culturas, dedica-se à causa da justiça e da paz, trabalha para o desenvolvimento dos povos e propõe a vocação missionária “*ad gentes*”¹⁰⁷. Ilustram-se alguns desses textos através do texto que o *Painel O Missionário* apresenta:

O missionário anuncia a Boa Nova. África o continente misterioso, vai sendo paulatinamente revelado por homens como Serpa Pinto, Livingstone, Capelo e Ivens. Surgem novos horizontes missionários que estimulam o aparecimento, dentro da igreja, de novas instituições com carisma missionário e, muitas delas, voltadas particularmente para a África, onde encontram o lugar certo para lançar a semente do evangelho.

Um outro painel informa que em Portugal estão radicadas cerca de 104 ordens, congregações religiosas e institutos seculares femininos com um total de 8.013 membros e 37 masculinos com 2.305 membros (*Painel O Missionário*). Outras

¹⁰⁷ Esta expressão encontra-se definida em Decreto emitido pelo Vaticano como um “Espaço para o qual se dirige a evangelização, isto é, os grupos e os ambientes culturais que não têm uma explícita referência a Jesus Cristo”. Concílio Vaticano II, Decreto *Ad Gentes* (18.08.2011).

informações vão sendo dadas como a divulgação de uma lista de Institutos missionários e as publicações de Institutos missionários em Portugal e os Centros existentes em Portugal de “irmãs missionárias”.

Ainda outro painel apresenta um texto com informação relativa a José Allamano (fundador dos missionários da Consolata em 1901 e das missionárias em 1910).

Destacando-se nesse painel o papel de José Allamano na Europa, principalmente na cidade de Turim, “ateou a chama da Missão na sua comunidade” (*Painel Missão*). O mesmo painel apresenta ainda um mapa descritivo dos missionários e missionárias da Consolata no mundo (Figura 46).



Figura 46 – Mapa. Missionários e Missionárias da Consolata no mundo (2011).

Continuando o percurso vários painéis alternados por vitrinas exibem objectos de Arte Oriental, como por exemplo, um “Heuglo”, vaso em mármore para queimar

incenso diante das divindades (China) ou uma escultura “Kun – Ju”, Deusa Budista em terracota (Macau).

O visitante pode agora prosseguir a sua visita para a *sala da Etnologia* (demarcação assinalada por novo painel agora cor de laranja). A partir das mensagens: “encontro de gentes e culturas e o espírito que infunde as sementes do verbo, presentes nos ritos e nas culturas e as faz maturar em Cristo” (*Painel Etnologia*), o visitante entra num espaço onde pode observar objectos de uso quotidiano “dos povos” com quem os missionários tiveram e ainda têm contacto (Figura 47).

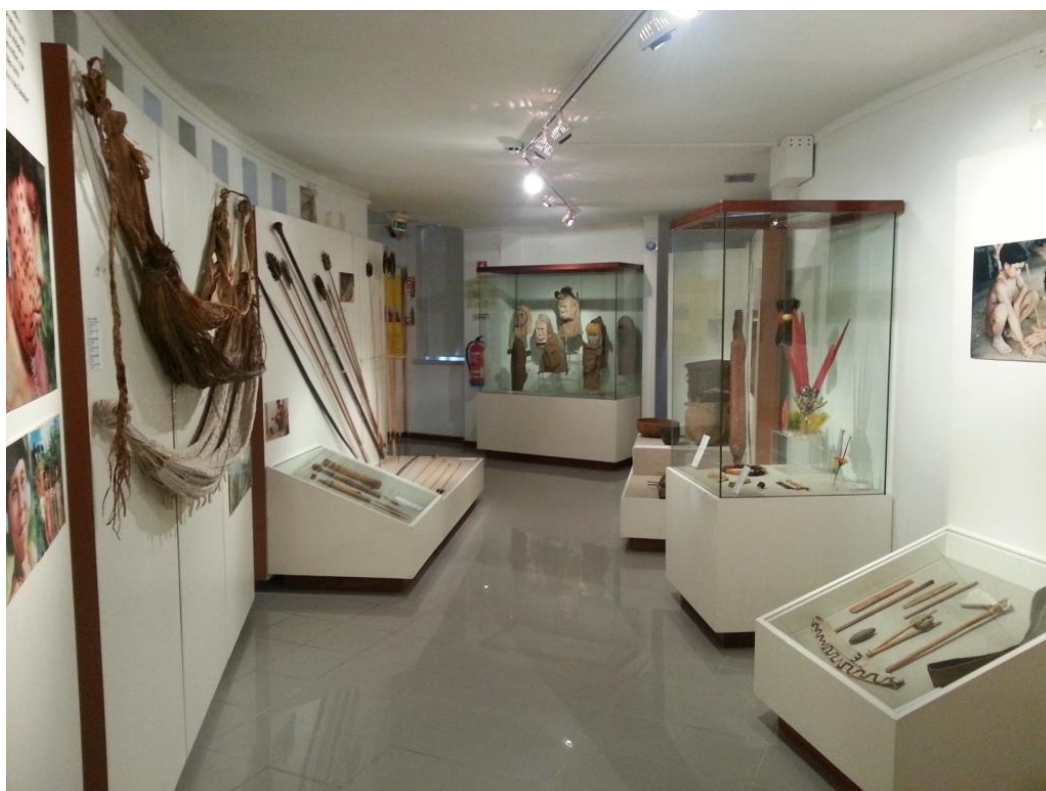


Figura 47 – Sala da Etnologia. Vista geral (Foto 2011).



Figura 48 – Sala da Etnologia. Máscaras (Foto 2011).



Figura 49 – Sala da Etnologia. Flechas (Foto 2011).



Figura 50 – Sala da Etnologia. Redes para dormir (Foto 2011).



Figura 51 – Sala da Etnologia. (Foto 2011).



Figura 52 – Sala da Etnologia. (Foto 2011).

Os objectos “etnográficos” exibidos no MASE são “memórias materializadas”, na medida em que são verdadeiros testemunhos de cultura material - suporte material que pode propiciar o acto de recordar (Hauser 2002). Recipientes dos Maasai para conservar leite, sangue ou água [Turkana, Quénia, (Figuras 53, 56 e 60). “Mochos”-bancos, [Samburu, Quénia], apoios para a cabeça e enxota-moscas (Figuras 54 e 55), máscaras de iniciados, [Kipsigi, Quénia (Figura 64), tanga em pele e pequenos discos de casca de ovos de avestruz e cabeleira em estrume e areias (Figuras 57 e 59). Colares de fertilidade e pulseiras (Figuras 58 e 66), jogos (Figura 63) e flechas (Figura 65), entre outros.



Figura 53- Recipiente em cabaça e madeira (Foto 2011).



Figura 54 - Apoia-nuca (Foto 2011).



Figura 55 - Enxota-moscas em cabelo de animal (Foto 2011).



Figura 56 - Caixa de rapé em corno de animal (Foto 2011).



Figura 57 - Cabeleira em estrume e areias (Foto 2011).



Figura 58 - Colar de fertilidade (Foto 2011).



Figura 59 - Tanga em pele e pequenos discos de casca de ovos de avestruz (Foto 2011).



Figura 60 - Corno em osso, para sangrias (Foto 2011).



Figura 61 - Pinha para massagem em madeira oca (Foto 2011).



Figura 62 - Cabaça divinatória (Foto 2011).

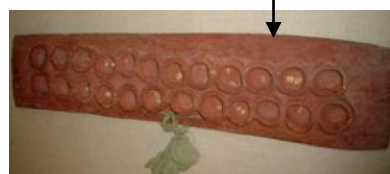


Figura 63 – Jogo das pedras (Foto 2011).



Figura 64 - Máscara em pele e capim (Foto 2011).



Figura 65 - Flecha de tipo ponta serrilhada (Foto 2011).



Figura 66 - Pulseira de defesa (Foto 2011).

A concepção da exposição procura cruzar uma pluralidade de planos e registos de leitura para revelar as diversas culturas existentes, dando a oportunidade aos visitantes de procurarem os sentidos e os lugares da identidade e da alteridade (Brito 2009).

Saindo da *sala da Etnologia* o visitante encontra um painel que indica a sala de exposições temporárias, a Capela, a *Via Sacra*¹⁰⁸ e também o miradouro. Mas o percurso ainda não está completo, pois à medida que o visitante se encaminha para o final da visita pode ainda observar mapas representando as religiões no mundo e uma cronologia comparada das religiões (Figuras 67 e 68).

¹⁰⁸ A denominação *Via Sacra* refere-se ao percurso ladeado por vitrais com motivos religiosos representando “a luz da ressurreição de Cristo” que se percorre dentro do museu até ao seu exterior com “luz natural do miradouro” sobre os jardins da Consolata e a Basílica de Fátima. Os indivíduos que passam na rua do museu observam os visitantes do MASE no alto do miradouro, podendo isso induzir curiosidade e, por conseguinte, atrair mais visitantes ao MASE (DC 2012).



Figura 67 – Mapa. Religiões no mundo (Foto 2011).

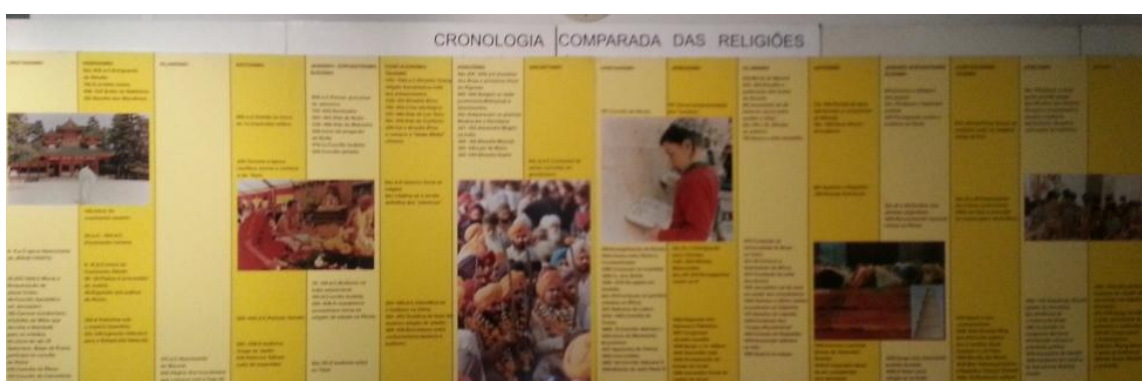


Figura 68 – Mapa. Cronologia comparada das religiões (Foto 2011).

Antes de entrar na *sala dos Pastorinhos* o visitante se depara com outros objectos entre os quais uma escultura com a representação dos “Passos da Vida de Cristo” em Ébano dos finais do século XX, proveniente da Tanzânia (Figuras 22 e 23). Ao som da música *Meditation*¹⁰⁹ o visitante prossegue finalmente, para a última sala – a dos *Pastorinhos* (Figuras 69 e 70) inaugurada em 2000. Trata-se de um espaço expositivo de reduzida dimensão, deliberadamente cenográfico, onde domina uma cenografia de “mistério” conseguida pela cor escura das paredes com pequenos focos

¹⁰⁹ Smith Mambazo, *Meditation*. Congratulations South Africa. The Ultimate Collection (2006).

de luz a incidir sobre os objectos. Esta talvez seja uma tentativa de substituir a mera contemplação pela participação e implicação directa do visitante na própria acção museográfica., proporcionada pela utilização da cor diferenciada das paredes, que beneficiam a comunicação entre o visitante e o objecto (Iniesta i González 1994).



Figura 69 – Sala dos Pastorinhos. (Foto 2011).



Figura 70 – Sala dos Pastorinhos. Vitrina (Foto 2011).

Nesta sala, entre outros objectos pessoais são exibidos também o barrete, o colete e relógio de bolso de Francisco Marto oferecido aos missionários da Consolata pelo seu pai, 'Ti Marto', assim conhecido em 1956 (Figuras 70, 71 e 72).



Figura 71 – Barrete de Francisco Marto (Roteiro 2011).



Figura 72 – Colete e relógio de bolso de Francisco Marto (Roteiro 2011).

Mas para além de outros objectos pessoais também do doador, exhibe-se ainda uma pedra do túmulo de Jacinta e Francisco Marto do cemitério de Fátima, que o mesmo ofereceu aos missionários da Consolata em 1956 (Figura 73). A réplica da imagem (Senhora do Rosário de Fátima) da Capelinha das Aparições (Figura 74) que em 1920 esteve escondida no “Xote” (caixote ou arca) por receios ligados à sua profanação apresenta-se também nesta sala. Esses objectos dão um desfecho para a lógica narrativa produzida ao longo da visita.



Figura 73 – Pedra do túmulo de Jacinta e Francisco Marto (Foto 2012).



Figura 74 – “Xote” (Foto 2012).

O terreno validou que o conjunto destes objectos intriga e desperta a curiosidade dos visitantes. Enquanto símbolos associados às Aparições de Fátima, estes objectos evocam memórias e emoções cumprindo os requisitos dos objectos museográficos que se transformam, através das técnicas de exposição em poderosos meios de acção pelos efeitos que produzem nos visitantes (Gurian 1999; Kirshenblatt-Gimblett 1991). Frequentemente, a prática museográfica engloba uma perspectiva de preocupação global recorrendo a questões mais locais ou específicas (Moutinho 2007).

Pode afirmar-se que a *sala dos Pastorinhos* é considerada pelos visitantes bastante atractiva visto o espaço exibir objectos ligados à história de Fátima e dos seus protagonistas, o que exerce grande fascínio sobre eles. Constatou-se no terreno que a procura desta sala pelos turistas acontece sobretudo no período de Maio a Outubro e que muitos tiram fotografias à tela que se encontra na fachada do MASE (Figura 34) e quando entram no museu apenas pretendem ver esta sala.

A *sala dos Pastorinhos* foi inaugurada no ano 2000. Neste ano, os “três Pastorinhos” foram beatificados¹¹⁰ e o P. Tobias de Oliveira (na altura director do MASE) desenvolveu a ideia de criar um espaço que lhes fosse dedicado. Como o pai de Jacinta e Francisco Marto (Manuel Pedro Marto) seria “muito amigo” dos missionários da Consolata acabou por doar alguns objectos mais pessoais, os quais foram integrados nesta sala.

A narrativa desta sala baseada em “objectos pessoais” visa naturalmente envolver de uma forma intensa o visitante na história dos “três Pastorinhos”. Entende-se que esta opção narrativa não anula a “natureza polissémica” própria dos objectos museológicos, que enriquece a exposição, dando a cada visitante a possibilidade de fazer a sua própria leitura, já que o mesmo objecto pode provocar diferentes sentimentos nos diferentes visitantes. A exposição enquanto “metáfora discursiva” do museu, no sentido de que é através dela que o museu representa, significa e produz sentidos acaba por atrair e cativar os visitantes.

Mas, a atractividade desta sala por parte dos visitantes parece dever-se também às técnicas expositivas observáveis no cuidado museográfico: vitrinas, luz e música. A museografia participa da procura de sentido oferecida aos visitantes. Tal facto se reveste de alguma importância, já que os visitantes não sendo receptores passivos, integram uma experiência de interpretação sobre os objectos ali em exibição. Esta sala acentua a “*performance* museográfica do património” (Pearce 1995 [1987]).

As técnicas e estratégias expositivas que caracterizam o modelo museológico do MASE acompanham os argumentos museológicos mais recentes, orientados para “eventos de *display*” (Abrahams 1981) ou “encenações” (Abrahams 1977), despertando os visitantes para o modo de ver e compreender o mundo. As colecções exibidas constituem um conjunto potencialmente representacional de “uma memória” e manifestam as intencionalidades dos autores do seu discurso. Neste sentido, “não existe posição neutra no campo de poder dos posicionamentos discursivos” (Clifford 1998: 45). Os objectos “etnográficos” ao perderem a sua função produtiva e utilitária

¹¹⁰ A beatificação significa um reconhecimento da santidade por parte da Igreja. A beatificação dos “videntes” falecidos ocorreu na terceira viagem do Papa João Paulo II a Fátima a 13 de Maio de 2000 que coincidiu com o ano dedicado à celebração de 2000 anos de Cristianismo – Jubileu da Igreja.

tornam-se “reliquias do passado”, adquirindo um novo papel significante, o de manter a “realidade invisível” (Pomian 1990: 179).

O argumento do percurso expositivo do MASE passa por uma lógica pedagógica e catequizante que procura através da materialidade dos objectos desenhar as suas trajectórias, os seus contextos de produção e utilização. Cabe ao visitante contrapor a sua própria interpretação do processo que trouxe tais objectos para o acervo do museu. Considera-se que se trata de uma oportunidade para reflexão sobre as políticas de representação que não exclua de antemão, a riqueza do material em que assentam tais interpretações, questão crucial trazida pela antropologia contemporânea.

CAPITULO IV

AS PERFORMANCES SUSCITADAS PELAS VISITAS

Enquanto objecto da Antropologia a cultura material “dos povos” sempre esteve presente nos seus estudos. Contudo, objectos e construções foram interpretados de diferentes formas, seja como evidências do contacto entre culturas, emblemas demarcadores de posições e *status* nas relações sociais, partes do sistema simbólico, etc. Contudo, ocorreram mudanças significativas relacionadas com interpretações e construções ideológicas difundidas pelas instituições museológicas. Ao alterarem de forma significativa, acabaram por afectar directamente a exibição dos acervos e colecções dos museus, que passam de um modelo “museográfico enciclopédico” à introdução de explicações sobre a função, o uso e a composição dos objectos. Segundo Kirshenblatt-Gimblett (1998), os “objectos etnográficos” por serem “criados por etnógrafos” tornam-se objectos de “arte etnográfica”. Ao serem colectados e integrados numa colecção etnográfica passam por um processo de desterritorialização e de redefinição (1998: 387). Neste processo de “criação do objecto etnográfico” valoriza-se o objecto pelo que representa e para o que remete. Formas de exibição específicas serão necessárias para contextualizar o objecto pois “o fragmento etnográfico precisa ser resgatado da trivialidade” (Kirshenblatt-Gimblett 1998: 390).

Exercitar pensamentos, tocar afectos, estimular acções, inspirações e intuições é o que as instituições museológicas ambicionam. Tocar os sentidos para melhor convencer a razão é uma das ferramentas utilizadas pelos museus para atrair visitantes (Dagognet 1993). Toma-se aqui a noção de *performance* enquanto forma de exibição cultural e a partir de Schechner (2006 [2002]), que por sua vez se baseou nas obras de Turner (1988), como diferentes formas da acção humana, que ajudam a repensar conceitos como realidade, ficção, representação, identidade, alteridade, cena, entre outros. Pensando o espaço expositivo como um “cenário” para *performances* actuais, os objectos podem participar de uma *performance*. Isso acontece quando os visitantes “enquanto espectadores” olham para os objectos em exposição. Os objectos exibidos no museu são uma forma de representação e também um “palco” onde as colecções

são encenadas. A *performance* é por definição e por prática, provisória, em construção, processual e lúdica. Desenvolvendo reflexões teóricas sobre *performance*, Schechner (2006 [2002]) parte de quatro categorias: ser, agir, atuar e estudar para reflectir.

Entendendo-se que no MASE se privilegia um discurso expositivo pedagógico e catequético, como se verá o visitante é convidado a desfrutar de um espaço museológico onde é convocado a *ser*, a *sentir*, a *agir* e a *pensar/reflectir* através das visitas orientadas¹¹¹. As visitas são conduzidas pelo director do museu e por alguns missionários da Consolata que voluntariamente colaboram nessa função. O museu também faz visitas guiadas mediante marcação prévia, em português, italiano e em espanhol. Caso exista um grupo de uma outra língua, o museu procura um intérprete para corresponder às necessidades dos grupos que pretendem visitar o museu. O mesmo acontece para grupos de surdos, o museu dispõe de um intérprete de Língua Gestual Portuguesa.

As visitas podem ser entendidas como pedagogias da cidadania. Isso significa que a essência do museu não se limita ao seu acervo e colecções. Inevitavelmente se estende a um espaço cultural e educativo (Bennett 1988). Acentue-se aqui o papel principal do museu nos processos de aprendizagem, na transmissão de ideias, conhecimentos e valores. Através das exposições e dos programas educativos como tipos específicos de comunicação, o MASE é palco privilegiado para o exercício dos direitos de cidadania no contexto social do mundo contemporâneo.

Diante deste quadro pode dizer-se que o museu se enquadra nas formas da vida e do pensamento contemporâneo, associadas ao lazer, à recreação, a uma suposta auto-educação e ao exercício da cidadania. O MASE procura “acolher” e “envolver” os seus visitantes promovendo intensamente várias actividades, onde se incluem as visitas orientadas. As visitas programadas aos espaços museológicos são adaptadas em termos de linguagem e tipo de informação ao nível de interesse dos visitantes e no caso das visitas escolares, também ao nível de escolaridade. Embora esta forma de visita conduzida por um guia não permita que o visitante a cumpra ao

¹¹¹ Entende-se por visitas orientadas as formas de visita conduzidas por um guia do museu. O papel do orientador da visita é muito importante dado o seu contacto próximo com os visitantes, eles são o meio ideal para providenciar *feedback* sobre a sua opinião (ICOMOS 1993).

seu próprio ritmo, ela acaba por estimular de forma mais evidente o desejo de aprendizagem e participação.

A dinâmica de visita é criada no sentido de proporcionar, paralelamente uma observação silenciosa e reflexão interiorizada, a possibilidade de diálogo e interação entre os visitantes e os guias. Sendo assim, entre as acções que integram o leque das políticas expositivas e educativas do MASE as visitas orientadas ocupam um lugar de destaque. Sejam elas pensadas para um público escolar específico ou para um grupo alargado, mais heterogéneo, as visitas têm sempre como objectivo estreitar os laços entre o museu e os seus visitantes, facilitar o conhecimento sobre a colecção de arte sacra e a colecção de etnologia com objectos oriundos de outras partes do mundo recolhidos em missão pelos missionários. Isto permite promover uma estreita ligação de intercâmbio de actividades com as escolas do concelho e com outras zonas geográficas¹¹², reforçando o papel do museu como instrumento de mediação cultural. Entende-se que isso corresponde à preocupação renovada para com um tipo de aprendizagem escolar e formal como dispositivo de desenvolvimento social e económico. Parece ser uma preocupação expressa pelo ICOM-Portugal através do Código Deontológico para os Museus (2003) quando atribui claramente ao museu o dever de desenvolver um papel educativo activo de maneira a facultar ao público a oportunidade de se envolver e apoiar as actividades desenvolvidas pelo museu, assim como interagir com a comunidade.

A função educativa do museu é como se viu inerente ao próprio conceito de museu (Bennett 1988). O MASE desenvolve as suas acções de uma forma organizada e pensada no contexto de uma prática social, pedagógica, construída em benefício da comunidade regional. Alarga cada vez mais o seu âmbito social de influência, através de várias iniciativas, nomeadamente as levadas a cabo pelos serviços educativos.

¹¹² Dão-se alguns exemplos de escolas não só do concelho, mas de outros concelhos que participaram das actividades do MASE e que se conseguiram validar pelo terreno. Apresentam-se por ordem alfabética: Alijó, Amarante, Aveiro, Azambuja, Barcelos, Beja, Belmonte, Braga, Bragança, Castelo de Paiva, Campo Maior, Cartaxo, Condeixa, Constância, Coruche, Covilhã, Chaves, Elvas, Évora, Espinho, Famalicão, Faro, Ferreira do Alentejo, Guarda, Leiria, Lisboa, Mafra, Marco de Canaveses, Matosinhos, Mogadouro, Montemor-o-Velho, Montijo, Nazaré, Olhão, Odivelas, Ovar, Paços de Ferreira, Penafiel, Peniche, Pombal, Pova de Varzim, Portalegre, Setúbal, Silves, Tavira, Tomar, Torres Vedras, Viana do Castelo, Vila Nova de Gaia, Vila Real, Viseu.

A concepção que cada museu tem da educação está relacionada com a própria visão que tem da sua função e da sua missão enquanto instituição, orientando as *performances* de acordo com essa visão. O museu representa cada vez mais um espaço privilegiado de abertura didáctica e dialogante em relação ao contexto escolar, a estudantes e professores, colocando em pauta a sua “finalidade informativa e formativa” (Mazzolini 2002). Isso ganha mais sentido actualmente, quando se pensa na educação fora dos contextos formais. É vista como vital para a formação do cidadão moderno. Todo um investimento e exploração de “procedimentos comunicacionais” devem permitir ao museu intensificar o seu diálogo com os visitantes.

IV.1. A ANTECÂMARA DAS VISITAS E A INTERACÇÃO DA PERFORMANCE: mente, emoção e acção.

Pensando-se o espaço expositivo como um “cenário” para *performances* actuais, a programação das actividades do MASE onde se incluem as visitas orientadas, encontra-se organizada de acordo com os diferentes ciclos escolares. Para visitas orientadas de 1º ciclo, o MASE tem preparado um *Teatro de Fantoques* cujas personagens explicam de forma divertida e motivadora as funções de um museu e os cuidados a ter no percurso da visita. A cada visitante é entregue um *Guião de visita*, para que explorem as diversas salas. Após a visita, os estudantes poderão se dirigir para a *oficina de pintura*. Nesta *oficina* são convidados a pintar aquilo que mais tenham gostado de ver no museu.

Para visitas orientadas de 2º ciclo e 3º ciclo existem duas opções recomendadas pelo MASE: opção A: visualização do documentário “O dia em que o sol bailou”¹¹³ que relata a história das Aparições de Fátima. A exploração das salas é feita através de guíões de visita. Opção B: visualização do documentário “Os Índios Yanomami – o povo

¹¹³ Edição: Santuário de Fátima, 2000. Duração: 20 minutos.

da floresta”¹¹⁴ explica a actividade dos missionários junto dos grupos índios da Amazónia brasileira. Ambas as opções de visita têm uma duração aproximada de 1h30 mas sempre flexível de acordo com a disponibilidade do grupo.

Sessões de esclarecimento e debates com testemunhos dos missionários são outras acções desenvolvidas pelo MASE para conquistar a atenção dos visitantes. O MASE dinamiza depois oficinas, teatros, *ateliês* e *workshops* adequados às matérias curriculares tornando-as ilustrativas de temas previamente determinados e cumprindo objectivos definidos. São diversas as actividades¹¹⁵ a que o museu recorre para complementar a exposição permanente com outras dimensões sensitivas que não apenas contemplativas. Nas visitas orientadas para grupos paroquiais, de catequese e de idosos em lares (*cf.* Capítulo IV.4) o MASE sugere a visualização do documentário “Fátima – experiência de fé”¹¹⁶, seguido do percurso expositivo do museu.

Como se validou no terreno, as visitas são o eixo fulcral das actividades pedagógicas do MASE. São o sustentáculo de todas as “estratégias de comunicação”, conferindo-lhe um carácter orientador das práticas museográficas numa perspectiva mais abrangente. Esta noção de comunicação pode ser vista como uma negociação de significados, como construtora de valores e subjectividades, como uma acção mais alargada, parte da política cultural do museu. Porque implica uma utilização transformadora do espaço museográfico e a sua abertura a um diálogo com os visitantes (*cf.* Capítulo IV.2).

As exigências actuais mostram que o museu deve ser um espaço dinâmico. Em cada prática educativa o museu deve acolher todos os visitantes na sua pluralidade e diversidade de saberes e condições sócio - económicas e culturais. No seio de uma sociedade que reivindica cada vez mais o direito à cidadania e onde os espaços são socialmente múltiplos e vividos, a diversidade social e cultural veio alterar o sentido educacional dos museus, optando-se por formas diversificadas de comunicação inter-

¹¹⁴ Ficha técnica: programa de Paolo Pellegrini; fotografia e montagem: António Morabito; Assistente de filmagem: Cláudio Tura; produção: missionários da Consolata (Região de Roraima), Diocese de Roraima (Brasil); realização: Nova T Produção televisiva. Torino (Itália); s/d. Duração: 14 minutos.

¹¹⁵ Exemplos: *Dia dos Beatos Francisco e Jacinta Marto* (2010); *Os Segredos da Preservação do Património – Semana Aberta* (2010); *Passeios Culturais do MASE* (2011); *Curso Livre de Arte Sacra e Arte Profana – leituras e interpretações* (2011); *Workshop Como divulgar actividades culturais* (2011); *O Conto das Quartas e Oficinas de férias* (2011); *Máscaras e pinturas faciais africanas* (2011); *Sábado das Artes* (2012); *Curso Breve O Vitral no Ocidente Europeu* (2012).

¹¹⁶ Edição: Missões da Consolata, 2004. Duração: 25 minutos.

social e inter-cultural e mesmo inter-geracional (Faria 2000) onde a dimensão lúdica, de entretenimento e de prazer se torna mais presente.

Para as visitas orientadas aos grupos escolares numa dinâmica “pedagógica e catequizante” o MASE considera como interlocutores privilegiados os professores. Eles têm vindo a ter uma participação cada vez mais activa, tornando-se actores basilares no desenvolvimento e aprofundamento das estratégias museográficas do museu. O professor acaba por ser o elo entre o museu e a escola. Dele depende a sugestão da visita (baseada nos objectivos programáticos que pretende ver complementados), o acompanhamento do grupo e, por fim, o aproveitamento e avaliação das experiências (cf. Capítulo IV.3).

Não se trata de opor o museu à escola, mas de analisar as especificidades das exposições e as *performances* do museu. Ao estudar os campos museu-escola, Van-Praet & Poucet (1992) considera que a matriz de especificidades relacionadas “ao lugar, ao tempo e aos objectos” no espaço do museu é essencial e deve ser incluída na “formação de professores” numa didáctica de museu (1992: 47). No caso específico do MASE entende-se que as visitas orientadas aos grupos escolares são um complemento ou uma extensão do ensino formal importante. Tratando-se de visitas pedagógicas solicitadas por grupos organizados por interesses e objectivos particulares, ocorrem de uma maneira geral sobre temas sugeridos por aqueles a quem se destinam (os grupos) definidos em contactos prévios com os responsáveis ou representantes dos mesmos (professores).

O MASE ao abordar vários temas dos programas curriculares a partir dos objectos concretos que guarda e exhibe tenta cumprir com o objectivo de aprendizagem, sem retirar a espontaneidade e o prazer da descoberta aos visitantes. Por exemplo, para cada grupo de visitantes escolar é estabelecido um número máximo de vinte e cinco elementos. No caso de grupos muito numerosos, como é habitual acontecer no MASE, os visitantes são divididos: metade do grupo segue um guia realizando a visita (o documentário inicial, que serve de mote introdutório é deixado para o fim da visita - auditório) a outra metade segue outro guia, observando o documentário inicial no auditório ou ainda iniciando com actividades complementares. A quantidade de visitantes é um factor que influencia a eficiência da visita, dependendo do espaço disponível para circulação e contacto entre os visitantes.

Tendo em conta as funções de visita, preservação e exposição, (que se colocam do lado da oferta) ao que se acrescentou mais contemporaneamente, o lazer (que se coloca fundamentalmente do lado da procura) a actividade educativa do museu é cada vez mais evidente. Mas trata-se de uma missão educativa sobretudo interpretativa, que pretende ensinar através da visualização dos objectos, enquanto complemento do processo tradicional de aprendizagem por intermédio das palavras e da verbalização (Magalhães 2005). No caso do MASE enquanto local que reúne diversas manifestações culturais e religiosas, essa missão educativa amplia-se, incorporando a ideia de uma cidadania construída com base no princípio da diversidade criativa, num contexto catequético através do acervo cultural e religiosamente diversificado que exhibe nas suas colecções.

IV.2. A VISITA E OS SENTIDOS APROPRIADOS POR PARTE DOS VISITANTES ESCOLARES

Baseado no espaço expositivo do MASE como um “cenário” para *performances* actuais. Pretende-se mostrar que o MASE transforma-se num lugar heurístico, fecundo pelas apropriações e significados que catalizam. Com o objectivo de desconstruir os sentidos apropriados por parte dos estudantes na sua visita ao MASE, vários percursos de visita foram acompanhados. Os horários para a concretização das visitas escolares são programados antecipadamente entre a escola e o museu. A escola indica o número de estudantes e o nível de escolaridade. O percurso de visita para os grupos escolares segue o mesmo tipo de organização para todas as outras visitas.

A visita inicia-se pelas 9h10m. O grupo é encaminhado para o auditório do MASE para visualizar o documentário “Os Índios Yanomani - o povo da floresta”. O documentário apresentado chama a atenção para alguns dos problemas que atingem os Índios Yanomani, destacando a importância dos missionários na defesa e no auxílio que prestam a estes grupos de índios. Após a visualização do documentário, dois

estudantes ensaiam e assumem performativamente o papel de duas “formigas missionárias” (Figura 75).

Os estudantes, entretanto transformados em “formigas” conduzem os restantes colegas do grupo pelos espaços do museu, utilizando para isso um *Guião de Visita* composto por várias questões (Figura 76), tais como: a) Enumera os problemas que atingem os Índios Yanomami; b) Refere as formas de auxílio utilizadas pelos missionários da Consolata; c) Mostra a importância do ensino do Português ao “Povo da floresta”; d) Regista alguns meios para auxiliarem também este povo¹¹⁷. Os estudantes tentam responder a essas questões durante o percurso expositivo do museu (Figuras 77 e 78).



Figura 75 - Estudantes (transformados performativamente em formigas: a For e a Migas) e o guia da visita (Foto 2010).



Figura 76 - *Guião* de Visita (Foto 2010).



Figura 77 - Estudantes respondem às questões do *Guião* (Foto 2010).



Figura 78 - Estudantes respondem às questões do *Guião* durante o percurso (Foto 2010).

¹¹⁷ Fonte: *Guião* de Visita. MASE, s/d).

Tomando-se a abordagem “*performativa* do mundo” a partir de Schechner (2010) que a compreende como um lugar em que se reúnem ideias e acções. A noção do autor de encontro, de interacção da *performance* é aqui apropriada também como um exemplo para o MASE. A *performance* museográfica assume papel preponderante na activação da aprendizagem escolar e formal, “onde mente, corpo e emoção” são envolvidos como unidade (Schechner 2010). É nesta interacção que a *performance* não é apenas uma representação, mas uma experiência, uma vivência, uma experimentação (Raposo 2010).

O MASE enquanto espaço cultural e social permite formas de representação e de encenação. Em *performance*, dentro do espaço expositivo, as colecções com os seus objectos etnográficos, os estudantes, o guia, todos têm um papel social a assumir de acção e de reflexão. Entende-se que a transformação *performativa* dos estudantes ao assumirem o papel de actores (formigas missionárias) enquanto prática do “ensaio performativo” envolve processos de ensino-aprendizagem dentro do espaço expositivo possibilitando a construção do conhecimento. Este processo *performativo* em que os visitantes se envolvem e interagem estabelece aquilo que Schechner (2010) considera ser “um modelo de construção do conhecimento” (2010: 26). Toda e qualquer das actividades da vida humana podem na realidade ser estudadas enquanto *performance* (Schechner 2006 [2002]) conforme o autor explica:

Tratar qualquer objecto, trabalho, ou produto (...) quer dizer investigar o que faz o objecto, como interage com outros objectos e seres, e como se relaciona com outros objectos e seres (...) performances existem sempre enquanto acções, interacções e relações (2006 [2002]: 4).

O MASE através das suas salas expositivas com as suas colecções ao propiciar o “ensaio performativo” por parte dos estudantes conquista a sua atenção para os objectos em exibição potencializando através dessa via, uma maior compreensão da narrativa apresentada pelo museu. Estimula a imaginação dos “espectadores” (visitantes) a “consumir a narrativa” do museu. Victor Turner (1988) considera que a experiência emocional e cognitiva apenas pode ser conhecida através da *performance*. O percurso de visita guiado pelas “duas formigas missionárias” convida o grupo de

estudantes a prosseguir para outras salas expositivas. Incentiva-se o grupo a prestar atenção ao que observa e todos os estudantes escrevem com entusiasmo as respostas no Guião¹¹⁸.

De seguida são encaminhados para a sala 1 - *Natividade*, dirigindo-se a sua atenção para os vários objectos exibidos. Ali se destaca a fusão de elementos artísticos utilizados em Portugal e na Índia que resultaram no estilo Indo-português. Dali seguem para a sala 2 - *Paixão e Morte de Cristo* onde se dá destaque a várias representações, referenciando-se as mais antigas (século XIV). Continuam depois a visita na Sala 3 - *Ressurreição de Cristo* onde podem observar a “aventura dos primeiros missionários no mundo”. O grupo de estudantes continua a responder às questões do Guião de visita (Figura 78) sendo que, nesta sala, a pergunta se refere às principais dificuldades que um missionário encontrará ainda hoje quando parte para as missões¹¹⁹. O grupo de estudantes chega então à sala 4 - *Etnologia*. Aqui é dado destaque ao grupo étnico africano, os Maasai como “povos semi-nómadas”, cujas famílias habitam em “malocas” (habitações indígenas) e mais uma vez os estudantes respondem ao que é solicitado pelo *Guião de Visita*¹²⁰.

Por fim, o grupo de estudantes visita a última sala expositiva, sala 5 - *Pastorinhos*. Esta é a sala mais recente do museu, inaugurada em Maio de 2000 quando o Papa João Paulo II se deslocou a Fátima para beatificar Jacinta e Francisco Marto (cf. Capítulo III). A visita ao MASE chega então ao fim. O grupo de estudantes aproveita para almoçar no espaço exterior ajardinado do MASE (Figuras 81 e 82).

¹¹⁸ Respostas dadas pelos estudantes e anotadas: A – Destruição das florestas, contaminação, mortes causadas pelas doenças levadas pelo “Homem branco”, nomeadamente sarampo e varicela. Os garapeiros expulsam estes povos das suas terras; B – Ajudam na saúde, através de medicamentos e vacinas e também na educação; C – Capacidade de se defenderem para denunciar os problemas; D – Campanhas de sensibilização, etc. (DC 2010).

¹¹⁹ Os estudantes respondem que as principais dificuldades actuais para os missionários que vão em missão são: adoptarem-se ao clima, aos costumes, aos sabores, aprender uma nova língua e sujeitarem-se a perseguições (DC 2010).

¹²⁰ Questões a responder e as respostas dadas pelos estudantes e anotadas: a) Observaram vários objectos dos Maasai, um povo semi-nómada africano. Identifiquem a sua principal actividade económica. Resposta: *pastorícia*. b) Na sua sociedade, há um grupo denominado Moran. Qual a sua função? Resposta: *defender a tribo de guerreiros* (DC 2010).



Figura 79 – O Guia destaca algumas curiosidades na sala da Etnologia (Foto 2010).



Figura 80 - O Guia destaca algumas curiosidades na sala da Etnologia (Foto 2010).



Figura 81 - Espaço exterior do MASE. Estudantes almoçam depois da visita (Foto 2010).



Figura 82 - Espaço exterior do museu. Estudantes almoçam depois da visita (Foto 2010).

Entende-se que o percurso de visita propiciado pelo MASE dá aos visitantes formas simbólicas baseadas na transmissão de significados e valores resultantes das colecções do museu. Significa que poderá permanecer um “processo discursivo” (Foucault 2005), que abarca práticas significativas historicamente e culturalmente localizadas e um “processo reflexivo” (Giddens 1991), que engloba reflexão crítica no fluxo do pensamento e da acção. Os objectos são *performados* e exibidos perante os visitantes para contemplação, sensibilização e experimentação.

Esta actuação vocacionada para o benefício cultural e social de visitantes múltiplos e diversificados traduz-se no aumento quantitativo dos seus visitantes provenientes de grupos sociais e etários cada vez mais vastos, como atesta o aumento de visitas provenientes de centros escolares, lares de idosos, etc (cf. Capítulo IV.5).

O dinamismo do museu passa pela sua capacidade de criar condições para que o seu espaço museológico se construa como espaço de experimentações e de práticas pedagógicas estimulantes. A adequação e resposta às experiências específicas solicitadas pelos visitantes passam pela adequação de uma linguagem museológica de compromisso com a actualidade.

O museu tem procurado intensificar a sua aproximação aos visitantes e território. Junto dos colégios de Fátima, o museu tem procurado realizar parcerias em diferentes projectos desde o 1.º ciclo ao secundário. Procura ter um bom relacionamento com os docentes das escolas. Quanto aos estabelecimentos de ensino de outras áreas do país, o museu envia no início de cada ano lectivo, cartas de apresentação do MASE, informando os docentes das actividades do serviço educativo. O museu divulga também as iniciativas através de correio electrónico, facebook e *blogue*. O MASE apresenta várias propostas de actividades para visita do museu ao responsável do grupo. Essas actividades são escolhidas de acordo com o âmbito das visitas e perfis dos estudantes. Os recursos são adaptados também aos conteúdos programáticos da disciplina pela qual a visita é realizada.

O terreno validou que para o MASE não são apenas os acervos da cultura material que servem para transmitir os conhecimentos associados à colecção de arte sacra e etnologia, também a *performance* é utilizada para “atrair” mais visitantes ao museu. Para além das visitas orientadas à exposição permanente das colecções do museu decorrem em paralelo exposições temporárias com temáticas diversificadas (cf. Capítulo IV.1).

Compreende-se que a transmissão nunca acontece sem transformação. No discurso do MASE o que é importante não são tanto os objectos patrimoniais e culturais, mas antes “os estudantes”, “os visitantes” que participam nas actividades do museu. Esta constatação em concordância com os estudos de Gurian (2007) que evoca o potencial do encontro entre os visitantes e as colecções o considera “transformador” num lugar de “validação pessoal” (2007: 47). Acrescentaria-se no caso do MASE para

além de um espaço transformador, um espaço também de “reconhecimento individual” suscitado pela *performance* museográfica. Permite-se aos visitantes reflectirem sobre as formas culturais e sociais da sociedade. É também com este sentido que Brito (2003) considera o museu:

Um eficaz disseminador de conhecimento, estimulador de compromissos e de participação cujo objectivo é levar os visitantes a se nomearem mais enquanto projecto e acção do que memória (2003: 276).

Através da sua prática expositiva o MASE “comunica” aos visitantes as suas narrativas. As escolas do concelho e de outras zonas geográficas (*cf.* Capítulo IV.3) procuram o museu em âmbitos disciplinares distintos como Geografia, História, Antropologia Cultural e Educação Moral e Religiosa Católica.

IV.3. A VISITA DE ESTUDANTES AO MASE: relação das matérias escolares com a narrativa do museu

No terreno procurou-se perceber a relação que os estudantes fazem das matérias leccionadas na escola com a narrativa do museu. Um grupo de estudantes¹²¹ inseridos nas disciplinas de História e de Geografia visitaram o museu para confrontar as matérias abordadas na escola com o museu. A visita foi programada antecipadamente entre o professor e o museu. A visita no âmbito da História tinha como objectivo os alunos relacionarem os conteúdos relativos aos “Descobrimentos” com o museu e no âmbito da Geografia relacioná-los com a diversidade cultural:

Perceberem os factores de identificação cultural como a língua, a religião, os hábitos, também perceberem que a mistura de culturas e um dos termos, aliás, que nós fizemos questão de referir é o de aculturação. Uma vez que houve todo o processo de colonização e hoje devido também às migrações, a facilidade com que as pessoas se deslocam, cada vez mais, há este intercâmbio cultural. (...) na Geografia mais com o objectivo de haver sempre respeito pelas

¹²¹ Escola do Colégio Sagrado Coração de Maria, Fátima (alunos do 8º ano de escolaridade).

diferenças culturais, a aceitação (...), o que trabalhamos mais é de facto a diversidade, não à xenofobia, não ao racismo, a parte da aculturação¹²².

A acentuação é dada à diversidade cultural e aos Descobrimentos. Deixando-se transparecer uma ideia de retórica dos “Descobrimentos”, insubstituível como elo de ligação de factos históricos significativos do “encontro de culturas”: a cultura portuguesa transposta para além-mar no seu diálogo com as culturas locais num processo de inter-relações, de mediação entre olhares e de modos de sentir e compreender. Pode entender-se que o MASE transmite um discurso que é intercultural, coadunando-se com as sete funções que Faria (2001) enumera para os museus em geral:

A função identitária, a função de sociabilidade, a função de participação cívica, a função de solidariedade, a função de inclusão multicultural, a função de informação, função de aquisição/transmissão de conhecimento de modo crítico e de acordo com múltiplas leituras (2001: 27).

Na comparação que os estudantes fazem entre a narrativa do museu e as matérias leccionadas, aplicam as expressões “diferentes culturas”, “misturas de culturas”, “aculturação” e “diversidade cultural”¹²³. O termo “aculturação” aqui utilizado no discurso dos estudantes é entendido como o resultado do contacto existente entre duas culturas diferentes que sendo prolongado tem efeitos culturais transformadores. Já no discurso missionário a utilização do termo “inculturação” refere-se a “uma realidade comum e vivida na história da Igreja: a relação da fé com a(s) cultura(s) num diálogo de enriquecimento recíproco”, como se pode observar num dos painéis expositivos do museu¹²⁴. O enfoque que é dado parece envolver

¹²² Entrevista a PGD, 03.11.2010.

¹²³ Entrevista a AD (8º ano), 03.11.2010.

¹²⁴ “Pela inculturação, a Igreja encarna o Evangelho nas diversas culturas e simultaneamente introduz os povos com as suas culturas na sua própria comunidade, transmitindo-lhes os seus próprios valores, assumindo o que de bom nelas existe e, renovando-as a partir de dentro. Por sua vez, a Igreja, com a inculturação, torna-se um sinal mais transparente daquilo que realmente ela é, um instrumento mais apto para a missão. Graças a esta acção das Igrejas locais, a própria Igreja universal se enriquece com novas expressões e valores nos diversos sectores da vida cristã, tais como a evangelização, o culto, a teologia, a caridade; conhece e exprime cada vez melhor o mistério de Cristo, e é estimulada a uma renovação contínua. Estes temas, presentes no Concílio e no Magistério sucessivo, tenho-os enfrentado repetidamente nas minhas visitas pastorais às jovens igrejas. A inculturação é um caminho lento, que acompanha toda a vida missionária e que responsabiliza os vários agentes da missão *ad gentes*, as

simultaneamente um domínio catequético num apelo à procura do conhecimento de outras culturas, na apreensão das suas expressões mais significativas, assumindo o que nelas de “bom existe e renovando-as a partir de dentro”. Entende-se que os conceitos aculturação e inculturação (enculturação)¹²⁵ não são antagónicos antes complementares, embora complexos. O discurso missionário que não é neutro, porque parte da religião e sua difusão, articulam-se bem assim como, a comunicação intercultural cuja função está cada vez mais presente nas dinâmicas museográficas. Albino (2004) refere que a “comunicação intercultural” é importante:

Com vista a que se ampliem conhecimentos, se abram horizontes, se valorizem culturas e patrimónios, se difundam valores e atitudes de aceitação da diversidade étnica e sociocultural, ultrapassando etnocentrismos e contribuindo para uma visão aberta, plural e universal do mundo (2004: 47).

Os discursos dos estudantes em relação às colecções em exibição no MASE reflectem a importância da visita não só para a “difusão intercultural”, mas também para a compreensão e valorização da diversidade cultural e a abertura à tolerância. A propósito da “diversidade cultural e religiosa” alguns autores defendem que a expressão é sinónima de outros termos como heterogeneidade, multiculturalismo, pluralismo (Eade & Sallnow 2000). Para estes autores a questão do uso de diferentes conceitos é escolhido de acordo com a política do conhecimento que domina num momento particular da sociedade. Este entedimento ajuda a constatar que nos discursos dos estudantes as expressões mais utilizadas por eles ao descreverem as colecções do MASE são as utilizadas e apreendidas no contexto das aulas, isto é, antes de se deslocarem ao museu.

comunidades cristãs à medida que se vão desenvolvendo, e os Pastores que tem a responsabilidade de discernimento e de estímulo na sua realização” (MASE, Painel *Inculturação*). Embora o texto não apresente a sua autoria, segundo o director do MASE, o texto terá sido retirado da Encíclica de João Paulo II *Redemptoris Missio*, nº 52, 1990.

¹²⁵ “Enculturação” - processo consciente ou inconsciente pelo qual um indivíduo assimila, ao longo da sua vida, as tradições do seu grupo e age em função delas. Muitas vezes pode ser sinónimo de “socialização ou internacionalização da cultura” na medida em que existe um processo de transmissão da cultura e “inovação e ou invenção cultural” (Pannoff & Perrin 1973).

Outros grupos de estudantes visitam o museu no contexto da disciplina de Educação Moral e Religiosa Católica. O objectivo da visita para este contexto é explicado pelo professor responsável¹²⁶:

Nós estamos a dar neste período lectivo o sentido da vida, onde os alunos participam bastante (...), vimos um filme muito bom que é a força do amor (...). Dentro do sentido da vida pensei, vamos a Fátima, por acaso quando pensei vir cá, não pensei tanto no museu, nós vamos visitar o Centro de Acolhimento de Deficientes Profundos de D. João Paulo II, de tarde, que está tudo ligado ao sentido da vida e também vir a Fátima só ir para lá, lembrei-me que também podíamos visitar, cá está, este museu, uma vez que nós temos um tema que é arte, vida cristã na arte, que está ligada aos museus (...)¹²⁷.

Os princípios de continuidade da sala de aula para o museu são expressos através do recurso a ideias como a de “sentido da vida” e “vida cristã na arte”. Os discursos dos alunos exprimem-se de várias formas:

Saio com a ideia de que a Santíssima Trindade são universais, são cada vez mais universais, chegam a todo o lado e ao respeitarmos a cultura do nosso irmão, por assim, dizer, estamos a aproximar-nos deste Cristo e sua influência¹²⁸.

Fico com a percepção dessas tais esculturas que desconhecia, os nomes e os objectos, e assim, fico com uma percepção mais alargada dessas culturas e ali que é uma coisa universal, que todas as pessoas tem belas ideias, e que o Deus é o mesmo, e que Jesus é o mesmo¹²⁹.

Já demos as várias religiões, esta é uma forma de conhecermos as outras religiões e outras culturas¹³⁰

Ajuda muito a termos mais conhecimento daquilo que é, lá está, outras culturas, dá para aprendermos também mais sobre a nossa religião como é que eram as coisas há anos atrás¹³¹.

¹²⁶ O caso apresentado refere-se a um grupo de estudantes da Escola Secundária de Benavente (alunos do 10º ano de escolaridade) e também a um grupo de alunos da Escola Emídio Navarro de Almada (alunos do 7º ano ao 10º ano de escolaridade).

¹²⁷ Entrevista a PEMRC, 17.11.2010.

¹²⁸ Entrevista a AA (10º ano), 17.11.2010.

¹²⁹ Entrevista a AB (10º ano), 17.11.2010.

¹³⁰ Entrevista a AE (10º ano), 14.12.2010.

¹³¹ Entrevista a AE (9º ano), 14.12.2010.

Os sentidos apropriados por parte dos estudantes parece orientá-los para uma “maior consideração e respeito por outras culturas” e para um “maior conhecimento sobre a diversidade religiosa”. A narrativa apropriada pelos estudantes parece ser estimulada pelo MASE através de um painel expositivo que apresenta uma cronologia comparada das religiões (cf. Capítulo III, Figura 68). Entende-se por isso, que este é mais um dos contributos da narrativa do MASE. Segundo o professor de Antropologia Cultural os objectivos dos alunos¹³² ao visitarem o MASE são vários:

- 1) Conceitos/noções de antropologia, cultura e diversidade cultural. Pretendia-se que os alunos: a) Situassem os discursos no tempo e no espaço; b) Compreendessem o ser humano na sua multiplicidade;
- 2) Conceitos/noções de ciclo de vida, ritual, rito de passagem rito de instituição (que estão relacionados com o conteúdo domínio de ritual). Pretendia-se que os alunos: a) Compreendessem as dimensões rituais do ciclo de vida individual e a sua inscrição numa ordem social; b) Identificassem a presença do ritual em múltiplas dimensões da vida social;
- 3) Conceitos/noções de técnicas do corpo (que estão relacionadas com os conteúdos As linguagens do corpo, corpo, aprendizagem e ritual). Pretendia-se que os alunos: a) Analisassem áreas particulares de expressão de códigos culturais com incidência corporal; b) Analisassem a relação corpo, cultura e posição social;
- 4) Conceitos/noções de Sagrado, Religião, Mito, Politeísmo, Monoteísmo (que estão relacionadas com o conteúdo A Religião na vida social). Pretendia-se que os alunos: a) Evidenciassem as dimensões rituais do ciclo de vida individual e a sua inscrição numa ordem social; b) Identificassem a presença do ritual em múltiplas dimensões da vida social¹³³.

Através das materializações culturais exibidas na sua diversidade, os estudantes são confrontados com exercícios de alteridade e construções de si mesmo no confronto com o “outro” cultural. O MASE procura desenvolver uma narrativa que desperte o *engajamento* dos estudantes com os objectos exibidos, propiciado pela *performance* museográfica que oferece. O museu mais uma vez busca articular-se com os visitantes de uma forma cúmplice, comprometedora, assumindo por essa via, um protagonismo partilhado. A pluralidade, a universalidade, a diversidade de saberes em diálogo é estimulado. Facto que concorre para reforçar a narrativa “catequizante” do MASE. Ela parece reforçar a percepção que os estudantes fazem da humanidade na

¹³² Grupo de estudantes do CEF – Centro de Estudos de Fátima (alunos do 12º ano de escolaridade).

¹³³ Entrevista a PACLQO, 12.04.2012 (concedida pelo professor através de *email*).

sua multiplicidade e revelação social e cultural. As entrevistas realizadas são reveladoras desse impacto:

A relação da visita ao museu com a nossa disciplina vem do estudo das sociedades, da sua cultura e dos seus costumes. Em todas as salas estavam presentes as matérias leccionadas como o nascimento, a vida quotidiana e a morte¹³⁴.

Em antropologia aprendemos a importância da religião na vida das sociedades, o valor que lhes é atribuído. A representação das figuras religiosas, tal como Jesus e São Francisco de Assis, tem uma importância extrema pois são louvados e é a eles que as pessoas rezam por protecção. O que demos em antropologia foi reforçado com esta ida ao museu, passamos da teoria à prática e uma imagem vale mais que mil palavras. Tanto na sala da natividade como na sala da paixão encontramos várias representações de Jesus em diferentes fases da sua vida, percebendo assim o quanto a religião importou e continua a ser um elo de ligação¹³⁵.

As exposições relacionam-se com a matéria leccionada nas aulas de antropologia sendo que a sala da natividade se relaciona com o tema do nascimento e religião, a sala da paixão e da missão relacionam-se com o tema religião e por último a sala de etnografia tem que ver com o tema cultura¹³⁶.

Este museu proporciona exemplos concretos daquilo que uma cultura representa e nos transmite. Desde a história da nossa religião cristã aos seus símbolos, desde o nascimento à morte de Cristo. Tudo isto são temas abordados na disciplina de antropologia cultural, assim como, na sala de etnografia em que nos é possível estudar as várias culturas lá presentes de forma antropológica e relacioná-las com a nossa¹³⁷.

Os discursos dos estudantes ao visitarem o MASE no âmbito da disciplina de Antropologia Cultural focam a importância e a “representação das figuras religiosas” na vida das sociedades e a compreensão do ser humano na sua multiplicidade e tolerância. A valorização do conceito da tolerância foi protagonizada pela UNESCO (1995)¹³⁸ como sustentáculo dos direitos universais da pessoa humana e do pluralismo cultural. A “linguagem” que uma colecção, imagem, objecto expressa quando “conquistada” pelos visitantes, significa abrir um diálogo, capaz de despertar

¹³⁴ Entrevista a AEN (12º ano), 12.04.2012.

¹³⁵ Entrevista a ADG (12º ano), 12.04.2012.

¹³⁶ Entrevista a ABD (12º ano), 12.04.2012.

¹³⁷ Entrevista a ABZ (12º ano), 12.04.2012.

¹³⁸ Declaração Universal dos Direitos do Homem - Declaração de Princípios, artigo 1.3, (1948).

sensações, sentimentos e evocações (Gonseth 1984). Depreende-se que o contacto mútuo entre espaço museológico e visitante provoca reacções de estranhamento e desafia o entendimento. Mediatiza o processo “etno-antropológico da hospitalidade, do relativismo cultural, da afirmação plena do homem, simultaneamente singular e igual aos *outros*” (Ramos 1996: 47).

IV.4. A VISITA DE IDOSOS AO MASE: relações de “diálogo social” com a narrativa do museu

Considera-se que o MASE é um espaço que além de propiciar visões sobre “diferentes culturas” e portanto diferentes visões do mundo, estimula relações de diálogo entre diferentes grupos etários. O terreno mostrou que o museu é procurado por lares de idosos, mas a visita é quase sempre condicionada em termos de permanência de tempo no museu. Ela é programada em função de outras visitas que passam pelo Santuário, “assistir ao terço” e por outros museus existentes em Fátima. As visitas ao museu para outros grupos de lares de idosos seguem a programação da visita que aqui se dá conta¹³⁹. O autocarro parou à entrada do MASE por volta das 10h30m (Figura 83). No espaço amplo da recepção do museu (Figuras 84 e 85) destacados pelas boinas amarelas que envergavam nas cabeças e com perceptível nível de entusiasmo, os visitantes cumprimentaram quase em unísono a recepcionista, a mim (que acompanhei a visita) e o missionário que iria conduzir a visita.

¹³⁹ Lar da Santa Casa da Misericórdia, Fátima.



Figura 83 – Lar. Chegada do grupo ao MASE (Foto 2010).



Figura 84 – Lar. Entrada do grupo no museu (Foto 2010).



Figura 85 - Recepção do grupo (Foto 2010).



Figura 86 – Organização do grupo (Foto 2010).

A música de fundo embora ali naquele momento, ligeiramente abafada pelo entusiasmo e organização dos visitantes (Figura 86) permitiu perceber alguma ansiedade por parte da animadora sociocultural (responsável pelo grupo), no cumprimento de horário. Fazia parte da programação, além da visita ao MASE (incluindo o almoço no espaço ajardinado do museu), “a ida à Capelinha, assistir ao terço às 14h”¹⁴⁰. Com tal preocupação a responsável pelo grupo pediu ao missionário (que naquele momento ia dar início ao percurso expositivo) que as explicações sobre

¹⁴⁰ Conforme explicado pela animadora sociocultural (DC 2011).

os conteúdos das colecções fossem aligeiradas. O missionário anuiu, dando início à visita, começando por se apresentar ao grupo: “há 4 anos que estou aqui nesta comunidade e vou partilhar convosco algumas experiências à medida que formos explorando as salas do museu (...)”¹⁴¹.

O MASE procura através de uma programação antecipada ir ao encontro dos objectivos pretendidos pelas instituições quer, nas visitas de grupo das escolas quer, nas visitas de grupo de lares. A possibilidade de reflexão sobre as relações sociais que se estabelecem no processo de constituição da significação de um objeto é uma prioridade. A ambos os grupos (escolar e idoso), é dada a oportunidade de perceberem e experimentarem subjetivamente as suas posições e identidades como “algo tão real e concreto” quanto os objectos que os simbolizam.

As visitas conduzidas pelo diretor do museu e pelos missionários procuram criar uma interacção entre eles e os grupos. Questões “provocativas”, exploração de determinados materiais, leitura de textos, observação de pormenores mais reconditos numa escultura, etc, são práticas eficazes para concretizar uma participação activa entre os guias e os grupos. Os comentários feitos pelos visitantes acabam por produzir efeitos positivos que em futuras visitas são aproveitados para enriquecimento da *performance* museográfica.

A diversidade de colecções em exibição no MASE revela-se ideal para a provocação que interpõe na interiorização dos visitantes quanto à forma de entenderem e de explorarem diferentes contextos sociais e culturais¹⁴². O museu constitui-se como um espaço de lembranças e esquecimentos. John Urry (1996) sugere que a forma como as sociedades recordam o passado é um elemento fulcral para a teoria social. O autor indica que “o passado é incessantemente construído no e através do presente” (1996: 48). As colecções, os objectos não são um “evento original tal como ocorreu no passado, são sim uma representação dele” (Peralta e Anico 2009: 6). Num espaço onde as tramas sociais e culturais se tecem quotidianamente, o museu coloca em pauta o diálogo entre culturas, permitindo um processo de construção de significados e pensamentos compartilhados.

¹⁴¹ Missionário MB1, 2010.

¹⁴² Veja-se, entre outros, o exemplo do British Museum que utiliza as colecções que “integram artefactos etnográficos” com a mesma finalidade (dirigidas maioritariamente a grupos escolares e de idosos em lares). Site British Museum (2012).

Com a crescente fluidez das fronteiras das instituições museológicas, um dos principais desafios no século XXI é responder à transformação do seu papel social. O museu deve contribuir social e culturalmente para o desenvolvimento da sociedade num mundo globalizado e ao mesmo tempo repleto de diversidades. Turner (1982) ao discutir sobre a teoria dos símbolos, caracteriza-os de “multívocos e não unívocos” (1982: 71), isto é, um símbolo pode representar múltiplos significados. Isso confirma o lugar do museu numa rede de espaços em que as representações materiais que se inspiram no passado se organizam para recriar narrativas e, de certa forma, fundamentam modos de ser e de estar. Reside a ideia de que os museus com os seus acervos, colecções e exposições desempenham um importante papel na dinâmica das sociedades contemporâneas.

A partir de uma base discursiva sobre a qual se desenvolve a construção de identidades e de modalidades de cidadania (Bennett 1995), o museu poderá assumir destaque nesse cenário possibilitando aos visitantes ver o mundo à sua volta e também se verem reflectidos no mundo nos seus diferentes papéis e identidades multifacetadas.

Pensar o acervo e colecções do MASE é estar diante de um universo complexo e heterogéneo, no qual são “manuseados” símbolos e códigos comuns, apesar das diferenças individuais. Onde se estabelecem vínculos afectivos ao compartilhar valores e dimensões simbólicas da vida social, e para os quais, provavelmente, o MASE nunca terá apenas um único significado. O terreno validou por parte de grupos de estudantes e idosos discursos carregados de valores e sentimentos. As representações observadas misturam-se umas às outras, na medida em que estes participam e partilham vários significados referentes ao espaço.

IV.5. A ORGANIZAÇÃO DE *PERFORMANCES* PARA CAPTAÇÃO E ENVOLVIMENTO DOS VISITANTES

Nunca a *performance*, enquanto exibição cultural, foi tão expressiva no MASE como na actualidade. Vários são os eventos públicos - traduzidos em actividades de

extensão cultural - promovidos pelo MASE para atrair e envolver os visitantes na sua heterogeneidade. Os eventos públicos são formas culturais que comunicam e formalizam o espaço, o tempo e a experiência coerentes da ordem social (Douglas 1982), cujo objectivo será compensar a fluidez da vida social. As *performances* no MASE são adoptadas para dar cumprimento à sua missão social, pedagógica e catequizante. Empenhando-se na formação de actividades pedagógicas/formativas mais diversificadas para fomentar uma frequência regular aos seus espaços, o MASE tem um *Serviço de Voluntariado* que permite acolher pessoas de diferentes idades e formações. Através deste serviço o museu participa na partilha e na diversificação de experiências. As áreas são várias: encenações teatrais, concertos de música, elaboração de recursos pedagógicos, etc. Jovens em férias escolares, professores aposentados ou outros que apreciam a arte e a etnologia, mostram receptividade e interesse em colaborar e partilhar as suas experiências nestas actividades. O *Serviço de Voluntariado* remete para uma “museologia colaborativa” defendida por Scheiner (2012) em que os museus devem desenvolver estratégias para envolver todos os perfis de visitantes numa lógica de colaboração. O MASE na sua missão persegue este princípio preocupando-se com questões relacionadas com a acessibilidade em museus para pessoas com deficiência. Esta visão é uma componente permanente que o MASE desenvolve. Integrou um projecto “Escute o museu” destinado a pessoas com incapacidade auditiva (em Portugal são cerca de 50 mil) em parceria com a Associação Portuguesa de Surdos (APS). O MASE prestou um serviço de visitas orientadas com tradução simultânea em Língua Gestual Portuguesa para alunos da unidade de surdos da escola E.B.1 Marrazes de Leiria. Actualmente o museu mantém um serviço de visitas orientadas com tradução simultânea em Língua Gestual Portuguesa. Mas outras frentes são trabalhadas.

Para assinalar o Dia Internacional dos Museus (18 de Maio), o MASE propicia à comunidade várias actividades. Elas incluem um programa especial com entradas gratuitas, especificamente direccionado para crianças e adolescentes. Retratando o dia-a-dia de um museu é explicado aos visitantes a forma de tratamento de um objecto doado, desde a sua entrada até à colocação na reserva ou na exposição. Esta

actividade permite o acesso às reservas do museu¹⁴³ (cf. Capítulo II.4). É uma actividade muito participada na comemoração deste dia, tal como é também a “Oficina de missangas”, cuja ênfase é dada aos objectos de adorno das mulheres africanas, possibilitando aos visitantes mais jovens a criação dos seus próprios colares. A inerente multiculturalidade daí decorrente é óbvia.

Com a edição europeia da “Noite dos museus” o museu permanece aberto ao público até à uma hora da manhã e, para os mais aventureiros e apaixonados por emoções fortes, decorre uma visita guiada ao museu, à lanterna.

O período de férias também não é esquecido pelos serviços educativos do MASE. Realizam-se várias actividades que incluem, não só os espaços expositivos do museu, mas também o pátio interior do museu que integra um jardim onde se pode participar em actividades ao ar livre ou apenas repousar, lanchar ou ler um livro.

Com o intuito de estimular o sentido do Natal, o MASE acolhe iniciativas externas nesse período. Foi exemplo disso, o lançamento do livro “Um menino chamado Natal” de Joaquim Franco¹⁴⁴, contendo uma mensagem de motivação ecuménica, vocacionada para toda a sociedade.

Outra das actividades que congrega várias crianças e também adultos é a programação das “Tardes de poesia Natalícia”, onde as crianças são estimuladas, através das figuras de presépios, a escrever poemas. Existe por exemplo, um presépio africano no museu cujas figuras tem uma fisionomia tipicamente africana. Em África o presépio é construído em ébano ou pau-preto, já nas Filipinas é construído em bambu e o presépio Indo-português exibido é construído em marfim. No presépio Inca o artista peruano (Luis Jeri) substitui a vaca e o burro por veados e as faces e vestes de Maria e José estão em acordo com as fisionomias e trajas dos índios dos Andes “indo

¹⁴³ Actividade paralela ocorre aos Sábados: “Sábado das Artes: como funciona um museu?”. Tem como objectivo didáctico sensibilizar os visitantes para a importância do museu no sentido de o entenderem não apenas como um local onde se encontram exibidas colecções de objectos, mas também no sentido, de dar a conhecer “os bastidores” do museu, proporcionando um acompanhamento dos diversos procedimentos ao nível do inventário, conservação preventiva, estudo, entre outras práticas museológicas. Inclui também uma visita às reservas do museu.

¹⁴⁴ Livro promovido pelas editoras Lucerna e Sociedade Bíblica. Com cerca de oitenta páginas, o livro divide-se em três partes: 33 presépios de todo o mundo (da colecção particular de Frei Lopes Morgado; da colecção do MASE e do presépio oferecido pelo Presidente da Autoridade Palestiniana (Yasser Arafat) ao Presidente da República Portuguesa (Jorge Sampaio) e um presépio desenhado pela pintora timorense Fátima Guterres para ilustrar um poema escrito em 1999, em Timor-Leste (DC 2011).

ao encontro da cultura e tradição típica de cada país”¹⁴⁵. Este é o exemplo de uma actividade que pode ser um eficiente veículo de articulação entre a cultura, ciência, identidades e tolerância cultural e universalismo religioso.

A exibição dos presépios por parte de crianças do 1.º ciclo das escolas da freguesia de Fátima e por outros visitantes do MASE é acompanhada pela declamação de poemas inspirados nos presépios do acervo do museu, intervalados com momentos musicais, normalmente a cargo dos alunos da classe de piano do Conservatório de Música de Ourém. O objectivo é sempre o de promover o gosto pela poesia e arte e “chamar a atenção para o verdadeiro significado do Natal que muitas vezes, aparece unicamente associado ao consumismo e ao Pai Natal”¹⁴⁶. Na realidade a busca de significados do ‘Natal’ persegue várias temáticas que atraem a atenção da sociedade e, simultaneamente, lhe transmitem valores de identificação e compreensão intercultural.

Neste tipo de actividades o MASE tira especial partido de objectos que não estão na sua exposição permanente, tentando captar a atenção dos visitantes. Foi o que aconteceu com o “presépio Inca” já referenciado acima. Esteve quase sempre nas reservas do museu, mas através de empréstimo acabou por integrar a Feira de Arte em Milão no ano de 1995¹⁴⁷.

Cabe aqui destacar o papel indispensável das exposições temporárias. Um dos seus grandes objectivos é sensibilizar os visitantes para temáticas inéditas ou pouco divulgadas, alargando em sucessivas etapas os seus horizontes culturais e estimular a curiosidade por obras já consagradas, recorrendo apenas a uma modernização cenográfica mais apelativa (Guedes 1995).

A realização de sucessivas exposições temporárias por parte do MASE (Anexo XII) obrigam a um permanente trabalho de pesquisa e prática museográfica com vista à sua constante actualização, quer em termos de perspectivas teóricas, quer em termos de estratégias expositivas¹⁴⁸. A concretização sucessiva destas exposições temporárias,

¹⁴⁵ Director do MASE (DC 2011).

¹⁴⁶ Director do MASE (DC 2011).

¹⁴⁷ Director do MASE (DC 2011).

¹⁴⁸ Aponte-se a título ilustrativo duas exposições temporárias que envolveram esse tipo de preocupação: 1) “Sala de Cristal – Temas sacros em vidro de Cristal” dedicada à obra artística de Vilma Libana dedicada à arte da gravura em vidro, um processo que permite explorar a superfície do vidro, inicialmente plana, conferindo baixo-relevo à imagem (2012); 2) “A Fé (tos)” dedicada a fotografias

repetindo-se regularmente no tempo, possibilita ao museu aumentar o seu poder atractivo sobre os visitantes, servindo igualmente como pretextos para os visitantes voltarem ao MASE, fidelizando-os.

O concurso “A minha escola adopta um museu”¹⁴⁹ ao qual o MASE aderiu¹⁵⁰ é uma forma de estimular o conhecimento da realidade museológica nacional através do contacto das escolas com os museus e consequente sensibilização para a conservação, protecção e valorização do património cultural. Este concurso escolar consiste na elaboração de trabalhos criativos por parte de alunos do ensino básico e secundário a partir de testemunhos do acervo do museu.

O projecto “Dia dos avós” visa aproximar avós e netos através de uma visita ao MASE de forma diferente e agradável. Várias dezenas de famílias de avós e netos, bem como Centros de Dia e Lares¹⁵¹ participam nesta iniciativa. Mesmo residindo em Santarém um dos avós que marcou presença pela segunda vez nesta iniciativa, tem quatro netos e resume o objectivo da iniciativa quando refere que os avós “têm a experiência da vida, são um instrumento na educação”¹⁵². No âmbito deste projecto os visitantes podem assistir a diversas representações teatrais, normalmente levadas a cabo por alunas do curso de Animadores Socioculturais da Escola Profissional de Ourém. O ‘Avô Quim’ é a figura criada para fazer a recepção aos visitantes explicando o significado do museu através da realização de jogos, durante o percurso pelas salas da exposição permanente. Especial atenção é dada a algumas peças de arte sacra relativas a Santa Ana e São Joaquim, os avós de Jesus Cristo. A meio do percurso junta-se ao grupo a ‘Avó Aninhas’ e dois netinhos que vão transmitindo outros saberes¹⁵³. Esta é uma iniciativa com grande êxito. A estratégia passa por lançar às Instituições

retratando diferentes ângulos da “fé” e “afectos”. Trabalho desenvolvido pelos irmãos Carlos e Pedro Inácio onde registam múltiplas perspectivas do sagrado, do caminho até ao intangível, encontrados em várias partes do mundo. Esta exposição resultou de uma proposta feita por um dos autores das fotografias, Pedro Inácio, membro da direcção da APOM (2012).

¹⁴⁹ Iniciativa promovida conjuntamente pela Direcção Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular (DGIDC) do Ministério da Educação (ME) e pelo IPM.

¹⁵⁰ O Concurso Escolar “A minha escola adopta um museu, um palácio, um monumento...”, é promovido pelo Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico, Instituto dos Museus e da Conservação e a Direcção Geral de Educação. Tem como objectivo estreitar as relações entre as instituições de educação e de cultura e promover o desenvolvimento da educação patrimonial.

¹⁵¹ Dão-se alguns exemplos: Centro de Dia de Boleiros (Fátima); Centro de Terceira Idade (Gondemaria – Ourém); Centro Social da Paróquia de Seiça (Ourém); Centro Paroquial de Assistência de Reguengo Fetal (Batalha); Lar Betânia (Fátima).

¹⁵² Entrevista a LH, 26.07.2009.

¹⁵³ Director do MASE (DC 2009).

Sociais dedicadas à Terceira Idade o desafio de estimularem os seus utentes a levarem consigo os netos até ao museu, e às Instituições destinadas às crianças de levarem consigo os respectivos avós. É um incentivo ao convívio entre avós e netos que juntos, se deslocam ao espaço museológico. Infelizmente, “não acontece com a frequência devida embora o preço de entrada seja gratuito para todos os avós que se façam acompanhar dos seus respectivos netos”¹⁵⁴.

No Dia Internacional dos Museus, sob o tema proposto pelo Conselho Internacional dos Museus (ICOM), “Museus num mundo em mudança: novos desafios, novas inspirações” (2012) o MASE também proporcionou aos seus visitantes uma visita orientada interactiva com recurso a um teatro de fantoches ‘Tó Zé e Inês’, os guias do MASE. “Cinema no museu” é uma actividade que passa pela projecção de um filme comentado por um convidado¹⁵⁵. Esta actividade é promovida no MASE pela LA-MASE (Liga dos Amigos do MASE)¹⁵⁶.

Outra das actividades proporcionadas pelo museu em conjunto com a Escola de Hotelaria de Fátima (EHF) é a dos “Saberes e sabores no museu”. Consiste na apresentação e confecção de iguarias gastronómicas associadas a algumas das temáticas das salas do museu. Vários visitantes assistiram à confecção das iguarias originárias de várias partes do mundo, tendo a oportunidade de as degustar. Espetadas de frutas exóticas em marinada de especiarias, guisado de quiabo (África) e doces conventuais foram alguns dos exemplos gastronómicos. Os diversos apontamentos gastronómicos foram seleccionados de acordo com a temática de cada uma das salas do museu. Para atingir este objectivo, os alunos da EHF tiveram que visitar/explorar o museu e realizar pesquisas adequadas aos temas.

No âmbito das comemorações do “Dia mundial do turismo” (27 de Setembro) o MASE organiza habitualmente visitas orientadas aos espaços expositivos

¹⁵⁴ Director do MASE (DC 2009).

¹⁵⁵ Vítor Ferreira (natural de Fátima) estudante de cinema na Universidade del Cine em Buenos Aires (Argentina) escolheu o filme “Janela Indiscreta” (1954) de Alfred Hitchcock para apresentar no museu.

¹⁵⁶ A Liga dos Amigos do Museu de Arte Sacra e Etnologia designada por LA-MASE é uma associação de índole cultural e sem fins lucrativos. Os objectivos desta associação são, entre outros, colaborar com a direcção do museu na concretização e desenvolvimento de actividades diversas, promover o enriquecimento do acervo do museu, fomentar o conhecimento do MASE, concorrendo para o cumprimento dos seus objectivos culturais, educativos e sociais e, incrementar a cooperação com outros museus e demais entidades públicas ou privadas.

gratuitamente. Como actividade científica promoveu também um Colóquio integrado no Ano Nacional dos Museus (2012) e subordinado ao tema “Políticas Museológicas: património religioso” da APOM. Neste Colóquio abordou-se a temática do património religioso levada a efeito por várias instituições, com a apresentação de experiências e de projectos museológicos. Procurou-se reflectir sobre a problemática geral das colecções de pendor religioso, conhecer as experiências museológicas e a sua importância para o desenvolvimento das comunidades locais, bem como analisar o papel da arte sacra no desenvolvimento do turismo. Neste Colóquio ainda se abriu espaço para debater sobre as acções que os museus com colecções de carácter religioso perseguem ou possam desenvolver no futuro com vista a uma maior aproximação aos cidadãos.

Pelas várias *performances* de âmbito pedagógico e educativo o MASE recebeu uma menção honrosa da APOM na categoria de “Melhor Serviço de Extensão Cultural (2011)”¹⁵⁷.

No que se refere às formas de divulgação o MASE divulga dinamicamente o seu acervo, colecções e todas as suas actividades através da Internet¹⁵⁸ (plataforma Web 2.0 tipo *blog*) e do You Tube¹⁵⁹. A estratégia da comunicação assenta num modo de comunicação orientado para despertar no visitante, a sua curiosidade, a necessidade de conhecer, visitar, passear, aprofundar, compreender, participar ou assistir a um conjunto diversificado de actividades. Neste sentido, o museu deve ser uma oficina aberta de prazer e aprendizagem conectado com os seus visitantes.

O terreno permitiu afirmar que as práticas quotidianas o MASE tendem a adaptar-se à sociedade actual, mostrando-se um espaço activo no seio da comunidade, dando voz a uma sociedade plural, utilizando os significados que constrói de forma positiva e desempenhando assim, uma cidadania activa. De idêntico modo, procura “redescobrir” outros territórios, tentando consolidar-se como parceiro social e cultural

¹⁵⁷ Estes prémios são anualmente atribuídos pela APOM distinguindo museus e personalidades que se destacam no panorama museológico português em diferentes categorias. A cerimónia de entrega de prémios decorreu no auditório do BES Arte e Finanças, em Lisboa com a presença do então Secretário de Estado da Cultura (Francisco José Viegas) e outras personalidades, em que foi homenageado o engenheiro Luís Casanovas pelo seu trabalho ao nível da conservação preventiva realizado em vários museus portugueses, incluindo o MASE.

¹⁵⁸ cf. em <<http://www.masefatima.blogspot.com>>.

¹⁵⁹ cf. em <<http://www.youtube.com/user/masefatima>>.

enquanto instituição receptiva e pró-activa ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento.

Numa óptica de aproximação à comunidade local, regional e nacional e de se legitimar como entidade útil à sociedade, procura também otimizar as suas estruturas, como por exemplo os auditórios, as salas de exposição temporárias e outras áreas interiores e exteriores de lazer, de forma a poderem ser alugadas. Com esse intuito desenvolve o *merchandising* do museu. Até 2005, por exemplo, tinha apenas postais do museu e porta-chaves “já ultrapassados”, por isso foi encomendada uma linha infantil para produtos do MASE à *designer* Sónia Matos¹⁶⁰. A *designer* criou em 2006 uma imagem dos “Pastorinhos” e uma imagem alusiva a crianças dos cinco continentes aplicadas em borrachas, t-shirts e livro de actividades. Criou um lápis com a designação Museu de Arte Sacra e Etnologia e desenvolveu diversas linhas temáticas de *merchandising* inspiradas no acervo e colecções do MASE (Anexo XIII). Uma linha de postais e reprodução de imagens a preto e branco alusivas aos “três Pastorinhos” são um forte recurso ao serviço da “evocação nostálgica do passado” (Clifford 1991) e da sua contextualização histórica.

Constata-se que o investimento do MASE é gradual, conforme as oportunidades e disponibilidades financeiras, mas o objectivo é aumentar as potencialidades comerciais do museu e satisfazer os visitantes quanto ao seu impulso de “adquirir algo que sirva como recordação”¹⁶¹.

Em termos de estratégia editorial, o MASE tem também à venda publicações especializadas, enquadradas na política de investigação e divulgação das colecções com o intuito de alargar a oferta dos conteúdos do museu a públicos diversificados. As acções do museu para fazer frente à “competitividade do mercado turístico cultural” passam pelo realce da oferta cultural - a articulação com atractivos mais recreativos – (aluguer de auditório: música, poesia, teatro, etc) e o *merchandising* (loja: produtos para venda).

Pode dizer-se que esta vertente comercial de amplificação da oferta, aliada a uma vertente educativa dos museus aqui em pauta foi legitimada com grande impacto

¹⁶⁰ É Licenciada em *Designer* Gráfico e residente em Caldas da Rainha (distrito de Leiria).

¹⁶¹ Director do MASE (DC 2012).

em Portugal em 2004¹⁶², com a institucionalização da RPM, como órgão consultivo dependente do Ministério da Cultura, enquadrando juridicamente as instituições museológicas, definindo os seus conceitos, funções e responsabilidade. A educação é definida como uma das funções do museu, prevendo o desenvolvimento de forma sistemática de programas de mediação cultural e actividades educativas que contribuam para o acesso ao património cultural e às manifestações culturais¹⁶³.

O papel desempenhado pelas *performances* concomitante com o serviço educativo é crucial, porque contribui para estimular a relação de confiança e cumplicidade entre o espaço do museu e os seus visitantes. Como refere Silva (2001), o serviço educativo pode constituir uma “plataforma de sinergias”, em que comunicação e educação trabalham em conjunto e para um mesmo fim.

Os serviços que os museus prestam devem permitir o acesso à informação enquanto campo exigente de responsabilidade individual e colectiva na utilização dessa mesma informação e devem propiciar ambientes de aprendizagem e de conhecimento enquanto ferramentas essenciais ao desenvolvimento sustentável (Barriga e Silva 2007). O novo paradigma de museu em pleno século XXI, assim o deve espelhar.

Torna-se relevante observar no caso aqui em estudo, um enorme potencial de mobilização cultural, traduzido ao nível local e nacional, por práticas que se dirigem às populações e territórios mais próximos¹⁶⁴. Mesmo sabendo-se que a produção da localidade é eminentemente plural e o conceito de *local* não é simples como defendido por Appadurai (1996) e que a instituição museológica é um espaço sociocultural complexo que possibilita a turistas e residentes a vivência simultânea da alteridade e a “produção de localidade”, entende-se que o MASE privilegia como pano de fundo o significado da dimensão simbólica da vida social do território onde se encontra inscrito (Anexo V).

¹⁶² Através da L-QMP (Lei nº 47/2004. *D.R.I. Série A.* (19-08-2004) 5379).

¹⁶³ Documento sobre o Planeamento Estratégico do IMC - “Museus para o Século XXI”, RPM (2010).

¹⁶⁴ Dão-se como exemplos os Cursos Livres que o MASE promoveu: “A Arte Barroca – o ser e o parecer ou essência e ilusão” (2010). Formadora: Sónia Vazão (Licenciada em História – variante História da Arte); “Da pintura antiga - como se fazia” (2011). Formador: Pedro Redol (Doutorado em História); “Arte Sacra e Arte Profana – leituras e interpretações” (2012). Formador: Marco Daniel Duarte (Doutorado em História da Arte).

Considera-se que o MASE preocupa-se em perseguir a acção valorizada no âmbito do ICOM através do Código de Ética para museus quando remete os acervos e as colecções dos museus para “a promoção do bem-estar, o desenvolvimento social, a tolerância e o respeito pela defesa da expressão multisocial, multicultural e multilinguística”¹⁶⁵. Dito por outras palavras, o MASE parece enquadrar-se nas características da museologia contemporânea: promoção da cidadania, inclusão social, diversidade cultural, tolerância, solidariedade, participação, interacção, interdisciplinaridade e responsabilidade social. Este será o papel do museu na sociedade contemporânea, condizente com o facto anunciado por Kirshenblatt-Gimblett (1991) dos museus serem cada vez mais definidos pela sua relação com os actores sociais envolvidos. Black (2005) propõe um “museu envolvente” com base nos recursos e nos objectos da sua colecção para melhorar a sua função de instituição do século XXI, o de procurar formas contemporâneas de envolver os visitantes. Ao serem convidados a participar e a deixarem-se envolver, o museu emerge como parceiro no resultado final da experiência. Na prática é necessário que os museus se posicionem de forma a cumprir os seus objectivos e respondam às solicitações dos visitantes, assumindo uma posição proveitosa na sociedade que no século XXI é desafiadora. Reconhecendo-se esta interpenetração entre apropriação *local* e fluxos globais, as políticas e programas culturais dos museus e uma observação atenta dos seus visitantes, torna-se um interessante meio para verificar de que modo é que as relações sociais são reforçadas ou recriadas pela amálgama de influências culturais globais a que são sujeitas e que reciprocamente também informam. Esta complexa mutualidade permite que os indivíduos se autopercepcionem enquanto sujeitos colectivos de uma experiência particular (Amit 2002).

¹⁶⁵ ICOM, Código de ética para museus (2009).

CAPITULO V

FÁTIMA E MASE: O PERFIL, AS MOTIVAÇÕES E A CLASSIFICAÇÃO DAS PRÁTICAS PELOS VISITANTES

V.1. OS PRINCIPAIS MOTIVOS DE VIAGEM PARA PORTUGAL

Segundo as estatísticas disponíveis acerca dos principais motivos de viagem dos turistas residentes no estrangeiro que entram anualmente em Portugal, a motivação religiosa representa a quinta posição. Em 2011, 6,9 milhões de viagens ocorreram por motivo de “lazer, recreio ou férias”, representando 45,7% do total das deslocações realizadas. As viagens para “visita a familiares ou amigos”, constituem o segundo conjunto mais importante com cerca de 6,5 milhões de deslocações, continuaram a aumentar o seu peso, representando em 2011, 42,7% do total de deslocações (39,2% em 2010 e 37,7% em 2009). Dos restantes motivos que apresentam valores muito inferiores, destaca-se o “profissional ou de negócios”, em que as 991,2 mil deslocações realizadas representam 6,5% do total (7,5% em 2010 e 8,6% em 2009). As viagens por motivos “religião” e “saúde”, no seu conjunto, representavam apenas 1,5% do total de viagens turísticas dos residentes, sendo as restantes 3,6% deslocações turísticas realizadas por razões diversas não enquadradas nas anteriores situações¹⁶⁶.

NUTS II de destino	Destino Portugal, com duração de pelo menos uma noite						
	Total	Lazer, recreio ou férias	Visita a familiares ou amigos	Negócios/ Profissionais	Saúde	Religião	Outros motivos
Total	13 726,9	6 077,7	6 163,8	751,2	48,5	160,9	524,8
Norte	2 863,4	1 013,4	1 472,9	206,7	8,0	38,2	124,2
Centro	4 395,6	1 775,6	2 169,7	169,2	15,3	85,7	180,1
Lisboa	2 486,7	849,0	1 319,4	147,6	18,4	11,1	141,0
Alentejo	1 743,6	769,3	819,5	102,3	3,9	22,0	26,7
Algarve	1 910,1	1 502,0	300,6	74,3	0,4	2,7	30,1
Reg. Autónoma Açores	172,0	70,8	49,4	28,9	2,3	0,7	19,9
Reg. Autónoma Madeira	155,5	97,7	32,3	22,3	0,1	0,4	2,8

NUTS II de destino	Destino Portugal, com duração de quatro ou mais noites						
	Total	Lazer, recreio ou férias	Visita a familiares ou amigos	Negócios/ Profissionais	Saúde	Religião	Outros motivos
Total	3 877,6	2 627,7	866,1	230,3	23,5	15,3	114,7
Norte	732,0	384,3	275,0	46,2	1,0	6,1	19,5
Centro	1 030,5	652,8	272,5	48,8	15,3	4,7	36,4
Lisboa	385,0	176,8	122,7	44,6	6,8	0,4	33,7
Alentejo	332,8	232,9	66,3	27,1	x	3,4	3,0
Algarve	1 231,9	1 092,2	87,3	40,4	0,2	x	11,7
Reg. Autónoma Açores	96,1	42,2	29,7	13,4	0,2	0,7	9,8
Reg. Autónoma Madeira	69,3	46,4	12,6	9,8	x	x	0,5

Quadro 3 - Viagens em Portugal (segundo o motivo de visita e de destino). Fonte: Inquérito às deslocações dos residentes (2011).

¹⁶⁶ Estatísticas do Turismo 2011 (Edição 2012).

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT) a categoria “religião/peregrinações” constitui uma das classes de motivações que estão na base das decisões individuais para proceder a uma deslocação (Quadro 3). A organização ao descrever os turistas de acordo com a motivação de viagem insere a “viagem com objectivo religioso” dentro do grupo de “viagens de interesses especiais” e, considera dentro daquela, diferentes níveis de intensidade no que respeita aos propósitos religiosos (OMT 2003: 103). No entanto, como refere Silveira (2003), pode falar-se em turismo religioso quando o sagrado se desloca como estrutura de percepção do quotidiano, como por exemplo, nas actividades festivas e o lazer, ou quando os turistas passam a viver eventos, como os Natais, não mais vinculados à tradição cristã, mas como uma experiência ao mesmo tempo inusitada, espiritual e consumista. A multifuncionalidade das deslocações e a sobreposição das motivações dos turistas-peregrinos é a característica mais relevante do turismo religioso que é múltiplo e diferenciado (Vieira 2001).

Portugal é marcado profundamente por um património cultural e religioso com forte relevo artístico e histórico. No que respeita ao património religioso constata-se que o termo turismo religioso tem vindo a ser utilizado de forma recorrente tanto por académicos como por entidades ligadas ao turismo ou à Igreja, entrando de modo crescente no léxico comum como um fenómeno que concilia a religião com a actividade turística, não se verificando diferenças na utilização do referido termo tanto nas deslocações motivadas unicamente por motivos religiosos como naquelas que o não são em exclusivo. Duas concepções são defendidas por Vukonić (1996): uma relacionada com a interpretação secular, onde se inclui a actividade turística enquanto resultado das movimentações religiosas e, outra, baseada numa interpretação religiosa que propõe a separação do turismo da peregrinação, declinando que a peregrinação tenha qualquer outra motivação que não unicamente a religiosa. Santos (2006) distingue o turismo religioso face a outras formas de turismo, considerando como turismo religioso qualquer deslocação a um lugar religioso, ainda que o principal motivo não seja a devoção.

No que respeita à distinção entre turistas culturais e turistas religiosos constata-se que muitos são os estudos que se debruçam sobre a referida distinção em

função da centralidade da motivação e da experiência cultural nas deslocamentos, experiências e discursos dos indivíduos (McKercher e du Cros 2002, Poria, Butler & Airey 2003). Tal como Olsen & Timothy (2006) reflecte na obra “Tourism, Religion and Spiritual Journeys”, os turistas não se deslocam apenas por motivos ou questões religiosas ou de fé, mas também por motivos de cultura, de conhecimento das religiões e afins ou, ainda, porque têm um interesse educacional em aprender mais sobre a história de um local. Quando se fala em turismo religioso, deve-se incluir, também aquelas deslocamentos que têm como objectivo a satisfação de exigências espirituais que não se resumem necessariamente a tipos de participação religiosa mais institucionalizada. Nessa medida, essa modalidade sendo indiscutivelmente uma forma de turismo, assume uma especificidade que a distingue das outras, do que resulta, por vezes, alguma dificuldade na sua qualificação.

Estudos empíricos sobre estes contextos, numa óptica de negócio empresarial, apontam claramente para a existência de sinergias entre o turismo cultural e o turismo religioso¹⁶⁷. Mas fazer referência ao turismo religioso é permitir realçar a especificidade de um turismo que se distingue por esta motivação de cariz religioso e pela satisfação das necessidades que lhe subjazem. Beni (2003) classifica o turismo religioso como sendo o deslocamento de peregrinos motivados pela fé a destinos religiosos, onde se encontram localizados templos e ocorrem outras manifestações de fé. Depreende-se um tipo de turismo que movimenta inúmeros peregrinos em viagens pelos mistérios da fé ou de devoção a algum santo. A prática do turismo religioso pode efectivar-se de diversas maneiras, como as peregrinações aos locais sagrados, as festas religiosas que são celebradas periodicamente, os espectáculos e as representações teatrais de cunho religioso, os congressos, encontros e seminários ligados à evangelização.

A dicotomia peregrino - turista tem sido intensamente discutida em muitos debates ligados à religião e ao turismo (Olsen & Timothy 2006). A mais clássica é a de que um turista é metade de um peregrino e que um peregrino é um meio turista (Turner & Turner 1978), pois as actividades em que se envolvem constituem de certa

¹⁶⁷ NERLEI – Associação Empresarial da Região de Leiria.

forma, rituais de ruptura com a rotina quotidiana. Outros estudos identificam o turista religioso com aquele que procura santuários e locais onde seja possível experimentar o sentimento de identidade através dos significados históricos e culturais desses lugares (Nolan & Nolan 1989). São vários os autores que têm argumentado sobre esta dicotomia estando no entanto o debate algo ultrapassado (Olsen 2010). Alguns autores propõem distinguir motivações culturais gerais, ou específicas, de acordo com o interesse individual por determinado tema, tempo ou espaço (MacDonald & MacEachern 2008). Outros propõem que se distinga os turistas que apresentam uma motivação exclusivamente religiosa ou espiritual, daqueles que são movidos por uma motivação cognitiva ou recreativa (Jackowski 2000). Definindo este tipo de turismo também em função do espaço de atracção, Bauer (1993) prefere designar a estes como “turistas em meio religioso”, já Guijarro (2001) prefere inclui-los no “turismo em espaços de património religioso”. Em todo o caso, tanto os propósitos relacionados com as tipologias de turismo(s) e de turistas, como as referentes às motivações, devem questionar o carácter de arbitrariedade dos factores de segmentação que activam.

V.2. OS PRINCIPAIS MOTIVOS DE VIAGEM PARA FÁTIMA

Um estudo conduzido pelo CIID – Centro de Investigação Identidade(s) & Diversidade(s) para a Região de Turismo Leiria/Fátima (2008) chegou à conclusão que embora alguns Santuários funcionem apenas como lugares de peregrinação, uma maioria serve múltiplas finalidades, atraindo visitantes em férias que procuram uma combinação de recreação e experiência religiosa. Também o inquérito “Identidades Religiosas em Portugal: representações, valores e práticas” (2011), levado a cabo pelo Centro de Estudos e Sondagens de Opinião (CESO) e o Centro de Estudos de Religiões e Culturas (CERC) da Universidade Católica Portuguesa (UCP), com o patrocínio da Conferência Episcopal Portuguesa (CEP) refere que tanto crentes como não crentes contribuem para os diversos perfis de visitantes de Fátima, mesmo que por exigências

de solidariedade com amigos ou familiares. Do estudo resulta que Fátima oferece uma importante polaridade para as práticas de mobilidade dos habitantes do território continental português¹⁶⁸. No que toca às razões de deslocação a Fátima, o estudo enfatiza que a razão mais frequentemente evocada é o passeio 70%, razão que acompanha as deslocações explicitamente ligadas às práticas votivas 45,3%; cumprir/pagar promessas 24,5% e, a última, agradecer uma graça recebida 20,8%. O estudo conclui que 26,6% dos inquiridos visitaram a cidade de Fátima entre três a sete vezes e, 18,7% estiveram entre oito a quinze vezes no Santuário¹⁶⁹.

Um outro estudo realizado¹⁷⁰, evidencia que o visitante de Fátima é maioritariamente do género feminino, tem uma idade média de 50 anos, é casado e apresenta formação igual ou inferior ao 2º ciclo. Existe uma elevada proporção de inactivos (46,4%), como domésticas, estudantes ou reformados. A maioria dos visitantes de Fátima reside em Portugal (71,1%), trabalha sobretudo nos sectores secundário e terciário. O estudo ainda revela que o visitante do Santuário acompanha-se de familiares (71,5%) e vai a Fátima fora do período de férias (53,1%) com o propósito de rezar, cumprir uma promessa ou por uma questão de tradição. O visitante de Fátima evidencia propensão ao consumo no comércio local, sobretudo no que toca à aquisição de artigos religiosos (58,9%) e considera a cidade acolhedora (69,5%).

As deslocações a Fátima apresentam-se como “multifuncionais”. À deslocação como “peregrinação ou no quadro de outras motivações religiosas, podem agregar-se motivações mais próximas do lazer e do turismo”¹⁷¹, o que parece significar que o Santuário continua a afirmar-se como uma referência nas práticas dos portugueses, ultrapassando as fronteiras do universo católico. Como Selwyn (1996) refere, “o que faz com que um destino turístico seja atractivo é o facto de se pensar que tem uma característica especial” (1996: 21). A visibilidade dos destinos turísticos depende directamente da singularidade das suas práticas e da percepção da sua autenticidade (MacCannell 1976 [1973]). O que significa que o “destino de peregrinação”, Fátima

¹⁶⁸ Alfredo Teixeira, coordenador do estudo. Agencia Ecclesia (10.05.2012).

¹⁶⁹ Inquérito “Identidades Religiosas em Portugal: representações, valores e práticas” (2011).

¹⁷⁰ Alfredo Teixeira, coordenador do estudo. Agencia Ecclesia (10.05.2012).

¹⁷¹ Referido pelo Reitor do Santuário de Fátima no Colóquio APOM (2011). Políticas museológicas: património religioso na sessão de abertura, ocorrida no MASE (24.10.2011).

torna-se mais atractivo quando é tido como “autêntico”. Com este contexto em mente dá-se conta das características dos visitantes do MASE.

V.3. O PERFIL DOS VISITANTES DO MASE

Para se definir o perfil dos visitantes do MASE aplicou-se um inquérito com vista à configuração do seu perfil sociológico, as suas motivações e as suas práticas de visita. Procurou-se obter informações através de técnicas não documentais. O recurso ao inquérito por questionário constituiu uma técnica fundamental (em termos de pesquisa empírica) de recolha de dados para dar resposta a algumas interrogações que se formularam acerca dos visitantes que procuram o MASE ao longo de diferentes momentos. A aplicação do inquérito aos visitantes do MASE foi feita através da recepcionista do museu que oferecia o questionário para preenchimento (Inglês/Português). Houve casos, em que os visitantes não preencheram os inquéritos, justificando isso por “não gostarem de preencher questionários”, por estarem “fartos de preencherem papéis todos os dias”, outros ainda pela falta de tempo.

Às visitas orientadas para os grupos escolares dos diversos níveis de ensino e aos grupos de idosos em lares, não foi aplicado o questionário, uma vez que a marcação prévia da visita por parte destes grupos permitia fazer a deslocação ao MASE e o acompanhamento da visita, observando e conversando informalmente com eles. Nos casos em que a disponibilidade de tempo por parte dos grupos era menor, realizou-se uma entrevista com os responsáveis pelo acompanhamento do grupo professor(es) seguindo um guião elaborado para o efeito (Anexo III). Foi adoptado também o mesmo procedimento para com os estudantes, mas neste caso, solicitando ao professor responsável a indicação de dois elementos do grupo/turma (género feminino e masculino) para responder à entrevista (Anexo IV).

Assim, baseado numa análise a 450 inquéritos que incluem um período que vai desde o mês de Abril de 2010 ao mês de Fevereiro de 2012, conclui-se no que diz

respeito ao perfil sociológico quanto ao *género* um predomínio dos visitantes do género feminino (63,1%) sobre o género masculino (35,6%), (Anexo XIV). A presença elevada do género feminino parece acompanhar os dados estatísticos relativos à participação em actos culturais em Portugal constantes nos recenseamentos da prática cultural¹⁷². Pese o facto, também que a população feminina é ligeiramente superior à masculina. As mulheres constituem 52,2% da população residente, ou seja, representam cerca de 5,5 milhões tendo aumentado 2,9%, na última década¹⁷³.

Quanto ao *grupo etário*, o maior número de respostas corresponde a idades superiores a 45 anos 61,1%, seguindo-se as idades situadas entre os 25 anos e os 45 anos 24,4% e por fim, as idades inferiores a 25 anos 13,3% (Anexo XIV). No que diz respeito à *origem nacional/internacional*, a preponderância recai sobre os visitantes portugueses¹⁷⁴ 63,1%, seguidos dos ingleses 9,8%, dos americanos 6,0% e dos irlandeses 5,8%. Os restantes visitantes com inferior representatividade referem-se aos que provêm do Brasil 3,1%, França 1,8%, Espanha e Austrália 1,3%, Canadá 1,1%, Coreia 0,9%, Singapura, Índia e Dinamarca 0,7%, Alemanha, Polónia, Bulgária, Vietname e África 0,4%, Moçambique, Sri Lanka, México, Itália, Holanda e Marrocos 0,2% (Anexo XV)¹⁷⁵.

Especificando a *proveniência* dos visitantes por continentes, encontra-se a Europa com 84,2%, América com 10,4%, Ásia com 2,9%, Austrália 1,3% e África 0,9% (Anexo XVI). Quanto ao *Distrito de residência* o mais representativo é Lisboa 5,6%, Coimbra 4,9% e Porto 4,6% (Quadro 4).

¹⁷² OAC - Observatório das Actividades Culturais.

¹⁷³ INE. Recenseamentos Gerais da População (2011).

¹⁷⁴ cf. Capítulo IV (nota de rodapé 112), onde se apresentam alguns exemplos sobre a origem geográfica nacional dos visitantes do MASE.

¹⁷⁵ Apresentam-se alguns exemplos de *residência* internacional (cf. Inquéritos): Manaus, Natal, Rio Grande do Norte, Santa Catarina, São Paulo, Belo Horizonte, Minas Gerais (Brasil); Nice, Paris, Tarbes (França); Barcelona Sevilla, Alcalá de Goa (Espanha); Port Kennedy (Austrália); Edmonton (Canadá); Cochín (Kochi) e Goa (Índia); Munich (Alemanha); Netherlands (Holanda).

Quadro 4 – Distritos de residência e localidades.

Distrito	Localidades
Aveiro	Arouca, Ovar, Santa Maria da Feira, Sever do Vouga, Vagos, Vale de Cambra.
Beja	Moura (Baixo Alentejo).
Braga	Esposende, Fafe, Guimarães, Vila Nova Famalicão.
Bragança	Mirandela
Castelo Branco	Fundão
Coimbra	Figueira da Foz, Lousã, Oliveira do Hospital, Vila Nova de Oliveirinha, Cantanhede.
Évora	Montemor-o-Novo.
Faro	Albufeira, Loulé, Olhão, Portimão.
Guarda	Sabugal, Seia (São Romão).
Leiria	Alcobaça, Aljustrel, Alvaiázere, Batalha, Bombarral, Ourém (Fátima), Peniche Pombal.
Lisboa	Amadora, Azambuja, Cascais, Loures, Lourinhã, Mafra, Odivelas, Oeiras, Sintra, Torres Vedras
Portalegre	---
Porto	Amarante, Baião, Felgueiras, Gondomar, Marco de Canaveses, Matosinhos, Paredes, Penafiel, Póvoa de Varzim, Santa Cruz do Douro (Baião), Vila do Conde (Porto), Vila Nova de Gaia.
Santarém	Abrantes, Alcanena, Almeirim, Chamusca Torres Novas, Tomar.
Setúbal	Alcochete, Almada, Montijo.
Viana do Castelo	---
Vila Real	Valpaços, Peso da Régua.
Viseu	Mangualde.
Arquipélago - Madeira	Funchal, Ponta do Sol, Ribeira Brava.

Fonte: da autora (2012).

Prosseguindo-se no esforço de caracterização dos visitantes obtiveram-se dados relativos às suas *habilitações literárias*. A maior representatividade corresponde ao ensino superior 35,1%, seguido do ensino secundário 32,9%. Obtiveram-se de 10,2% das respostas com uma qualificação académica superior (mestrado/doutoramento) e 17,6% com o ensino primário (Anexo XVII). Também as estatísticas sobre “as mulheres e o potencial humano” permitem observar que existem mais mulheres com nível de escolaridade superior (doutoradas) e secundário e menos mulheres jovens em situação de abandono precoce de educação e formação¹⁷⁶.

Assim, no que diz respeito ao *perfil geral dos visitantes* do MASE, pode concluir-se que a maioria é do género feminino com idades superiores a 45 anos, maioritariamente de origem nacional. Os continentes Europeu e Americano são os mais expressivos em termos de origem. Em termos de *concelho de residência* os visitantes procedem de Lisboa, Coimbra e Porto apresentando habilitações literárias aos níveis do ensino superior e secundário.

Saber as razões e as características de quem visita o MASE permite ao museu adequar-se da melhor forma possível para corresponder às solicitações dos seus visitantes. Por essa razão, a comunicação da “identidade do museu” é um factor chave para a captação de visitantes.

É essencial que a experiência vivenciada no espaço museológico seja única e para isso o museu deve conhecer os seus visitantes, incluindo as suas motivações.

V.4. AS MOTIVAÇÕES DOS VISITANTES DO MASE

No turismo a motivação envolve “fuga e procura” (Pearce 1995). As motivações turísticas são um elemento crucial da procura. Considerando a crescente heterogeneidade nas preferências dos turistas é importante conhecer as motivações

¹⁷⁶ INE. Estatísticas de Emprego (2011).

que podem influenciar o seu comportamento e o seu processo de decisão na escolha de um destino. As motivações são fundamentais para se entender o comportamento dos turistas e Dubois (2000) classifica a motivação em três níveis: a) individual – as percepções, as experiências passadas, b) interpessoal - o ambiente envolvente, c) sociocultural – factores como classe social ou cultura (2000: 57).

As motivações turísticas definem “uma disposição mental significativa de que dispõe adequadamente um actor ou grupo de actores para viajar” (Sharpley 1999: 137). Quando os visitantes foram questionados sobre *qual a principal razão da sua visita a este museu?* (Questão 6), a principal razão apresentada pelos visitantes é de *índole religiosa* 65,8%. As visitas motivadas pelo *lazer e educação* correspondem, respectivamente a 32,4% e 25,8% das respostas. Acresce ainda que 2,4 % visitaram o museu motivados pela cultura e, por fim, 1,1% dos visitantes registaram que a *curiosidade* seria o motivo que os conduzia ao museu (Anexo XVIII).

Sintetizando a leitura dos dados (por ordem de representatividade) as principais razões apresentadas pelos visitantes para se deslocarem ao museu foram: a) religiosa, b) lazer, c) educativa, d) cultural e e) curiosidade. As deslocações ao MASE envolvem ainda motivações, simultaneamente, *educativas e religiosas* 12, 5% e *educativas e lazer* 6,8%.

As motivações religiosas são as que os visitantes mais destacaram, seguindo-lhe as de lazer e educação. O lazer aqui apontado como razão para visitar o MASE envolve uma ampla margem de liberdade de escolha gerida de acordo com as aspirações individuais, estilos de vida e com uma variedade imensa de modalidades de práticas que derivam da multiplicidade de motivações de cada um. Na verdade, o lazer e a recreação podem cumprir-se em campos turísticos distintos, dentre os quais o religioso. Recorde-se que na argumentação que MacCannel (1999 [1976]) apresenta sobre o lazer, ele é arquitectado através de experiências culturais: “lazer e cultura estão imersos nas férias, no entretenimento, nos jogos, brincadeiras e cerimónias religiosas” (1999: 34). Confluem associações de motivação religiosa com outras motivações.

O MASE pelo acervo e colecções que apresenta surge como um importante activo no panorama dos recursos turísticos, circunstância que acresce à diversidade cultural que lhe é favorável. Embora as visitas motivadas pelo impulso religioso representem uma percentagem bastante significativa, ainda assim, as visitas justificadas pela ideia de lazer e de educação seguem-na de perto. Como sugere Olsen & Timothy (2006), o religioso pode ser vivido como uma experiência educativa, utilizada como forma para educar, religiosamente ou não. No caso específico aqui em foco, conclui-se que a motivação apresentada por parte dos visitantes que se deslocam ao MASE poderá na realidade abarcar uma tripla dimensão: religiosa, lazer/recreativa e educativa.

V.5. A CLASSIFICAÇÃO QUE OS VISITANTES ATRIBUEM À SUA PRÁTICA DE VISITA

A classificação da prática por parte dos visitantes que se deslocam ao MASE é diversa. Esta pode dever-se ao facto do MASE receber num mesmo espaço, um conjunto de visitantes heterogéneo, para quem os factores espirituais suplantam ou não outras dimensões, como a da educação e do lazer. Os visitantes poderão estar perante necessidades de natureza espiritual, combinadas com necessidades de alternância com o trabalho, ou ainda de curiosidade, de recriação ou de aprofundamento do conhecimento da história de um local.

Quando os visitantes foram questionados sobre *como classifica a prática que o trouxe ao museu?* (Questão 7), 62,9% definem-na como turismo religioso, 20,2% como turismo cultural e 10,9% associam a sua prática de visita, simultaneamente, ao turismo e ao turismo religioso (Anexo XIX). Dado o carácter de resposta aberta, outras classificações apontadas pelos visitantes para visitar o museu foram: 0,9% cultura; 0,7% educação; 0,4% peregrinação e curiosidade e, por fim, 0,2% visitaram o museu em lazer.

Pode afirmar-se que a principal motivação para visitar o museu apresentada pelos visitantes assume um carácter religioso, seguido de outras motivações como as de lazer, educativa, cultural e de curiosidade. Quando os visitantes classificam a prática que os conduziu ao MASE a mesma incidência acontece sobre o turismo religioso. Embora com pouca representatividade, outras práticas em simultâneo, são também nomeadas pelos visitantes tais como, a cultural, a educativa, a de peregrinação, a de curiosidade e a de lazer. Torna-se evidente que entre a motivação e a classificação da prática, o elemento religioso é o mais reproduzido pelos visitantes. Porém, se o lazer assume importante protagonismo enquanto motivação, o mesmo já não acontece em comparação à classificação que os visitantes fazem da sua prática, na medida em que dão ao lazer menor relevância. Uma explicação plausível para que isso aconteça pode estar na “meditação” que os visitantes fazem após a visita ao museu, dado que o preenchimento do questionário é feito no final da visita. Outra explicação validada no terreno é que para muitos, o MASE é o último espaço que visitam em Fátima. Neste caso, quando se deslocam a Fátima vão motivados por “uma saída em lazer”, mas ao concretizarem o percurso expositivo do MASE “absorvem” uma narrativa religiosa e catequizante dada pela *performance* museográfica das colecções (de arte sacra e etnologia) que os faz classificar a sua prática como turismo religioso.

Entende-se de todo este contexto que num tempo em que novas formas de espiritualidade parecem interessar à sociedade contemporânea (Hervieu-Léger 2005 [1999]), o turismo religioso sugere um elevado potencial, vocacionado para itinerários de procura pessoal. A própria mudança nos padrões de comportamento religioso em geral, o enfraquecimento dos laços de pertença a uma religião específica, ao reencontro de cada um consigo próprio, entre outras tendências espirituais podem ser responsáveis por novos paradigmas de deslocação. Significa que uma suposta “filiação confessional do turista religioso” não revela em muitas situações, um recorte preciso e inequívoco e o caso MASE testemunha-o.

Neste sentido, o MASE enquanto entidade integrante do “destino de peregrinação”, Fátima já contextualizado (*cf.* Capítulo I) a partir de uma cadeia de significação do lugar, revelou-se como um importante recurso no quadro dos atractivos turísticos de uma região cunhada pelo significado religioso.

CAPITULO VI. A PERFORMANCE MUSEOGRÁFICA E AS EXPERIÊNCIAS DOS VISITANTES DO MASE

Através do confronto com os objectos, com a informação disponível nos espaços museológicos, os museus encorajam novas conexões, construções de sentido, aprendizagem e experiências (Kelly 2004). A natureza da experiência turística tem sido explorada por muitos autores (Turner & Turner 1978, Cohen 1979, 1992). Propondo um processo contínuo de classificação Cohen (1979) distingue cinco tipos de experiências turísticas: “lazer, diversão, empírica, experimental e existencial” (1979: 183). O autor ao atribuir esta classificação pretende descortinar formas distintas de experiências turísticas. Contudo, estes cinco tipos de experiências são entendidas como uma separação meramente analítica, pois qualquer indivíduo pode experienciar formas distintas de experiências turísticas. Todos os tipos de experiências turísticas envolvem aspectos que induzem experiências “agradáveis e diferentes” as quais, em comparação com o dia-a-dia são fora do comum. Experiências que remetem simplesmente para uma fuga temporária ao quotidiano, outras que tomam um sentido de viajar para diversão, ainda outras que procuram um sentido autêntico sobre outros lugares, podendo assumir uma busca pelo espiritual. Tendo em consideração que os indivíduos não possuem os mesmos valores ou visões do mundo, então tem que se considerar que as experiências turísticas não são todas iguais, tal como refere Cohen (1979), diferentes tipos de pessoas desejam modos diferentes de experiências turísticas. Perante a banalização contemporânea de produtos, ambientes e serviços, procura-se cada vez mais experiências únicas, novas, pessoais, envolventes ou memoráveis. Nos museus, as experiências são autenticadas pela autoridade material e temporal dos objectos do património (Anico 2005), reflectindo-se nas suas formas de apropriação e fruição turística.

Neste Capítulo pretende-se dar conta da multiplicidade de discursos dos visitantes que se expressam através das práticas turísticas e que convergem para o MASE. Ao analisar o MASE enquanto espaço de significação, onde os visitantes fruem e conceptualizam as suas próprias experiências de visita, optou-se por dar voz às

mensagens espontâneas escritas no *Livro de Visitas* do MASE. Procurou-se compreender as experiências de visita ao MASE, o sentido que lhe é dado, as percepções que activa e a mensagem apreendida, durante e após o percurso expositivo.

VI.1. A REALIZAÇÃO DA VISITA AO MASE

Os valores sociais como estar com amigos e família são os predominantes nas motivações a uma visita a um museu, mais do que valores associados à educação e ao conhecimento (Thyne 2001). Utilizando a adjectivação de Urry (1988), o museu apresenta-se para os visitantes como um “lugar extraordinário” assegurando valores e significados acrescidos a “momentos de celebração” individual e afectiva (tempo em família), sobrevivendo de um período actual de constantes e rápidas mudanças que provocam alterações nos padrões de fruição culturais.

O museu promove a criação de laços familiares. No Mase a visita é realizada individualmente ou em grupo, neste caso, prioritariamente constituído por amigos e ou familiares (membros da família nuclear - cônjuge e filhos). “Foi muito bom visitar este museu com a família”¹⁷⁷, “eu e o meu marido apreciamos imenso o museu”¹⁷⁸, “tive imenso prazer e gosto dar a conhecer este museu aos meus filhos, pois foi o primeiro museu que visitei com eles”¹⁷⁹, “mi família, nos a gustado mucho”¹⁸⁰ e “junto com mi madre y abuela”¹⁸¹. Tais expressões reforçam a função social do museu, no sentido de manutenção de uma tradição. Um modo particular de construção e articulação do passado na esfera pública – o museu, que se pode traduzir “na ritualização de traços culturais intencionalmente seleccionados” (Chase 1994: 47),

¹⁷⁷ Livro de Visitas (s.l., 2007).

¹⁷⁸ Livro de Visitas (s.l., 2010).

¹⁷⁹ Livro de Visitas (s.l., 2009).

¹⁸⁰ Livro de Visitas (Espanha, 2011).

¹⁸¹ Livro de Visitas (Sevilla, s.d.).

como forma de justificação das ansiedades do presente. Isso é visível no prazer e gosto de conhecer e dar a conhecer o MASE aos filhos: “uma família mãe filha e avó” e “vim com a minha avó” são expressões que parecem enfatizar a vontade de se fortalecer laços familiares através do convívio concretizado no próprio espaço e percurso expositivo do MASE.

A convivialidade proporcionada no espaço museológico parece ser marcante enquanto experiência familiar, pautada pelo diálogo e troca de impressões relacionadas com o que estão a vivenciar em confronto ou articulação com experiências e vivências anteriores e cúmplices, e que pela oportunidade de troca de ideias e experiências, no contexto do lar e da vida quotidiana, poderá não acontecer tão facilmente. Neste contexto, compreende-se o museu como um lugar procurado para um “turismo em família”, onde o espaço diferenciado potencia as interações e as dinâmicas afectivas e relacionais entre os seus membros. Esta é uma das características fundamentais do museu contemporâneo: espaço de entretenimento e educação que une ao ócio a aprendizagem, no que Kotler & Kotler (2004) designaram de “edutainment”. Considerando este conceito, os museus competem com outras opções de lazer. São não só uma opção de educação ou pedagogia, mas também uma opção de entretenimento (Kininmont & Prideux 1999).

O papel do museu é reforçado enquanto espaço incitador e fortalecedor de laços de parentalidade e companheirismo. A componente da sociabilidade, o passar algum tempo em família, é frequentemente associada à motivação justificada pelo interesse que o museu pode ter para a família, onde os filhos assumem o principal protagonismo no programa de passeio em família num espaço privilegiado de cumplicidade e de lazer educativo.

Importa nomear-se também os emigrantes portugueses, assim como o papel desempenhado pelo MASE no seu acolhimento. Para os portugueses que residem no estrangeiro o MASE parece adequar-se ao campo de percepção e crença religiosa que partilham, muitas vezes desde a infância incutida no seio familiar. A vinda à cidade de Fátima constitui um local obrigatório para muitos emigrantes quando regressam a Portugal, uma espécie de cordão umbilical que lhes permite a continuidade de uma ligação original, não apenas à religião, mas também à “socialização portuguesa”. Esta

tendência por parte dos emigrantes portugueses incentivou a Igreja a instaurar em 1976 a “Peregrinação Nacional dos Emigrantes” que ocorre a 12-13 de Agosto, precisamente, durante a época anual de férias. É neste período que as visitas ao MASE por parte de famílias de emigrantes portugueses ocorrem com mais intensidade, ficando com vontade de regressar ao museu “para o ano cá voltamos se Deus quiser”¹⁸², “adorei cá estar e voltarei sempre todos os anos, se for possível!”¹⁸³.

Apesar de muitos emigrantes durante anos se deslocarem a Fátima, isso não significa que conheçam o MASE. Muitos habitualmente até se deslocam a Fátima, mas nunca tinham “apreciado a beleza e riqueza deste museu que nos deixa a meditar e com vontade de cá voltar de novo”¹⁸⁴. Outros tiveram conhecimento da existência do MASE apenas quando passaram na Avenida frente ao museu dando-se conta que existia este museu, ficando com vontade de voltar e dar “anúncios do facto”¹⁸⁵. Alguns ficam com “dúvidas se devem entrar ou não” no MASE, mas ao tomarem a opção acham “muito interessante” e ficam “extasiados diante das peças lindíssimas” que encontram. Alguns registam que “voltarão mais vezes” e “trarão os seus amigos”¹⁸⁶. O desconhecimento sobre a existência do museu estende-se também aos próprios residentes de Fátima. Embora alguns tenham levado a cabo “inúmeras visitas a Fátima”, nunca visitaram o MASE, “talvez por descuido ou desconhecimento”. Ficam “impressionados com a riqueza do museu e com a bela exposição das peças existentes”¹⁸⁷.

Para muitos entrar no MASE significa conhecer o museu pela primeira vez. Embora “Fatimense, foi a primeira vez que pisei este espaço – só numa palavra – fiquei deslumbrada. O museu é espectacular”¹⁸⁸. “Pela primeira vez visitei este museu da minha terra e surpreendeu-me pela positiva. É um museu bastante agradável, com uma excelente colecção. Bom trabalho!”¹⁸⁹. Acontece que outros visitam o museu pela

¹⁸² Livro de Visitas (França, 2009).

¹⁸³ Livro de Visitas (Angola, 2011).

¹⁸⁴ Livro de Visitas (Vila do Conde, 2009).

¹⁸⁵ Livro de Visitas (Viseu, 2002).

¹⁸⁶ Livro de Visitas (s.l., 2001).

¹⁸⁷ Livro de Visitas (s.l., 2003).

¹⁸⁸ Livro de Visitas (Fátima, 2004).

¹⁸⁹ Livro de Visitas (Fátima, 2009).

segunda vez. “É maravilhoso. Uma algarvia de visita a Fátima”¹⁹⁰ e não se importam “de vir mais vezes”¹⁹¹. Outros visitam o museu pela “terceira vez” e expressam que nunca se “cansarão de ver as peças do museu e ler os mesmos textos”¹⁹².

Um número significativo de visitantes desloca-se propositadamente ao MASE motivado pelo desejo de melhor o conhecer. Fazem isso repetidamente:

É a quinta ou sexta vez que venho ao museu e sinto que nada vi. Tudo é disposto com harmonia, com clareza, com sentido pedagógico. Há muita espiritualidade no ar que se respira. Há muito para aprender. Virei cá mais vezes para aprender mais¹⁹³.

Percebe-se que o aproveitamento pessoal que os visitantes fazem do museu evolui com o suceder das visitas, podendo-se afirmar que a compreensão das experiências e as práticas de visita depende da familiarização que melhora com a continuidade. Este “visitante frequente” do MASE conhecendo de antemão o tipo de experiência que ali se vive e tendo-a valorizado positivamente em termos pessoais, sente necessidade de regressar regularmente, fidelizando as suas práticas de fruição superando, inclusivamente, algumas melhorias.

Muitos dos visitantes consideram-no “um local de paz e de encontro com Deus, Santuário da Mãe de Deus, Oásis de retemperar forças”¹⁹⁴. Quando se deslocam a Fátima acabam por passar sempre pelo MASE porque o consideram “um verdadeiro lugar mágico de Fátima”¹⁹⁵. “É realmente um lugar para ver e rever uma vez, e uma vez, e uma vez e uma vez mais”¹⁹⁶. Estas expressões reforçam que as experiências ocorridas no museu poderão de algum modo contribuir para a qualidade de vida dos que o visitam por satisfazer as suas necessidades em todos os sentidos – fisicamente, socialmente, intelectualmente, emocionalmente, espiritualmente. Os museus não são apenas locais de prazer. Eles são lugares concebidos para elevar o espírito e iluminar a mente (Black 2005: 286).

¹⁹⁰ Livro de Visitas (Algarve, s.d.).

¹⁹¹ Livro de Visitas (s.l, 2008).

¹⁹² Livro de Visitas (s.l, 2005).

¹⁹³ Livro de Visitas (Crato, 2000).

¹⁹⁴ Livro de Visitas (s.l, 2006).

¹⁹⁵ Livro de Visitas (s.l, s.d).

¹⁹⁶ Livro de Visitas (Angola, s.d).

Os discursos dos visitantes confirmam o museu como um importante atractivo turístico pelo seu acervo e colecções. A visita ao MASE é realizada, tanto individualmente como em grupo e ou amigos, mas maioritariamente ela é realizada com familiares (pais, filhos, netos e avós). É interessante ainda perceber que não são apenas os portugueses que residem no estrangeiro que vêm no MASE um ponto de encontro obrigatório quando regressam a Portugal. Isso acontece também de uma forma genérica com outros visitantes. Eles ficam com vontade de regressar ao MASE. Embora muitos deles expressassem ser a primeira vez que ali se deslocavam e, apesar de visitantes residentes na localidade também o visitassem pela primeira vez, para muitos a visita ao MASE não seria novidade. Alguns indicaram ser a quinta e sexta vez que visitaram o museu, justificando a sua repetição/fidelização pela “harmonia, paz, pedagogia e espiritualidade no ar que se respira”.

Considera-se que os museus no mundo contemporâneo procuram cada vez mais ter e manter um processo de comunicação com os visitantes e realizar a diferença na vida das pessoas. Um processo que não envolve apenas uma consciência passiva mas reflexiva e activa, construída, reinventada, revitalizada, integrada numa memória colectiva comum em confronto com aquelas memórias mais locais no contexto local (Faria 2000). Não mais compete aos museus a produção de memórias, mas antes a sua análise enquanto elementos fundamentais para a vida social, daí o museu viver em permanente necessidade de dialogar com a sua própria contemporaneidade.

Enquanto o museu desempenha para o turismo o papel de pólo de atracção, o turismo tem funcionado para o museu como fonte de potenciais visitantes.

VI.2. O ESPAÇO MUSEOLÓGICO DO MASE

A adjectivação que os visitantes atribuem ao espaço museológico toma o museu como algo informativo, interessante, bonito, original, absorvente, espectacular, inestimável, emocionante, diferente, belo, fantástico, significativo, único, singular,

maravilhoso, majestoso, fantástico, sugestivo, admirável e nostálgico¹⁹⁷. Ainda “muy lindo y completo!”¹⁹⁸; “bien ordenado y explicado, acessível a cualquier persona”¹⁹⁹, “fabulous and exciting”²⁰⁰, “very peaceful and beautiful”²⁰¹, “very enjoyable”²⁰²; “bello e comovente”²⁰³. Muitos são os adjectivos aplicados pelos visitantes do MASE ao espaço museológico. Uma observação interessante a notar é o facto de que, quando se procedeu à aplicação do inquérito (numa primeira fase de aferição do mesmo), uma das questões menos conseguida era a que solicitava a atribuição de quatro adjectivos ao museu. No entanto, o *Livro de Visitas* revelou conter informações complementares ao inquérito muito importantes já que os visitantes de uma forma mais espontânea acabaram por o expressar.

Os visitantes do MASE salientaram o interesse cultural e religioso do museu. Diversas alusões positivas foram deixadas escritas tais como, a aquisição de novos conhecimentos e o enriquecimento pessoal. Também foi destacado o interesse pelo conhecimento bíblico e etnográfico. A experiência dos visitantes, implícita nos seus discursos, sugere uma aproximação de carácter cultural ligada a uma intenção intelectual de aprendizagem e conhecimento dos fenómenos religiosos, em algumas situações na sua expressão estética. Não se pode deixar de ter em conta que, ao lado de uma experiência com maior expressividade religiosa, poderá aparecer uma experiência mais de curiosidade de um ponto de vista cultural e histórico.

O museu é culturalmente enriquecedor, sendo que a justificação dada pelos visitantes, é que se aprende “muitas coisas novas” que não só “enriquecem, testemunham, como permitem criar interesse pelo tema”²⁰⁴. Consideram “the visit to the museum is really enriching”²⁰⁵, “ce lieu très enrichissant et cela nous remet les pieds sur terre et j’espère au ciel”²⁰⁶. A visita ao museu trás novos conhecimentos e

¹⁹⁷ Livro de Visitas (Moçambique, 1999); (s.l., 1999); (Roma, s.d); (Cuba, 2008); (Fátima, 2006); (Brasil, 2006); (s.l., 2007); (Coimbra, 2008); (s.l., 2008); (Cádiz, s.d.).

¹⁹⁸ Livro de Visitas (Argentina, 2008).

¹⁹⁹ Livro de Visitas (Vigo, 2009).

²⁰⁰ Livro de Visitas (s.l., 2000).

²⁰¹ Livro de Visitas (s.l., s.d).

²⁰² Livro de Visitas (Ireland, 2009).

²⁰³ Livro de Visitas (Itália, 2010).

²⁰⁴ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁰⁵ Livro de Visitas (s.l., 2008).

²⁰⁶ Livro de Visitas (Paris, 2004).

“reconocimiento de otras culturas y religiones del mundo”²⁰⁷. Nos discursos dos visitantes evidencia-se o museu como um espaço de grande interesse, não só por divulgar outras culturas, como também por dar a conhecer a vida de Jacinta, Francisco e Lúcia, em Fátima. A visita é desse modo considerada “très instructive”²⁰⁸.

Nos discursos dos visitantes o trabalho dos missionários não é esquecido. É elogiado pelo “trabalho e cultura que transmitem e ensinam”²⁰⁹ assim como, o papel importante do museu em relação à preservação dos objectos culturais, “musée du plus haut interés, au culturel et au preservation”²¹⁰.

É possível concluir que os visitantes estabelecem uma forte associação do museu à meditação, oração, paz e espiritualidade. Alguns entendem que se “trata de um verdadeiro “OÁSIS” de reflexão e meditação num clima de oração”²¹¹. Outros sentem-se “em paz neste espaço” porque “transmite uma grande tranquilidade e porque apresenta uma museografia “muito bem concebida”²¹². O museu transporta o visitante para a “um ambiente de paz e reflexão”²¹³, para uns “instantes de paz e espiritualidade”²¹⁴. Há os que apreciam e se sentem bem dentro do museu porque “é lindo e transmite uma grande paz e alegria”²¹⁵, “It was a wonderful, quiet spiritual place”²¹⁶ e “es una gran muestra de espiritualidad”²¹⁷. Por isso, “estes tipos de iniciativas devem continuar, juntando esforços para que se possa divulgar o património religioso”²¹⁸.

O museu convida a usufruir de uma “boa catequese, lembrar, refrescar e a viver a fé”²¹⁹, ajudando a “elevar o espírito”²²⁰. Os discursos sugerem uma constante procura dos alicerces de fé, de crença e de esperança, compreensíveis num mundo em que os valores não são absolutos nem estáveis. Entende-se que nesta procura focada

²⁰⁷ Livro de Visitas (s.l., 2005).

²⁰⁸ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁰⁹ Livro de Visitas (s.l., 2008).

²¹⁰ Livro de Visitas (s.l., 2000).

²¹¹ Livro de Visitas (Fátima, 2000).

²¹² Livro de Visitas (s.l., 2006).

²¹³ Livro de Visitas (s.l., 2007).

²¹⁴ Livro de Visitas (Brasil, 2009).

²¹⁵ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²¹⁶ Livro de Visitas (s.l., 2001).

²¹⁷ Livro de Visitas (Peru, 2009).

²¹⁸ Livro de Visitas (s.l., 2006).

²¹⁹ Livro de Visitas (Lisboa, 2006).

²²⁰ Livro de Visitas (s.l., 2006).

nos discursos dos visitantes, o MASE cumpre a missão de consolidar a vivência da espiritualidade e intensificar a existência do sagrado a partir de um processo de reflexão sobre “o refazer do interior”²²¹ para a transformação, para o “lado mais espiritual e sentimental”²²². Porque para muitos o museu conduz a uma “viagem de fé e de amor”²²³ e à “interiorização de determinadas verdades cristãs”. Alguns consideram que “são obras como estas que deviam existir com mais abundância”²²⁴.

O discurso dos visitantes também ressalta o papel do MASE para “pensar e ver o quanto a vida e a fé é importante”²²⁵. A modernidade fragmentou o campo religioso e fez emergir uma diversidade de religiões dentro de novos ordenamentos e configurações. Apesar da intensa diluição do campo religioso na contemporaneidade, a visita ao MASE para alguns significa a imbricação de um campo mais profundo que ultrapassa o domínio da religião, tornando-se “o alimento da alma”²²⁶.

Interessante notar ainda que o museu pode despertar os mais variados sentimentos e reacções nos seus visitantes, “foi romântico”²²⁷, “foi realizado o sonho da minha vida”²²⁸, “ajuda a viver mais”²²⁹. Há os que fazem até questão de não sair do museu sem registar “a emoção” que “sentem ao visitá-lo”²³⁰.

Considera-se que para muitos visitantes o MASE contribui para a superação de um quotidiano conturbado. Ainda mais quando as experiências podem ser enriquecidas com singularidades que apelem aos sentimentos, aos diferentes sentidos (Gyimóthy & Johns 2001). No MASE a música é uma delas. O ambiente sonoro existente nas várias salas do museu de acordo com as temáticas de cada uma é um estímulo para os visitantes: “muito bem organizado com óptima música de fundo”²³¹, “um espaço magnífico, com um circuito expositivo excelente conferindo ao espaço

²²¹ Livro de Visitas (Leiria, s.d.).

²²² Livro de Visitas (s.l., 2007).

²²³ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²²⁴ Livro de Visitas (s.l., 2010).

²²⁵ Livro de Visitas (s.l., 2006).

²²⁶ Livro de Visitas (Monção, s.d.).

²²⁷ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²²⁸ Livro de Visitas (s.l., 2002).

²²⁹ Livro de Visitas (Madeira, 2011).

²³⁰ Livro de Visitas (Brasil, 2011).

²³¹ Livro de Visitas (s.l., 2007).

misticismo”²³². A música é “apropriada para cada sala”²³³, adequada a cada espaço”²³⁴ e “the music when helps us to reflect”²³⁵. A “música e as luzes transformam todas as salas em ambientes magníficos”²³⁶. Esta apreciação faz com que registem agradecimentos:

Pour cette visite priant, merci pour la musique qui aide au renouvellement pour l’ouverture d’esprit aux autres pays, cultures, pour le chemin, le parcours de la vie de Jésus, naissance, enfance, passion, résurrection. Une œuvre d’art. Une étincelle de l’amour de Dieu. C F²³⁷.

A presença de diferentes tipos de música ao longo de todo o percurso expositivo parece proporcionar um ambiente mais convidativo aos visitantes reforçando-lhes os estímulos para melhor apreenderem a narrativa do museu. Trata-se de uma acção expositiva bastante utilizada na prática museológica. Neste sentido, a música enquanto estratégia museográfica valida os processos de interpretação e compreensão das colecções através das interacções sociais que o ambiente sonoro propicia envolvendo mais profundamente o visitante no discurso e conteúdos do museu.

VI. 3. A APREENSÃO E A EFICIÊNCIA DO DISCURSO E OS SEUS CONTEÚDOS

O museu deve ter em conta o que as pessoas querem, no que é que elas estão interessadas e como é que elas podem vir a ter uma participação mais activa na sociedade (Hooper-Greenhill 1994). O discurso e o conteúdo do MASE contribuem para esses objectivos. É considerado positivo pela maioria dos visitantes. Alguns motivos apresentados são a prestação deste tipo de museu para “a formação cultural

²³² Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²³³ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²³⁴ Livro de Visitas (s.l., 2005)

²³⁵ Livro de Visitas (England, s.d.).

²³⁶ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²³⁷ Livro de Visitas (Paris, s.d.).

do povo, muito pedagógico para se poder compreender de imediato”²³⁸. Ainda por ser um museu de “importância inestimável, pela sua grandeza e objectividade religiosa e portanto cultural”²³⁹. Atribuem-lhe alguns adjectivos como “enorme, maravilhoso, informativo e formativo”²⁴⁰ e colocam em destaque o benefício pessoal em termos “currículo e aprendizagem profissional”²⁴¹.

Nos discursos dos visitantes evidencia-se um aproveitamento do museu para proveito próprio a nível intelectual e cognitivo. Alguns retiram apontamentos sobre as informações apresentadas nos painéis expositivos do museu com interesse para os seus estudos ou profissão. Existe por isso, uma intenção de visita mais definida em termos das salas expositivas que pretendem visitar. Esta questão manifesta o contributo do museu para a aprendizagem formativa e profissional. Contributo referido nos estudos de Graburn (1995 [1997]) ao concluir que os visitantes procuram “uma série de complementos morais e recreativos que complementem os seus papéis limitados em casa e no trabalho” (2002 [1990]): 150). Na prática de visita ao MASE os visitantes podem encontrar estímulos importantes para o seu enriquecimento pessoal e profissional.

A propósito da aprendizagem Silva (2003) considera que as experiências de “autenticidade cultural” e a especialização social para uma parte significativa dos visitantes são consumadas, em primeiro lugar, no acto da aprendizagem. Já no entender de Nora (1993) os museus são “lugares de memória”, “são um conjunto de recordações, conscientes ou não, de uma experiência vivida ou mistificada por uma colectividade de cuja identidade faz parte integrante o sentimento do passado” (Nora 1990 [1984]: 451). Neste contexto, “símbolos, memória e simbolismo” são termos utilizados no discurso de alguns visitantes, “todos os símbolos fazem parte da Nossa História, gostei muito de ver”²⁴², “trata-se de uma boa memória para o futuro”²⁴³.

O expresso pelos visitantes poderá ser encaixado no entendimento dos museus enquanto “lugares de memória” - uma memória sujeita à dinâmica social - por não se

²³⁸ Livro de Visitas (Castelo Branco, 2006)

²³⁹ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁴⁰ Livro de Visitas (s.l., 2002).

²⁴¹ Livro de Visitas (Lamego, s.d.).

²⁴² Livro de Visitas (s.l., 2002).

²⁴³ Livro de Visitas (s.l., 2002).

tratar de uma memória congelada, mas de uma memória viva, cheia de significados, sendo um instrumento de reflexão social que concorre para a reconstrução, reinterpretação e resignificação de um passado de memórias colectivas (Halbwachs 1992 [1925]). No MASE a exibição das colecções incentiva o gosto pela herança cultural, fomenta o conhecimento, o respeito e a valorização da diversidade cultural. Os visitantes registam que o museu é “bom para recordar os tempos passados”²⁴⁴, aspecto importante porque no entender de alguns “é preciso saber respeitar as coisas antigas para um dia poder recordar”²⁴⁵ esperando “que siempre conservem estes recuerdos para futuras geraciones”²⁴⁶. Entende-se dos seus discursos um certo sentimento de nostalgia frequentemente associado a situações de crise ou de ansiedade motivado pela sociedade moderna. Esta ideia remete para Smith (1996) ao referir que um dos paradoxos da sociedade contemporânea é:

O seu desejo pela inovação associado a uma profunda nostalgia pelo passado. Os sentimentos de alienação nas sociedades contemporâneas originam a necessidade de ligação com o passado que se sente distante (1996: 174).

A prática de terreno permitiu constatar que muitos visitantes valorizam a missão do MASE porque associam a exibição do seu acervo e as colecções à “recuperação do passado”, no sentido, de ser um espaço importante para que os “objectos não desapareçam”, permitindo “um dia poderem recordar”. Quando a memória tem uma base social, os objectos da recordação fornecem um elo temporal entre gerações (Guillaume 2003). O sentimento “romantizado do passado” (Archer 2003) e a procura compensatória de uma ligação ao passado parecem direccionar a atenção dos visitantes para a importância do museu para “a preservação dos objectos para as futuras gerações”. Regulamentadas como “funções obrigatórias” as

²⁴⁴ Livro de Visitas (s.l., 2007).

²⁴⁵ Livro de Visitas (s.l., s.d).

²⁴⁶ Livro de Visitas (s.l., 2009).

instituições museológicas²⁴⁷ devem considerar prioritário a noção de serviço público, a protecção e preservação do seu legado para as gerações futuras.

Outros visitantes dão particular atenção ao que experienciam no espaço museológico. A propósito das experiências turísticas promovidas pelos museus, Prentice (2001) considera que elas podem ser classificadas como “encantatórias” ou como “provocatórias”. Mas depreende-se que no MASE as experiências turísticas apresentam por vezes uma certa ambiguidade. Se para uns as exposições do museu proporcionam experiências “encantadoras” por serem “simples, humanas e divinas”²⁴⁸, este sentimento de “encanto” por vezes altera-se para um certo “desencanto” percebido nos seus discursos através de uma junção de antónimos: “triste/ giro”²⁴⁹, “assustador/lindo”²⁵⁰, “sad/beautiful”²⁵¹.

Na apreciação que os visitantes fazem do circuito expositivo o valor estético e artístico das colecções é acentuado por alguns. Confluem no espaço museológico experiências cujo relevo é dado à componente religiosa (compreendendo entre outras, as vertentes teológicas, litúrgicas e pastorais) e a componente secular (compreendendo entre outras, as vertentes educativas, históricas e estéticas). Consideram a visita muito proveitosa para “alargar conhecimentos em questão histórica e estética”²⁵² e “bastante interessante com peças de imensa beleza e qualidade artística”²⁵³.

Entende-se que os visitantes do MASE na sua heterogeneidade transitam entre o apelo aos domínios da fé e da religiosidade e o domínio do encontro de culturas à tolerância. Combinam-se emoções pessoais e espiritualidade num mesmo espaço carregado de encontros valorizados. Alguns visitantes manifestam um profundo apreço pelas “culturas das civilizações” porque estão “muito bem representadas”. No

²⁴⁷ Funções obrigatórias estabelecidas na Lei-Quadro dos Museus Portugueses (Lei n.º 47/2004, de 19 de Agosto). Os artigos 27.º a 31.º definem as principais regras. A Lei nº 107/2001 de 8 de Setembro também estabelece as bases da política e do regime de protecção e valorização do património cultural.

²⁴⁸ Livro de Visitas (s.l., 2007).

²⁴⁹ Livro de Visitas (s.l., s/d.).

²⁵⁰ Livro de Visitas (s.l., 2007).

²⁵¹ Livro de Visitas (s.l., 2009)

²⁵² Livro de Visitas (s.l., 2009).

²⁵³ Livro de Visitas (s.l., 2002).

entanto, deixam registado que se deve continuar a “investir em outras culturas”²⁵⁴. Outros consideram ainda que o museu “é vida na medida em que dá o sabor de outras culturas e de outras eras”²⁵⁵, possibilitando “o encontro de culturas iluminado pela fé”²⁵⁶ e a aprendizagem sobre “a vida de Cristo e a maneira de viver dos outros povos”²⁵⁷. Entende-se dos seus discursos uma transitoriedade de domínios, pois há os que referem as “diferentes culturas, crenças e rituais de povos tão diferentes”²⁵⁸ e os que destacam as “reliquias e artefactos de elevado valor cultural e sentimental”²⁵⁹. Estas expressões parecem implicar a diversidade cultural. Constatou-se que para muitos visitantes, a diversidade cultural – entendida, como fundamental para a reflexão, para a adaptação, para a construção, para a mudança, fundamentais para a dinâmica da vida - propicia aos visitantes a fruição das expressões culturais que as colecções do MASE exprimem e difundem. A diversidade cultural é associada pelos visitantes aos objectos “etnográficos”. Assume especial relevo a colecção de etnologia, sala dedicada à apresentação de objectos “etnográficos” recolhidos pelos missionários em contexto de missão. Nesta sala o visitante consegue ter uma percepção mais abrangente de cidadania já que ao relacionar-se com as colecções do museu, mais facilmente poderá fazer a leitura do mundo que o rodeia.

Não esquecendo que a leitura decorrente dos discursos do museu é sempre uma interacção entre as informações disponíveis e a trajectória de vida de cada visitante. O percurso expositivo do museu é continuamente construído pelo visitante e de acordo com Falk & Dierking (1997) é a sua interpretação que cria a experiência.

Os discursos dos visitantes do MASE demonstram ter apreciado a experiência vivida no museu. Consideraram-na “uma experiência única”²⁶⁰, “uma experiência para sempre”²⁶¹, “uma experiência muito interessante”²⁶², “a lovely experience”²⁶³ e

²⁵⁴ Livro de Visitas (s.l., 2000).

²⁵⁵ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁵⁶ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁵⁷ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁵⁸ Livro de Visitas (Trofa, 2009).

²⁵⁹ Livro de Visitas (Marco de Canaveses, s.d.).

²⁶⁰ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁶¹ Livro de Visitas (s.l., 2008).

²⁶² Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁶³ Livro de Visitas (s.l., 2007).

“informative and moving experience to see the museum”²⁶⁴. O modo como avaliam a experiência possui a sua própria escala de valores. O mesmo será dizer que a experiência vivida no MASE varia de acordo com a natureza e a intensidade que ela assume pessoalmente para cada indivíduo, em função de características e valores pessoais. Mas para isso, o museu tem que possibilitar a ligação entre o que fazem, vêem e sentem, com o que sabem e compreendem (Hein 1998).

A leitura feita ao *Livro de Visitas* mostra que aqueles que se deslocam ao MASE o fazem sobretudo pela atractividade religiosa do acervo e das colecções, pelo grau de satisfação emocional e espiritual que o percurso expositivo proporciona, pela relevância histórico-cultural de raiz religiosa que detém e ainda pelo interesse e curiosidade que o trabalho missionário estimula. As emoções e a “imaginação” são dimensões essenciais da experiência de visita ao museu (Bagnall 2003; Hooper-Greenhill 1994; Prentice 2001).

O discurso transmitido pelo MASE na óptica dos visitantes transporta uma mensagem “humana e cristã”²⁶⁵, na medida em que a arte, a cultura e a religião estão intimamente reunidas. A mensagem apela aos “Direitos Humanos e à Paz no Mundo”²⁶⁶. Fazem uma apreciação bastante positiva do museu já que “a mensagem está bem transmitida”²⁶⁷, entende-se com “facilidade por ser simples, mas incisiva”²⁶⁸. É também “minucioso y realista” e “todo es precioso, muy emotivo. Los temas bien explicados y cada personaje también”²⁶⁹.

São vários os visitantes que expressam não só uma avaliação positiva da eficiência do discurso do MASE, como distinguem essencialmente o carácter “tão eficiente maneira de expor e dar a todos uma clara visão da evolução cristã e da missionação”²⁷⁰. Há visitantes que fazem comparação entre as exposições do MASE e

²⁶⁴ Livro de Visitas (s.l., 2007).

²⁶⁵ Livro de Visitas (Samora Correia, 1999).

²⁶⁶ Livro de Visitas (Tomar, 2000).

²⁶⁷ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁶⁸ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁶⁹ Livro de Visitas (Espana, 2001).

²⁷⁰ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

as exposições dos museus nacionais, evidenciando que o MASE “está em pé de igualdade ou até supera muitas das exposições que se fazem nos museus nacionais”²⁷¹.

Ambas as colecções (arte sacra e etnologia), assim como o discurso museológico e a dinâmica criada para o museu são eficientes. Alguns dos visitantes referem que apreciaram bastante toda a exposição e o discurso museológico porque “segue uma perspectiva teológica-histórica eclesial bem conseguidas” e elogiam os missionários da Consolata por “conjugam a fé e as culturas”²⁷².

Os diversos discursos dos visitantes evidenciam a eficiência da narrativa do MASE. No que se refere à exibição das colecções e *performance* museográfica existe uma “boa organização”²⁷³, “excelente elaboração, catalogação e arrumação”²⁷⁴, “bem delineado, documentado e estruturado”²⁷⁵. O museu é “impecavelmente organizado, com um extraordinário ambiente de concentração e pacificação, abertura e criatividade”²⁷⁶. Os visitantes consideram que as colecções estão “muito bem expostas com circuito expositivo bem pensado em termos de sequência temática”²⁷⁷, o que se traduz num ponto forte “em termos de valorização museológica e cultural!”²⁷⁸.

Em termos museográficos, “a museografia está bem conseguida”²⁷⁹, resultando daí um percurso agradável para o visitante. A concepção museológica está “perfeita e harmoniosa com o Roteiro e a museografia apresentados”²⁸⁰ e tem um “ótimo percurso, organização e disposição das peças”²⁸¹.

É dado realce não só à boa organização e percurso expositivo do museu, como também aos “textos inspirados e fabulosos”²⁸². Para muitos visitantes eles servem de “pontos de meditação e oração”²⁸³. Chamam a atenção para “los textos que

²⁷¹ Livro de Visitas (s.l., 2007).

²⁷² Livro de Visitas (s.l., 2007).

²⁷³ Livro de Visitas (Damaia, s.d.).

²⁷⁴ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁷⁵ Livro de Visitas (Santa Maria da Feira, s.d.).

²⁷⁶ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁷⁷ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁷⁸ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁷⁹ Livro de Visitas (Fátima, 2000).

²⁸⁰ Livro de Visitas (s.l., 2006).

²⁸¹ Livro de Visitas (s.l., 2010).

²⁸² Livro de Visitas (Damaia, 2008).

²⁸³ Livro de Visitas (s.l., 2000).

acompanan, poetas y explicativos, por su sentimiento y religiosidad”²⁸⁴, referindo-se “os poemas bem escolhidos para ilustrar certos conjuntos de objectos”²⁸⁵.

Adjectivos são atribuídos pelos visitantes aos textos apresentados ao longo do circuito expositivo. Referem-se a eles como fabulosos, explicativos, fantásticos, profundos, elucidativos e explicativos. Dada a importância dos textos, alguns são da opinião que deveriam ser reproduzidos em livro ou catálogo “para que os possam levar para casa e assim prolongar a visita”²⁸⁶. São muitos os que gostariam de ver publicado um livro onde se reunissem todos os textos que surgem nos painéis expositivos, assim como, “os poemas da literatura popular que estão em algumas partes das exposições”²⁸⁷. Registam o porquê:

Seria bom que este museu fosse **transposto para livro** – textos, mapas, algumas imagens. Os textos estão escritos de uma forma que transmitem muito bem a vida de Cristo, incluindo o homem na sua totalidade em Cristo. Tem uma mensagem diferente porque em poucas palavras conseguem fazer pensar, conseguem interpelar”²⁸⁸.

Por considerarem ter tido uma “bela viagem” pelo património de arte sacra e etnográfico “ligado a Cristo e à Evangelização missionária”, reforçam a “sugestão urgente: editar um livro que inclua a transcrição dos textos. Pode ser que para o ano, quando voltar, já seja uma realidade!”²⁸⁹.

A *performance* museográfica global do museu segundo os discursos dos visitantes encontra-se em concordância com a mensagem e o espírito da missão religiosa que o MASE assume. Embora interpretada como positiva (através dos vários comentários já referidos), existe um olhar mais crítico relacionado com a falta de informação mais específica sobre os objectos exibidos, principalmente na sala dos

²⁸⁴ Livro de Visitas (s.l., 2006).

²⁸⁵ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

²⁸⁶ Livro de Visitas (s.l., 2000).

²⁸⁷ Livro de Visitas (S. Paulo Brasil, 2000).

²⁸⁸ Livro de Visitas (Setúbal, 2007).

²⁸⁹ Livro de Visitas (Lisboa, 2007).

Pastorinhos. “É pena não ter panfletos sobre os pastorinhos²⁹⁰” e “me gostaria mas informacion sobre los ninos que se les aparecio la virgen de Fátima”²⁹¹. A apreciação menos positiva que os visitantes fazem da sala dos Pastorinhos assume particular relevância, pois remetendo para os vestígios materiais dos protagonistas de Fátima “os videntes”, acaba por não corresponder à avidez informativa de alguns visitantes. Por “reavivar as lembranças” que deram início à história do lugar e dos seus intervenientes, alguns visitantes “gostariam de saber mais”. Além disso, outros também mencionam que a origem de alguns objectos não se encontra devidamente identificada, documentada, ou quando identificada as datações são inaceitáveis ou consideradas incompletas:

Pouco documentada a ressurreição de Jesus em comparação com a do crucifixo. Falta do “anjo da Paz”, em Fátima: em 1915 “embrulhado num lençol; em 1916: no Poço e na Soca do Cabeço”²⁹²; “Gostei de visitar estas exposições. Em minha opinião é pena que bastantes elementos **não têm referência do local** onde foram encontrados”²⁹³; “Gostei imenso de ter conhecido este magnífico museu, crítica construtiva, revejam algumas peças sobretudo crucifixo creio que **a datação foge um pouco ao real** há peças do século XVII com datação do XVIII. Gostei parabéns e obrigado por este momento”²⁹⁴; “O museu é muito interessante mas acho que **deveriam existir mais explicações** acerca de alguns dos objectos em exposição. Por exemplo, numa das últimas secções acerca dos materiais utilizados pelos povos africanos deveria estar mais explícito o tipo de utilização dado a certos materiais”²⁹⁵.

Interessante notar esta exigência por parte dos visitantes. Os seus discursos denotam que estão cada vez mais informados sobre os destinos que visitam aumentando o seu “olhar crítico” e o seu grau de exigência. Ressalve-se que o “olhar crítico” não se refere apenas ao sentido visual, mas a um olhar mais profundo perante uma realidade diferente e nova que se apresenta para o visitante. Mais uma vez o papel do museu é reforçado como instrumento de reflexão social, colaborando para a construção do conhecimento de modo crítico e participativo.

²⁹⁰ Livro de Visitas (s.l., 2000).

²⁹¹ Livro de Visitas (s.l., 2006).

²⁹² Livro de Visitas (s.l., 2006).

²⁹³ Livro de Visitas (s.l., 2007).

²⁹⁴ Livro de Visitas (Tavira, s.d.).

²⁹⁵ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

Considerado por alguns visitantes como menos positivo é a reduzida iluminação existente sobre alguns objectos na medida em que dificulta a sua observação, pois “algumas salas e algumas obras precisam de mais luz²⁹⁶. É sugerido que “a peça (nº27) na sala dos pastorinhos/vida e Cristo (Tanzânia) merece pela sua beleza e detalhe maior destaque e iluminação que permita melhor leitura”²⁹⁷. A concluir pelo registo deixado no *Livro de Visitas* a “sala dos Pastorinhos está mal iluminada sobretudo para quem tem problemas de visão”²⁹⁸ denota por vezes, que a prática museográfica não é entendida pelos visitantes do ponto de vista das principais regras que os museus devem seguir para garantir as adequadas condições de conservação dos bens culturais neles incorporados.

O sistema áudio e informação áudio são destacados nos discursos dos visitantes como um “ótimo recurso”, mas apresenta-se no MASE de forma insuficiente. Deixam por isso, algumas sugestões relacionadas com a higiene. Destacam que o equipamento deve poder ser utilizado sem necessidade de se colocar dentro do ouvido, por uma questão de higiene, o que não acontece. Informam que quando se liga o aparelho “este deve ir logo para a secção a ouvir e não para uma selecção “Play music” porque dificulta a utilização especialmente dos visitantes menos habituados às novas tecnologias”²⁹⁹. Campo ainda considerado pelos visitantes como insuficiente é a divulgação. Muitos acham necessária uma maior divulgação do museu. “Deveria ser mais divulgado nos meios de comunicação social como por exemplo a T.V”³⁰⁰. Outro campo largamente criticado são as legendas que deveriam contemplar a informação em inglês, “as legendas deveriam ter além do Português outra língua, como por exemplo o Inglês³⁰¹, “appreciate them if there is a translation in English”³⁰². Muitos deixam sugestões: “it would be nice you have English translation as well, since there are a lot’s of english – speaking people coming here. Thank you”³⁰³.

²⁹⁶ Livro de Visitas (s.l, s.d.).

²⁹⁷ Livro de Visitas (s.l., 2012).

²⁹⁸ Livro de Visitas (s.l., 2007).

²⁹⁹ Livro de Visitas (s.l., 2009).

³⁰⁰ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

³⁰¹ Livro de Visitas (s.l., 2010).

³⁰² Livro de Visitas (s.l., 1999).

³⁰³ Livro de Visitas (Germany, 2010).

Ampla importância é dada à limpeza e ao preço de entrada do museu e os visitantes deixam isso expresso no *Livro de Visitas*. “O museu está lindo, limpo e bem organizado”³⁰⁴, “limpo, organizado e com o preço acessível para todos os visitantes”³⁰⁵. Para uns o preço do bilhete de ingresso para visitar o MASE é motivo de insatisfação devido ao custo elevado, como se pode ler no *Livro de Visitas*: “o único senão foi o facto de ter de se pagar para visitá-lo. Comércio e religião não são compatíveis”³⁰⁶, “2,50 Euros pour adulte c’est un peu trop”³⁰⁷. Para outros o preço do bilhete de ingresso apresenta “um preço acessível para todos os visitantes”³⁰⁸. Esta questão do preço pode ser um factor limitador da afluência de visitantes ao museu.

Os que visitam o MASE têm as suas próprias maneiras de dialogar, olhar, sentir, interpretar as colecções e preferências. Elas manifestam-se por exemplo em relação aos objectos provenientes de Macau, África e também os referentes aos Índios, “da vida dos Yanomani do Brasil”. Alguns registam que apesar de terem visitado vários museus de arte sacra – Braga (Sé); Porto (Sé); Palácio da Ajuda – Lisboa, consideram que o MASE é “um pouco diferente e muito interessante porque serve para fazer meditação!”³⁰⁹. Muitos apreciam a “parte relativa a Macau e a África”, “a parte dos Índios e de Macau”³¹⁰, ainda outros, particularmente a “última sala alusiva à cultura africana”³¹¹, “a vida dos Yanomani do Brasil”³¹², “principalmente a parte dos índios”³¹³. Outros não apreciam tanto a “colecção de arte cristã”³¹⁴.

Alguns factores contribuem para um maior interesse e atractividade de um museu como os étnicos e culturais (valores e crenças), os relacionados com o estilo de vida (interesses, preferências, personalidade), os grupos de referência (como familiares e amigos), os de socialização e finalmente os de influência social (tendências sociais, políticas, económicas e tecnológicas), (Izquierdo & Samaniego 2004). Contudo, poderão existir outras razões para visitar um museu, tais como aquelas relacionadas

³⁰⁴ Livro de Visitas (Coruche, 2009).

³⁰⁵ Livro de Visitas (s.l., 2007).

³⁰⁶ Livro de Visitas (Lisboa, 2007).

³⁰⁷ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

³⁰⁸ Livro de Visitas (s.l., 2007).

³⁰⁹ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

³¹⁰ Livro de Visitas (s.l., 2000).

³¹¹ Livro de Visitas (s.l., 2001).

³¹² Livro de Visitas (s.l., 2004).

³¹³ Livro de Visitas (s.l., 2006).

³¹⁴ Livro de Visitas (s.l., 2000).

com o próprio indivíduo (como o desejo de aprender, estar com a família, participar numa actividade recreativa e entretenimento para as crianças, por exemplo) e ainda as relacionadas com a localização do museu ou o próprio museu em si, enquanto atractividade (acervo, contexto histórico, religioso, etc) (Poria & Biran 2006).

No MASE os visitantes acentuam com grande interesse a sala da Etnologia. Os seus discursos dão ênfase à “exposição das tribos”³¹⁵, acham bastante interessante a “parte das peças das tribos, caça, trajes, etc”³¹⁶, “sobretudo a parte das diferentes etnias”³¹⁷ e “particularmente da parte etnográfica”³¹⁸. Conclui-se que esta preferência deve-se a uma certa curiosidade que os objectos utilizados por diferentes grupos étnicos estimulam. A análise aos termos “tribos” e “etnias” utilizados por alguns visitantes merece aqui reflexão. A etnicidade, tal como é hoje usada na Antropologia expressa uma mudança para os contextos multiculturais e interculturais nos quais como referido nos estudos de Cohen (1978), “a atenção é focalizada numa entidade — o grupo étnico — que é marcada por algum grau de comunalidade cultural e social” (1978: 386). Nesta linha de raciocínio, torna-se necessário distinguir a etnia da “unidade étnica” a qual pode ser qualquer dos grupos (família nuclear, aldeia, tribo, etc) a que pertence um indivíduo (Pannoff & Perrin 1973). Os termos aqui utilizados podem ser remetidos para contextos multiculturais assentes no reconhecimento das singularidades de cada cultura, incluindo a diversidade cultural abrindo espaço para o diálogo intercultural. Este diálogo é expresso pelos visitantes quando assumem as suas preferências. Por exemplo, entre as duas colecções do MASE – a de arte sacra e a de etnologia – existe um elevado interesse pela colecção de etnologia, como já referido. Tal preferência assenta na valorização do encontro com aquilo que é culturalmente diferente, plural e diversificado.

Nos discursos dos visitantes a sala da Etnologia proporcionava-lhes uma “pequena viagem a um mundo com que não contactavam”³¹⁹, mas que no entanto estava muito presente através dos objectos “etnográficos”. Para outros a sala era a mais interessante porque lhes dava a “clara noção de que existem culturas muito

³¹⁵ Livro de Visitas (s.l., 2000).

³¹⁶ Livro de Visitas (Outeiro das Matas, 2002).

³¹⁷ Livro de Visitas (Arouca, 2003).

³¹⁸ Livro de Visitas (s.l., 2010).

³¹⁹ Livro de Visitas (Lisboa, 2006).

diferentes” da sua, no entanto, com as “bases em comum”³²⁰. Ainda para outros o interesse baseava-se na “recriação” que conseguiam imaginar através da observação dos objectos apresentados na sala, podendo “contactar com os objectos de uso quotidiano dos indígenas e recriar as suas vidas primitivas”³²¹.

Entre os objectos referenciados como mais atractivos foram “o enxota-moscas pertencente ao chefe da tribo, a lança para caçar macacos, o colar da fertilidade e a máscara de iniciados”³²². Mas uma inclinação distinta poderá surgir de acordo com a motivação com que se vai visitar o museu. As temáticas, embora diferentes, poderão ser complementares. Esta situação verifica-se, por exemplo, nas visitas orientadas para os grupos escolares. Se o professor e alunos visitavam o museu no âmbito da História a atenção seria predominantemente dirigida para a sala da Natividade, mas se fosse programada no âmbito da Antropologia a atenção recairia na sala da Etnologia. A preferência também é dada por alguns visitantes à sala dos Pastorinhos, “gostei muito da sala dos pastorinhos”³²³, “gostei particularmente da sala dos pastorinhos pois é a história de Fátima”³²⁴. “A sala mais marcante é a dos três pastorinhos”³²⁵.

O MASE com toda a sua experiência global enquanto instituição (as exposições, as infra-estruturas, os serviços, a acessibilidade, as actividades de extensão cultural, as acções promocionais, etc) tudo é traduzido em mensagem para os seus visitantes, o que acaba por “disseminar a imagem” do museu (Cossons 1991).

Ora, os discursos dos visitantes denunciam mudanças significativas da contemporaneidade e reportam à crescente interculturalidade, ao hibridismo das formas culturais, mudança que tem ocorrido nos museus contemporâneos entendidos como lugares neutros onde não existem muitos dos constrangimentos que caracterizam outros locais de aprendizagem (Hopper-Greenhill 1994). São espaços onde as colecções exibidas podem ser livremente exploradas. Interagem com a “imaginação do visitante e as suas respostas emotivas que se combinarão com a

³²⁰ Livro de Visitas (Constância, 2005)

³²¹ Livro de Visitas (s.l., 2011).

³²² Livro de Visitas (s.l., 2008).

³²³ Livro de Visitas (Madeira, s.d.).

³²⁴ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

³²⁵ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

dinâmica social” (Worts 1996: 129). A construção de significados na experiência de visita ao museu pressupõe interacção entre conhecimento e emoção.

Partindo-se do pressuposto que toda actividade humana é interconectada e correlacionada, a aprendizagem proporcionada pela experiência é transformadora. Mas embora transformadora, alguns discursos parecem denunciar visões embaraçosas de anti-diversidade religiosa disfarçadas por posições de “desencanto” para com o museu. Pese embora, a manifestação do gosto pelo museu seja uma constante, alguns ressaltam que “os budas não deviam”³²⁶ ser exibidos no MASE. Esta é uma “parte negativa” do percurso expositivo do museu referida por alguns visitantes que “foi introduzir budas, no final da exposição”. Consideram que não deverá haver misturas!”³²⁷; “os budas e budistas deviam estar mais separados de N. S. da Guia”³²⁸. Se por um lado na contemporaneidade se tende à promoção de paz num contexto de “diversidade criativa” por outro, persistem preconceitos e mal entendidos profundamente enraizados que levantam barreiras e alimentam divisões. O MASE assume neste contexto elementar importância, conforme se pode concluir através dos discursos dos visitantes que se tem vindo a considerar, visto que promove diferentes reacções e reflexões por vezes até associadas à desmitificação de preconceitos.

Aqui o MASE enquanto espaço de aprendizagem de livre escolha transversal aos objectos que compõem as suas colecções permite aos visitantes formar novos significados e aprendizagem que através da experiência de visita poderá ser transformadora. De um modo geral, as opiniões registadas no *Livro de Visitas* sugerem um conteúdo narrativo que passa pela “evangelização, relação intercultural, espiritual e tentativa de diálogo ecuménico”³²⁹. Os discursos dos visitantes dão um sentido particular ao “diálogo e espírito ecuménico”. O terreno validou que a nomeação deste “espírito ecuménico” encontra-se associado quer aos objectos de arte sacra, quer aos “etnográficos”. No entanto, a utilização do termo ecumenismo ganha mais expressividade quando os visitantes observam que ao lado das colecções do MASE se encontra também exibido um altar com uma divindade budista. Se para uns isso é

³²⁶ Livro de Visitas (s.l., 2006).

³²⁷ Livro de Visitas (s.l., 2007).

³²⁸ Livro de Visitas (s.l., 2010).

³²⁹ Livro de Visitas (s.l., s.d.).

negativo, para outros significa uma forma de evangelização e catequização. É uma “pequena amostra de ecumenismo”³³⁰. É “uma boa catequese e ajuda a elevar o espírito”³³¹.

Entende-se que o discurso do museu propõe sempre um campo da identidade como enunciado e quadro de reflexão ilustrado através dos objectos que exhibe, que muitas vezes são a expressão maior das alteridades. Quando se reflecte sobre o acervo e as colecções do museu, as questões de quem falam, para quem falam os objectos exibidos, tornam o museu um lugar para pensar a sociedade que os inventou e os cria.

VI. 4. A PERFORMANCE MUSEOGRÁFICA NA ÓPTICA DOS ESTUDANTES E MISSIONÁRIOS

Se ao percorrerem o percurso expositivo do museu, as palavras ecuménico, inter-religioso e multicultural, atribuídas às colecções exibidas estavam bem presentes nos discursos dos visitantes. Procurou-se também perceber se o mesmo acontecia em relação aos estudantes e missionários. Assim, para o missionário MG o diálogo ecuménico e diálogo inter-religioso não apresentam diferença significativa. No diálogo inter-religioso “as pessoas têm uma religião” e no diálogo ecuménico está envolvido “outras religiões diferentes, os protestantes, outros”. Contudo, no discurso deste missionário o termo inter-religioso é o que melhor se aplica à sua missão e dever de comunicar “entre todos e com todos”. O missionário relata:

Por exemplo, na Amazónia em Manaus, era um protestante que até era alemão e nós trabalhávamos juntos. Eu lembro-me que um dia havia lá uma missa onde eu trabalhei e o padre ficou admirado porque eram todos anglicanos mais do que católicos (...). Compreende? Budistas, Hinduístas, etc, o importante é o diálogo entre todos³³².

³³⁰ Livro de Visitas (s.l., 2010).

³³¹ Livro de Visitas (s.l., 2006).

³³² Entrevista a MG, 20.04.2012.

Nomeando o papel importante do diálogo inter-religioso, continua a partilhar a sua experiência:

A questão do diálogo é fundamental, temos que dialogar com todas as culturas porque Deus antecipou-nos. Antigamente não, há até aquela frase que dizia – fora da Igreja não há salvação. Hoje temos que ir ao encontro dos outros, todas as culturas tem aspectos positivos e negativos é só o diálogo cultural, ecuménico, inter-religioso. Hoje vivemos em situação de crise, porque? Falta de diálogo. Começa tudo pelo diálogo. Por isso é que Deus nos deu dois ouvidos e uma boca. Falar pouquinho e escutar mais. Escutar o outro, falar, porque foi isso que eu aprendi na Amazónia, dialogar com os outros porque há sempre aspectos positivos na cultura dos outros, mesmo sendo outra religião, uma outra cultura. Mesmo aqui em Portugal, uma vez já me disseram, o Brasil hoje é um país que poderia ser exemplo para o mundo de interculturalidade e um grande antropólogo brasileiro disse: vieram os índios, vieram os africanos, os portugueses dão-se bem com todos, por isso o Brasil é um país que acolhe as pessoas todas. Depois foram os imigrantes, portanto, Portugal, dizia-se que não tínhamos aquela identidade como tem outros, porque nós somos uma mistura. Dizia esse antropólogo brasileiro isso é qualquer coisa de positivo que nós temos. Agora o problema é sempre de carácter económico³³³.

Porém, outro missionário prefere a designação multicultural, conforme explana:

Ecuménico é tudo aquilo que diz respeito ao intercâmbio, à relação entre as várias confissões religiosas, ora eu aqui não estou a ver. Não é essa a finalidade. Aqui é mais o multiculturalismo. Por exemplo, Buda está ali porque é a representação de uma cultura, que é a chinesa. As próprias peças de África e da América Latina também tem esse sentido, são expressões, também de uma determinada concepção religiosa que esses povos têm, mas nós aí encaramos mais o ponto de vista cultural, digamos, são expressões religiosas. Há expressões religiosas não só da China, que essas são bastante evidentes, bem como de outros povos de África e Índios da América Latina. Nós encaramo-lo mais do ponto de vista cultural. São expressões de uma cultura, umas são religiosas, outras não, embora no mundo africano quase tudo o que é cultural é religioso e vice-versa³³⁴.

³³³ Entrevista a MG, 20.04.2012.

³³⁴ Entrevista a MB, 27.04.2012.

A prática de terreno validou que para os missionários as designações, “inter-religioso” e “multiculturalismo” são as que melhor se enquadram na missão do MASE. Por serem abrangentes englobam um campo social mais global e articulado, conseguindo integrar todos os aspectos ao mesmo tempo, políticos, económicos, sociais, culturais e educacionais. Destaque-se também aqui o papel da Igreja na visão multicultural do mundo referido pelo missionário MB em entrevista.

A Igreja de um modo geral e ao longo dos séculos se calhar hoje menos do que há 500 anos, sempre teve essa componente cultural se nós formos a ver em Portugal, 80% dos valores artísticos não só de arquitectura mas também de pintura tem motivos religiosos portanto isso já diz que de um modo geral a Igreja tem uma contribuição extraordinária em toda a Europa e Portugal não foge a regra, antes pelo contrário, Portugal se calhar mais ainda do que noutros países. O que é que nós vamos visitar em Portugal? Vamos visitar mosteiros antigos, igrejas e assim por diante³³⁵.

Sobre a importância da Igreja na visão multicultural do mundo um outro missionário MB1 refere também:

O mundo tem que ser a casa de todos, onde cada um com a sua cultura e valores vive sem eliminar o outro, mas todos podemos completar-nos e ajudarmo-nos. A linguagem do amor utilizada pela Igreja é compreendida por qualquer povo e cultura. O outro é um irmão e não um potencial inimigo. Se nos dermos a conhecer bem, podemos fazer caminhos juntos, porque nenhuma cultura é perfeita e todas as culturas precisam de fazer caminho em relação à liberdade, comunhão, fraternidade... Só a compreensão e o respeito mútuos são caminhos que levam o ser humano a aproximar-se uns dos outros. O diferente não nos pode dividir, mas deve enriquecer-nos e unir-nos³³⁶.

Das suas palavras se pode depreender que a Igreja tem um papel fundamental quanto à promoção da diversidade cultural, entendida como a manifestação das múltiplas e criativas formas de expressão cultural. Todavia, sobre esta “visão

³³⁵ Entrevista a MB, 27.04.2012.

³³⁶ Entrevista a MB1, 13.12.2011.

ecuménica”, os missionários preferem a multiculturalidade, deixando transparecer de certa forma, um sentido mais secular do que religioso. A temática da secularização foi alvo de estudo por parte de Hervieu Lèger (2005 [1999]). Sobre o processo de secularização a autora refere:

Combina de maneira complexa, a perda da influência dos grandes sistemas religiosos sobre uma sociedade que reivindica sua plena capacidade de orientar ela mesma seu destino e a recomposição, sob uma forma nova, das representações religiosas que permitiram a esta sociedade pensar em si mesma como autónoma (2005 [1999]: 37).

Esta modalidade reflecte-se também na redefinição dos processos de governação, de regulação social e de produção de bens e serviços de interesse público e colectivo, que acabam por reconfigurar as relações entre Estado e sociedade civil.

Refira-se neste contexto que tanto o diálogo inter-religioso, como o multiculturalismo são expressões que ganham uma dinâmica muito expressiva na actualidade. Modelski (2003) sugeriu uma abordagem ao diálogo intercultural e inter-religioso não como simples meio para apaziguar tensões entre mundividências distintas, mas como projecto cultural. O autor destaca o papel do diálogo inter-religioso no enriquecimento de qualquer projecto cultural que tenha em vista criar condições para a gestão pacífica dos conflitos e harmonizar as diversas comunidades religiosas. Defende ser fundamental que às diversas tradições sejam facilitados os meios de educação e comunicação, sem os quais dificilmente conseguirão que os seus membros alcancem um domínio crítico do seu próprio património espiritual e o traduzam de forma competente na vida pública. Um projecto cultural que envolva “as várias comunidades religiosas deve assentar no comum respeito pela dignidade humana e deve-se pautar por uma actuação ética” (2003: 137). Citando também o diálogo inter-religioso como tendo um papel fundamental na organização de uma “laicidade mediadora” (Hervieu-Léger 2005 [1999]), isso significa que a vida social na contemporaneidade se torna cada vez menos submetida a “regras ditadas” por uma instituição religiosa, o que torna o cenário da religiosidade flutuante. Mas enquanto

conjunto de princípios e práticas políticas e institucionais, com vista à ordenação de sociedades feitas de diversidades culturais, étnicas e nacionais, o multiculturalismo tem uma história relativamente recente em Portugal, comparativamente com países como os Estados Unidos ou o Reino Unido (Guilherme 2002). Para Savidan (2009) o multiculturalismo compreende uma concepção de integração que estabelece que é de certa forma dever do Estado democrático “reconhecer”, por um lado a multiplicidade dos grupos etnoculturais que constituem parte da sua população e, por outro, a recepção desses grupos tendo por base princípios claramente identificáveis, dessa mesma diversidade cultural.

A dinâmica cultural, social e também a tecnológica impõe reflexão e inovação nas práticas museológicas onde tanto o multiculturalismo como o diálogo inter-religioso podem ser expressos e concretizados através do exercício da cidadania participada. A sociedade é nos nossos dias uma realidade multicultural e ao museu convergem populações com origem diversificadas. Esta realidade actual, não podendo ser ignorada, remete para o museu um papel decisivo em dar resposta à diversidade cultural dos visitantes que o frequentam. No caso particular aqui em pauta, o MASE demonstra ser um espaço que vai para além da apresentação das suas colecções – inscreve-se naquilo que Meunier & Soulier (2010) designam de “museologia cidadã”, na medida em que cria uma responsabilidade de cidadania e de interculturalidade, perante o território onde se encontra inscrito. Neste sentido, deverá operar como um vector de comunicação baseado em permutas interculturais e de abertura à temática multicultural e diálogo inter-religioso enquanto palco propício para *performances* cujo enfoque está nas conexões dos actores sociais para a cidadania global.

Considera-se que o museu corresponde a uma narrativa cultural pelo que os visitantes deverão ter tempo para poder reflectir. O terreno permitiu validar que muitos dos turistas entravam “a correr” para ver todo o museu num curto período de tempo, constatando-se que “não haveria tempo para reflectir” sobre a narrativa emanada pelo museu. O missionário MB1 destaca que uma visita com estas características não é proveitosa, já que “cada peça tem a sua vida, a sua história e o seu contexto dentro da cultura à qual pertence e é preciso saber entender tudo

isso³³⁷”. Contudo, na sua opinião o visitante “vendo e ouvindo, algo ficará”. As suas palavras parecem dar a entender que o museu para uma primeira visita tem muita informação para ser “consumida”. O terreno permitiu observar que os que se deslocam ao museu e que estão realmente interessados em compreender a sua narrativa acabam por voltar ao museu. Situação que se deve à motivação com que se deslocaram ao museu. Os “mais ligados à Igreja” (catequistas, sacerdotes e “católicos assumidos como praticantes”) regressam ao MASE quando consideravam que o tempo não tinha sido suficiente para “tirar apontamentos” ou para “ver todos os objectos” do museu. Para outros, a visita era muito rápida, porque ou apenas pretendiam “ver as coisas ligadas aos três pastorinhos” ou porque sendo um museu missionário lhes despertou a curiosidade.

Estão presentes nos discursos dos missionários experiências que os marcou, advindas de um número abundante de visitas que conduziram pelas várias salas do MASE. É o caso do missionário MB1 que refere “a explicação do mundo Yanomami” – a que se sente mais à vontade para trocar experiências durante a condução das visitas, já que esteve junto deste grupo étnico - cria sempre muita expectativa, sobretudo quando explica o “sentido da ara xinake”³³⁸ aos grupos escolares. Para a maioria dos estudantes o que seria bom para as suas vidas, seria um bom emprego, uma boa casa, uma conta bancária “recheada” se possível, mas ao falar sobre “os Yanomani que têm o essencial para o dia-a-dia - a alimentação”, é uma oportunidade para “dar a conhecer outra cultura diferente da dos estudantes, o que lhes desperta muita curiosidade”³³⁹. Entende-se que o missionário MB1 utiliza o momento de interacção que estabelece (enquanto guia) com os estudantes, para evangelizar e catequizar através dos objectos.

A maioria dos estudantes nunca antes tinha visitado um museu de arte sacra e de etnologia. Consideram a experiência de visita ao MASE “muito enriquecedora, rica de conteúdos religiosos e formas de arte”³⁴⁰, “uma experiência interessante, autêntica

³³⁷ Entrevista a MB1, 13.10.2011.

³³⁸ “Ara Xinake” - enfeite de penas de arara e papagaio amarrado no braço usado para as festas e rituais (cf. Capítulo II.3).

³³⁹ Entrevista a MB1, 13.10.2011.

³⁴⁰ Entrevista a PACLQO, 12.04.2012.

e rica em valores espirituais”³⁴¹ e “interessante, pois estimula a aprendizagem”³⁴². A sua experiência foi considerada para além de “didáctica, uma boa experiência de aprendizagem e contacto com a história e com outras culturas”³⁴³, “a experiência da visita foi interessante”³⁴⁴. Considera-se que os seus discursos reportam à *performance* museográfica do museu. Dando-se aqui destaque às múltiplas possibilidades de interacção que os estudantes estabelecem com as colecções resultando disso também uma multiplicidade de experiências. Isso pode ter impacto nas relações sociais contemporâneas ao estimular os visitantes (os estudantes, neste caso) para os valores sociais, disseminando outros significados culturais. Ainda mais quando lhes é dada a oportunidade de praticarem actividades lúdicas nas suas visitas. O terreno validou que é compensador e revitalizante para o seu regresso a casa.

Partindo-se da relação activa dos “estudantes-visitantes” junto das colecções é possível perceber que os objectos que as integram, não são neutros, mas fontes desencadeadoras de memória e reflexão crítica acerca das suas práticas de estudo. As práticas de aprendizagem dos conteúdos das matérias transmitidos na sala de aula por parte dos estudantes, em contacto com os objectos “etnográficos”, favorecem “novos” olhares sobre as suas acções através do diálogo com o “outro” e com a cultura dentro do espaço expositivo do museu. A prática de terreno validou que o MASE para os estudantes que o frequentam é percebido como um espaço estimulante para a produção de sentidos, reconfiguração identitária e para mudança nas cogitações pessoais.

Constata-se que a prática museológica consegue dar resposta às novas exigências dos visitantes, cada vez mais carentes de “experiências diferentes” e contrastantes com o seu quotidiano. A ida ao museu proporciona aos visitantes experiências que os conduz a uma melhor aceitação de outras culturas. Mais uma vez o museu encontra aqui um papel crucial na preparação e formação de cidadãos, sustentado num conjunto de valores e princípios, que concorrem para uma educação

³⁴¹ Entrevista a ADG (12º ano), 12.04.2012.

³⁴² Entrevista a ABD (12º ano), 12.04.2012.

³⁴³ Entrevista a ABZ (12º ano), 12.04.2012.

³⁴⁴ Entrevista a AEN (12º ano), 12.04.2012.

para a cidadania que, considera-se no MASE desenvolver-se através de um encadeamento catequético.

O contexto intercultural marcante do século XXI exige respostas interculturais a que o MASE não pode ficar indiferente. As preocupações para com a diversidade cultural parecem assumir especial relevo para o museu, enquanto local dedicado à apresentação de culturas, através das suas colecções de arte sacra e de etnologia. O contributo do MASE para a renovação das realidades culturais contemporâneas, onde a visão multicultural do mundo – cidadania global – é reivindicada não pode ser dissipado, ainda mais, quando se constitui como um espaço onde coexistem diferentes culturas, onde o sentido de pedagogia, de missionação e de catequização assumem um papel dominante no mundo moderno. Nomeia-se aqui nesta linha de raciocínio Crouch & Lübbren (2006), por entenderem que o visitante “não apenas se relaciona com o espaço, mas vive em relação aos objectos, num processo de vir a ser. O “eu” e o objecto são reconfigurados no processo de encontro e *performance*” (2006: 11). Isso acontece, porque a visita ao museu, não raras vezes, induz a um processo de conhecimento do visitante em relação a si mesmo, que pode decorrer das referências experiênciais que a visita coloca em acção e dos desafios que mobiliza perante as colecções que exhibe.

Muitos são os adjectivos utilizados pelos visitantes nos seus discursos em relação à *performance* museográfica e às suas experiências no espaço museológico. Acentuam não só a importância religiosa e cultural das colecções de arte sacra e de etnologia que o museu exhibe, mas também o interesse “bíblico e cultural”. Frequente é também a forte associação que fazem do MASE para a meditação, a oração, a paz e a espiritualidade. O terreno validou que o museu convida a usufruir de uma “boa catequese” através dos objectos culturais que exhibe. Estimula a aquisição de novos conhecimentos e o enriquecimento pessoal baseados na experiência. Demonstrando que através da “encenação, da acção, da representação ocorrem as formas de aprendizagem mais profundas” (Hooper-Greenhill 2006: 241).

A experiência dos visitantes é enriquecida com algumas singularidades que apelam aos sentimentos. O ambiente sonoro existente nas várias salas do MASE de

acordo com as temáticas de cada uma apresenta-se como exemplo. Reforça o estímulo para a apreensão e a eficiência do discurso e os conteúdos do museu.

Verificou-se que a prática narrativa do MASE ao endereçar uma mensagem humana e cristã apela aos “Direitos Humanos e à Paz no Mundo”. Isso é conseguido através de um discurso evangelizador, catequético, intercultural, espiritual e ecuménico que caracteriza o espírito da missão religiosa do MASE. A eficiência do seu discurso e o percurso expositivo é evidenciada pelos que o visitam. Alguns sugerem que os textos que acompanham os painéis expositivos deveriam ser reproduzidos em livro ou catálogo. Embora não o fossem na totalidade em 2011, o MASE fez o lançamento do Roteiro/Catálogo do museu. Esta edição foi possível através do apoio financeiro da Rede Portuguesa de Museus e Instituto dos Museus e da Conservação no âmbito do PROMUSEUS 2010.

Um olhar mais crítico também existe por parte de quem visita o MASE. Este encontra-se relacionado com a escassez de informação mais específica sobre alguns dos objectos exibidos e com a reduzida iluminação existente sobre alguns objectos. Ressalve-se no entanto neste ponto, que a redução da iluminação, por exemplo na sala dos Pastorinhos tem que ver com o Plano de conservação preventiva do museu e com a própria estratégia museográfica que se desenhou (por exemplo a cor preta das paredes). Depreende-se que esta prática não é, contudo, entendida por alguns visitantes. Ao invés, é categorizada negativamente. Outros discursos mencionam as condições atmosféricas desfavoráveis. Sobre este aspecto, refira-se que o MASE procedeu à aquisição de aparelhos (exemplo: ar condicionado, humidificadores e desumidificadores) para fazer face a este problema.

A criação de um sistema áudio para invisuais e uma maior divulgação do museu são os campos mais destacados nos discursos dos visitantes como insuficientes. Outro campo largamente criticado é as legendas que deveriam contemplar a informação também em inglês. Mas esta é uma opção assumida pela direcção e tutela do MASE já que o *Guião* do percurso expositivo do MASE (onde consta uma breve síntese de cada sala) contempla a língua inglesa (*cf.* Capítulo III). Se para uns o preço do bilhete de ingresso para visitar o MASE é motivo de satisfação porque consideram ter uma

entrada com um valor acessível, para outros é motivo de insatisfação devido ao custo elevado.

Finalmente, os que visitam o MASE têm as suas próprias maneiras de dialogar, olhar, sentir e interpretar as colecções, atribuindo-lhes várias particularizações que se poderão entender como preferências. Elas manifestam-se por exemplo em relação aos objectos provenientes de Macau, África e os referentes aos Índios, “da vida dos Yanomani do Brasil”. Mas se a acentuação da atractividade ou a curiosidade para com a sala de Etnologia é evidente pelo destaque que dão aos objectos “etnográficos” “representativos de outras culturas”, também dão preferência à sala dos Pastorinhos especialmente por estar relacionada com a história dos “três pastorinhos” de Fátima. Na sua heterogeneidade os visitantes do MASE sentem curiosidade por ambas as colecções do museu: a de arte sacra e a de etnologia. Acabam por transitar entre experiências que vão desde os domínios da fé/da religiosidade/da catequese aos domínios do encontro de diferentes culturas/da tolerância/da diversidade criativa numa combinação de experiências num mesmo espaço carregado de encontros valorizados num mundo moderno.

Em síntese, neste capítulo procurou-se definir o perfil dos visitantes do MASE, caracterizar as suas motivações e as suas práticas de visita. Através da análise ao *inquérito* e ao *Livro de Visitas* pode concluir-se, quanto ao perfil *dos* visitantes do MASE, que a maioria é do género feminino com idades superiores a 45 anos, maioritariamente de origem portuguesa. Provém dos continentes: Europa, América, Ásia e África e residem nos distritos: Lisboa, Coimbra e Porto, apresentando habilitações literárias correspondentes ao ensino secundário e superior. A principal motivação apresentada por parte dos visitantes que se deslocam ao MASE é uma motivação religiosa, seguida de perto por motivos de lazer e de educação, sendo que os motivos culturais e de curiosidade são pouco representativos comparativamente aos religiosos, de lazer e educação.

A classificação da prática de visita é predominantemente associada ao turismo religioso. A motivação assume a mesma representatividade para os visitantes do MASE, pois o turismo religioso é apontado como principal motivo de deslocação ao

museu. Existem, no entanto, ligeiras diferenças entre a motivação e a classificação da prática. Para além da principal motivação apresentada, outras motivações são apontadas como razões para visitar o museu, tais como: as de lazer, as educativas, as culturais e as de curiosidade. Para a classificação da prática que fazem enfatizam: a cultura, a educação, a curiosidade, a peregrinação e por fim, o lazer (*cf.* Capítulo V.4).

As conclusões retiradas do *Livro de Visitas* do MASE permitem complementar as conclusões conseguidas através dos inquéritos, nomeadamente, as relacionadas com o espaço museológico, a apreensão e a eficácia do discurso e seus conteúdos.

A partir deste último Capítulo baseado na análise ao *Livro de Visitas* do MASE e após uma análise o mais sistematizada possível (*cf.* Capítulo VI), considera-se que a visita ao museu é realizada individualmente ou em grupo. Quando em grupo é constituído por amigos e ou familiares, onde se incluem pais, filhos, netos e avós. O prazer e gosto de conhecer e dar a conhecer o MASE aos filhos foram aspectos largamente focados. O museu promove a criação de laços familiares. A convivialidade, o companheirismo proporcionado no espaço museológico é marcante enquanto experiência familiar. Esta componente social é frequentemente associada à motivação para frequentar o MASE. Entrar no museu significa para muitos dos visitantes conhecer o museu pela primeira vez, mas para outros significa aprofundar o conhecimento sobre ele e estar em paz para meditação e reflexão. Por isso, não são apenas os portugueses que residem no estrangeiro que vêm no MASE um ponto de encontro anual obrigatório quando regressam a Portugal. Outros o procuram para aquisição de conhecimentos (bíblico e etnográfico), para o enriquecimento pessoal e para um encontro de “transformação e validação pessoal”. O trabalho dos missionários não é esquecido. É elogiado pelo trabalho e cultura que transmitem e ensinam. A experiência dos visitantes é enriquecida com a música emitida por cada uma das salas expositivas do museu. O ambiente sonoro propiciado no MASE envolve mais profundamente os visitantes no discurso e conteúdos do museu.

A apreensão e a eficiência do discurso e os seus conteúdos por parte de quem visita o MASE são positivos. Porque confluem no mesmo espaço museológico tanto a componente religiosa (vertentes teológicas, litúrgicas e pastorais), como a

componente secular (vertentes educativas, históricas e estéticas). Há uma transitoriedade entre o apelo aos domínios da fé e da religiosidade e o domínio do encontro de culturas à tolerância. Ela é dada através da eficiência do discurso do museu onde o carácter museográfico da exposição assume clara visão da evolução cristã e da missionação. Contribuem para isso, a boa organização e o percurso expositivo do museu que dá conta de um conjunto de objectos de arte sacra e etnográfico, ligados à evangelização missionária.

Os que visitam o MASE têm as suas próprias maneiras de dialogar, olhar, sentir, interpretar as colecções e preferências. Nos discursos de alguns visitantes a sala de Etnologia era a mais interessante porque proporcionava-lhes uma viagem a um mundo com culturas muito diferentes, mas ao mesmo tempo muito presente através dos objectos “etnográficos”. Significa que a prática de visita ao MASE induz a uma experiência espaço-temporal singular. Constata-se que ela não apenas estimula manifestações mentais e reações emocionais distintas da vida quotidiana, decorrentes de uma “condição de liminaridade” (Turner 1982), mas remete a um processo sensorial e psíquico comumente antagônico ao experimentado na vida quotidiana.

A hegemonia do olhar cede lugar a vivências de outros sentidos, já que nem todas as experiências turísticas são iguais, pois nem todos os turistas são portadores dos mesmos valores e visões do mundo. Portanto, não se pode negar a diversidade de experiências turísticas tal como afirma Erik Cohen (1979, 1988).

Nem todos os turistas estão alienados (Graburn & Moore 1994) uns pretendem apenas recreação e outros pretendem realizar actividades diversas. Uns apenas desejam experiências de contacto superficial induzidas pela simples curiosidade, já outros procuram outras experiências de contacto mais íntimo com os locais e a sua cultura. Daí que por exemplo, uns viajem sozinhos, outros com os membros do casal, os amigos, a família ou os colegas de profissão. Graburn (1995 [1977]), antropólogo americano que associa a experiência turística à prática ritual, havia chamado a atenção para o contraste entre o mundo habitual – os ambientes doméstico e do trabalho – e a vida não-ordinária, voluntária, desfrutada longe de casa e dos compromissos a ela relacionados. Para este autor, o turismo revela-se uma experiência diferenciada, em

que o viajante é levado a viver momentos renovadores, excitantes e, em muitos aspectos, transformadores de sua vida.

Considera-se que aos visitantes do MASE é-lhes proporcionado um espaço onde catequização e missionação sobressaem. Podendo experimentar novos comportamentos, distintas formas de sociabilidade e também adquirir conhecimentos e novas perspectivas em torno do mundo e da vida.

Este trabalho, propondo-se analisar os discursos, as práticas museográficas, as motivações e as experiências dos visitantes produzidos em torno dos objectos culturais exibidos, permite afirmar ser possível a construção de um discurso sobre cidadania gerida dentro de um contexto de catequização e missionação, dentro do paradigma da modernidade que constrói tipos particulares de relações com o mundo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta inicial de analisar o MASE - os discursos e as práticas museográficas dos seus - produtores - (missionários, técnicos), bem como os sentidos apropriados por parte dos - consumidores - (visitantes), colocou em foco as colecções (de arte sacra e de objectos “etnográficos” recolhidos em contexto de Missão de vários países do mundo), o percurso e as motivações dos que procuram este tipo de museu e as experiências desencadeadas pelas colecções e objectos exibidos. Ao longo desta investigação foram delineados quadros de análise assentes na leitura disciplinar da museologia e antropologia do turismo que permitiram entender e conhecer melhor as suas desafiantes conexões contemporâneas.

Partindo do modo como a antropologia encara o “ritual de passagem” (Turner 2008 [1969]) compreendeu-se melhor o turismo enquanto experiência de mudança e como “viagem sagrada” (Graburn 1995 [1977]). Para Graburn, o turismo é uma prática ritual moderna e uma invenção cultural associada a uma concepção de lazer, característica do Ocidente industrializado. Trata-se de uma “transposição do quotidiano do turista”, necessária nas sociedades (Graburn 1995 [1977]). O turista é uma pessoa disponível de forma temporária para o lazer, visitando lugares longe de casa com o objectivo de experimentar e viver uma mudança (Smith 1995 [1989]). Por seu lado, MacCannell (1999 [1976]), defende a ideia de que os turistas procuram experiências autênticas nos tempos e lugares fora dos quotidianos das suas vidas, isto é “em outros períodos históricos e em outras culturas, em estilos de vida mais puros e mais simples”(1999 [1976]:3). Mas o que os turistas experienciam são realidades construídas numa “autenticidade encenada” espoletada pelo processo turístico. O turismo é uma forma de fuga e escape à condição alienável da sociedade moderna na procura de uma identidade (Cohen & Taylor 1976).

Olhando os museus na contemporaneidade como espaços sociais e culturais que acompanham as dinâmicas do mundo moderno, descobrimos que eles reflectem também a dinâmica referida por MacCannell (1999 [1976]). Os museus transportam os visitantes para outros tempos e outras culturas. Enquanto lugares de grande “densidade cultural” os museus converteram-se simultaneamente em lugares de

destino turístico (Kirshenblatt-Gimblett 1998). A importância dos museus reside na sua característica de “depositários de objectos” tidos como autênticos, originais e verdadeiros, que constituem a evidência necessária à verificação das narrativas que deles dependem (Pearce 1992). O museu deve ser pensado não só como espaço de exposições, mas como um entreposto de fluxos de pessoas e ideias.

Campo profícuo de pesquisa e debate, o museu é alvo de processos sociais e lugar de encontro de diversos sujeitos oriundos de diferentes contextos. Tal como outros destinos turísticos eles são palcos importantes para a compreensão da modernidade nas suas desigualdades, contradições, diversos códigos comportamentais e simbólicos, bem como na pluralidade de estilos de vida (Bourdieu 1984).

A ideia de que os museus (p. ex. de etnologia) se haviam tornado um repositório de objectos descontextualizados e fossilizados foi fortalecida com as críticas pós-colonialistas, que começaram a ganhar corpo nas décadas de 1970/1980, quando ocorreram mudanças significativas nas concepções de museu. Estas enfatizavam mormente a interdisciplinaridade e o entendimento sobre o conceito de património cultural e natural. Concomitantemente, o contexto pós-moderno remeteu para uma mudança reflexiva onde se passou a dar maior relevância à forma como o conhecimento é produzido, desconstruindo a lógica de produção de verdades totalitárias. Mais interpretativo e dialogante com o método etnográfico, conclui-se que o museu contemporâneo não deve transmitir apenas informação unívoca, mas incorporar uma série de vozes e interlocutores (Saraiva 2009). A crítica pós-colonial leva assim, a uma translação da comunicação, deixando-se de falar pelos outros, ou dos outros, e passando a tentar falar-se com os outros.

Nos museus é possível documentarem-se transversalmente muitas culturas, não apenas do passado, mas também no presente. Como considerou (*cf.* Capítulo III), Bennet (1988) na sua análise sobre o “complexo exibicionário” (tentando ultrapassar Foucault), reconhece que museus e exposições desempenharam um papel fulcral na “formação do Estado moderno” e são fundamentais para a concepção, entre outras coisas, de um conjunto de “agências civilizadoras e educativas” (Bennet 1988: 338). Os museus marcam por isso, uma alteração constante de paradigma na prática e nas políticas do dar a ver. Os espaços museológicos que permitiam aos visitantes conhecer, dão hoje a oportunidade aos visitantes de serem conhecidos: os visitantes podem ver,

mas também todos podem ser vistos. Por se constituírem lugares privilegiados e evocativos da diversidade cultural humana, aos seus visitantes é dada não apenas a oportunidade de explorarem a sua identidade, mas também de participarem da sua construção, nomeadamente face a “outras” culturas. Os espaços expositivos compreendem hoje exercícios cívicos de olhar e aprender numa permanente articulação do poder com o conhecimento.

A museologia que se desenvolveu nas últimas décadas do século XX para além de dar prioridade à diversidade cultural, incorporou de uma forma crescente as dimensões lúdicas e pedagógicas como formas de atrair visitantes em maior quantidade e teve que reequacionar as estratégias museográficas perante visitantes cada vez mais heterogéneos e exigentes. Esta evolução reflecte as pressões políticas e sociais para a adopção de critérios económicos na gestão das instituições museológicas, assim como a redefinição dos seus modos de relacionamento com os visitantes. A adopção por parte dos visitantes de uma “liberdade interpretativa” para construir a sua própria narrativa é, neste sentido, valorizada (Dicks 2003). Ainda mais quando os visitantes procuram experiências que contrastem com o quotidiano (Urry 2002 [1990]; Cohen 1988 [1979]). Essa mudança de paradigma acentua a ênfase colocada na promoção e vivência da experiência. A procura incessante de experiências fora dos contextos habituais dos visitantes obriga as instituições museológicas a alterar a sua prática museográfica.

Hoje, os museus procuram satisfazer grupos de visitantes heterogéneos, em termos identitários, étnicos, de género e de idade, num exercício de representação e dinâmica social e cultural que se assume como “zona de contacto” (Clifford 1997). O MASE parece cumprir os parâmetros enunciados por Clifford (1997), na sequência de Louise-Pratt, para ser também percebido como tal (*cf.* Capítulo I).

O turismo e os sete museus (Cera, Aparições 1917, Vida de Cristo, Fátima Luz e Paz, Aljustrel, Milagre de Fátima e Arte Sacra e Etnologia) existentes na cidade que tivemos a oportunidade de analisar (*cf.* Capítulo II) representam diferentes configurações museográficas no “destino de peregrinação”, Fátima. Pela observação das estratégias empregadas pelos museus geridos pela Igreja (Fátima Luz e Paz, Aljustrel, Milagre de Fátima e Arte Sacra e Etnologia) é possível perceber que se

promove o desenvolvimento de uma forma de turismo vinculada ao reconhecimento da particularidade simultaneamente cultural e religiosa dos seus acervos. Os museus privados encontram-se integrados numa lógica de circuito turístico empresarial: apesar de promoverem a identidade cultural e religiosa do território, encontram-se associados, de forma mais evidente, a estratégias de rentabilização económica através do turismo. No entanto, todos os museus existentes em Fátima – tanto os de tutela religiosa, quanto os de carácter privado - são entendidos pelos vários agentes e intervenientes do sector cultural e turístico envolvidos, como motores do desenvolvimento local, regional e nacional. São integrados nas várias políticas locais de capitalização de recursos patrimoniais para marcar e diferenciar a identidade particular do lugar. A falta de financiamento público levou os museus a encontrar fontes de rendimento alternativas. Aliando esta necessidade financeira a uma crescente necessidade de se legitimarem como entidades úteis à sociedade, todos passaram a explorar as suas potencialidades comerciais, entrando na rede diversificada de serviços para o turismo.

Acompanhando as directrizes nacionais e internacionais, o turismo é entendido como uma indústria com grande potencial para desenvolver o território. Os museus referidos neste trabalho, particularmente os que dependem de empresas privadas, trabalhando em rede, começaram na última década a desempenhar um papel mais vigoroso na vida pública Fatimense. Isto deve-se em parte, a uma preocupação renovada com a educação, a pedagogia, como elemento de desenvolvimento social e económico e, por outro lado, ao facto de os museus ficarem ligados a um circuito de viagem, turismo, peregrinação e lazer mais organizado.

A valorização da atractividade turística varia em função do grau de sacralização que lhe é conferido (Graburn 1995 [1977]). Neste sentido, Fátima enquanto espaço transformado em atractivo turístico tem procurado reconfigurar a sua imagem para dar resposta às motivações dos visitantes, acentuando o *factor pull* associado à ideia de “destino de peregrinação”. Os museus existentes em Fátima têm procurado também reafirmar o seu papel dentro desta dinâmica.

Como se verificou no Capítulo I, à luz da antropologia, o turismo pode ser considerado uma forma de peregrinação – podendo mesmo discutir-se a pertinência

desta distinção - porque apresenta características similares, oferece libertação da vida quotidiana, oferece a oportunidade para auto-reflexão e transformação pessoal (Burns 2002; Goethe 1970; Coleman & Eade 2004). A “procura da autenticidade” substitui a busca do “sagrado” e reforça-se pelas características da sociedade pós-moderna e pelo aumento do desejo de conhecimento e participação na “vida real dos lugares visitados” (MacCannell 1973).

Ora, o MASE parece o espaço ideal para pensar essa articulação entre uma visão religiosa e uma visão secularizada do mundo, assumindo-se, simultaneamente, como relicário do sagrado (alberga relíquias/objectos de arte sacra) e da autenticidade (alberga relíquias/objectos do passado e de outros lugares). Nesse sentido, a fusão do impulso turístico, ou de visita, com o impulso da peregrinação, torna-se aqui ainda mais evidente. Essa evidência é reforçada pelo facto da autenticidade das narrativas e *performances* ali exibidas ser legitimada por duas fontes de ‘autoridade’ concomitantemente conferidas aos missionários: por um lado, eles são os guardiões e os colectores dos objectos - o que transmite a estes uma “autenticidade etnográfica” - e, por outro, são oficiantes religiosos – o que transmite às narrativas produzidas em seu redor uma “autenticidade sagrada”.

A “autenticidade etnográfica” veiculada pelo Museu de Arte Sacra e Etnologia e o Instituto Missionário da Consolata que o tutela, permitiu compreender a associação do museu à figura de José Allamano e a génese da criação do MASE (*cf.* Capítulo II.1). O terreno permitiu perceber que os missionários quando regressavam a Portugal das suas “viagens de missão” transportavam consigo objectos que consideravam representativos “dos locais” e “das culturas” onde desenvolviam as suas missões. A principal preocupação dos missionários seria a expansão da fé e, como tal, a grande prioridade da sua Missão. Isso explica o facto das recolhas de objectos “etnográficos” não se basearem metodologicamente numa cuidada consistência científica. O intuito dos missionários seria utilizar esses objectos “etnográficos” para melhor explicar as suas vivências em missão, num sentido, de compromisso com a causa missionária. Os objectos colectados pelos missionários integrados no acervo do MASE e na colecção de etnologia mostrou-se relevante neste trabalho (*cf.* Capítulo II.3). Não deixando de ser o

resultado de momentos marcantes, eles são “dispositivos mnemónicos, pois evocam a memória” de uma experiência (Sobral 2004: 139).

Considera-se que o MASE articula o acervo de arte sacra com o acervo etnográfico numa linha de missão catequizante e através dela explora-inspira-motiva e configura a produção identitária dos visitantes, exaltando a tolerância face à diversidade. Os que se deslocam ao MASE vêm no museu um “lugar autêntico” onde é possível “ver, ouvir e ser vistos” através das colecções que fazem eco dos mais longínquos lugares relacionados com a missão e, por essa via, tomam contacto com as culturas de todo o mundo e projectam-se como cidadãos do mundo.

A missão do MASE, para além da que é comum a todas as instituições museológicas, tem uma componente intimamente ligada aos valores catequéticos validados através dos objectos etnográficos e de arte sacra exibidos. No contexto comunicativo do MASE esses objectos são importantes para uma reflexão universal e para a construção da cidadania que deve, contudo, ser entendida num contexto mais específico: o da missionação. O percurso e o discurso expositivo do museu assim o revelam. O esquema museográfico segue uma “narrativa sagrada” inspirada no Evangelho. O MASE desperta assim os mais variados sentimentos e reacções nos seus visitantes. A sua experiência é estimulada e enriquecida pelo espaço que é “encenado” através do ambiente sonoro existente nas várias salas em concordância com as temáticas de cada exposição, e acentuando a sacralidade do espaço. O som musical alternado entre salas e a iluminação sobre os objectos exibidos em cada uma das salas consolidam um cenário catequizante, dramatizando-o (*cf.* Capítulo III). Envolvendo mais profundamente o visitante no discurso e conteúdos do museu acaba por validar os processos de interpretação e compreensão das colecções em exibição. As técnicas e estratégias expositivas que caracterizam o modelo museológico do MASE acompanham os argumentos museológicos mais recentes, orientados para “eventos de *display*” (Abrahams 1981) ou “encenações” (Abrahams 1977), despertando os visitantes para o modo de ver e compreender o mundo. Os textos evocados nos painéis expositivos que modulam o percurso do visitante atingem os intuítos catequéticos porém, mais enfocados na responsabilidade social e cidadania: “promoção humana, diálogo entre culturas, causa da justiça e da paz, universalidade da Igreja e desenvolvimento dos povos”.

A actuação do museu na exibição das suas colecções de arte sacra e de etnologia na concretização da passagem dos seus valores culturais e catequéticos revela-se também através das relações de diálogo para com os grupos escolares. Se, por um lado, os missionários e os técnicos do museu procuram cativar o interesse dos visitantes (grupos escolares, neste caso) contando “histórias” através de objectos, da própria história sobre o museu e das razões que levaram à existência daquele local, por outro lado são os professores que recorrem ao museu, não só para enquadrar e reforçar as matérias de estudo (maioritariamente as relacionadas com a Geografia, a História, a Antropologia Cultural e a Educação Moral e Religiosa Católica), como também para proporcionar formas de entretenimento e formas diferentes de aprendizagem num contexto social, cultural e de catequização dos alunos através dos objectos (*cf.* Capítulo IV.3).

Este contexto permite dar ainda mais ênfase ao modo como no MASE se articulam visões seculares e visões religiosas do mundo. Num tempo em que novas formas de espiritualidade interessam à sociedade contemporânea (Hervieu-Léger 2005 [1999]), o turismo religioso sugere um elevado potencial, vocacionado para itinerários de procura pessoal. A própria mudança nos padrões de comportamento religioso em geral, o enfraquecimento dos laços de pertença a uma religião específica, ao reencontro de cada um consigo próprio, entre outras tendências espirituais podem ser responsáveis por novos paradigmas de deslocação e o MASE testemunha-o. Mas, dentro deste quadro, onde visões seculares e religiosas do mundo se articulam, também “olhares” multidisciplinares, consciência cidadã e outros valores são estimulados no MASE. As *performances* materializadas no museu afirmam a sua relevância para atrair e envolver os visitantes na sua relação com outros modos concomitantes de ver o mundo. Neste sentido, o olhar do visitante é, intrinsecamente, parte da experiência contemporânea.

A prática turística que esse olhar suscita, passa por rápidas e significativas mudanças (Urry & Larsen 2011). São as singularidades de um lugar que “atraem o olhar” do visitante, por isso a verdadeira experiência em turismo consiste naquela em que o visitante direcciona o “seu olhar” para os diferentes cenários culturais que o MASE apresenta.

Nélia Dias (1994) explora a relação entre modalidades de visão, conhecimento, memória e formas de exposição museográfica. A partir da exploração que a autora faz no seu trabalho e, aplicando-o ao MASE na perspectiva do que significa “ver” uma cultura e “entendê-la” olhando os objectos, as várias salas expositivas apresentam diferentes signos para os que visitam o museu. As “culturas são criadas e recriadas” constantemente pelo olhar dos visitantes, resultando de diferentes contemplações, pois “não existe um único olhar do turista enquanto tal” (Urry 2002 [1990]: 1).

O visitante ao entrar no MASE projecta olhares múltiplos e incorpora as suas próprias imagens e símbolos integrando-as no processo de apreensão e compreensão do lugar visitado. Mas o que os visitantes *vêem* depende das suas aspirações, dos seus desejos, resistências, dos quadros de referência da cultura em que vive. As colecções, com os seus objectos são interpretados, criados e recriados constantemente pelo “seu olhar”. De volta a casa, levam consigo memórias de experiências do “destino de peregrinação”, que servirão para recordar, narrar aos amigos e familiares ou para lá regressarem.

O MASE disponibiliza, então, fragmentos para a construção de narrativas da experiência turística, oferecendo uma realidade observável através das suas colecções - a de arte sacra e a de etnologia - onde os valores associados a uma missão catequizante se imbricam com outras visões de ver o mundo. Daí entender-se que todos os visitantes são coadjuvantes, mas também assumem o papel de protagonistas. Por isso, conhecer os visitantes é algo que a prática museológica contemporânea considera absolutamente básico. As questões de partida que constituíram a base deste trabalho, permitiram conhecer as lógicas que presidiram à constituição das colecções do MASE e permitiram compreender e desconstruir parte dos discursos dos seus produtores (missionários e técnicos). Os sentidos que os visitantes atribuem à sua prática de visita e a forma como se apropriam dela e a transformam, permitiram perceber o significado atribuído pelos visitantes aos objectos associados à colecção de arte sacra e aos objectos etnográficos (*cf.* Capítulo VI). Permitiram, igualmente, definir o perfil dos visitantes do MASE, as suas motivações e a classificação que atribuem à sua prática de visita. Por fim, os discursos e as suas experiências em torno da

diversidade cultural exibida foram pontos de observação que se consideraram muito relevantes.

Fazendo-se uma análise e observação sociológica sobre os intervenientes, nomeadamente sobre os visitantes do MASE, pode esboçar-se um perfil tipo baseado na preponderância do género feminino, numa média de idade superior a 45 anos, com habilitações literárias aos níveis de ensino superior, seguido do ensino secundário. A maioria dos que procuram o museu é de origem nacional - portugueses provenientes de Lisboa e Coimbra (Distrito de residência) seguidos – dos de nacionalidade inglesa (apresentando-se os continentes Europeu e Americano como os mais expressivos em termos de origem dos visitantes (*cf.* Capítulo V).

A intensa presença do género feminino pode estar relacionado com o facto da população feminina ser ligeiramente superior à masculina, conforme os recenseamentos gerais da população o indicam. O mesmo número elevado da presença feminina é também constatado em outras instituições que oferecem actividades científicas ou culturais ao público em geral. Por exemplo, o Observatório das actividades culturais (2012) apresenta uma participação mais elevada do género feminino em actos culturais em Portugal e o Anuário Católico de Portugal (2011), em actos litúrgicos em Portugal. A média de idade superior a 45 anos, pode ser explicada pelo papel das mulheres na organização e preparação das saídas de lazer em família ou ainda pelo interesse por práticas culturais associadas ao enriquecimento curricular ou profissional, visto apresentarem habilitações literárias ao nível do ensino superior. No que diz respeito à origem nacional a maioria dos que visitam o MASE são portugueses, oriundos de várias zonas geográficas (*cf.* Capítulo V).

Com forte representatividade identificam-se os visitantes que provém dos Distritos de Aveiro, Beja, Braga, Bragança, Castelo Branco, Coimbra, Évora, Faro, Guarda, Lisboa, Leiria, Portalegre, Porto, Santarém, Setúbal, Viana do Castelo, Vila Real, Viseu e arquipélagos dos Açores e Madeira (*cf.* Capítulo V.3, Quadro 4). O Distrito de residência mais expressivo é Lisboa, seguido de Coimbra e Porto. Pode explicar-se, pelo facto de existirem dioceses (p. ex., Lisboa, Setúbal, Évora, Beja, Braga, Lamego,

Vila Real), cuja prática religiosa (dominical)³⁴⁵ incentiva a deslocação para o “destino de peregrinação”, Fátima e por consequência a visita ao MASE. O mesmo se aplica às dioceses insulares de Angra e do Funchal. Quanto à origem internacional, a maioria dos que visitam o MASE são ingleses, americanos e irlandeses. Os restantes visitantes procedem do Brasil, França, Espanha, Austrália, Canadá, Coreia, Singapura, Índia, Dinamarca, Alemanha, Polónia, Bulgária, Vietname, África, Moçambique, Sri Lanka, México, Itália, Holanda e Marrocos. Os visitantes de países africanos, a maioria oriundos de Moçambique e Angola são cidadãos portugueses que nasceram nesses territórios, ao tempo das colónias portuguesas. O número de visitantes que se deslocam ao MASE provindos de outros países como Alemanha ou França pode ser explicado por serem importantes núcleos de emigrantes portugueses ou ainda pela enorme atractividade do “destino” Fátima associado ao Santuário.

Conclui-se que a vinda à cidade de Fátima constitui um local obrigatório para muitos emigrantes quando regressam a Portugal, uma espécie de cordão umbilical que lhes permite a continuidade de uma ligação original, não apenas à religião, mas também à “socialização portuguesa”. Verificou-se que isso não significa que conheçam o MASE. A maioria expressou desconhecimento sobre a existência do MASE. O que significa que a visita ao MASE é uma segunda opção, tomada pela curiosidade e motivada pelas telas que se encontram na entrada do museu com fotografias alusivas aos “três pastorinhos” (tela vertical) e objectos “etnográficos” (tela horizontal), (cf. Capítulo III, Figuras 33 e 34). Mas, conclui-se ainda que o desconhecimento sobre a existência do MASE estende-se aos próprios residentes de Fátima. Embora alguns tivessem realizado “inúmeras visitas a Fátima”, nunca visitaram o MASE, “talvez por descuido ou desconhecimento”. Ficam por isso, impressionados com as exposições e circuito expositivo do museu e nos seus discursos referem a importância do trabalho missionário para o conhecimento de objectos de “outras culturas”.

De acordo com o exposto pelos próprios, pode considerar-se que as motivações dos que procuram o MASE se pautam por princípios de ordem religiosa. Mas, conclui-se também que as motivações de índole religiosa complementam-se com

³⁴⁵ Anuário Católico de Portugal, Recenseamento da Prática Dominical (2011).

outras, como as de lazer/recreação e educação (cf. Capítulo V1.2). Confluem no mesmo espaço vários tipos de motivações advindas de aspirações individuais, estilos de vida de cada um. A procura do “significado do lugar” e de uma harmonia com o mundo apresenta-se cada vez mais como uma acção individual. Embora os que se deslocam ao MASE classifiquem a sua prática de visita como prática ligada ao turismo religioso, ela também assume outras classificações como práticas ligadas à peregrinação, ao lazer, à educação e à curiosidade. O que pode significar que a motivação religiosa deixou de se alinhar apenas ao universo pessoal, assumindo uma maior complexidade, conduzindo os diversos tipos de visitantes a participar de várias actividades turísticas, entre elas, o lazer. Como Graburn (1995 [1977]) no seu estudo sugere:

O turismo agrega necessidades humanas de lazer e recreação e pode ser considerado um ritual secular, que em muitas sociedades contemporâneas é capaz de desempenhar funções de rituais sagrados (1995 [1977]: 74).

Mas, como já se viu, tipos diferentes de visitantes desejam modos diferentes de experiências turísticas (Cohen 1979). Compreendeu-se que as experiências de visita ao MASE, o sentido que lhe é dado, as percepções que activa e a mensagem apreendida, durante e após o percurso expositivo são igualmente diferentes e diversificadas. Para isso contribui também o facto de a visita ser realizada individualmente ou em grupo. Quando em grupo, ele é constituído por amigos e familiares, focando-se o prazer de conhecer e dar a conhecer o MASE aos filhos, o fortalecimento dos laços familiares é cumprido através de um programa de “passeio em família” num espaço privilegiado de cumplicidade e de lazer educativo. Quando individual, acentua-se, a experiência do sagrado. Os visitantes estabelecem uma forte associação do museu à meditação, oração, paz e espiritualidade. Para os que fazem o percurso expositivo do museu individualmente, significa um “encontro com Deus” e um “Oásis para retemperar forças”. Conclui-se que as experiências surgidas no museu quer, ocorram em família, grupo ou individualmente, contribuem de algum modo para a satisfação das suas necessidades em todos os sentidos – fisicamente, socialmente, intelectualmente, emocionalmente e espiritualmente.

Entende-se que os visitantes associam o lazer e a recreação ao contexto de turismo religioso através das experiências proporcionadas pelo MASE. Ao permanecerem num espaço que segundo os seus discursos é de elevado interesse cultural e religioso fazem forte associação ao carácter cultural ligado a uma intenção intelectual de aprendizagem e ao carácter religioso ligado a uma intenção de conhecer os fenómenos religiosos de Fátima, evidenciados na *sala dos Pastorinhos*. O que indica que ao lado de uma experiência com maior expressividade religiosa, poderá aparecer uma experiência mais de curiosidade de um ponto de vista cultural, histórico ou meramente de um ponto de vista de “lazer para conhecer e desfrutar”. Na argumentação que MacCannel (1999 [1976]) faz sobre o que considera lazer essa associação é evidente:

O lazer é construído a partir de experiências culturais. Lazer e cultura continuam a existir indiferente ao mundo do trabalho e da vida diária. Estão concentrados nas férias, no entretenimento, nos jogos, brincadeiras e cerimónias religiosas (1999 [1976]: 35).

Os motivos e sentimentos associados à experiência são estritamente individuais. Uma componente básica da motivação turística, conforme argumenta MacCannell (2003 [1976]), é a procura por um contacto mais profundo com a sociedade e a cultura visitada, sendo a atracção turística uma tentativa de sobrelevar as discontinuidades da vida moderna em busca de uma experiência unificada. Nesta procura poderá existir uma conexão particular entre lazer e turismo nos destinos em que ocorre o turismo religioso.

Neste sentido, as características do turismo religioso são fundadas na multifuncionalidade das deslocações e na sobreposição de diferentes tipos de motivações dos turistas (Vieira 2001). Entende-se que no campo religioso da pós-modernidade a motivação para a prática de visita ao museu é marcada pela reflexividade. O espaço e o percurso expositivo partilhado pelos visitantes são reinterpretados a partir de conceitos como transformação, autoconhecimento e “terapia” (cf. Capítulo VI).

As várias distinções que se fazem entre os tipos de prática turística prendem-se em grande medida com as motivações e as intenções dos visitantes, que podem estar relacionadas, e variar – até em diferentes momentos - entre o desejo de aprender, o mero prazer em estar com a família, ou envolvê-la numa actividade recreativa (cf. Capítulo VI.I). Outras poderão estar relacionadas, com a capacidade atractiva do tema e/ou do acervo para estimular a pesquisa de um caminho interior em busca da identidade, da “renovação espiritual”, enfim, da “transformação”, sobretudo pessoal (cf. Capítulo VI.II).

Considerando-se que, à luz da discussão antropológica, se pode dizer que “viagem turística”, não se torna sagrada apenas quando revela explicitamente um cariz religioso, o turismo pode ser visto, em si mesmo, como uma via para aceder à experiência do sagrado em oposição ao quotidiano profano. Uma experiência que se deseja totalizante, extraordinária e que deve ser encontrada para além de categorias sociológicas ou da posição relativa perante o destino (p. ex. marcada pela oposição crente - não crente). As visitas turísticas são motivadas por um desejo de ver a vida como ela é realmente vivida; e tal como numa “peregrinação religiosa”, os turistas podem buscar a autenticidade, a *sua* autenticidade (MacCannell 1973). Nesta linha de raciocínio, entende-se que para muitos que visitam o MASE ele é um lugar autêntico porque as experiências “autênticas” são causadas pelo reconhecimento dos objectos visitados e tidos como tal. O museu detém a responsabilidade social crescente de fazer pensar sobre os “múltiplos nós” que coexistem num mundo global e, com tal objectivo, procura apresentar “autenticidades” que legitimem essa narrativa.

Na óptica dos visitantes, as *performances* museográficas do museu encontram-se em concordância com a mensagem e o espírito da missão religiosa que este assume. A importância simultaneamente religiosa e cultural das colecções de arte sacra e de etnologia que o museu exhibe é enfatizada. O interesse do museu é visto como “bíblico e cultural”, associado às práticas de meditação, oração, paz, espiritualidade e, por fim, a uma boa catequese. Os visitantes entendem assim a prática narrativa do MASE numa linha catequizante, evangelizante, intercultural, espiritual e ecuménica, em concordância com a mensagem e o espírito da missão cultural e religiosa que este assume (cf. Capítulo VI).

Na sua heterogeneidade os visitantes do MASE oscilam entre a curiosidade e o fascínio por ambas as colecções do museu: a de arte sacra e a de etnologia. Percebe-se que “viajam” entre “experiências de catequese” e “experiências de diversidade criativa” num mesmo espaço carregado de encontros valorizados, de interpretações e reflexões que ajudam a compreender melhor o mundo moderno.

Hoje em dia, a relação dos visitantes com os objectos pode transformar-se através da *performance* museográfica. Isso implica, segundo Schechner (2006 [2002]), que é necessário “investigar o que faz o objecto, como interage e como se relaciona com outros objectos e seres” (2006 [2002]: 4). Esta linha interpretativa das práticas museográficas privilegia a análise do fazer e do agir, do modo como se reforça o contexto, e como se admite a mudança e colocam as narrativas em acção. As novas práticas *performativas* museográficas - são reflexivas na medida em que são formas culturais sobre a cultura – são metaculturais (Kirschblatt-Gimblett 2004), são memoráveis e replicáveis, são formas sociais sobre a sociedade (Langdom 2007), servindo como mecanismos de continuidade cultural e de disseminação do conhecimento, levando os visitantes à participação e acção.

Também as correntes antropológicas mais direccionadas para o tema da peregrinação remetem para uma linha de interpretação *performativa* desenvolvida por Turner (1988), que considera que a experiência se completa através da *performance*. Significa que a *performance* não é apenas uma representação, mas uma experiência, uma vivência, uma experimentação (Raposo 2010). O MASE enquanto espaço cultural e social permite formas de representação e de encenação. Em *performance*, dentro do espaço expositivo, as colecções com os seus objectos de arte sacra e “etnográficos”, os estudantes, os guias (técnico e missionários), todos têm um papel social a assumir de acção e de reflexão.

A libertação da vida quotidiana oferece a oportunidade para auto-reflexão e transformação pessoal (Coleman & Eade 2004). No MASE a presença de diferentes tipos de música ao longo de todo o percurso expositivo proporciona um ambiente mais convidativo aos visitantes reforçando-lhes os estímulos para melhor apreenderem a narrativa do museu. Conclui-se que o ambiente sonoro existente nas várias salas do

museu de acordo com as temáticas de cada uma, é um estímulo e nos discursos de alguns visitantes, a música contribui para a superação de um quotidiano conturbado porque lhes transmite “paz e apazigua a alma” e a música apela aos “seus sentimentos”.

No contexto da contemporaneidade parece ser inevitável à sobrevivência do MASE saber integrar-se como participante activo na difusão de ideias e projectos, numa abordagem que equacione a sua dimensão, necessariamente local e global, secular e religiosa. Num momento de valorização da «diversidade criativa» propalada pela UNESCO (Silva 2009), o museu parece ser um espaço privilegiado na perspectiva do encontro tranquilo entre tudo aquilo que é diferente - diálogo entre identidade e diversidade, entre indivíduo e colectividade -, revelando-se uma ferramenta necessária para garantir uma visão e cidadania global do mundo. O potencial de interacção do museu com os visitantes – seja por meio de sua identificação com o “etnográfico” e a colecção de arte sacra exibida, seja pela possibilidade de contrastar a sua visão de mundo e a sua identidade social com as de outros grupos culturais -, suscita uma “verdadeira experiência” (Kirshenblatt-Gimblett 1998), por parte dos visitantes.

Criado num período marcado pela procura de novos sentidos para as instituições museológicas, o MASE tem tentado ao longo da sua história mais recente adaptar-se à mudança e às exigências próprias das sociedades contemporâneas. A apresentação de exposições temporárias baseadas num conceito alargado de património, a diversificação de actividades educativas e de divulgação, a promoção nacional e internacional do museu, são algumas das dinâmicas adoptadas com o propósito de melhor servir todos aqueles que procuram o MASE. Neste quadro de adaptação à sociedade actual, o museu enquanto espaço activo no seio da comunidade, dá voz a uma sociedade plural, utilizando os significados que constrói de forma positiva, desempenhando por essa via, uma cidadania activa.

Conclui-se também que o MASE tenta consolidar-se como parceiro social e cultural enquanto instituição receptiva e pró-activa ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento. Numa óptica de aproximação à comunidade local, regional e nacional e de se legitimar como entidade útil à sociedade, o MASE procura desenvolver o seu *merchandising*, por otimizar as suas estruturas, como por exemplo

os auditórios, as salas de exposição temporárias e outras áreas interiores e exteriores de lazer, de forma a poderem ser alugadas. O investimento do MASE é gradual, conforme as oportunidades e disponibilidades financeiras, mas o objectivo é aumentar as potencialidades comerciais do museu e satisfazer os visitantes quanto ao seu impulso de “adquirir algo que sirva como recordação”. Em termos de estratégia editorial, promove e coloca à venda publicações especializadas, enquadradas na política de investigação e divulgação das colecções com o intuito de alargar a oferta dos conteúdos do museu a públicos diversificados. Conclui-se que as acções do museu para fazer frente à “competitividade do mercado turístico cultural” passam pelo realce da oferta cultural - a articulação com atractivos mais recreativos – (aluguer de auditório: música, poesia, teatro, etc) e o *merchandising* (loja: produtos para venda).

O MASE é encarado pelos que o visitam como um “museu diferente”, principalmente pela atractividade religiosa do acervo e das colecções, pelo grau de satisfação emocional e espiritual que o percurso expositivo proporciona, pela relevância histórico-cultural de raiz religiosa que detém e ainda pelo interesse e curiosidade que o trabalho missionário estimula. Significa que o acervo e colecções de objectos exibidos encontram “ressonância” junto deles. Esta noção de “ressonância” desenvolvida por Greenblatt (1991) refere-se:

Ao poder do objecto em exibição poder atingir um universo mais amplo, para além das suas fronteiras formais, o poder de evocar no espectador as forças culturais complexas e dinâmicas das quais ele emergiu e das quais ele é, para o espectador, o representante (1991: 47).

Os guias das visitas (frequentemente missionários) participam nessa capitalização dos objectos, tornando o percurso expositivo mais moroso na sala de Etnologia. Esta é a sala que mais identificam com a sua missão, por isso falam da sua experiência em missão, explicando os contextos de produção e utilização dos objectos aí exibidos (*cf.* Capítulo II.3). Nos discursos dos visitantes a diversidade cultural é fundamental para “a reflexão, para a mudança e para a dinâmica da vida”, porque lhes propicia a fruição das expressões culturais que as colecções do MASE exprimem e difundem.

A diversidade cultural, o diálogo intercultural e inter-religioso remetem para formas e modelo de conhecimento onde se instaura um mundo autenticamente rico em conhecimento, um mundo culturalmente diverso (Appadurai & Stenou 2001). Conclui-se que no MASE a diversidade cultural é associada pelos visitantes aos objectos “etnográficos”, assumindo particular realce a colecção de etnologia, sala dedicada à apresentação de objectos “etnográficos” recolhidos pelos missionários em contexto de missão. Os visitantes nos seus discursos manifestam esse sentido, expressando que ficam com uma percepção mais abrangente de cidadania, sendo que, através dos objectos provenientes de “diferentes grupos étnicos” mais facilmente conseguem fazer a leitura do mundo que os rodeia. Trata-se de uma preferência que assenta na valorização do encontro com aquilo que é culturalmente diferente, plural e diversificado.

Na óptica do técnico/guia/director do museu o seu discurso coaduna-se à missão do museu assente nos normativos institucionais para a museologia. Embora o MASE não se integre na sua totalidade na tipologia de museu etnográfico, visto incorporar nas suas colecções objectos relacionados com a arte sacra, a forte componente da etnologia - “objectos etnográficos” - obriga a um desafio constante em relação à crítica que ainda hoje existe sobre o papel dos “museus etnográficos” na legitimação de um discurso colonialista. Isso acaba por ter como efeito uma constante preocupação, por parte dos produtores deste museu, em lidar com o seu lugar no complexo colonial e isso reflecte-se nas mais variadas tentativas de transmitir uma narrativa vocacionada para os domínios do ecumenismo, do multiculturalismo, do diálogo intercultural e inter-religioso (cf. Capítulo VI.4).

Se este é o discurso promovido pelos produtores do MASE, os sentidos apropriados por parte dos visitantes, quer sejam turistas ou peregrinos, ou membros de grupos escolares, de lares, ou de catequese, os “objectos etnográficos” destacavam-se e fascinavam sem parecer espoletar esse sentido crítico. Isso demonstra que os visitantes podem contrapor a sua interpretação sobre como esses objectos se apresentam, podendo ao mesmo tempo reconstruir os significados desses objectos “etnográficos”. Significa também que aos visitantes é dada a oportunidade de encontrarem formas de *engajamento* e significados pessoais para as suas vidas dentro do museu. Ainda mais, quando no campo religioso se vive num tempo marcado pela

crise das instituições tradicionais. Hervieu-Léger (2005 [1999]) sublinha a importância da transmissão regular das instituições e valores como elemento fundamental para a continuidade e sobrevivência da sociedade. Isso se dá, como a autora refere:

Quando o processo histórico da secularização das sociedades modernas e o desdobramento de uma religiosidade individual, móvel e moldável dá lugar a formas inéditas de sociabilidade religiosa (2005 [1999]): 30).

O que ocorre na modernidade conforme a autora assinala é um fenómeno complexo de “crise de transmissão” de uma “memória autorizada”, que é a tradição. Isso explica-se de certa forma pelo facto das sociedades modernas tenderem a ser cada vez menos sociedades da memória. Entende-se um enfraquecimento das “identidades herdadas” (Hervieu-Léger 2005 [1999]), na medida em que:

Os indivíduos constroem sua própria identidade sócio - religiosa a partir dos diversos recursos simbólicos colocados à sua disposição e/ou aos quais eles podem ter acesso em função das diferentes experiências em que estão implicados (2005 [1999]): 69).

A religiosidade já não se adequa a sistemas religiosos estruturados no antigo modelo tradicional. As formas de religiosidade apresentam-se flutuantes. O resultado é a construção ou reconstrução de identidades religiosas que não se reconduzem aos paradigmas que secularmente presidiam aos sistemas religiosos. Convocando-se novamente Hervieu-Léger (2005 [1999]), a característica mais manifesta da modernidade e que marca a “divisão com o mundo da tradição” é a de que “o homem é legislador da sua própria vida” (2005 [1999]): 33). Subentende-se uma liberdade conquistada no campo religioso para construir sistemas de fé individualizada. Procurando dar conta das novas formas de sociabilidade religiosa, a socióloga francesa, propõe a substituição do paradigma do “praticante”, pelas figuras do “convertido” e do “peregrino” que considera mais adaptadas para a compreensão das identidades religiosas. Vocacionado para os valores religiosos e de cidadania, em que os objectos assumem papel catequizante (cf. Capítulo IV), o MASE apresenta-se como parte integrante da construção e valorização cultural no mundo contemporâneo.

A visita ao MASE para alguns significa a imbricação de um campo mais profundo que ultrapassa o domínio da religião tradicional. Convergem no mesmo espaço museológico tanto a componente religiosa (vertentes teológicas, litúrgicas e pastorais), como a componente secular (vertentes educativas, históricas e estéticas). As componentes (religiosa e secular) fazem parte dos discursos dos visitantes e são percebidas por muitos como estando ligadas estreitamente a uma certa qualidade de vida, dando sentido às suas experiências. Resultam de uma escolha individual e de uma visão particular do mundo.

O MASE ao articular o acervo de arte sacra com o acervo etnográfico numa linha de missão catequizante, explora-inspira-motiva e configura a produção identitária dos visitantes (*cf.* Capítulo VI). As visitas são verdadeiras “pedagogias da cidadania”. Isso significa que a essência do museu inevitavelmente se estende a um espaço cultural e educativo, onde aprendizagem, transmissão de ideias, conhecimentos e valores são colocados em movimento. Através das suas colecções que fazem eco dos mais longínquos lugares relacionados com a missão, os visitantes tomam contacto com as culturas de todo o mundo e projectam-se como cidadãos do mundo. O MASE é palco privilegiado para o exercício dos direitos de cidadania no contexto social do mundo contemporâneo.

Mas, no MASE também a «diversidade criativa» numa concepção, partilhada pela UNESCO (1983) à escala da “comunidade internacional” é gerida num contexto de missionação e numa “linha catequizante”. O que poderá ter um papel fundamental na organização de uma “laicidade mediadora” (Hervieu-Léger 2005 [1999]), significando que a vida social na contemporaneidade se torna cada vez menos submetida a “regras ditadas” por uma instituição religiosa. Subentende-se um processo de secularização onde uma visão religiosa dá lugar a uma visão secularizada do mundo, onde “as representações religiosas permitiram a esta sociedade pensar em si mesma como autónoma (Hervieu-Léger 2005 [1999]): 37). O MASE validou ser um espaço ideal para pensar essa articulação entre uma visão religiosa e uma visão secularizada do mundo.

Em toda a sua complexidade mediadora, o museu (e, qualquer museu) deve seguir dinâmicas culturais e sociais que satisfaçam os seus visitantes, redefinindo eventuais estratégias de “empoderamento”, que permitam a reconstrução dos mapas

identitários dos que os procuram. Apesar do carácter híbrido do MASE, o seu compromisso passa por incentivar os que o procuram, à reflexão e à crítica sobre o entendimento cultural e social na sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AA, VV., s/d, Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira, Volume VI, 300, Editorial Enciclopédia, Lda. Lisboa/Rio de Janeiro.

ABRAHAMS, Roger, 1977, Toward an enactment-centered theory of folklore, em William BASCOM (org.) *Frontiers of Folklore*. Boulder: Westview, 79-120.

_____, 1981, Shouting match at the Border: the folklore of display events, em Richard BAUMAN & Roger ABRAHAMS (orgs), *And Other Neighborly Names: Social Process and Cultural Image in Texas Folklore*. Austin: University of Texas Press, 303-321.

ALBINO, Teresa, 2004, O museu como espaço de educação intercultural, em *A questão social no novo milénio*, VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, Centro de Estudos Sociais, Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, 16, 17 e 18 de Setembro, em <<http://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/TeresaAlbino.pdf>> (acesso em 12.05.2010).

ALMEIDA, Carlos, 2009, Uma infelicidade feliz. A imagem de África e dos Africanos na literatura missionária sobre o Kongo e a região mbundu (meados do séc. XVI – primeiro quartel do séc. XVIII). Tese de Doutoramento. Antropologia. FCSH, UNL, Lisboa.

ALVES, Vera, 1997, Os etnógrafos locais e o Secretariado da Propaganda Nacional. Um estudo de caso. *Etnográfica*, vol. I (2), 237-257.

AMES, Michael M., 1992, *Cannibal tours and glass boxes: the anthropology of museums*, Vancouver, UBC Press.

AMORIM, Maria A., 2011, A missão franciscana no estado do Grão-Pará e Maranhão (1622-1750), Agentes, Estruturas e Dinâmica. Doutorado em História. Departamento de História, Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa.

AMIT, Vered, 2002, Reconceptualizing community, em Vered AMIT, *Realizing Community: concepts, social relationships and sentiments*, London and New York, Routledge.

ANICO, Marta, 2005, A pós-modernização da cultura: património e museus na contemporaneidade. *Horizontes Antropológicos* [online], vol. 11, nº 23, 71-86, em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832005000100005&script=sci_arttext&lng=es> (acesso em 16.02.2011).

APPADURAI, Arjun, 1986, Introduction: commodities and the politics of value, em *The social life of things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

_____, 1996, The production of locality, em *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

APPADURAI, Arjun & Carol BRECKENRIDGE, 1992, Museums are good to think: heritage on view in India, em Ivan KARP, et al. (eds.) *Museums and communities. The politics of public culture*, Washington and London, Smithsonian Institution Press, 34-55.

APPADURAI, Arjun & Katerin STENO, 2001, El pluralismo sostenible y el futuro de la pertenencia, em *UNESCO- Diversidad cultural, conflicto y pluralismo: Informe Mundial sobre la Cultura 2000*. Mundi-Prensa. Madrid.

ARANTES, António A., 2006, Diversity, heritage and cultural politics. *Theory, Culture & Society* 24/7-8, 290-296, em <<http://tcs.sagepub.com>> (acesso em 02.02.2011).

ARCHER, Paulo, 2003, Sobre a visão patrimonial de Herculano em Monumentos Pátrios. Tomar, Terra de Linho.

AUGÉ, Marc, 1999, Pour une anthropologie des mondes contemporains. Paris: Flammarion.

BAGNALL, Gaynor, 2003, Performance and performativity at heritage sites. *Museum and Society*, 1 (2), 87-103.

BAL, Mieke, 1996, Double exposures. The subject of cultural analysis, London/New York: Routledge.

BALOGLU, Seyhmus & Ken McCleary, 1999, A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 868-897.

BAUER, Michel, 1993, Tourisme religieux ou touristes en milieu religieux. *Les Cahiers Espaces* (30), 24-37.

BARDIN, Laurence, 2011, Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70.

BARBOSA, Álvaro, 2009, Habitar o Património: o caso do Convento de Cristo. Universidade Católica Portuguesa. MÁTHESIS.

BARRÉ, Hervé, 1996, General introduction to the debates, em *Culture, tourism, development: crucial issues for the XXIst century*, Paris, UNESCO.

BARRIGA, Sara e Susana da SILVA, 2007, Serviços educativos na cultura: desenhar pontos de encontro, em *Serviços Educativos na Cultura*. Porto: Setepés.

BARROS, José da Cunha, 2004, A projecção do quotidiano no turismo e no lazer - o lugar dos actores dos contextos e dos paradigmas, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Univesidade Técnica de Lisboa, Lisboa.

BENNETT, Tony, 1988, The Exhibitionary Complex. *New Formations* (4), 73-102.

_____, 1995, *The Birth of The Museum: history, theory, politics*. Londres/Nova York, Routledge.

BENI, Mário, 2003, *Análise Estrutural do Turismo*, em <http://www.turismoreligioso.com.pt/textoseartigos/turismo-politicas-publicas-e-desenvolvimento-estrategico-200104_MarioBeni.pdf> (acesso em 25.08.2012).

BENDIX, Regina, 2002, Capitalizing on memories past, present, and future. Observations on the intertwining of tourism and narration. *Anthropological Theory*, vol. 2 (4), SAGE Publications. Universität, Göttingen, Germany.

BLACK, Graham, 2005, *The engaging museum: an interpretative approach to visitor involvement*. London/New York: Routledge.

BOURDIEU, Pierre, 1984, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

BRIGOLA, João, 2008, A crise institucional e simbólica do museu nas sociedades contemporâneas, *Museologia.pt.*, Ano II, nº 2, Instituto dos Museus e da Conservação, Lisboa.

BRITO, Joaquim Pais de, 2003, Museu, memória e projecto, em José PORTELA e João CALDAS (Eds.), *Portugal Chão*. Oeiras. Celta Editora.

_____, 2006, O museu entre o que guarda e o que mostra, em *Museus, Discursos e Representações*. Porto: Afrontamento.

_____, 2009, Museus Globais: colecções etnográficas e multiculturalidade. Sobre a voz e o lugar do museu, em *Museus e Património Imaterial: agentes, fronteiras, identidades*. 1ª Edição. Instituto dos Museus e da Conservação, Softlimits, S.A.

BROWN, Katherine, 2002, Educational and other public programmes for exhibitions, em Barry LORD & Gary LORD (Eds.), *The Manual of Museum Exhibitions*. Lanham (MD-USA): AltaMira Press, 297-315.

BURNS, Paul, 2002, Turismo e Antropologia: uma introdução, Coleção *Tours*, São Paulo: Chronos

CAMACHO, Clara, 2001, A programação museológica na Rede Portuguesa de Museus, em *Arquivos da Memória*, nº 10/11, Edições Colibri/Centro de Estudos de Etnologia Portuguesa, Universidade Nova de Lisboa, 73.

CARDOSO, Gonçalo, 2011, Roteiro. Museu de Arte Sacra e Etnologia. Instituto Missionário da Consolata. Fátima.

CHAMBERS, Erve, 2000, *Native Tours: the anthropology of travel and tourism*. Waveland Press. Illinois: University of Maryland.

CHASE, Anthony, 1994, Perceptions of the past among north queensland aboriginal people: the intrusion of europeans and consequent social change, em R. LAYTON, *Who Needs the Past?*, London and New York, Routledge.

CLIFFORD, James, 1985, Objects and selves: an afterword, em *Objects and Others: essays on museums and material culture*, The University of Wisconsin Press, 236-246.

_____, 1991, Four northwest coast museums: travel reflections, em Ivan KARP e Steven LAVINE (eds), *Exhibiting Cultures: the poetics and politics of museum display*, Washington and London, Smithsonian Institution Press.

_____, 1994, Collecting ourselves, em Susan PEARCE (Ed.) *Interpreting objects and collections*, Leicester and London, Leicester University Press, 258-268.

_____, 1998, Museum as contact zones, em David BOSWELL & Jessica EVANS (Eds.), *Representing the nation: a reader histories, heritage and museums*, Routledge.

_____, 2008, Itinerarios transculturales. Barcelona: Gedisa.

CLIFFORD, Geertz, 1997, La Interpretación de las culturas, Gedisa Editorial, Serie Antropologia, Barcelona.

COHEN, Ronald, 1978, Ethnicity: problem and focus in anthropology, *Annual Review of Anthropology* (7), 379-403.

COHEN, Erik, 1972, Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39 (1), 164-182.

_____, 1979, A phenomenology of tourist experiences. *Sociology* 13, (2), 179–201.

_____, 1979, Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6 (1), 18-35.

_____, 1988, Traditions in the qualitative sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 15, nº 1 (Special Issue: methodological issues in tourism research (29-46), em <<http://sociologiapp.iscte.pt/pdfs/12/125.pdf>> (acesso em 12.03.2009).

_____, 1992, Pilgrimage centres: concentric and excentric. *Annals of Tourism Research* 19 (1), 33–50.

COHEN, Stan & Lauri TAYLOR, 1976, *Escape attempts: the theory and practice of resistance to everyday life*. London: Allen and Lane.

COLEMAN, Simon & John EADE (Eds.), 2004, *Reframing pilgrimage: cultures in motion*, European Association of Social Anthropologists, First Published, London and New York: Routledge.

COOPER, Chris; David GILBERT; John FLETCHER; Stephen WANHILL, 2001, *Turismo: princípios e prática*, São Paulo: Bookman.

COSSONS, Neil, 1991, Class, culture and collections, em Gaynor KAVANAGH (Ed.), *The museums profession: internal and external relations*, Leicester, University Press.

COSTA, Carlos, 2005, Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social* [online], nº 175, 279-295.

CUNHA, Licínio, 2011, Autenticidade e inovação: factores de renovação dos destinos turísticos maduros, *Journal of Tourism Studies*, nº 11, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 7-28.

CROUCH, David & Nina LÜBBREN (Ed.), 2006, *Visual culture and tourism*. Oxford: Bergpublishers. Delumeau, Jean.

CRUZ, Manuel Braga, 1992, As elites católicas nos primórdios do salazarismo, em *Análise Social*, n.s 116-117, 547-548.

DAGOGNET, François, 1993, *Le musée sans fin*. Creusot: Champs Vallon.

DAVALLON, Jean, Gerald GRANDMONT & Bernard SCHIELLE, 1992, L'environnement entre au Musée. *Collection Muséologies*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.

DEAN, David, 1994, *Museum exhibition: theory and practice*. London: Routledge.

DIAS, Reinaldo e Emerson SILVEIRA (Org.), 2003, *Turismo Religioso: ensaios e reflexões*. São Paulo: Alínea.

DIAS, Nélia, 1994, Looking at objects: memory, knowledge in nineteenth-century ethnographic displays, em George ROBERTSON, Melinda MASH, Lisa TICKNER, Jhon BIRD, Barry CURTIS & Tim PUTNAM (Eds.), *Travellers tales: narratives of home and displacement*, London and New York: Routledge, 164-176.

_____, 1998, A visibilidade da diferença (Século XIX). Coleções Antropológicas, em Susan MACDONALD (Ed.), *A política de exibição. Museus, Ciência, Cultura*, Londres, Routledge, 36-52.

_____, 2000, Que signifie mettre en exposition? A propos de destination culture de Barbara Kirshenblatt-Gimblett» [em linha]. *Terrain*, 34. Paris: Ministère de la culture / Maison des Sciences de l'Homme, 159-164. Disponível em <<http://terrain.revues.org/1030>> (acesso em 27.06.2011).

_____, 2001, Museums as arenas of contested interests and identities, em *Roteiro de Museus*. Região Norte. Vol. 4, Ed. Olhapim, Lisboa.

DICKS, Bella, 2000, *Heritage, place and community*, Cardiff, University of Wales Press.

_____, 2003, *Culture on display the production of contemporary visibility*, London: Open University Press.

DOUGLAS, Mary, 1982, Goods as a system of communication, em *The active voice*. London: Routledge & Keagan Paul, 16-33.

DOUGLAS, Mary & Baron ISHERWOOD, 1996 [1979], *The World of Goods* London: Routledge.

DUARTE, Marco D., 2010, Voz da Fátima. Publicação mensal, Ano 90, nº 1080, 13 Setembro. Santuário de Fátima, Fátima.

DUBOIS, Bernard, 2000, *Understanding the consumer*. Pearson Education Limited, Harlow.

EADE, John & Michael SALLNOW, 2000, *Contesting the sacred: the anthropology of pilgrimage*, University of Illinois Press.

ERIKSEN, Thomas, 2001, *Between universalism and relativism: a critique of the UNESCO concept of culture*, em *Culture and rights*. Anthropological Perspectives.

ERIKSON, Patricia, 1999, *A-whaling we will go: encounters of knowledge and memory at the makah culture and research centre*, *Cultural Anthropology*, vol. 14, nº 4, 556-583.

FALK, John H. & Lynn DIERKING, 1992, *The Museum Experience*. Washington D.C.: Whalesback Books.

_____, 1997, *The Museum Experience*. Washinton D.C.: Whalesback Books.

_____, 2000, *Learning from Museums. Visitor experiences and the making of meaning*, s/l, Altamira Press.

FARIA, Margarida, 2000, *Etapas e limites da globalização da cultura constitucional: o lado dos museus*. IV Congresso Português de Sociologia - Sociedade Portuguesa: Passados Recentes, Futuros Próximos. APS Publicações.

_____, 2000, Regimes of production and consumption of museums, em *Portugal: presentation of a project study*. Programa Praxis XXI/98/Museologia, nº 1. Lisboa, 15-26.

_____, 2000, Educação-Museus-Educação. Lisboa: Instituto de Inovação Educacional, em http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/2011/historia/6faria_artigo.pdf (acesso em 17.05.2012).

_____, 2001, A função social dos museus. Comunicação. Conferência Internacional: A cultura em acção – impactos sociais e território (25-27 de Outubro), Porto.

FERGURSON, Bruce, 1996, Exhibition Rhetorics. Material speech and utter sense, em Reesa GREENBERG, Bruce FERGURSON & Sandy NAIRNE, (Eds.). *Thinking about exhibitions*, London: Routledge.

FIGUEIRA, Luís Mota, 2013, Manual para Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural, CESPOGA – Centro de Estudos Politécnicos da Golegã. Instituto Politécnico de Tomar, Tomar, (ISBN 978-972-9473-66-1).

FOUCAULT. Michel, 2000, As Palavras e as Coisas. Uma arqueologia das Ciências Humanas, São Paulo: Martins Fontes.

_____, 2005, A ordem do discurso, Lisboa: Relógio d'Água.

FRANCO, Anísio e Maria João VILHENA DE CARVALHO, 2011, Roteiro. Museu de Arte Sacra e Etnologia. Instituto Missionário da Consolata. Fátima.

GEERTZ, Clifford, 1978, A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

GHIGLIONE, Rodolphe & Benjamin MATALON, 1993, O inquérito. Teoria e prática. Oeiras: Celta Editora.

GHOSE, Saroj, 1992, People and museums, em Patrick BOYLAN (Ed.). *Museums 2000: politics, people, professionals and profit*. London: Routledge, 84-100.

GIDDENS, Anthony, 1991, *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*, Stanford, CA: Stanford University Press, 187-201.

GOETHE, Johann W., 1970, *Italian Journey: 1786-1788*. Harmondsworth: Penguin Books.

GOMES, Rui e Vanda LOURENÇO, 2009, Democratização cultural e formação de públicos: inquérito aos serviços educativos em Portugal, Lisboa, OAC. Disponível em <www.oac.pt> (acesso em 14.04.2012).

GONÇALVES, José Reginaldo Santos, 2007, *Antropologia dos objetos: coleções, museus, patrimónios. Coleção: Museu, Memória e Cidadania*, Rio de Janeiro.

GONSETH, Marc-Olivier, 1984, Le miroir, le masque et l'écran, em *Le salon de l'ethnographie*. Neuchatel: Musée d'Éth.

GRABURN, Nelson & Roland MOORE, 1994, Anthropological research on tourism, em Brent RITCHIE & Charles GOELDNER (Eds.): *Travel, tourism and hospitality research. A Handbook for managers and researchers*. New York: John Willey and Sons, 233-242.

GRABURN, Nelson, 1995 [1977], Tourism: the sacred journey, em Valene SMITH, *Hosts and Guests: the anthropology of tourism* (2^{ed}), Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 22-36.

GREENBLATT, Stephen, 1991, Resonance and wonder, em Ivan KARP & Steven LAVINE (Eds.), *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display*. Washington: Smithsonian Institution Press.

GREENWOOD, Davyd, 1978, Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization, em Valene SMITH (Org.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Oxford, Basil Blackwell, 129-138.

GUEDES, Natália, 1995, Exposição Encontro de culturas – oito séculos de missão portuguesa, em *Communio: Revista Internacional Católica*. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa. Ano XII, 28 Fevereiro, n.º 1, 87-91.

GUIJARRO, José A., 2001, El uso turístico del espacio religioso: el santuario de Loiola en la ruta de los tres templos. Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Deusto. Departamento de Industria, Comercio y Turismo. Gobierno Vasco. Disponível em <<http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20religioso/USO%20TURISTICO%20DEL%20ESPACIO%20RELIGIOSO%20SANTUARIO%20DE%20LOYOLA.PDF>> (acesso em 12.04.2012).

GUILHERME, Manuela, 2002, *Critical citizens for an intercultural world*, Clevedon, Buffalo: Multilingual Matters.

GUILLAUME, Marc, 2003, *A Política do Património*, Porto, Campo das Letras.

GURIAN, Elaine, 1999, Noodling around with exhibition opportunities, em Ivan KARP, & Steven LAVINE (Eds.). *Exhibiting Cultures. The poetics and politics of museum display*, Washington and London, Smithsonian Institution Press, 176-190.

_____, 2007, The potential of museum learning: The essential museum, em Barry LORD (Eds.). *Manual of museum learning*, 21-41 (Informal Learning), Walnut Creek, CA: Alta Mira Press.

GYIMÓTHY, Szilvia, & Nick JOHNS, 2001, Developing the role of quality, em Siobhan DRUMMOND & Ian YEOMAN (Eds.), *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*, London: Elsevier Butterworth-Heinemann, 342-265.

HALBWACHS, Maurice, 1992 [1925], The social frameworks of memory, em Lewis COSER (Ed. and transl), *On Collective Memory*, Chicago, Chicago University Press.

HALL, Stuart, 1997, Introduction, em Stuart Hall (Ed.). *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage/Open University, 1-12.

_____, 2003, *Da Diáspora. Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: EdUFMG/Humanitas.

HANDLER, Richard, 1985, On having culture. Nationalism and the preservation of Quebec's Patrimoine, em George STOCKING JR, (Ed.). *Objects and Others. Essays on museums and material culture*. Londres: The University of Wisconsin Press.

_____, 1988, Nationalism and the politics of culture in Quebec. Madison, University of Wisconsin Press.

HAUSER, Susanne, 2002, Waste into heritage: remarks on materials in the arts, on memories and the museum, em Brian NEVILLE & Johanne VILLENEUVE (Eds.), *Waste-site stories: the recycling of memory*. Albany: State University of New York Press, 39-54.

HEIN, George, 1998, Learning in the museum, Londres: Routledge.

HENDERSON, Joan C., 2005, Exhibiting cultures: Singapore's Asian civilisations museum. *International Journal of Heritage Studies* vol. 11, nº 3, July, 183–195.

HERNÁNDEZ, Francisca H., 1998, Manual de Museología, Editorial Síntesis, S. A., Madrid.

HERVIEU-LÉGER, Danièle, 2005 [1999], O peregrino e o convertido. A religião em movimento. Gradiva Publicações.

HINSLEY, Curtis M., 1991, The world as a market-place: commodification of the exotic at the World's Columbia Exposition, Chicago, 1893, em Ivan KARP & Steven LAVINE (Eds.), *Exhibiting Cultures. The Poetics and Politics of Museum Display*, Washington and London, Smithsonian Institution Press, 344-365.

HOBBSAWM, Eric & Terence RANGER (Eds.), 1992, The invention of tradition. London: Cambridge University Press.

HOPPER-GREENHILL, Eilean, 1994, A new communication model for museums, em *The educational role of the museum*. London: Leicester. Museum Studies.

_____, 1994, Museum and their visitors. Londres and Nova Iorque: Routledge.

_____, 2006, The Power of museum pedagogy. Hugh GENOWAYS (Ed.), *Museum philosophy for the twenty-first century*, Oxford: Altamira Press, 235-245.

_____, 2007, Museums and education: purpose, pedagogy, performance. London: Routledge.

HOWARD, Peter, 2003, Interpretation in practice, em Peter HOWARD (Ed.), *Heritage, Management, Interpretation, Identity*, London: Continuum, 244-265.

INIESTA i GONZÁLEZ, Montserrat, 1994, Els gabinets del món: antropologia, museus i museologies, Lleida.

ISNART, Cyril, 2013, Contra danças não há argumentos, a dança entre património e moral no âmbito de uma associação cultural portuguesa. *Revista Memória em Rede*, Pelotas,

v.3, n.8, Jan./Jun. [Online]. Disponível em <www.ufpel.edu.br/ich/memoriaemrede> (acesso em 13.01.2014).

ITURRA, Raúl, 1987, Trabalho de campo e observação participante em Antropologia, em Augusto SILVA e José PINTO (Orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Edições Apontamento.

IZQUIERDO, Cármen & María SAMANIEGO, 2004, *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid: Ediciones Pirámide.

JACKNIS, Ira, 1985, Franz Boas and Exhibits: on the limitation of the Museum Method of Anthropology em *Objects and Others: essays on museums and material culture*, The University of Wisconsin Press, 236-246.

JACKOWSKI, Antoni, 2000, Religious tourism – problems with terminology, *Peregrinus Cracoviensis*, nº 10, 63-74.

JEUDY, Henri P., 2005, Entre mémoire et patrimoine. *Ethnologie Française: le vertige dès traces. Patrimoine en question*. XXV, nº 1, Paris: Armand Colin.

KARP, Ivan. & Steve LAVINE (Eds.), 1991. *Exhibiting Cultures, The Politics and Poetics of Museum Display*, Washington, Smithsonian Institution Press.

KELLNER, Douglas, 1992, *Critical theory, marxism and modernity*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

KELLY, Lynda, 2004, Evaluation, research and communities of practice: Program evaluation in museums. *Archival Science* 4, 45-69. Disponível em <<http://audience-research.wikispaces.com/file/view/archival+science+paper.pdf>> (acesso em 13.02.2010).

KERSTEN, Márcia e Ana BONIN, 2007, Para Pensar os museus: quem deve controlar a representação do significado dos outros? *MUSAS – Revista Brasileira de Museus e Museologia*. Rio de Janeiro: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais, nº 3, 117-128.

KININMONT, Lee-Jaye e Bruce PRIDEUX, 1999, Tourism and heritage are not strangers: a study of opportunities for rural heritage museums to maximize tourism visitation, *Journal of Travel Research*, 37, 3, 299- 304.

KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara, 1991, Objects of ethnography, em Ivan KARP & Steve LAVINE (Eds.), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*. Smithsonian Institution Press, Washington, 386-443.

_____, 1998, Destination Culture. *Tourism, museums, and heritage*, Berkeley, University of California Press, 131-176.

_____, 2004, From ethnology to heritage: the role of the museum SIEF Keynote, Marseilles, April 28.

_____, 2004, El patrimonio inmaterial como producción metacultural, em *Museum International*, 56 (221-222):52-64.

KOPYTOFF, Igor, 1986, The cultural biography of things: commoditization as a process, em Arjun APPADURAI (Ed). *The social life of things: commodities in cultural perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, 3-63.

KOTLER, Neil & Philip KOTLER, 2004, Can museums be all things to all people? Missions, goals and marketing's role, em Gail Anderson (Ed.), *Reinventing the Museum: historical and contemporary perspectives on the paradigm shift* Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 167-186.

LANGDOM, Esther Jean, 2007, Performance e sua diversidade como paradigma analítico: a contribuição da abordagem de Bauman e Briggs. *Antropologia em Primeira Mão*. Florianópolis: UFSC/programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 6-10.

LEAL, João, 2007, Da arte popular às culturas populares híbridas. *Etnográfica*, 13, nº 2, (467-480) Novembro. Disponível em <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/etn/v13n2/v13n2a12.pdf>> (acesso em 13.02.2010).

_____, 2008, Aula. Sessão do Seminário Problemáticas e Métodos da Antropologia. FCSH-UNL (07.11.2008).

_____, 2009, O património imaterial e a antropologia portuguesa: uma perspectiva histórica, em *Museus e património imaterial: agentes, fronteiras, identidades*. Instituto dos Museus e da Conservação, Softlimits, S.A., 1ª edição, Novembro.

_____, 2010, Usos da cultura popular, em José NEVES, *Como se faz um povo*. Lisboa, Tinta da China/Fundação EDP, 125-137.

LEHTO, Xinran, et. al., 2009, Vacation and family functioning, *Annals of Tourism Research*, 36, nº 3, 459-479.

LIDÓRIO, Ronaldo, 2011, Introdução à antropologia missionária, 1ª Edição, São Paulo: Vida Nova.

LÓPEZ, Pereira, X., 1997, *Guía medieval do peregrino: Códice Calixtino, libro V*. Vigo: Edicións Xerais de Galicia.

LUCAS, António, 2011, Direcção da Entidade Regional do Turismo Leiria/Fátima. Disponível em <<http://www.nerlei.pt/pt/noticias/da-nerlei/turismo-de-leiriafatima-precisa-ganhar-escala-e-dimensao>> (acesso em 30.10.2011).

MACCANNELL, Dean, 1973, Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology* 79, nº 3, 589–603.

_____, 1999 [1976], *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley: California Press.

_____, 2001, Tourist agency. *Tourist Studies*. University of California, Davis. Sage Publications. London, vol 1, nº 1, 23–37. Disponível em <<http://road-trip.syntone.org/wp-content/uploads/2011/04/mccannell.tourist.agency.pdf>> (acesso em 16.07.2008)

MACDONALD, Roberta & Melissa MACEACHERN, 2008, A framework for understanding visitors to a destination. *Journal of Sport & Tourism*, 13, nº 1, 5-35.

MACDONALD, Sharon (Ed.), 2006, *A companion to museum studies*, Blackwell Publishing.

MACEDO, Diogo, 1935, Arte Indígena. Artistas Portugueses nas Colónias, em *O Mundo Português*, Ano II, Vol. II.

MAGALHÃES, Fernando, 2005, Os museus: entre a pedagogia e a interpretação (um estudo de caso: o Museu de Alberto Sampaio). *Educação & Comunicação*, nº 8, 61-72.

MAHON, Maureen, 2000, The visible evidence of cultural producers, *Annual Review of Anthropology*, 29, 467-492.

MAIRESSE, François, 2010, *Le musée hybride*, Paris, La Documentation Française.

MASON, Rhiannon, 2006, Cultural theorie and museum studies, em Sharon MACDONALD, (Ed.), 2006, *A Companion to Museum Studies*, Blackwell Publishing, 17-32.

MATIAS, Isabel e Marco D. DUARTE, 2011, Roteiro. Museu de Arte Sacra e Etnologia. Instituto Missionário da Consolata. Fátima.

MATIAS, Isabel, 2007, Coleções Etnográficas - África e Ásia. Museu de Arte Sacra e Etnologia. Vol. I. Fátima.

MATOS, Ana Cardoso, Maria Luísa dos SANTOS e Maria Ana BERNARDO, 2006, Tourism and transport em Portugal from the end of the 19th century to the beginning of the 20th century. *Paper* apresentado ao *Fourth Annual Conference of the International Association for the History of Transport, Traffic & Mobility (T2M)*, 28 September – 1 October, Paris.

MATOS, Artur e Mário LAGES, 2011, Povos e culturas. Centro de Estudos dos Povos e Culturas de Expressão Portuguesa. Universidade Católica Portuguesa, n.º 13, Março. Patrocínio de ACIDI – Alto Comissariado para a Imigração e o Diálogo Intercultural. Disponível em http://www.oi.acidi.gov.pt/docs/Col_Percursos_Intercultura/4_PI_Cap4.pdf (acesso em 17.04.2012).

MATTOSO, José, Suzanne DAVEAU & Duarte BELO, 2010, Portugal – O Sabor da Terra – Um retrato histórico e geográfico por regiões. Círculo de Leitores.

MAZZOLINI, Renato (Coord.), 2002, Andare al museo: motivazioni, comportamenti e impatto cognitivo, Trento, Servizio Attività Culturali/Giunta della Provincia Autonoma di Trento.

McCLELLAN, Andrew, 2003, Art and its publics museum studies at the millennium, Blackwell Publishing.

MCKERCHER, Bob & Hilary du CROS, 2002, Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. Binghampton: The Harworth Press.

MCKERCHER, Bob & Hilary du CROSS, 2002, *Cultural tourism - the partnership between tourism and cultural heritage management*, Routledge, Taylor and Francis Group, New York, London.

MEDEIROS, Tásia, Anelino SILVA e Valdenildo SILVA, 1998, Territorialidade religioso-turística: uma reflexão sobre a festa de Sant'Ana, em Luiz LIMA (Org.). *Da cidade ao Campo: a diversidade do saber-fazer turístico*. Fortaleza: UECE, vol.2, 171-179.

MELO, Daniel, 2001, *Salazarismo e cultura popular (1933-1958)*. Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.

MEUNIER, Anik & Virginie SOULIER, 2010, Préfiguration du concept de muséologie citoyenne, em Jean-François CARDIN; Marc-André ÉTHIER; Anik MEUNIER, *Histoire, musées et éducation à la citoyenneté*. Québec: MultiMondes, 309-330.

MILES, Roger & Alan TOUT, 1994, Outline of a technology for effective science exhibits. *The educational role of the museum*, Routledge, London, 87–100.

MODELSKI, George, 2003, Civilização humana como projecto de aprendizagem, em *Globalização, Ciência, Cultura e Religiões*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian/Dom Quixote.

MOUTINHO, Mário, 2007, Definição de sociomuseologia – definição evolutiva de sociomuseologia – proposta de reflexão. XIII Atelier Internacional do MINOM, Lisboa. Disponível em <<http://sociomuseologia.ning.com/>> (acesso em 23.01.2011).

MOUTU, Andrew, 2007, Collection as a way of being, em Amiria HENARE; Martin HOLBRAAD & Sari WASTELL, (Eds.). *Thinking through things. Theorising artefacts ethnographically*. London, Routledge.

NABAIS, António e José CARVALHO, 1993, O discurso expositivo, em Maria ROCHA-TRINDADE, *Iniciação à Museologia*, Universidade Aberta, Lisboa.

NABAIS, António; Gonçalo CARDOSO e P. BONIFÁCIO, 2001, De Turim ao Mundo – 100 anos de Consolação. *Primeiro Centenário do Instituto Missionário da Consolata*. Museu de Arte Sacra e Etnologia. Missionários da Consolata. Fátima.

NASH, Dennison, 1996, *Anthropology of tourism*. Oxford: Pergamon.

NASH, Dennison & SMITH, Valene, 1991, Anthropology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18, 12-25.

NEVES, José. S., 2000, Inquérito aos Museus em Portugal, Lisboa, MC/IPM.

_____, 2000, Museus em Portugal: elementos para uma caracterização. *Actas do IV Congresso Português de Sociologia*, Associação Portuguesa de Sociologia.

NOLAN, Mary & Sidney NOLAN, 1989, Christian pilgrimage in modern western Europe. The University of North Carolina Press, Sidney.

_____, 1990 [1984], *Les Lieux de mémoire*, vol. I, Paris, Gallimard.

_____, 1993, Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*, São Paulo, nº 10, 7-28.

NUNES, José, 2008, Evangelização e cultura. Uma definição de Inculturação, em *Teologia da Missão - Notas e Perspectivas, Obras Missionárias Pontifícias*. Disponível em <http://www.snpcultura.org/projecto_cultural_definicao_inculturacao.html> (acesso em 12.04.2012)

OLSEN, Daniel & Dallen TIMOTHY, 2006, *Tourism, religion and spiritual journeys*, University of Sydney, London and New York: Routledge.

OLSEN, Daniel, 2010, Pilgrims, tourists and Max Weber's: ideal types. *Annals of Tourism Research*, vol. 37, nº 3, Elsevier Ltd. Brandon University, Canada, 48–85.

OLICK, Jeffrey & Joyce ROBBINS, 1998, Social memory studies: from collective memory to the historic sociology of mnemonic practices. *Annual Review of Sociology*, vol. 24, 105-140.

OMT, 2001, Cultural heritage and tourism development. A report on the international conference on cultural tourism, Madrid.

PAULO VI, Papa, 1965, *Ad Gentes* sobre a actividade missionária da igreja. Disponível em <http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651207_ad-gentes_po.html> (acesso em 12.04.2012).

PADRÓ, Carla, 2006, Educación en museus: representaciones y discursos, em Alice SEMEDO e João LOPES (Coord.). *Museus, discursos e representações*. Porto: Edições Afrontamento.

_____, 2003, La museología crítica como una forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio, em *Museologia crítica y arte contemporaneo*, Zaragoza: Prensas Universitárias de Zaragoza, 51-70.

PANOFF, Michel & Michel PERRIN, 1973, Dicionário de Etnologia. Coleção Lexis, Edições 70, Lisboa.

PEARCE, Douglas, 1995 [1987], *Tourism today, a geographical analysis*. Essex, Longman.

PEARCE, Susan, 1992, *Museums, objects and collections: A cultural study*. Leicester and London: Leicester University Press.

_____, 1995, *Interpreting objects and collections*. London: Routledge.

PENALVA, Luísa, 2011, Roteiro. Museu de Arte Sacra e Etnologia. Instituto Missionário da Consolata. Fátima.

PERALTA, Elsa e Marta ANICO, 2006, A activação turístico-patrimonial: Uma análise dialógica. El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación. Sevilla: El Monte, FFAAEE, ASANA.

_____,(Org.), 2009, Heritage and identity. Engagement and demission in the contemporary world. Londres: Routledge.

PERALTA, Elsa, 2004, Memória do mar: património marítimo e reimaginação identitária na construção do local. Comunicação apresentada no Congresso Internacional de Patrimónios e Identidades, 25, 25 e 26 de Novembro de 2004, Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

_____, 2006, Patrimónios e Identidades. Ficções Contemporâneas. Celta Editora, Oeiras.

PIETERSE, Jan, 2005, Discourse about others in the age of globalization, em Gerard CORSANE (Ed.), *Heritage, museums and galleries: an introductory reader*, London: Routledge, 163-183.

PINA, Paulo, 1988, Portugal: O Turismo no Século XX, Lisboa, Lucidus.

PINTO, Manuel e Maria Palmira CARVALHO, 1993, Aljustrel: uma aldeia de Fátima: o passado e o presente. Santuário de Fátima. Fátima.

PIRES, Ema, 2001, Imagens da «Planície». Patrimónios, construções sociopolíticas e narrativas turísticas sobre o Alentejo (1933-1949). 1º Congresso de Estudos Rurais, Vila Real, UTAD, 16 - 18 de Setembro.

PISTRICK Eckehard; ISNART Cyril, 2013, Landscapes, soundscapes, mindscapes: introduction, *Etnográfica*, vol. 17 (3)|503-513. Disponível em <<http://etnografica.revues.org/3213>> (acesso em 17.12.2013).

POMIAN, Krzysztof, 1985, Coleção, em *Memória - História*. Enciclopédia Einaudi: Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, vol.1, 51-86.

_____, 1990, Musée et Patrimoine, em Henri JEUDY (dir.), *Patrimoines en Folies*, Paris, Éditions de La Maison des Sciences de L'Homme, 177-198.

PORIA, Reichel & Avital BIRAN, 2006, Heritage site management: motivations and expectations. *Annals of Tourism Research*, 33, nº 1, 162-178.

PORIA, Yaniv, Richard BUTLER & David AIREY, 2003, The core of heritage tourism, *Annals of Tourism Research*, vol. 30, nº. 1, 238-254.

PRATT, Mary L., 1992, *Imperial Eyes: travel and transculturation*, London, Routledge.

PRATS, Llorenç, 1997, *Antropologia e Património*, Ariel, Barcelona.

PRENTICE, Richard, 2001, Experiential cultural tourism: museums & the marketing of the new romanticism of evoked authenticity. *Museum management and curatorship*, vol. 19, nº. 1, Pergamon, Elsevier Science Ltd, 5–26.

RAMOS, Francisco M., 1996, *Textos antropológicos*, Monsaraz: A.D.I.M.

RAPOSO, Paulo, 2009, Máscaras, Performances e Turismo. 1. *Máscaras portuguesas: autenticidade e reinvenção. Museus e património imaterial: agentes, fronteiras, identidades*, 1ª Edição. Instituto dos Museus e da Conservação, Softlimits, S.A.

_____, 2010, Diálogos antropológicos: da teatralidade à performance, em Francirosy

FERREIRA e Regina Polo MULLER (ed.), *Performance. Arte e Antropologia*, S.Paulo, Editora Hucitec, 19-49.

REIBEL, Daniel B., 1997, *Registration methods for the small museum*, 3ª ed. Walnut Creek: AltaMira Press.

RINSCHÉDE, Gisbert, 1988, *The Pilgrimage Center of Fátima/Portugal*. *Geographia Religionum*, Berlin, Band 4, 65-98.

ROJEK, Chris & John URRY, 1997, *Touring cultures: transformations of travel and theory*, Londres: Routledge, 1-19.

ROSALES, Marta, 2002, *Consumos e Identidades – o espaço doméstico em análise*, *Ethnologia*, nºs 12-14, 295-320.

SANTOS, Maria P., 2006, *Espiritualidade, turismo e território: estudo geográfico de Fátima*. Lisboa: Principia.

_____, 2008, *Estudo sobre o perfil do visitante de Fátima: contributo para uma acção promocional em comum da rede COESIMA*. Estudo realizado pelo CIID – Centro de investigação Identidade(s) & Diversidade(s) para a região de turismo Leiria/Fátima.

SARAIVA, Clara, 2009, *Pesquisa e Recolha Etnográfica: o caso da Aldeia da Luz*, em *Museus e património imaterial: agentes, fronteiras, identidades*, 1ª edição, Instituto dos Museus e da Conservação, Softlimits, S.A.

SAVIDAN, Patrick, 2009, *O Multiculturalismo*, Publicações Europa-América.

SCHECHNER, Richard, 2006 [2002], *O que é performance?* em *Performance Studies: an introduction*, New York & London, 2nd Edition, Routledge.

_____, 2010, Performance, Performatividade e Educação. Educação & Realidade, V. 35, nº 2, 23-25. Porto Alegre, UFRGS, maio/agosto.

SCHEINER, Teresa C., 2012, Património museologia e sociedades em transformação: reflexões sobre o museu inclusivo. Conferência magistral, em *O pensamento museológico contemporâneo*. Actas del II Seminario de Investigación en Museología de los Países de Língua Portuguesa y Española, Buenos Aires: ICOM, ICOFOM, Universidade do Porto, 28-42.

SELWYN, Tom, 1996, Introduction, em Tom SELWYN (Ed.). *The tourist image: myths and myth making in tourism*. Chichester: John Wiley & Sons, 1-32.

SEMEDO, Alice, 2009, A pilot project at the paper money museum, Porto (Portugal), em *The international journal of the inclusive museum*, Champaign, Illinois, USA by Common Ground Publishing LLC. Disponível em <<http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/22171/2/alicesemedopilot000090900.pdf>> (acesso em 13.03.2012).

SEMEDO, Alice e Teixeira LOPES (Coord.), 2005, *Museus, Discursos e Representações*, Porto ed. Afrontamento, 49-59.

SERRA, Filipe, 2011, A importância do marketing na promoção dos museus. 2ª Jornada de trabalho Instituto dos Museus e da Conservação, n 21. Março. Disponível em <http://pduques.imc-ip.pt/pt-PT/actividades/2as_jornadas/2as_jornadas_abertura1/ContentDetail.aspx> (acesso em 13.03.2012).

SHARPLEY, Richard, 1999, *Tourism, Tourists and Society* (2.ª ed.), Huntingdon, Elm Publications.

SHELTON, Anthony Alan, 2006, *Museums and Anthropology: Practices and narratives*, em Sharon MACDONALD (Ed.), *A Companion to Museum Studies*, Blackwell Publishing.

SILVA, Maria Cardeira, 2004, Introdução. Por uma antropologia dos lugares turísticos, em Maria Cardeira da SILVA, (Coord.) *Outros Trópicos: Novos destinos turísticos. Novos terrenos da Antropologia*, Lisboa: Livros Horizonte, 7-18.

_____, 2003). Vídeo Tours. *Etnográfica*, Vol. VII (2), 451-458.

_____, 2009, Introdução: imaterialidade e imaginação – novos mapas das culturas como recurso e como poder, em *Museus e património imaterial: agentes, fronteiras, identidades*, 1ª edição, Instituto dos Museus e da Conservação, Softlimits, S.A.

SILVA, Raquel H., 2001, Encontro Museus e Educação. Actas. Lisboa: IPM.

SILVANO, Filomena, 1997, Territórios da Identidade, Editora Celta, Oeiras.

SILVEIRA, Emerson S., 2003, Turismo Religioso, mercado e pós-modernidade, em Reinaldo DIAS e EMERSON (Orgs.). *Turismo religioso: ensaios e reflexões*. Campinas, SP: Alínea, 39-90.

SMITH, Stephen, 1995 [1989], *Tourism analysis, a handbook*, 2 Edition, Routledge.

SMITH, Anthony, 1997 [1991], *A Identidade Nacional*. Lisboa, Gradiva Publicações Lda.

_____, 1996, *Nations and nationalism in a global era*. Cambridge: Polity.

_____, 2001, *Nacionalismo. Teoria, Ideologia, História*. Lisboa: Teorema.

SMITH, Valene, 1989, *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Oxford: Brasil Blackwell.

SOBRAL, José M., 2004, Memoria social, identidad, poder y conflicto, em *Revista de Antropologia Social*, n.º 13: 137-159.

_____, 2006, Memória e Identidade Nacional: considerações de carácter geral e o caso português, em Manuel C. SILVA (Org.), *Nação e Estado. Entre o Global e o Local*, Porto: Afrontamento, 27-49.

SOUSINHA, Miguel, 2011, Associação Nacional de Regiões de Turismo Leiria/Fátima. em <<http://www.nerlei.pt/pt/noticias/da-nerlei/turismo-de-leiriafatima-precisa-ganhar-escala-e-dimensao>> (acesso em 30.10.2011).

TANGA, Lino, 2012, O impacto da concordata e do acordo missionário em Angola (1949-1975), Tese Doutoramento, Faculdade de Teologia, Universidade Católica, Lisboa.

THOMAS, Nicholas, 1991, *Entangled objects. Exchange, material culture and colonialism in the pacific*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.

THYNE, Maree, 2001, The importance of values research for nonprofit organizations: The motivation-based values of museum visitors, *International Journal of Nonprofit e Voluntary Sector Marketing*, 6, 2, 116-130.

TEBALDI, Giovanni, 2001, A missão tem muito que contar. Os missionários da Consolata caminham com os povos. Editora Missões Consolata. Fátima.

TILLEY, Christopher, 1994, Interpreting material culture, em Susan PEARCE (Ed.), *Interpreting objects and collections*. London: Routledge, 67-75.

TORGAL, Luís F., 2011, O sol bailou ao meio-dia. A criação de Fátima, Lisboa, Tinta da China.

TORNATORE, Jean-Louis, 2009, Patrimônio, memória, tradição: discussão de algumas situações francesas da relação com o passado. *Revista Memória em Rede, Pelotas*, V. 1, nº 1, Dez/Mar, 14-20.

TURNER, Victor, 2008 [1969], *The ritual process: structure and anti-structure*. London: Aldine Transaction.

_____, 1988, *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ Publications.

_____, 1982, Images of anti-temporality: essay in the anthropology of experience, em *The Harvard Theological Review*, 75(2), 243-265.

TURNER, Victor & Edith TURNER, 1978, *Image and pilgrimage in christian culture: anthropological perspectives*. New York: Colombia University Press

URRY, John & Carol CRAWSHAW, 1995, Turismo e consumo visual. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 43, 47-68.

URRY, John, 1988, Cultural change and contemporary holiday-making, *Theory, Culture & Society*, 5, nº 1, 35-56.

_____, 1996, How societies remember the past, em Sharon MACDONALD & Fyfe GORDON (Eds.) *Theorizing museums. Representing identity and diversity in a changing world*, Oxford, Blackwell Publishers, 45-65.

_____, 1998, *Globalisation and Citizenship*, Department of Sociology, Lancaster University.

_____, 1999, Gazing on History, em David BOSWELL & Jessica EVANS (Eds.), *Representing the Nation: A Reader. Histories, Heritage and Museums*, London-New York, Routledge, 208-232.

_____, 2002, [1990]. *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary society*. - London, Sage Publications, (2nd edition).

URRY, John & LARSEN, Jonas, 2011, *The tourist gaze 3.0*. London: Sage Publications

URRY, John, & Crawshaw, Carol, 1995, Turismo e consumo visual. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 43, 47-69.

VALE DE ALMEIDA, Miguel, 1996, Mãe de Cristo ou filha do Profeta? em Jesús Buxó REY, J. A. FERNANDEZ de Rota e Miriam-Lee Kaprow (Orgs.) *Southern europe and the ethnography of anthropology*, 95º Congresso da American Anthropological Association, São Francisco.

VALVERDE, Paulo, 1997, O corpo e a busca de lugares da perfeição: escritas missionárias da África Colonial Portuguesa (1930-1960). *Etnográfica*, vol. I, nº 1, 73-96.

VAN-PRAET, Michel & Bruno POU CET, 1992, Les musées, lieux de contre-éducation et de partenariat avec L'École, em *education & pédagogies – dés élèves au musée*, nº. 16, Centre International D'Études Pédagogiques.

VELOSO, Carlos e Salete da PONTE (Coord.), 1990, Roteiro Histórico de Tomar. Secretariado do VIII Encontro dos Professores de História da Zona Centro. Cronologia sobre Tomar, em <<http://tomar.com.sapo.pt/cronologia.html>> (acesso em 13.03.2012).

VIEIRA, João M, 2001, Turismo Religioso. *Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias*, nºs 4 – 5, 125-135.

VLACHOU, Maria, 2007, Os museus e o público. [S.l.]: Rede Portuguesa de Museus, Dezembro.

WERTHEIN, Jorge, 2004, Apresentação. Diversidade cultural, conflito e pluralismo. São Paulo: Moderna, Paris: UNESCO.

WORTS, Dean, 1996, Visitors make their own meaning, em Gail DURBIN (Ed.), *Developing Museum Exhibitions for Lifelong Learning*, London: The Stationery Office for the Group for Education in Museums, 123-130.

VUKONIĆ, Boris, 1996, *Tourism and Religion*, Pergamon, Wiltshire.

YUN, Dongkoo; Sean HENNESSEY; Roberta MACDONALD & Melissa MACEACHERN, 2008, Typology of cultural tourists: an island study. *Tourism Research Centre*, University of Prince Edward Island, Charlottetown, Canada, 101–111.

REFERÊNCIAS ONLINE

Agência de Notícias da Igreja Católica em Portugal (<http://www.agencia.ecclesia.pt>).

Associação Portuguesa de Museologia (<http://www.apom.pt>).

Câmara Municipal de Ourém (<http://www.cm-ourem.pt>).

Concílio Vaticano II, Decreto *Ad Gentes*. (http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651207_ad-gentes_po.html).

Convento de Cristo (<http://www.conventocristo.pt>).

Direcção Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular (<http://www.dgidc.min-edu.pt>).

Fundação Beato Giuseppe Allamano (<http://giuseppeallamano.consolata.org>).

Instituto dos Museus e da Conservação/Rede Portuguesa de Museus (<http://www.ipmuseus.pt>).

Instituto Nacional de Estatística (<http://www.ine.pt>).

Conselho Internacional dos Museus (<http://www.icom-portugal.org>).

Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios (<http://www.icomos.org>).

Jornal O Mirante (<http://semanal.omirante.pt>).

Ministério da Cultura (<http://www.min-cultura.pt>).

Missionários da Consolata (<http://www.consolata.org>).

Museu de Arte Sacra e Etnologia, *Blog* (<http://masefatima.blogspot.pt>).

Museu de Cera (<http://www.mucefa.pt>).

Museu Interactivo O Milagre de Fátima (<http://www.omilagredefatima.com>).

Museu Vida de Cristo (<http://www.vidadecristo.pt>).

Museus Portugal (<http://www.museusportugal.org>).

NERLEI – Associação Empresarial da Região de Leiria (<http://www.nerlei.pt>).

Obra Nacional da Pastoral do Turismo (<http://www.pastoraldoturismo.pt>).

Observatório das Actividades Culturais (<http://www.oac.pt>).

Organização mundial do Turismo (2001)/World Tourism Organization
(<http://www2.unwto.org>).

Portal do Turismo Leiria-Fátima (<http://www.rt-leiriafatima.pt>).

Portal Regional do Médio Tejo (<http://www.mediotejodigital.pt>).

Santuário de Fátima (<http://www.santuario-fatima.pt>).

Sociedade Missionária da Boa Nova (<http://www.missionarios.boanova.pt>).

Turismo de Portugal (<http://www.turismodeportugal.pt>).

UNESCO (<http://www.unesco.org>), Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento (1983)
(http://www.culturalrights.net/descargas/drets_culturals419.pdf).

LEGISLAÇÃO

Diário da República, 1ª série – nº 57 – 09 de Março de 1978 (Declaração Universal dos Direitos do Homem de 10 de Dezembro de 1948).

Lei nº107/01 de 8 de Setembro de 2001 (Lei de Bases do Património Cultural).

Lei n.º 47/2004, de 19 de Agosto (Lei-Quadro dos Museus Portugueses).

ADENDA:

Apresenta-se esta Adenda com o objectivo de destacar as leituras bibliográficas e reflexões que foram incorporadas ao longo dos Capítulos desta Tese:

Clarificação dos termos aplicados:

A designação visitante é utilizada ao longo deste trabalho, partindo-se da concepção de Urry (2002 [1990]), como alguém que sai do seu ritmo/rotina de vida comum e se desloca para um destino diferente do seu local habitual, a fim de encontrar um conjunto de sensações (sensações experimentadas), geradas a partir dos locais visitados. É entendida também a partir da definição de Valene Smith (1989), como alguém que “viaja temporariamente em situação de lazer e que voluntariamente visita um lugar diferente do da sua residência habitual com o objectivo de experienciar uma mudança” (1989: 1). Poder-se-á aplicar a todos os viajantes estrangeiros, portugueses ou residentes no concelho em trânsito em Fátima, englobando, os participantes em visitas organizadas ou não: escolas, lares, grupos de catequese, turistas e peregrinos. Na análise sociológica dos indivíduos envolvidos quotidianamente no MASE optou-se pela designação visitante pela sua amplitude. Tomou-se esta opção ancorada nos estudos de alguns autores, tais como Turner (1978) que assinala grandes semelhanças entre peregrinos e turistas afirmando que “um turista é meio peregrino e um peregrino é meio turista” (Turner 1978: 20). Também nos estudos de Dean Maccanell (1976 [1973]) onde o turismo moderno pode ser visto como um prolongamento das peregrinações tradicionais, trazendo sentidos e valores que outrora estiveram condensados nessa experiência religiosa. Por fim, nos estudos de Cohen (1983) para quem a peregrinação e o turismo possibilitam uma experiência que permite aos indivíduos, no confronto com o “outro” reflectirem sobre os valores, as ideias e as instituições que comandam as suas vidas. Assim, o que se tomou neste trabalho como ponto basilar é que tanto a peregrinação como o turismo são “vividos” em contraposição à “vivência” quotidiana, na perspectiva do “viajante moderno” desenvolvida por Graburn (1989) e da concepção de “peregrino moderno” defendida por Turner (1982).

As designações catequizante e catequético são utilizadas no sentido do MASE a partir dos objectos exibidos apoiar-se em princípios evangelizadores, culturais e sociais enfatizando-se nesses princípios noções como o da acessibilidade, da participação e envolvimento, da missão e da cidadania.

Introdução

Entende-se que a tendência auto-reflexiva da antropologia contribui para a focagem da relação entre antropologia e museus. Na parte introdutória desta tese foram incorporadas as leituras das seguintes obras:

APPADURAI, Arjun e Katerin STENOUE, 2001, El pluralismo sostenible y el futuro de la pertenencia, em *UNESCO-Diversidad cultural, conflicto y pluralismo: Informe Mundial sobre la Cultura 2000*. Mundi-Prensa, Madrid.

HANDLER, Richard, 1985, On having culture. Nationalism and the preservation of Quebec's Patrimoine, em George W. STOCKING JR, (ed.). *Objects and Others*. Essays on museums and material culture. Londres: The University of Wisconsin Press, 236-246.

MASON, Rhiannon, 2006, Cultural Theorie and Museum Studies, em MACDONALD, Sharon (ed), 2006, *A Companion to Museum Studies*, Blackwell Publishing, 17-32.

MELO, Daniel, 2001, Salazarismo e Cultura Popular (1933-1958). Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.

OLICK, Jeffrey & Joyce ROBBINS, 1998, Social memory studies: from collective memory to the historic sociology of mnemonic practices. *Annual Review of Sociology*, vol. 24, 105-140.

SHELTON, Anthony Alan, 2006, Museums and Anthropology: Practices and narratives, em MACDONALD, Sharon (ed), 2006, *A Companion to Museum Studies*, Blackwell Publishing.

Capítulo I

Neste Capítulo onde se explorou e se desenvolveu analiticamente o “destino de peregrinação”, Fátima, reforçou-se que, tanto para os responsáveis pelos museus existentes (Cera, Aparições 1917, Vida de Cristo, Fátima Luz e Paz, Aljustrel, Milagre de Fátima e Arte Sacra e Etnologia), como para os autarcas e outros intervenientes do leque turístico, todos estão interessados numa rede museológica ligada a circuitos turísticos que tragam mais visitantes a Fátima. Turismo e museus são com efeito, duas áreas que procuram manter-se em estreita relação. Embora com mais ênfase nos museus que dependem de

empresas (Cera, Aparições de 1917, Vida de Cristo e o Interactivo *O Milagre de Fátima*), os museus existentes em Fátima seguem uma lógica de “gestão empresarial” de circuitos turísticos, por os seus responsáveis entenderem que são importantes para a qualificação dos museus como atractivo turístico fazendo a diferença na captação de visitantes.

Capítulo II

Foi reorganizada a redacção do texto neste Capítulo com o objectivo de se distinguir de uma forma mais clara os normativos museológicos e as práticas validadas pelo terreno. Para além do que se aprofundou mais detalhadamente ao longo deste capítulo, dois aspectos importam destacar: no discurso dos missionários a incorporação dos objectos na colecção do MASE e, por conseguinte, no percurso expositivo do museu é importante, já que são esses objectos recolhidos “directamente das culturas originais” que ajudarão a “entender o processo de evangelização” missionação e “mostrar outras culturas”. Para o guia do MASE (técnico do museu) a política de incorporação dos objectos é definida e consubstanciada num programa de actuação, cujo objectivo é imprimir coerência e dar continuidade ao enriquecimento do acervo do museu. Significa que o discurso do director do MASE baseia-se na preocupação em dar cumprimento aos regulamentos normativos para a museologia, visto o MASE integrar a Rede Portuguesa de Museus.

Capítulo III

Neste Capítulo onde se descreveu o museu e se apresentou o percurso expositivo percorrido pelos visitantes, reforçou-se o argumento do percurso expositivo do museu que, passando por uma lógica pedagógica e catequizante, procura através da materialidade dos objectos desenhar as suas trajectórias, os seus contextos de produção e utilização.

Capítulo IV

Neste Capítulo foi atribuída particular atenção às *performances* suscitadas pelas visitas. Na óptica de uma antropologia reflexiva, a política de autenticação e validação concedida pelo terreno em relação ao MASE tornou-se mais evidente a partir de um entendimento mais claro sobre a noção de *performance* que, pensada inicialmente como “desempenho”, tomou outra amplitude através das leituras das obras que se indicam abaixo e cujas reflexões foram incorporadas no desenvolvimento deste Capítulo (cf. IV.1; IV.2; IV.3; IV.4 e IV.5).

RAPOSO, Paulo, 2010, Diálogos antropológicos: da teatralidade à performance, em Francirossy FERREIRA e Regina MULLER (ed.), *Performance. Arte e Antropologia*, São Paulo, Editora Hucitec, 19-49.

SCHECHNER, Richard, 2006 [2002], O que é performance? em *Performance Studies: an introduction*, New York & London, 2nd Edition, Routledge.

_____, 2010, Performance, Performatividade e Educação. *Educação & Realidade*, V. 35, nº 2, 23-25. Porto Alegre, UFRGS, maio/agosto.

Capítulo V

Neste Capítulo foi levada a cabo uma análise mais consistente aos 450 inquéritos que se recolheram em trabalho de campo, num período que vai desde o mês de Abril de 2010 ao mês de Fevereiro de 2012.

Capítulo VI

Neste Capítulo para além da sistematização dos conteúdos (análise do Livro de Visitas), foram ainda incorporadas as leituras destas obras:

COLEMAN, Simon & John EADE, 2004, Introduction: Reframing Pilgrimage, em *Reframing Pilgrimage, Cultures in Motion*. London: EASA, Routledge.

EADE, John & Michael SALLNOW, 2000, Contesting the Sacred: The Anthropology of Pilgrimage, University of Illinois Press.

HERVIEU-LÉGER, Danièle, 2005 [1999], O peregrino e o convertido. A religião em movimento. Gradiva Publicações.

ANEXOS

ANEXO I – Guião de entrevista (Director do MASE).

1. Exposição Permanente do MASE.

Qual é o discurso museológico dominante do MASE?

2. Exposições Temporárias do MASE.

Qual a importância das exposições temporárias? Como se processa a selecção de objectos para as exposições temporárias?

3. Visitas escolares.

Quais os mecanismos de aproximação do MASE ao público escolar? Há sessões de esclarecimento? Apresentação de programa de iniciativas para cada ano lectivo? Sessões de preparação que antecedem a deslocação do grupo escolar? Envia-se documentação informativa para as escolas? Qual o processo/abordagem pedagógica?

4. Doação de objectos.

Como é que é feita a incorporação dos objectos no MASE. Quais os procedimentos?

5. Quando a incorporação do objecto é definitivo, qual o processo para que esse objecto, integrado na colecção do MASE, possa ser facilmente localizado?

6. Que tipo de informação acompanha a Ficha de Inventário do objecto? Há uma procura/recolha de informação complementar que permita reconstruir a história desses objectos?

7. Como se processa a avaliação do objecto (valor etnográfico e museológico)? Critérios?

Decisão sobre a sua eventual integração nas reservas/exposição?

8. Qual o perfil das pessoas que se deslocam ao MASE para doar objectos? Porque o fazem? Qual o significado desse acto para elas? Essas pessoas, geograficamente, provêm de onde?

ANEXO II – Guião de entrevista (Missionários)

Nota: esta entrevista tem apenas como único objectivo integrar o estudo científico que nos encontramos a realizar no Museu de Arte Sacra e Etnologia de Fátima, no âmbito, do Doutoramento em Antropologia, FCSH / Universidade Nova de Lisboa.

Muito agradecemos a sua colaboração!

Biografia

Naturalidade:

Idade:

Outra informação que pretenda.

1 – Pode relatar, um pouco, sobre o seu percurso de vida enquanto Missionário da Consolata. (Exemplo: em quantas missões participou, em que países, em que anos, durante quanto tempo, episódios quotidianos relevantes que recorde, etc)

2 – Que objectos (identitários) trouxe para Portugal (para o MASE) e que significado lhes atribui.

2.1 – Porque acha importante a integração desses objectos na colecção do MASE.

2.2 - Pode escolher um objecto que esteja em exposição e relatar o seu contexto de produção e utilização (reconstrução da história desse objecto).

3– Tem conduzido, voluntariamente, visitas pelas colecções do MASE (eu própria assisti a três - muito interessantes). No seu entender, os visitantes (grupos escolares, turistas, outros) apreendem com facilidade a narrativa discursiva que o MASE pretende transmitir.

3.1 – Na sua percepção, que interpretação (significados), os visitantes do MASE constroem em relação ao museu. Responda, se faz favor, através de quatro palavras (adjectivos).

4 – Tendo em conta, a sua longa e profícua experiência enquanto Missionário e o número abundante de visitas que conduz pelas várias salas do MASE, pode relatar algum episódio marcante advindo de um visitante (ou outro público).

4.1 - Qual para si, é o principal motivo dos turistas visitarem o MASE.

4.2 – Qual para si, é o principal motivo dos grupos escolares visitarem o MASE.

5 – Como classifica o museu - ecuménico, inter-religioso, outra designação.

6 – Qual a importância do MASE para a cidade de Fátima.

7 – Que papel é que a Igreja pode ter/tem na visão multicultural do mundo.

ANEXO III – Guião de entrevista (Professor e Professora).

1 – Escola (Identificação)

2 – Alunos de que ano escolar.

3 – Visita inserida em que disciplina.

4 – Tendo em conta as matérias abordadas (na disciplina indicada) o que se pretende que os alunos assimilem/relacionem nesta ida ao museu.

5 – O Museu exhibe objectos (arte sacra e etnográficos) qual, a mensagem/o discurso dominante transmitido.

6 – Qual a sala /salas que mais gosta/gostou (pessoalmente).

7 – Experiência da visita – atribuição de adjectivos que melhor caracterizem essa experiência.

8 – Apontar uma crítica ao museu.

ANEXO IV – Guião de entrevista (Aluno e Aluna)

1 – Nome do aluno (a)

2 – Naturalidade da (o) aluna (o).

3 – Escola (Identificação)

4 – Alunos de que ano escolar.

5 – Visita inserida em que disciplina.

6 - O Museu exhibe objectos (arte sacra e etnográficos) qual, a mensagem/o discurso dominante transmitido.

7 - Qual a sala /salas que mais gosta/gostou (pessoalmente).

8 – Aprendizagem – relação da visita ao Museu com as matérias leccionadas (no âmbito da Disciplina Curricular/Escola)

9 – Experiência da visita – atribuição de adjectivos que melhor caracterizem essa experiência.

10 – Apontar uma crítica ao Museu.

11 – Frequência de visita a Museus.

ANEXO V – Actividades. Súmula.

NOTA: neste quadro apresenta-se apenas as actividades que foram acompanhadas pela autora deste trabalho em trabalho de campo (a partir de abril de 2010).

ACTIVIDADES / VISITAS - 2010	DATA
Alunos do 12.º ano (20) do Curso de Artes do Colégio de São Miguel de Fátima. Visitaram o Museu acompanhados pela professora Paula Lucas. O Director do Museu explicou o funcionamento do Museu, dirigindo-os para a Sala de Registo e de Inventário, a Sala de Conservação e Restauro (onde a estagiária do mestrado em Conservação e Restauro, Ana Sebastião, lhes apresentou alguns trabalhos de restauro) Os alunos seguiram para visitar as reservas (foram excepcionalmente abertas para este grupo). Por fim, o grupo de alunos percorreu as salas de exposição do Museu.	13/04/2010
Tertúlias no Museu: como ser Artista na Região - O artista convidado, pelo Director do Museu para as Tertúlias, foi Abílio Febra, também, a Prof. Poças das Neves (moderadora) e Bruna do grupo ARTeON. A conversa abordou vários assuntos, tais como, o que caracteriza e define o público artístico, o acesso à Arte e ainda as oportunidades e os maiores obstáculos com que os artistas se deparam na região.	19/04/2010
Alunos da Escola Secundária da Batalha (63) visitaram o Museu, acompanhados pela Professora Belmira. Primeiro, visualizaram o documentário que retrata o modo de vida do povo índio Yanomami do Brasil, seguindo-se, a visita aos espaços expositivos do Museu. A visita foi realizada no âmbito da disciplina de Educação Moral e Religiosa Católica	22/04/2010
Grupo de visitantes nazarenos (300). Passeio organizado pela Câmara Municipal da Nazaré. O grupo, primeiro visualizou o documentário "Fátima- Experiência e Fé", e depois iniciou o percurso de visita pelas salas de exposição do Museu.	30 /04/2010
Alunos do 5.º Ano (40), da Escola Básica 2,3 José Régio, de Portalegre, visitaram o Museu, acompanhados pelo professor Paulo Neves, no âmbito da disciplina de Educação Moral e Religiosa Católica. Os alunos, primeiro, visualizaram o documentário sobre o povo índio Yanomami, seguindo-se, a visita aos espaços expositivos do Museu.	02/06/2010
Utentes (20) do Centro de Apoio Social de Tomar visitaram o Museu. Visualizaram, primeiro, o documentário «Fátima, Experiência de Fé» e depois visitaram as salas de exposição do Museu.	17/06/2010
Noviças Timorenses (pertencentes às Irmãs Franciscanas de Nossa Senhora das Vitórias) visitaram os espaços expositivos do Museu.	17/06/2010
Utentes do Lar da Santa Casa da Misericórdia Fátima - Ourém visitaram a exposição temporária "Missanga Minha". Nesta exposição temporária, estavam representados trabalhos coloridos das mulheres africanas samburu, rendilhe, samburu e maasai. O grupo, assistiu a filmes com danças africanas e projecções de fotografias de vários grupos étnicos. Para terminar esta visita, o grupo de idosos participou na oficina "De missanga a missanga se constrói um colar".	11/08/2010
Utentes (28) da Santa Casa da Misericórdia de Montemor- o- Velho e 5 acompanhantes (entre estes 22 animadoras socioculturais), visitaram o Museu. A visita pelos espaços expositivos do museu foi guiada pelo Missionário Padre André, concluindo-se a mesma com a visualização do documentário "Fátima - Experiência de Fé". O grupo aproveitou para almoçar no Pátio interior do museu.	25/09/2010
Equipa do Museu Dr. Joaquim Manso da Nazaré (Dóris Santos, directora do Museu, Deolinda Anastácio e Emílio Vasco, técnicos do Museu) visitou o Museu. Eunice Lopes foi convidada, pelo director do MASE, para participar neste encontro, que teve como principal objectivo a partilha de experiências entre os diferentes museus, modos de trabalhar, organização de inventário, conservação preventiva e reservas. Seguiu-se depois a visita ao Museu Municipal de Ourém – núcleo Casa do Administrador (Ana Saraiva Neves, directora daquele Museu, deu a conhecer os	02/10/2010

diferentes espaços deste “jovem” museu que se encontra em processo de adesão à Rede Portuguesa de Museus). Todos os envolvidos, saíram deste encontro, mais enriquecidos, cruzando-se experiências e saberes entre três museus de diferentes tutelas: Ministério da Cultura, Igreja Católica e Municipal.	
Grupo Sénior (40) da Figueira da Foz. Grupo muito interessado a pautar pelas questões suscitadas. A síntese da experiência no museu foi unânime: <i>agradável surpresa!</i> .	06/10/2010
Conferencia intitulada “Monarquia versus República”. A conferência foi organizada pela Junta de Freguesia de Fátima, contou com a participação de João Mendes Rosa, que defendeu a visão monárquica. Já a república foi defendida por Acácio de Sousa, director do Arquivo Distrital de Leiria. Moderada por Poças das Neves, as discussões foram bastante interessantes e equilibradas. O público participou ao som dos hinos monárquico e republicano, tocados pelo Conservatório de Música de Fátima.	08/10/2010
Inauguração da exposição temporária «The Power of Fátima», com três dezenas de pinturas de autoria da artista holandesa Unamore. A exposição resulta de um projecto surgido no ano 2000, em que a autora apresenta sete séries de pinturas sobre sete cidades europeias, mostrando as energias nelas existentes. Fátima é a quarta cidade desta série, tendo Unamore já exposto em Bruxelas, Amesterdão e Berlim. Seguem-se as cidades de Paris e Granada. Visto que na perspectiva da artista a ligação do som musical à pintura é essencial, houve vários momentos musicais (TON músico holandês). A exposição temporária encerrará no dia 2 de Janeiro de 2011	09/10/2010
Alunos do 8º ano de escolaridade do Colégio Sagrado Coração de Maria – Fátima. Visitaram o Museu acompanhados pela professora Céu, professora de Geografia. Primeiro, visualizaram o documentário que retrata o modo de vida do povo índio Yanomami do Brasil, seguindo-se, a visita aos espaços expositivos do Museu. Visitaram o Museu, no âmbito das disciplinas de Geografia e de História.	03/11/2010
Alunos do Ensino Secundário (6) da Escola de Benavente. Visitaram o Museu, no âmbito da disciplina de Educação Moral e Religiosa Católica. Primeiro, visualizaram o documentário "Yanomami - o Povo da Floresta", seguindo-se, a visita aos espaços expositivos do Museu.	27/11/2010
Alunos do Agrupamento Romeu e Correia, Almada (45). Visitaram o Museu, no âmbito da disciplina de Educação Moral e Religiosa Católica. Os alunos foram acompanhados por 4 professores. Primeiro, visualizaram o documentário que retrata o modo de vida do povo índio Yanomami do Brasil, seguindo-se, a visita aos espaços expositivos do Museu.	14 /12/2010
ACTIVIDADES / VISITAS – 2011	
Alunos do Agrupamento de Escolas da Batalha, visitaram o museu com o objectivo de conhecer as colecções e a museografia. São alunos do curso de Técnico de Museografia e vieram acompanhados pelo professor Sérgio Barroso. Visitaram a sala de registo e de inventário, a sala de conservação e restauro e as reservas.	13 /01/2011
Alunos do 12.º ano do curso de Artes do Centro de Estudos de Fátima visitam o Museu. A visita realizou-se no âmbito da disciplina de Antropologia Cultural, acompanhados pelo professor Poças das Neves.	02 / 02 / 2011
Alunos do 9.º ano de escolaridade (42), do Agrupamento Virgínia de Moura (Moreira de Cónegos), visitaram o museu. A visita foi conduzida por um missionário que esteve em missão no Brasil que através do seu testemunho encantou os alunos.	04 / 03 / 2011
Alunos do 3.º e 6º ano de escolaridade (30), do Agrupamento Bajouca (Leiria), visitaram o museu. O grupo de alunos foi recebido pelos fantoches Tó Zé e Inês que	25 / 03 / 2011

<p>lhes explicaram de forma divertida o que era um museu, seguindo-se depois a projecção do filme animado “O dia em que o sol bailou” que conta a história dos três pastorinhos de Fátima.</p> <p>O grupo partiu depois à descoberta do Museu, explorando os presépios e meninos Jesus neles expostos, os objectos dos povos índios e africanos, bem como a sala dos pastorinhos que conserva as relíquias dos videntes.</p>	
<p>Oficina de construção e de aprendizagem do tradicional jogo africano “Mankala – O jogo das Pedras. O Mankala é um jogo africano de tabuleiro e é um dos mais antigos entretenimentos que se conhecem. É preciso ser bom em cálculo para jogar bem este jogo e tirar dele o maior partido. É, no entanto, muito fácil de aprender e, em África, é frequente ver crianças de tenra idade a disputarem a sua perícia neste jogo, utilizando a maior parte das vezes covas na terra como um tabuleiro e pedras, conchas ou sementes como peças.</p> <p>Participaram nesta actividade seis dezenas de crianças que incluiu, primeiro, um percurso pela sala de Etnologia através de guiões de visita, contextualizando geográfica e historicamente o “Mankala”.</p>	15 / 04 / 2011
<p>A “Noite dos Museus”. O MASE aderiu à 7.ª edição europeia da Noite dos Museus. Esteve aberto até às 0h00 e ofereceu duas visitas guiadas à luz da lanterna com momentos musicais surpresa ao longo do percurso executados por alunos do Conservatório de Música de Ourém e Fátima. Foram cerca de oito dezenas de pessoas que participaram nas actividades.</p>	14 / 05 / 2011
<p>Dia internacional dos Museus. Utentes da Santa Casa da Misericórdia de Ourém e Fátima (alguns antigos residentes das ex-colónias africanas, tinham bem presente na sua memória este jogo africano) e alunos do Centro de Estudos de Fátima (acompanhados pela professora de História) participaram na oficina de aprendizagem do jogo tradicional africano “Mankala – o jogo das pedras”.</p>	18 / 05 / 2011
<p>Exposição temporária «O Canto da Paixão» (inauguração).</p> <p>Exibem-se dezassete pinturas de autoria do artista Ricardo de Campos. As telas, algumas de grandes dimensões (200x130cm), representam temas alusivos à Paixão de Jesus Cristo, impressionando o olhar pelas cores e desenho cheios de vigor.</p>	27 / 05 / 2011
<p>Exposição temporária "Cristo Negro" com peças africanas. Esta exposição foi programada e montada pela aluna estagiária do curso de Técnico de Museografia e Gestão do Património do Agrupamento de Escolas da Batalha, que apresentou a sua Prova de Aptidão Profissional no MASE. Foi a aluna também que fez a visita guiada à exposição.</p>	01/ 06 / 2011

Oficinas de pintura facial – máscaras e pinturas africanas. Esta oficina teve muita adesão por parte do público infantil.	27/06/2011
<p>Lançamento do “Roteiro do Museu de Arte Sacra e Etnologia”.</p> <p>O Roteiro do Museu apresenta-se como um instrumento de apoio à visita dos espaços do MASE e ao mesmo tempo, como um primeiro subsídio para poder divulgar o seu espólio no seio da comunidade museal e científica.</p> <p>Obteve o apoio financeiro da Rede Portuguesa de Museus e Instituto dos Museus e da Conservação no âmbito do PROMUSEUS 2010.</p>	13/10/2011
«Testemunho missionário». Inserido nas comemorações do 20.º Aniversário do Museu de Arte Sacra e Etnologia (MASE) O Missionário da Consolata, Pe. Frazão partilhou as suas experiências missionárias junto do povo índio do Roraima - Brasil.	19/10/2011
Colóquio APOM/2011. A APOM (Associação Portuguesa de Museologia) organizará este colóquio anual integrado no Ano Nacional dos Museus subordinado ao tema “Políticas Museológicas: património religioso”.	24 / 10 / 2011 e 25 / 10 / 2011
<p>Exposição de fotografia “A Fé (tos)”. Esta exposição foi inaugurada no âmbito do Colóquio da Associação Portuguesa de Museologia que decorreu no MASE nos 24 e 25 de Outubro, integrando-se no Ano Nacional da Museologia 2011-2012. Encontram-se retratados diferentes ângulos da “Fé” e “afectos”, registando múltiplas perspectivas do sagrado, do caminho até ao intangível, encontrados em várias partes do mundo.</p> <p>As trinta fotografias retratam a obra de vários artistas anónimos ou não, eruditos ou populares, antigos ou contemporâneos que buscam a materialização do sagrado através do seu sentir, de acordo com as capacidades criativas individuais, com as suas interrogações, aptidões e saberes artísticos de forma a despertar diferentes sensações a quem a observa.</p> <p>As fotografias são da autoria de Carlos e Pedro Inácio.</p>	25/10/2011
ATIVIDADES / VISITAS – 2012	
Alunos finalistas do curso de Turismo da Escola de Hotelaria de Fátima (15) acompanhados pela professora Soraia Silva visitaram o MASE.	18/01/12
“Cinema no museu” iniciativa promovida pela LAMASE (Liga dos Amigos do MASE). Nesta primeira sessão foi convidado Vítor Ferreira, natural de Fátima, estudante de cinema na Universidade del Cine em Buenos Aires (Argentina). O filme por ele escolhido foi “Janela Indiscreta” (1954) de Alfred Hitchcock.	25/02/12
Comemorações do Dia Mundial do Turismo.	27/10/12

ANEXO VI – Inquérito (questionário, português)

Data: ____/____/2010 Hora: ____:____

QUESTIONÁRIO

1. Sexo:

Feminino <input type="checkbox"/>	Masculino <input type="checkbox"/>

2. Idade:

<25 anos <input type="checkbox"/>	25-45 anos <input type="checkbox"/>	>=45 anos <input type="checkbox"/>

3. Nacionalidade:

Portuguesa <input type="checkbox"/>	Outra <input type="checkbox"/>
	Qual? _____

4. Residência:

Concelho _____

5. Habilitações Literárias:

Ensino Primário <input type="checkbox"/>	Ensino Secundário <input type="checkbox"/>	Ensino Superior <input type="checkbox"/>	Mestrado/Doutoramento <input type="checkbox"/>

6. Motivação. Qual a principal razão da sua visita a este museu?

Educativa <input type="checkbox"/>	Religiosa <input type="checkbox"/>	Lazer <input type="checkbox"/>	Outra <input type="checkbox"/>
			Qual? _____

7. Como classifica a prática que o trouxe ao museu:

Turismo Cultural <input type="checkbox"/>	Turismo Religioso <input type="checkbox"/>	Turismo <input type="checkbox"/>	Outra <input type="checkbox"/>
			Qual? _____

A SUA COLABORAÇÃO NESTE ESTUDO É IMPRESCINDÍVEL. Muito Obrigada! MUSEU DE ARTE SACRA E ETNOLOGIA -

Estudo desenvolvido no âmbito da tese de Doutoramento em Antropologia do Turismo, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.

ANEXO VII – Inquérito (questionário, inglês).

Date: ____/____/2010 Time: ____:____

SURVEY

1. Sex:

Female <input type="checkbox"/>	Male <input type="checkbox"/>

2. Age:

<25 years-old	25-45 years-old	>=45 years-old
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Nationality:

Portuguese <input type="checkbox"/>	Other <input type="checkbox"/>
	Which? _____

4. Residence:

City _____

5. Education:

Primary <input type="checkbox"/>	Secondary Education <input type="checkbox"/>	Higher Education <input type="checkbox"/>	Master's Degree/ PhD <input type="checkbox"/>

6. Motivation. What is the main reason for your visit to this museum?

Educational <input type="checkbox"/>	Religious <input type="checkbox"/>	Leisure <input type="checkbox"/>	Other <input type="checkbox"/>
			Which? _____


7. How would you categorize the tourist practice that brought you to the museum:

Cultural Tourism <input type="checkbox"/>	Religious Tourism <input type="checkbox"/>	Tourism <input type="checkbox"/>	Other <input type="checkbox"/>
			Which? _____

YOUR COOPERATION IN THIS STUDY WAS INDISPENSABLE. Thank You!

ANEXO VIII – Ficha para incorporação de objectos no acervo do MASE.

Nome do colector			
Morada:			
		Telefone:	Telemóvel:
Idade:	Profissão:		
Tipologia do acervo			
Classificação		Nome	
Modo de incorporação		Documento	
Data de recepção		Registo de entrada n.º	
Data de incorporação			
Dados históricos			
Descrição			
Autor /fabricante/etiqueta			
Marcas ou inscrições			
Data		Justificação	
Proveniência			
Estado de conservação			
Observações			



CENTRO MISIONERO ALLAMANO

Los misioneros de la Consolata le dan la bienvenida al Centro Misionero Allamano

Esperamos que la visita le sea agradable.

Con esta guía queremos ayudarle a conocer la razón de ser de este Centro que se ha construido pensando en las misiones.

1. NOTA HISTORICA

Los misioneros de la Consolata llegaron a Fátima el año 1943. En este lugar nació el primer Seminario de la Consolata en Portugal, destinado a preparar misioneros para anunciar el Evangelio a todo el mundo. Aquí han surgido también otras obras para ayudar a las misiones.

Hace muchos años que los Misioneros de la Consolata pensaban construir un centro de acogida para los peregrinos del mundo entero que llegan a Fátima. Este Centro tendría la misión de transmitir la inquietud misionera de la Iglesia en este lugar donde la Virgen María continúa mostrando a personas de toda condición el camino que lleva a Cristo.

Fue esta idea la que dio origen al Centro Misionero Allamano que hoy, como realidad viva, usted puede visitar.

2. RAZON DE SER DEL NOMBRE

Por qué se llama Centro Misionero Allamano?

El Padre José Allamano, beatificado el 7 de Octubre de 1990, es el fundador de los Misioneros y Misioneras de la Consolata. Sacerdote Diocesano, entusiasmado por las misiones, consiguió hacer vibrar el espíritu misionero en su Diócesis de Turin (Italia), y realizar una obra admirable.

Rector del Santuario de Nuestra Señora de la Consolata hizo de ese Santuario un centro de devoción a la Virgen María y la cuna del Instituto Misionero de la Consolata, para formar misioneros con el mismo espíritu de amor a la Madre de Cristo que animó toda su vida sacerdotal.

En Fátima, los Misioneros de José Allamano intentan cultivar la misma devoción mariana y concientizar a los peregrinos para que participen activamente en la obra misionera de la Iglesia.

3. QUE ES EL CENTRO MISIONERO ALLAMANO

Es un edificio amplio y moderno, construido para un fin específico y dotado de los medios técnicos de hoy.

Se compone de tres secciones distintas:

- * Museo de Arte Sacro y Etnología.
- * Auditorio, con capacidad para 210 personas sentadas y varias salas para la animación misionera y vocacional.
- * Redacción y administración de la revista: "Fátima Misionaria"

Todo este conjunto intenta introducir al visitante en el espíritu misionero de la Iglesia y llevarlo a participar con ella en la evangelización del mundo.

Museo de Arte Sacra y Etnología - ITINERARIO

Sala 1 NATIVIDAD

Después de haber pasado la sala de recepción, enfrente, se encuentra la primera sala con imágenes de la infancia de Jesús y algunos belenes. Unos son de origen popular y otros pertenecen a una imaginaria más erudita. Están esculpidos en diversos materiales (barro, madera, marfil, porcelana, corcho y cera) que, en ocasiones se mezclan con estaño y otros metales. Dichas obras proceden de los lugares más diversos del país y pertenecen a distintas épocas. Todos son fruto de la fecunda creatividad de la religiosidad popular y manifiestan la fe en el misterio de Cristo hecho hombre para nuestra salvación.

Estas representaciones del niño Jesús no son sólo reproducciones más o menos bien realizadas de figuras imaginadas de un niño pequeño; son algo más: la expresión de fé que anticipa o proyecta otros aspectos de la vida de Jesús, especialmente su Pasión.

De este modo, podemos contemplar el resplandor sobre la cabeza del niño, reproducido en forma de corona de espinas. Los instrumentos de la Pasión (el martillo, los clavos, las tenazas, el azote, la columna, la escalera, los dados, el caliz y la cruz) aparecen asociados a las representaciones del Niño.

Algunas representaciones reflejan las devociones o tradiciones de sus zonas de origen: Jesús vestido de sacerdote, obispo, pastor, caballero (con botas, espuelas y manto).

Entre los belenes destacamos:

- * uno de madreperola, en la tradición del Medio-Oriente, que nos recuerda los siglos de presencia de franciscanos portugueses en la Custodia de Tierra Santa;

- * dos belenes de corcho, material típico portugués: uno es muy esquemático y estilizado; el otro, es una auténtica enciclopedia, rico de detalles de la vida de una aldea;

- * un belén de terracota, de la escuela de Machado de Castro, famoso escultor portugués del siglo XVIII.

Sala 2 REDENCION

En esta Sala, las imágenes tradicionales del "Señor de los Pasos" y de Cristo atado a la columna inician una larga serie de crucifijos y otras figuras relativas a la Pasión y Muerte del Señor. Unas están expuestas en las vitrinas o en paneles, y otras en oratorios, pieza característica del mobiliario religioso de algunas familias portuguesas.

Algunos objetos son muy antiguos y se han salvado "in extremis" de una desaparición cierta.

La recopilación se extiende a todo el territorio portugués, con algunas excepciones de África, India y Brasil, zonas de influencia portuguesa a través de los misioneros.

En este contexto se destacan, por su importancia artística e histórica, una colección de crucifijos, expresión auténtica del arte indo-portugués: crucifijos de marfil y cruz de palo-santo de Goa (India).

Es digno de mención la "Piedad" del escultor José Ferreira Thedim, que estuvo presente en la Exposición Mundial de Sevilla en 1929.

(Este escultor es el mismo que hizo la imagen de la Virgen que se venera en la Capilla de las Apariciones y que ha servido de modelo de las demás representaciones de la Virgen de Fatima extendidas por el mundo.

Esta exposición quiere ser algo más que un museo. Pretendemos que el mensaje de las imágenes estea enriquecido por algunas reproducciones fotográficas de gran dimensión de algunas de las mejores telas de autores portugueses alusivas a los misterios de la Anunciación, Encarnación y Redención.

Sala 3 EVANGELIZACION

En la sala tercera, por medio de imágenes mapas, gráficos y objetos de arte de varios continentes, se presenta el misterio de la Iglesia que nació del anuncio del Evangelio, su expansión y crecimiento, y su encuentro con pueblos de todo el mundo.

La exposición tiene un carácter intencionalmente diferente de las salas anteriores y responde a la finalidad específica del Centro Misionero Allamano. Con ella se puede seguir el camino recorrido en el anuncio del Evangelio desde la Primitiva Comunidad cristiana de Jerusalén, la expansión por Medio Oriente y Europa con San Pablo, la evangelización del Imperio Romano, la Península Ibérica, del Centro y del Norte de Europa, en el primer milenio.

Al abrirse la época de los Descubrimientos, (siglos XV y XVI) los misioneros acompañan a los navegantes y llegan a África, América, Asia y Oceanía. Portugal encuentra en su labor misionera el ápice supremo y más brillante de toda su historia.

Después de esta visión panorámica podemos constatar que el mundo entero está iluminado por la misma luz que, en Belén, hace 2000 años, deslumbró a los pastores y los condujo al encuentro con el Hijo de Dios hecho hombre en el Portal de Belén.

Los agentes de la expansión del Evangelio son los Apóstoles, los misioneros de todos los tiempos y los que, todavía hoy, recorren todos los caminos del mundo en todas direcciones, impulsados por la fuerza del Espíritu Santo, primer agente de la evangelización.

En la parte final de la sala se pueden informar sobre las grandes religiones del mundo que, desde hace milenios, dan testimonio de la búsqueda incesante de Dios en todos los hombres de la tierra. Búsqueda de diálogo con el Absoluto latente en el corazón de cada hombre.

Sala 4 ENCUENTRO DE CULTURAS

En esta sala está la exposición etnológica. Es el mundo cultural en el que el Evangelio se ha ido encarnando para descubrir en las personas de cada cultura "la imagen de Dios invisible" (Col 1, 15), y para conducirlos a Cristo.

Están expuestas en esta sala formas culturales de diversas etnias. Estos objetos (utensilios domésticos, instrumentos de trabajo, armas, ornamentos, instrumentos musicales, juegos y juguetes, objetos religiosos y de magia) manifiestan la realidad de la vida y costumbres de los pueblos evangelizados por los misioneros. Se da preferencia a los objetos que provienen de los países donde trabajan los Misioneros de la Consolata, pero tampoco faltan algunos detalles de otros pueblos.

Están representados algunos grupos étnicos de Kenya, Mozambique, Angola, Zaire y Brasil, especialmente de los indios Yanomami del Amazonas, un pueblo en vías de extinción por múltiples intereses políticos y económicos.

La cultura oriental también está representada en esta sección y en la exposición sobre la Iglesia, con un conjunto valioso de objetos provenientes de India, Macao, y Timor.

LA CAPILLA

La capilla es el corazón del Centro Misionero. Es el lugar de reflexión, meditación y oración en silencio. Ha sido siempre en un ambiente como este, donde los misioneros han encontrado fuerza e inspiración para realizar las grandes empresas que el Señor les ha confiado.

Es el lugar de la Eucaristía, punto de encuentro y de partida para el proyecto que Cristo tiene para toda la humanidad: reunirla como una sola familia alrededor de su mesa "para que ante el nombre de Jesús toda rodilla se doble en el cielo, en la tierra y en el abismo, y toda lengua proclame: Jesucristo es Señor, para gloria de Dios Padre" (Flp 2, 10-11).

Al salir de la capilla encontrará, en bonitas vidrieras, las estaciones del Via Crucis, que le ayudarán a meditar la Pasión de Cristo por nuestra salvación y la de todo el mundo.

Sala 5 - SALA DE LOS PASTORCITOS

Esta sala, fue inaugurada en el año 2000, expone la reliquia del Beato Francisco Marto (carapuço), dicha reliquia fue ofrecida a los *Misioneros de la Consolata*, por su papá, Ti Marto, en 1956. Además de otros objetos personales del donador, la sala guarda una piedra del túmulo de Francisco y Jacinta, donde se encontraban antes de ser trasladados para la Basílica.

Además de los objetos conseguidos en realizar este Museo de Arte Sacro y Etnológico, indicados anteriormente, hay que mencionar la modesta, pero también valiosa, contribución cultural que esta exposición representa. La conservación de nuestro patrimonio de arte sacro y de objetos culturales de otros pueblos relacionados con nuestra historia, y su divulgación en nuestro ambiente nacional e internacional, son una preocupación constante de nuestro Instituto Misionero de la Consolata, como lo demuestra la existencia de este Museo.

**Los misioneros de la Consolata agradecen su visita.
Esperamos que haya sido de su agrado.**

Si la exposición ha despertado su interés por el mundo de las misiones, no pierda la oportunidad de preguntar cómo puede comprometerse en la actividad misionera de la Iglesia y cómo puede colaborar en acciones concretas en los países de misión.

Para todo tipo de información, puede dirigirse al Director del Centro.

Los Misioneros de la Consolata

ANEXO X –Desdobrável do MASE.

ETNOLOGIA
MUSEU DA CONSOLATA

MUSEU DE ARTE SACRA E ETNOLOGIA

Horário
10h00-19h00 (Abril-Outubro)
10h00-17h00 (Novembro-Março)
Encerra à segunda-feira

Serviço Educativo
Visitas orientadas para escolas, catequistas, paróquias e outros.
Parcerias com escolas no âmbito da área-projecto.
Ateliers temáticos e oficinas de pintura.
Marcação prévia

Galeria de Exposições Temporárias
Centro de Conferências
Auditório para 210 pessoas
Salas de reuniões
Capela
Parque de estacionamento privado

Membro da Rede Portuguesa de Museus



FÁTIMA



Museu de Arte Sacra e Etnologia
Rua Francisco Marto, 52, Apt 5
2496-908 FÁTIMA
Tel. 249 539 470 Fax 249 539 479
e.mail museuartesacra@consolata.pt
www.consolata.pt



Instituto Missionário da Consolata

Fundado em Turim, Itália, em 1901 pelo Beato José Allamano, tem como objectivo a formação de missionários e a animação missionária da Igreja. Vindos para Portugal em 1943, abriram em Fátima o seu primeiro seminário. Actualmente estão presentes em 27 países.

O Museu

Aberto ao público em 1991, reúne uma vasta colecção de arte sacra portuguesa e de etnografia de vários países do mundo, com elevado interesse artístico e cultural. Relata, no seu percurso, a história de Cristo e das Missões, levando o visitante a encontrar-se com os mistérios da fé cristã e o caminho do Evangelho através dos 5 continentes.



Menino Jesus dos Atribulados
Séc. XVIII

Sala da Natividade

Apresenta uma vasta colecção de presépios e imagens da infância de Jesus, de madeira, terracota, marfim e estanho. As mais antigas datam do século XVI e são, na sua maioria, portuguesas e indo-portuguesas. Destaca-se ainda um conjunto de Meninos Jesus de Malines.



Cristo
Séc. XVIII

Sala da Paixão

Reúne uma colecção de figuras relativas à paixão e morte de Cristo e crucifixos dos séculos XIV ao XX. São de origem portuguesa, indo e sino portuguesas. Encontram-se igualmente expostos paramentos, alfaias litúrgicas e oratórios que demonstram as tradições devocionais portuguesas.



Divindade do Pantão Kan-San
Séc. XIX

Sala da Missão

Através de várias peças de arte, textos, mapas e reproduções fotográficas dos diversos continentes, descreve-se o caminho percorrido pelo Evangelho desde o Pentecostes em Jerusalém até aos nossos dias. Coloca-se em evidência, na história, a participação portuguesa na época dos descobrimentos e, na actualidade, a missão perante as culturas e as religiões.





Máscara Ticuna
Rio Negro - Brasil
Séc.XX, 1ª metade

Sala de Etnologia

Expõe uma rara colecção de objectos etnográficos de uso quotidiano dos povos com quem os missionários têm contacto. Os mais significativos provêm da Amazónia, Quênia, Zaire, Angola, Guiné, Moçambique e Extremo Oriente. Parte da colecção foi cedida pelos Missionários da Boa Nova.




Sala dos Pastorinhos


Esta sala, inaugurada em 2000, expõe a relíquia do Beato Francisco Marto (carapuço) oferecido aos Missionários da Consolata pelo seu pai, Ti Marto, em 1956. Para além de outros objectos pessoais do doador, a sala guarda uma pedra do túmulo de Francisco e Jacinta onde repousaram antes da transladação para a Basílica.





ANEXO XI – Guião de visita do MASE (juvenil). Exemplo.


GUIÃO DE VISITA











Nome: _____ N.º _____

Turma: _____

Serviço Educativo
2008

MUSEU DE ARTE SACRA E ETNOLOGIA
MISSIONÁRIOS DA CONSOLATA
Rua Francisco Marto, 52 Apt. 5
2496-908 FÁTIMA
Tel. 249 539 470 Fax 249 539 479
e-mail museuartsacra@consolata.pt
masefatima.blogspot.com
www.consolata.pt



Olá amigos! Eu sou a Migas e adoro aventuras como as dos Missionários da Consolata! Eles vão pelo mundo inteiro espalhar a fé de Cristo e ajudar muitos povos!

Ao terem observado com atenção o documentário sobre os Índios Yanomami, conseguirão responder às seguintes questões.



a) Enumera os problemas que atingem os Índios Yanomami.

b) Refere as formas de auxílio utilizadas pelos Missionários da Consolata.

c) Mostra a importância do ensino do Português ao "Povo da floresta".

d) Regista alguns meios para auxiliares também este povo.

1



Olá! Eu represento a Europa! Dirijam-se agora à sala da **Natividade** e prestem atenção ao que vos for dito.

SALA 1



Aposto que não sabem responder às próximas questões! Terão estado com atenção?



1. Assinala com um V (verdadeira) e com um F (falsa) cada uma das seguintes afirmações:

- O principal tema desta sala é a Paixão e Morte de Jesus Cristo.
- Nela pudemos observar várias peças desde o século XVI aos nossos dias.
- Da fusão de elementos artísticos utilizados em Portugal e na Índia resultou o estilo **Indo-português**.
- Nesta sala existem alguns exemplos de arte indo-portuguesa cujo material utilizado é a cortiça.



Olá! Eu represento **Africa**. Dirijam-se à próxima sala: **A Sala da Paixão e Morte de Jesus Cristo**.

2

SALA 2



Olá! Eu represento a **América!** Esta sala guarda várias representações da Paixão e Morte de Jesus Cristo. As mais antigas datam do século XIV.

2. Assinala com uma X a opção correcta:

Normalmente, podemos encontrar duas formas de representar Cristo na Cruz:

- Cristo adormecido ou amordaçado
- Cristo morto ou cabisbaixo
- Cristo agonizante ou morto
- Cristo deitado ou sentado



Olá! Eu represento a **Ásia!** Dirijam-se para a sala 3

SALA 3



Olá! Eu represento a **Oceania!** Visitaram sala da **Ressurreição de Cristo** e da **Aventura dos primeiros Missionários no Mundo!**

3

3. Quais serão as principais dificuldades que um Missionário encontrará ainda hoje quando parte para as Missões?



Vamos agora até à **Sala 4**, a sala de **ETNOLOGIA!**

SALA 4



Ups! Se fosse tão ágil como os Índios Yanomami, nada disto me acontecia!...

4.1. Assinala com um V (verdadeira) e com um F (falsa) as seguintes afirmações:

- Os Yanomami são povos sedentários.
- Os Yanomami habitam em "Malocas".
- Numa "Maloca" habita uma só família.
- Os Yanomami são povos guerreiros.

4.2. Observaram vários objectos dos Maasai, um povo semi-nómada africano. Identifiquem a sua principal actividade económica.

4.3. Na sua sociedade, há um grupo denominado *Moran*. Qual a sua função?

ANEXO XII – Exposições Temporárias. Súmula (2010 a 2012).

Exposições Temporárias

«Os Sorrisos do Menino Jesus»

1 de Dezembro de 2009 a 6 de Junho de 2010

Sobre esta exposição já fizemos alusão no relatório de 2009, mas que se prolongou até ao mês de Junho. Foi uma exposição muito bem sucedida pela qualidade das peças, museografia e divulgação que ela trouxe ao museu com a vinda da Rádio SIM e do canal televisivo SIC, realizando reportagens. É certo que se prolongou por demasiado tempo, mas este tipo de exposições carece de mão-de-obra que o museu não dispõe, estando nós sujeitos à presença ou não de estagiários.

«Missanga Minha – As missangas nos Adornos Africanos»

29 de Junho a 29 de Agosto

Esta exposição só foi possível realizar-se com o auxílio de dois estagiários do curso de Museografia da Escola Secundária da Batalha, Nélcio Vieira e Renato Paulino. Apresentava trinta peças que habitualmente se encontram nas Reservas do Museu e pretendeu mostrar a variedade de aplicações de missangas nos mais diversos objectos africanos. Assim, o visitante pôde admirar a profusão de cores aplicadas em vestes, colares, brincos, pulseiras e até em recipientes de uso doméstico.

No mesmo espaço, os visitantes puderam interagir com a mostra, colaborando na execução de um colar de missangas.

Foi uma exposição do agrado dos visitantes e estava bem concebida face aos recursos que dispúnhamos.

A mostra motivou a vinda de vários grupos escolares e de terceira idade. A comunicação social elaborou várias entrevistas e artigos sobre a mesma.

«The Power of Fátima»

9 de Outubro de 2010 a 2 de Janeiro de 2011

A mostra apresentou duas dezenas de pinturas de autoria da artista holandesa *Unamore* que fazem parte de um projecto surgido no ano 2000, em que a autora apresenta sete séries de pinturas sobre sete cidades europeias. Fátima foi a quarta cidade desta série, tendo Unamore já exposto em Bruxelas, Amesterdão e Berlim. Seguem-se as cidades de Paris e Granada. Foi a primeira vez que o museu recebeu um artista estrangeiro. A qualidade da artista é inequívoca e recebeu boas opiniões do público visitante, apesar de ser uma pintura abstracta que muitos não apreciam. Os encargos relacionados com o transporte e montagem foram da responsabilidade da pintora.

Ao contrário das anteriores exposições, fez-se uma cerimónia de inauguração. O facto de termos deixado de realizar actos inaugurais deve-se à pouca adesão dos convidados. Por ser uma artista estrangeira e há algum tempo não existirem notícias de inaugurações oficiais, decidiu-se realizar a inauguração com a presença da artista Unamore e com um momento musical a cargo de um seu amigo

holandês. De facto, esta teve bastante adesão, sobretudo dos autarcas. Estiveram presentes Nazareno do Carmo (Câmara Municipal de Ourém), Deolinda Simões (Presidente da Assembleia Municipal de Ourém), Pe. Luciano Cristino (Santuário de Fátima) e Poças das Neves (Junta de Freguesia de Fátima). Para além destes, estiveram o Superior do Seminário da Consolata, Pe. André Ribeiro, e o Pe. Albino Brás, membro da Comissão de Acompanhamento do MASE, cuja presença é de extrema importância mostrando interesse, apoiando a reduzida equipa do museu.

«7 Pinturas Religiosas – da reserva para a exposição»

4 de Março a 22 de Maio de 2011

«7 pinturas religiosas – da reserva para a exposição» foi o título escolhido para esta pequena exposição. O museu não tem, nas suas colecções, um número elevado de pinturas religiosas e de grande qualidade. Mesmo assim, foram sete as pinturas seleccionadas para saírem da reserva, tendo o visitante a oportunidade de poder agora admirá-las. O número sete significando a perfeição segundo a tradição judaica e mais tarde absorvida pelo cristianismo, foi um número atrativo para dar nome à exposição.

As pinturas a óleo expostas, são fruto de alguns artistas das diversas oficinas espalhadas pelo país nos séculos XVIII e XIX, dando resposta ao seu principal cliente, a igreja.

A exposição foi bastante divulgada e contribuiu para a vinda da equipa do programa Ecclesia que gravou 5 entrevistas nesta sala com Dom Manuel Clemente, Bispo do Porto, existindo referências ao Museu de Arte Sacra e Etnologia dos Missionários da Consolata em Fátima.

Prova-se que do simples e da pouca quantidade se pode atrair visitantes e a imprensa.

«O Canto da Paixão segundo Ricardo de Campos»

28 de Maio a 26 de Junho de 2011

Esta exposição temporária foi bastante bem sucedida. A mostra apresentou dezassete pinturas de autoria do artista Ricardo de Campos, algumas de grandes dimensões, representando temas alusivos à Paixão de Jesus Cristo, impressionando o olhar pelas cores e desenho cheios de vigor.

Tentámos que esta exposição estivesse na altura da Semana Santa, já que se enquadrava melhor com a temática. Não houve disponibilidade por parte do autor por estar já requisitada. Quanto ao adiamento para o próximo ano, não foi possível, uma vez que o artista queria fechar o ciclo da Paixão este ano e em Fátima

De qualquer forma, a exposição foi do agrado dos visitantes, impressionando pela cor, vigor e expressividade com que o artista abordou o tema.

Colaboraram na montagem da exposição os estagiários da Escola Secundária da Batalha, Sara Catarino e Diogo Monteiro.

«Sala de Cristal – Temas sacros em vidro de Cristal»

9 de Julho a 14 de Outubro de 2011

A exposição temporária «Sala de Cristal – Temas sacros em vidro de Cristal» foi dedicada à obra artística de Vilma Libana que apresenta arte da gravura em vidro, um processo que permite explorar a superfície do vidro, inicialmente plana, conferindo baixo-relevo à imagem. Foi a primeira das suas

exposições que apresentou unicamente temática religiosa. As formas das peças variaram entre cálices, taças, jarras e jarrões.

Foi uma exposição pequena, mas do agrado dos visitantes que apreciam este tipo de objectos. Colaboraram na montagem e elaboração do cartaz os alunos estagiários da Escola Secundária da Batalha, Diogo Monteiro e Sara Catarino. Por termos disponibilidade da sala, a exposição foi prolongada até 14 de Outubro, não encerrando a 28 de Agosto conforme estava previsto

“A Fé (tos) – Fotografias de Pedro Inácio e Carlos Inácio”

29 de Outubro de 2011 a 1 de Janeiro de 2012

A exposição de fotografia **“A Fé (tos)”** foi uma proposta feita por um dos autores das fotografias, Pedro Inácio, membro da direcção da APOM (Associação Portuguesa de Museologia), procurando integrá-la no colóquio da APOM a decorrer no Museu nos dias 24 e 25 de Outubro sobre o tema Políticas museológicas: Património Religioso”.

Considerou-se pertinente a temática e a qualidade dos trabalhos. Foi também uma mais valia para o colóquio onde foi inserida a inauguração na respectiva programação.

A partir das objectivas e sensibilidades dos irmãos Carlos e Pedro Inácio estão retratados diferentes ângulos da “Fé” e “afectos”, registando múltiplas perspectivas do sagrado, do caminho até ao intangível, encontrados em várias partes do mundo

ANEXO XIII – Merchandising do MASE (linha infantil exclusiva).

Linha Infantil * Exclusiva do museu — Designer Sónia Matos



**Quadrado mágico
(para pintar) € 1,00**

Lápis € 0,80

Borracha € 1,40



**Prenda
(Quadrado mágico
+ borracha + lápis)
€ 2,95**



**Borracha 5 continentes
€ 1,40
Colecção
€6,50**

Linha não exclusiva



**Registos de
Maria Vila Nova
A partir de € 45,00**



**Presépio pisa-papéis
€ 7.50**



**Presépio do Peru em
terracota
€ 35,00**

Museu de Arte Sacra e Etnologia — FÁTIMA

**Missionários da Consolata
Rua Francisco Marto, 52**

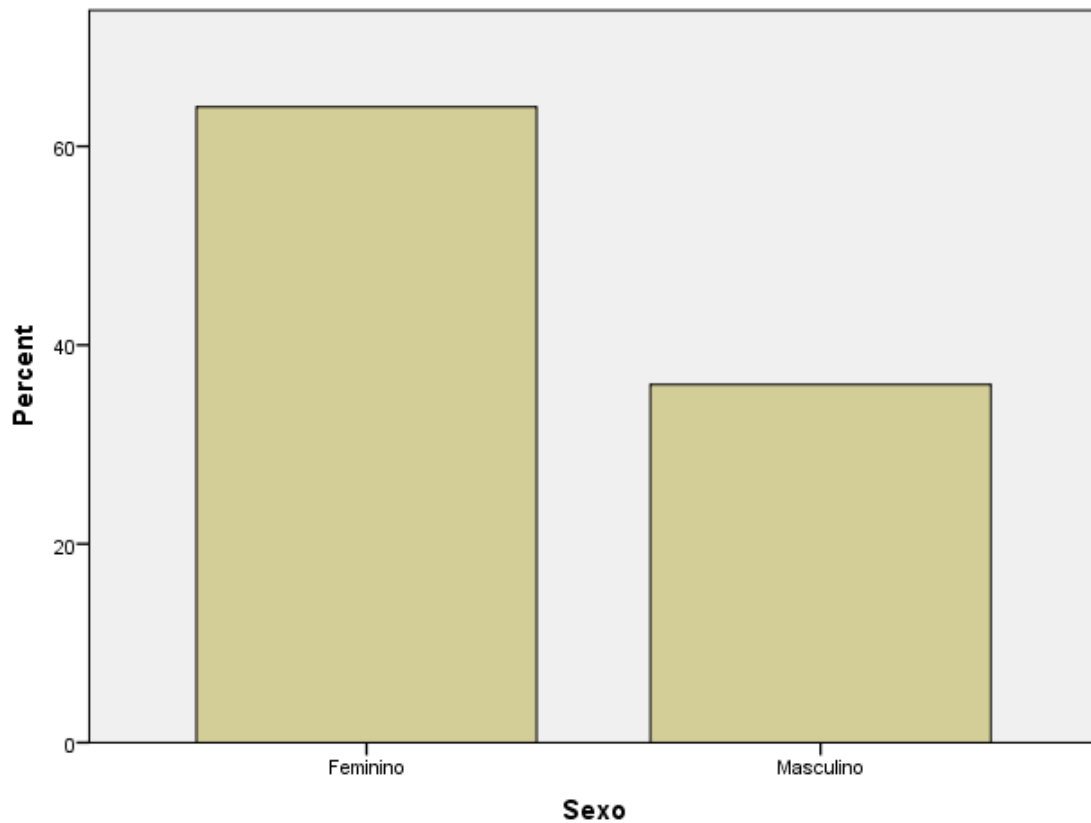
ANEXO XIV – Perfil Sociológico (datos e gráficos, SPSS).

Frequency Table

Sexo

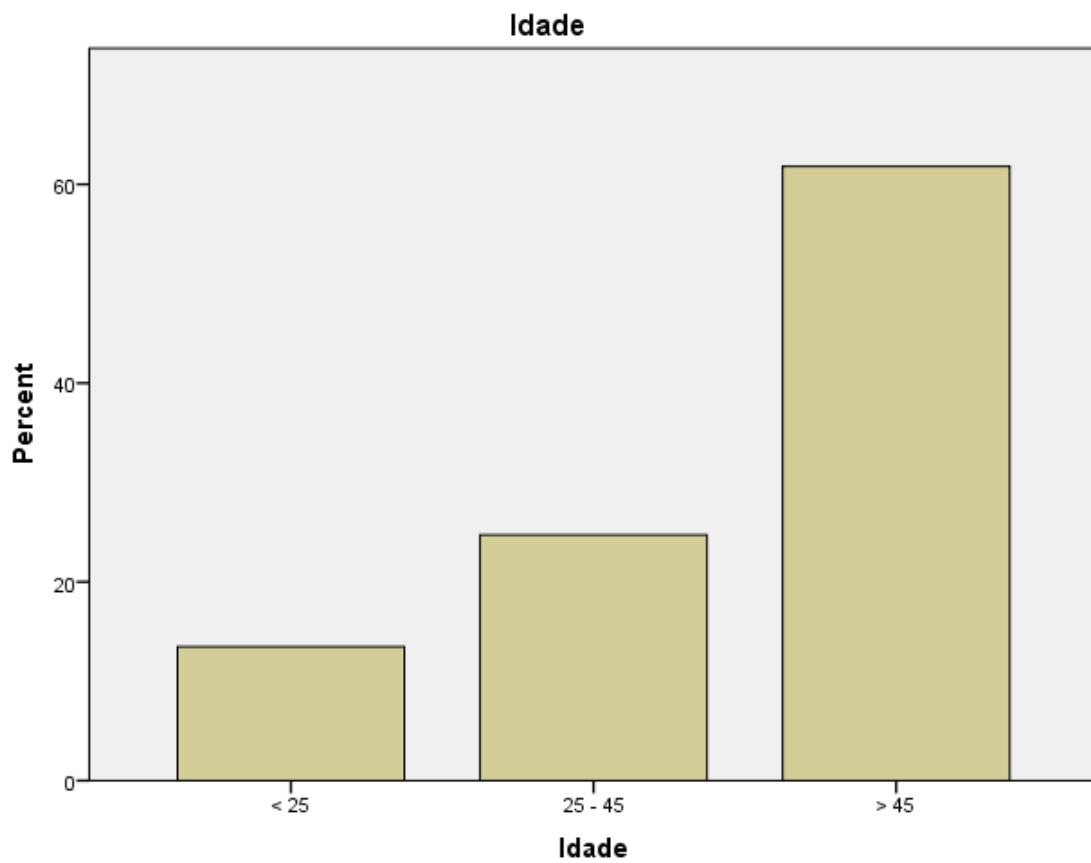
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Feminino	284	63,1	64,0	64,0
	Masculin o	160	35,6	36,0	100,0
	Total	444	98,7	100,0	
Missing	99	6	1,3		
Total		450	100,0		

Sexo



Idade

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 25	60	13,3	13,5	13,5
25 - 45	110	24,4	24,7	38,2
> 45	275	61,1	61,8	100,0
Total	445	98,9	100,0	
Missing 99	5	1,1		
Total	450	100,0		

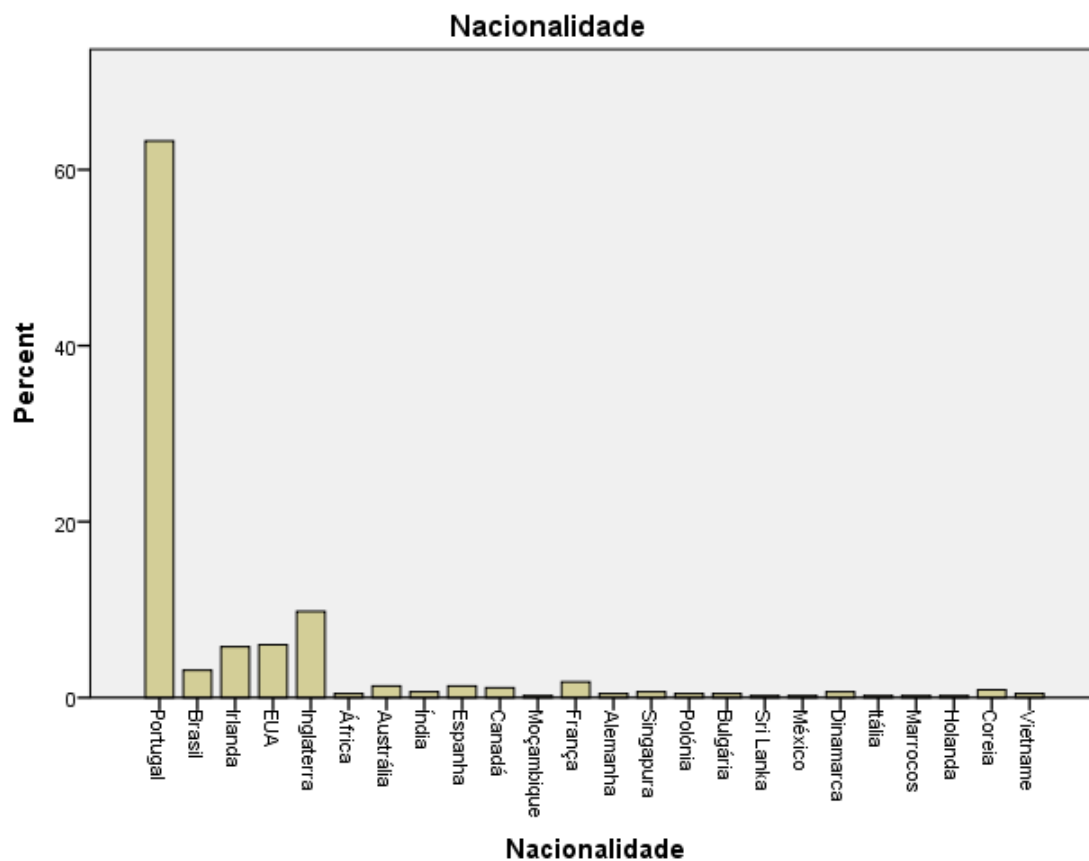


ANEXO XV – Proveniência (dados e gráficos, SPSS).

Proveniência

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Portugal	284	63,1	63,3	63,3
Brasil	14	3,1	3,1	66,4
Irlanda	26	5,8	5,8	72,2
EUA	27	6,0	6,0	78,2
Inglaterra	44	9,8	9,8	88,0
África	2	,4	,4	88,4
Austrália	6	1,3	1,3	89,8
Índia	3	,7	,7	90,4
Espanha	6	1,3	1,3	91,8
Valid Canadá	5	1,1	1,1	92,9
Moçambique	1	,2	,2	93,1
França	8	1,8	1,8	94,9
Alemanha	2	,4	,4	95,3
Singapura	3	,7	,7	96,0
Polónia	2	,4	,4	96,4
Bulgária	2	,4	,4	96,9
Sri Lanka	1	,2	,2	97,1
México	1	,2	,2	97,3
Dinamarca	3	,7	,7	98,0

Itália	1	,2	,2	98,2
Marrocos	1	,2	,2	98,4
Holanda	1	,2	,2	98,7
Coreia	4	,9	,9	99,6
Vietname	2	,4	,4	100,0
Total	449	99,8	100,0	
Missing	99	1	,2	
Total	450	100,0		

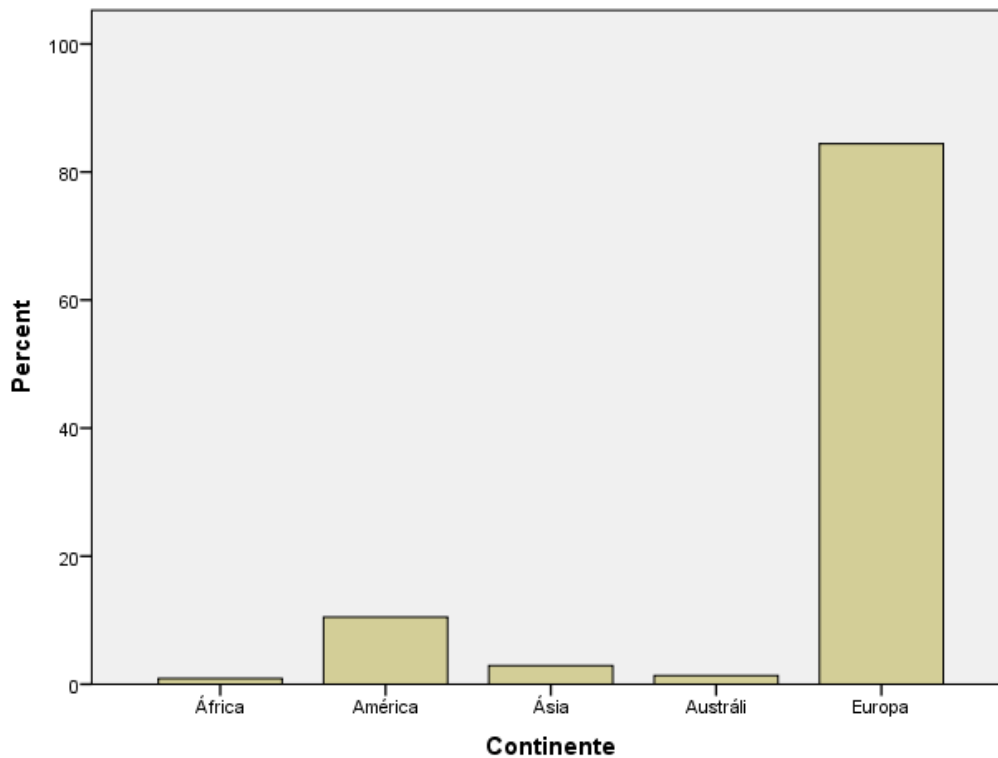


ANEXO XVI – Proveniência dos visitantes por continente (dados e gráficos, SPSS).

Continente

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid África	4	,9	,9	,9
América	47	10,4	10,5	11,4
Ásia	13	2,9	2,9	14,3
Austráli	6	1,3	1,3	15,6
Europa	379	84,2	84,4	100,0
Total	449	99,8	100,0	
Missing 99	1	,2		
Total	450	100,0		

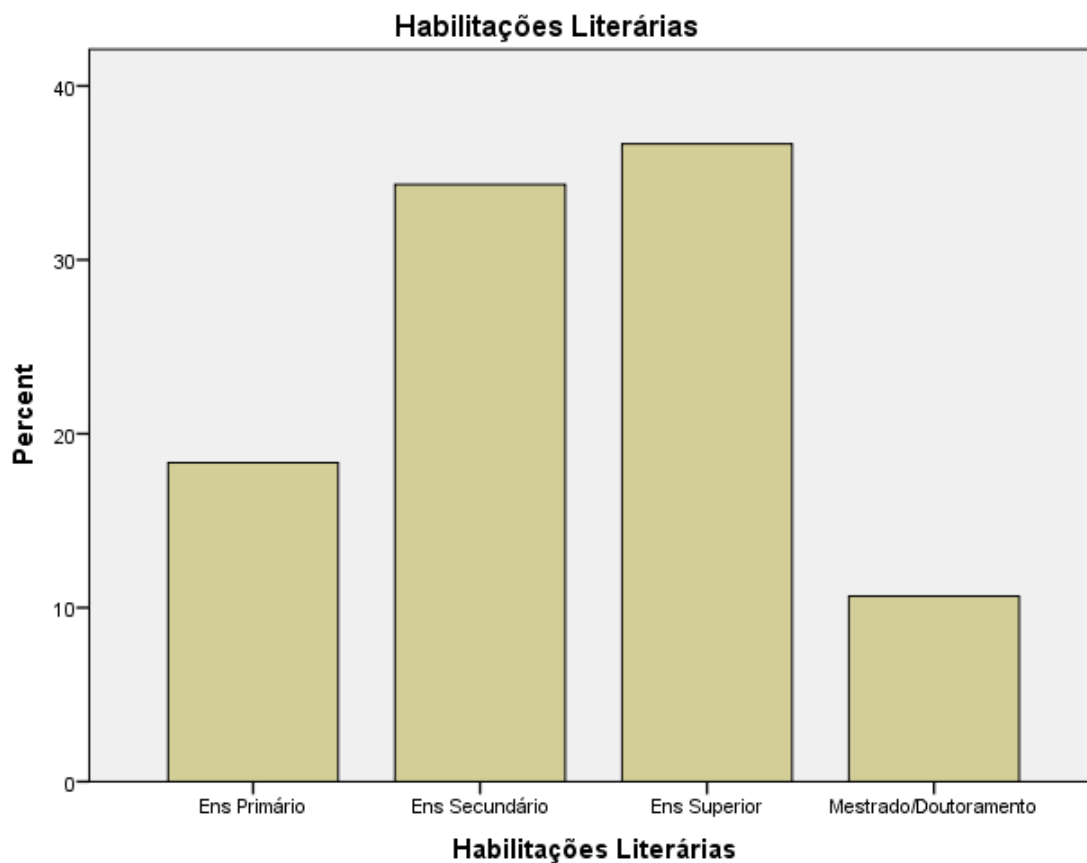
Continente



ANEXO XVII – Habilitações Literárias (dados e gráficos, SPSS).

Habilitações Literárias

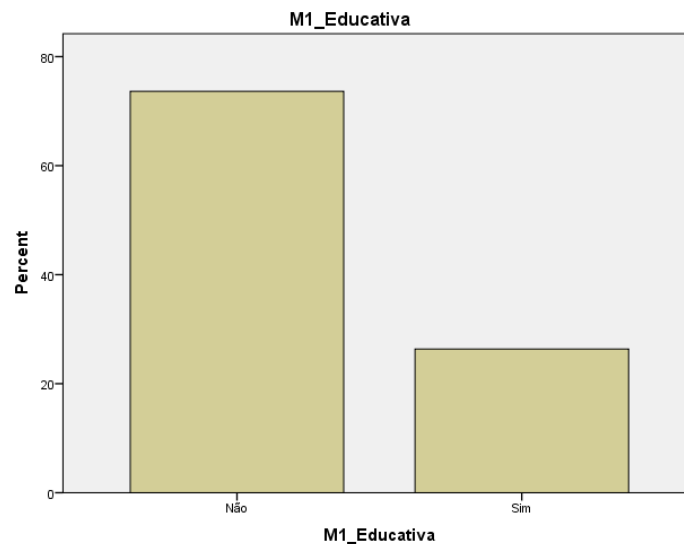
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Ens Primário	79	17,6	18,3	18,3
Ens Secundário	148	32,9	34,3	52,7
Ens Superior	158	35,1	36,7	89,3
Mestrado/Doutoramento	46	10,2	10,7	100,0
Total	431	95,8	100,0	
Missing	99	19	4,2	
Total	450	100,0		



ANEXO XVIII – Motivação da visita (dados e gráficos, SPSS).

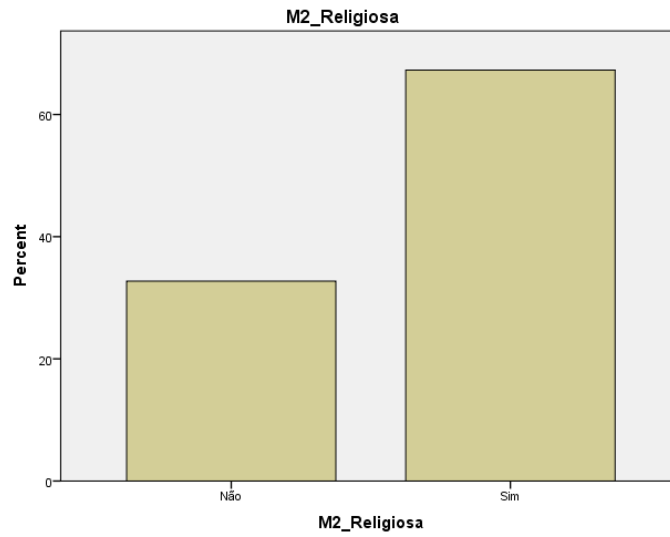
M1_Educativa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não	324	72,0	73,6	73,6
Valid Sim	116	25,8	26,4	100,0
Total	440	97,8	100,0	
Missing 99	10	2,2		
Total	450	100,0		



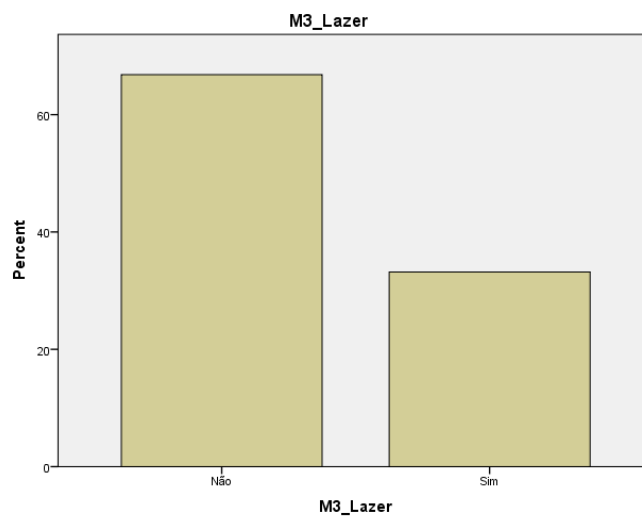
M2_Religiosa

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não	144	32,0	32,7	32,7
Valid Sim	296	65,8	67,3	100,0
Total	440	97,8	100,0	
Missing 99	10	2,2		
Total	450	100,0		



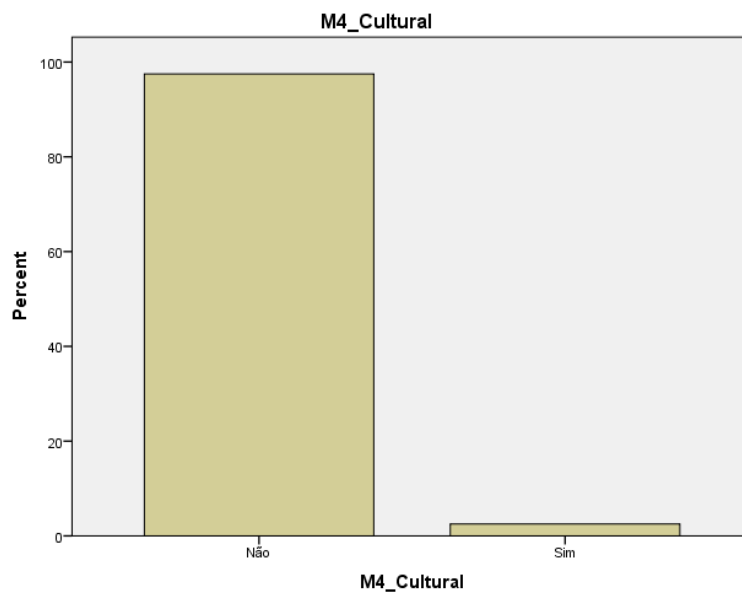
M3_Lazer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não	294	65,3	66,8	66,8
Valid Sim	146	32,4	33,2	100,0
Total	440	97,8	100,0	
Missing 99	10	2,2		
Total	450	100,0		



M4_Cultural

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Não	429	95,3	97,5	97,5
Valid	Sim	11	2,4	2,5	100,0
	Total	440	97,8	100,0	
Missing	99	10	2,2		
Total		450	100,0		



M2_Religiosa * M1_Educativa Crosstabulation

			M1_Educativa		Total
			Não	Sim	
M2_Religiosa	Não	Count	83	61	144
		% within M2_Religiosa	57,6%	42,4%	100,0%
		% within M1_Educativa	25,6%	52,6%	32,7%
		% of Total	18,9%	13,9%	32,7%
	Sim	Count	241	55	296
		% within M2_Religiosa	81,4%	18,6%	100,0%
		% within M1_Educativa	74,4%	47,4%	67,3%
		% of Total	54,8%	12,5%	67,3%
Total	Count	324	116	440	
	% within M2_Religiosa	73,6%	26,4%	100,0%	
	% within M1_Educativa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	73,6%	26,4%	100,0%	

M3_Lazer * M1_Educativa Crosstabulation

			M1_Educativa		Total
			Não	Sim	
M3_Lazer	Não	Count	208	86	294
		% within M3_Lazer	70,7%	29,3%	100,0%
		% within M1_Educativa	64,2%	74,1%	66,8%
		% of Total	47,3%	19,5%	66,8%
	Sim	Count	116	30	146
		% within M3_Lazer	79,5%	20,5%	100,0%
		% within M1_Educativa	35,8%	25,9%	33,2%
		% of Total	26,4%	6,8%	33,2%
Total	Count	324	116	440	
	% within M3_Lazer	73,6%	26,4%	100,0%	
	% within M1_Educativa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	73,6%	26,4%	100,0%	

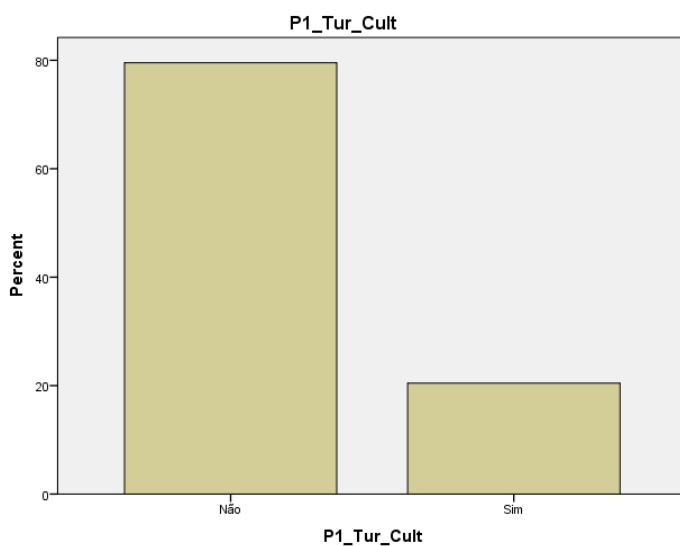
M3_Lazer * M2_Religiosa Crosstabulation

			M2_Religiosa		Total
			Não	Sim	
M3_Lazer	Não	Count	52	242	294
		% within M3_Lazer	17,7%	82,3%	100,0%
		% within M2_Religiosa	36,1%	81,8%	66,8%
		% of Total	11,8%	55,0%	66,8%
	Sim	Count	92	54	146
		% within M3_Lazer	63,0%	37,0%	100,0%
		% within M2_Religiosa	63,9%	18,2%	33,2%
		% of Total	20,9%	12,3%	33,2%
Total	Count	144	296	440	
	% within M3_Lazer	32,7%	67,3%	100,0%	
	% within M2_Religiosa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	32,7%	67,3%	100,0%	

ANEXO XIX – Classificação da prática de visita (dados e gráficos, SPSS).

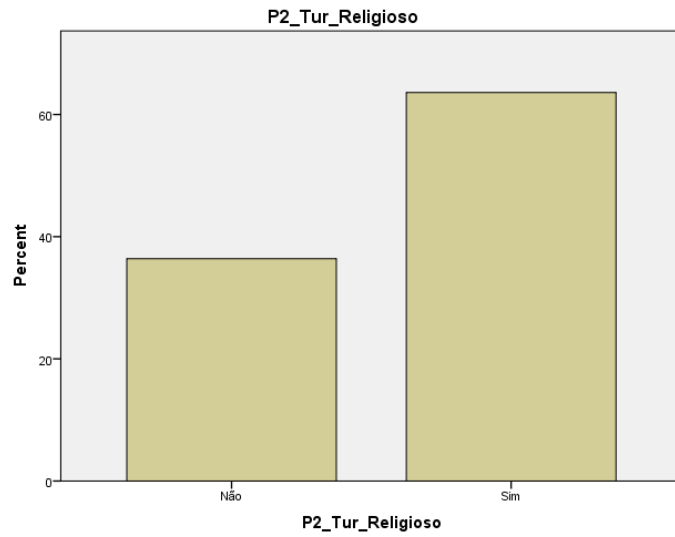
P1_Tur_Cult

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	354	78,7	79,6	79,6
	Sim	91	20,2	20,4	100,0
	Total	445	98,9	100,0	
Missing	99	5	1,1		
Total		450	100,0		



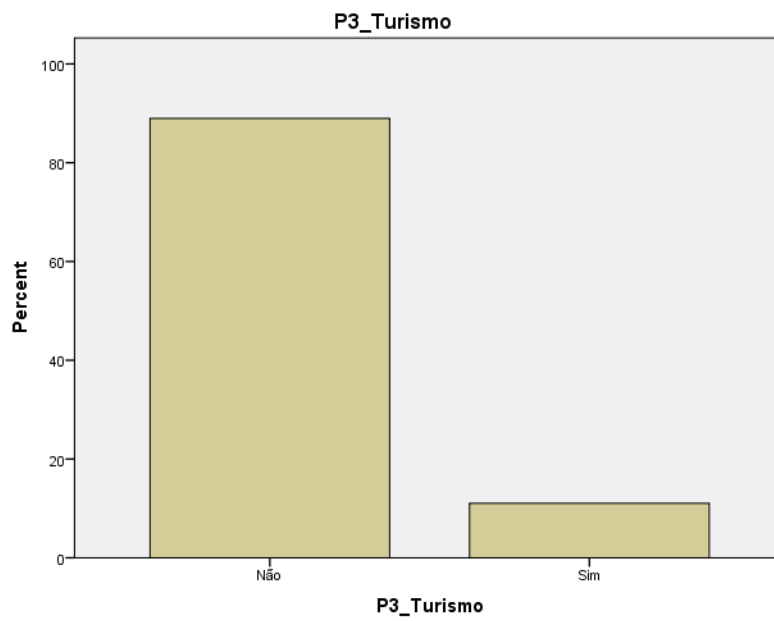
P2_Tur_Religioso

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	162	36,0	36,4	36,4
	Sim	283	62,9	63,6	100,0
	Total	445	98,9	100,0	
Missing	99	5	1,1		
Total		450	100,0		



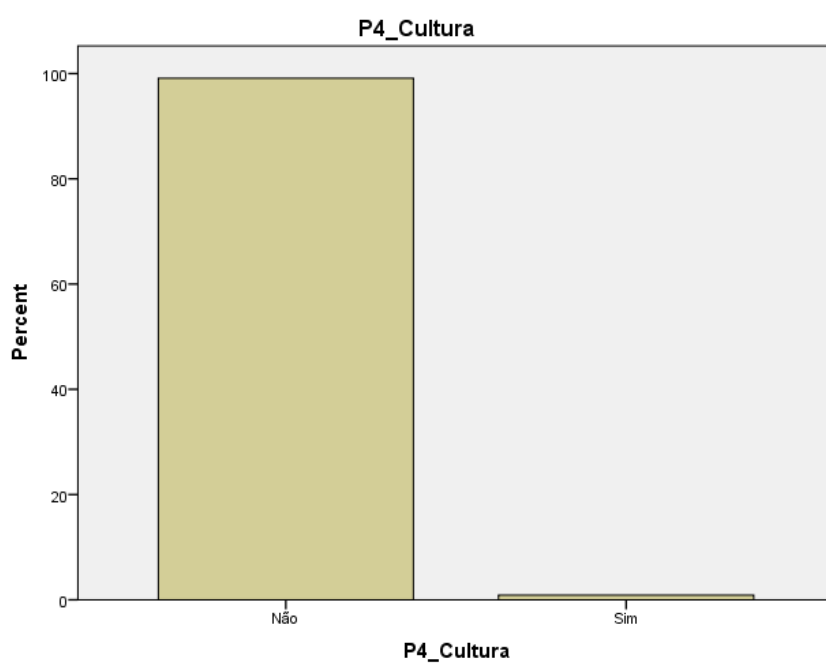
P3_Turismo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não	396	88,0	89,0	89,0
Valid Sim	49	10,9	11,0	100,0
Total	445	98,9	100,0	
Missing 99	5	1,1		
Total	450	100,0		



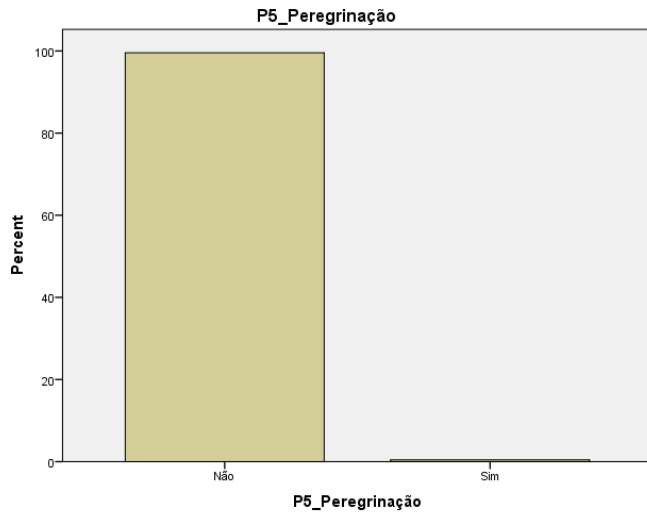
P4_Cultura

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Não	441	98,0	99,1	99,1
Valid	Sim	4	,9	,9	100,0
	Total	445	98,9	100,0	
Missing	99	5	1,1		
Total		450	100,0		



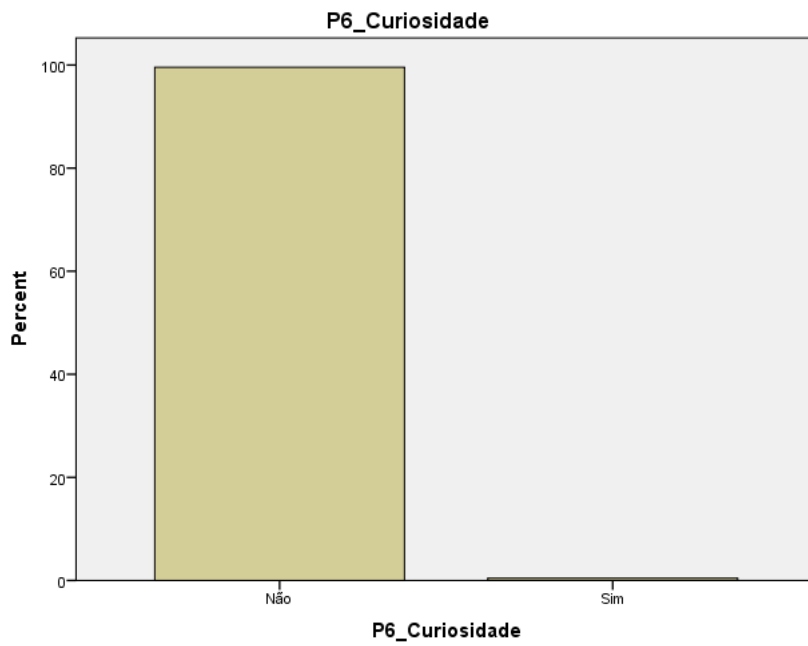
Peregrinação

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Não	443	98,4	99,6	99,6
Valid	Sim	2	,4	,4	100,0
	Total	445	98,9	100,0	
Missing	99	5	1,1		
Total		450	100,0		



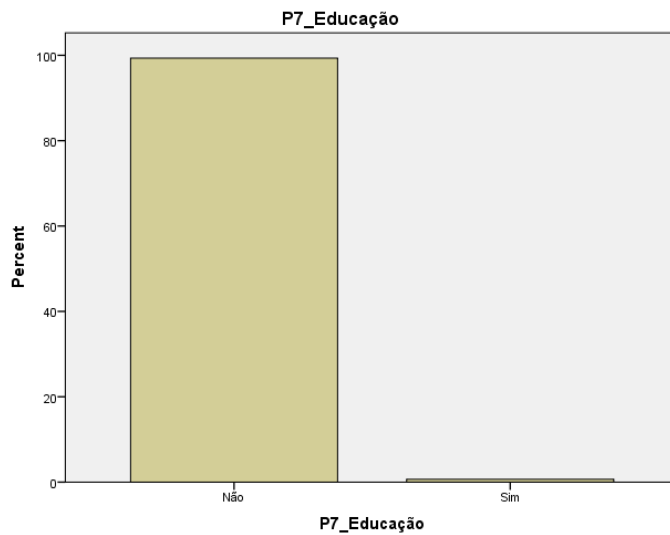
P6_Curiosidade

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Não	443	98,4	99,6	99,6
Valid Sim	2	,4	,4	100,0
Total	445	98,9	100,0	
Missing 99	5	1,1		
Total	450	100,0		



P7_Educação

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	442	98,2	99,3	99,3
	Sim	3	,7	,7	100,0
	Total	445	98,9	100,0	
Missing	99	5	1,1		
Total		450	100,0		



P8_Lazer

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	444	98,7	99,8	99,8
	Sim	1	,2	,2	100,0
	Total	445	98,9	100,0	
Missing	99	5	1,1		
Total		450	100,0		

