



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE VIANA DO CASTELO

Anabela Viana da Silva Cruz

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM
GESTÃO ARTÍSTICA E CULTURAL

AS POLÍTICAS CULTURAIS E OS MUSEUS – QUE
SUSTENTABILIDADE?

O Museu do Traje (Viana do Castelo) - um estudo de caso

Gestão Artística e Cultural

Trabalho efetuado sob a orientação do(a)
Doutor António Cardoso

abril de 2012

Agradecimentos

Dedico este espaço a todas as pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão deste projeto.

Em primeira instância agradeço ao Professor Doutor António Cardoso, pela sua incondicional ajuda e disponibilidade nos momentos solicitados. Agradeço também à professora Doutora Anabela Moura pelo incentivo para chegar à fase conclusiva do projeto.

Agradeço à instituição que me acolheu, o Museu do Traje, nomeadamente ao meu orientador Dr. João Alpuim, pelo apoio, confiança, disponibilidade e acompanhamento prestados, assim como a colaboração de Isabel Teixeira, Isabel Parente, Rosa, Goreti e Céu.

Ao público que amavelmente participou no inquérito de rua, sem os quais a realização que permitiu desenvolver e concluir o estudo deste trabalho não seria possível. De salientar a importância da recolha de opinião junto da comunidade que interage diariamente com a instituição em estudo.

Resumo

O museu, segundo a sua evolução histórica, tem sido um local com características particulares, local privado ou público que recolhe peças de valor estético e histórico, mas sempre com a missão de transmissão de valores para gerações futuras.

Com o presente trabalho, partindo do conceito de Cultura e tendo em conta a evolução das Políticas Culturais portuguesas, nomeadamente no sector museológico, pretende ajudar a compreender a importância do papel dos Museus na comunidade.

A evolução da sociedade, a sua posição perante a cultura gerou novas necessidades às quais o museu tenta responder e aperfeiçoar-se. O sucesso destas instituições passa pela sua capacidade de resposta face aos desafios propostos pela comunidade, através da inovação e cativação de públicos.

O município de Viana do Castelo adquiriu em 1997 o edifício do antigo Banco de Portugal para criar o Museu do Traje. Para testar e de certa forma indagar em que medida “essa capacidade e resposta às necessidades da comunidade” estariam ou não a ser preenchidas, escolheu-se como estudo de caso o referido museu. Após cerca de uma década decorrida, seria pertinente para o museu saber qual a relevância no desempenho do seu papel, no meio onde está inserido. Para desenvolver este estudo foi necessário o recurso à metodologia de estudo de caso. Numa primeira fase foi utilizada a entrevista assim como recolha de informação que permitiu apresentar e analisar os resultados do fluxo de visitantes, nomeadamente os anos 2006 e 2008, registados pelo museu. Através da análise dos registos efetuados pelo Museu nomeadamente sobre o número de visitantes, sobressai uma evolução positiva no número de visitas, assim como uma preocupação da instituição na prestação de serviço à comunidade, com destaque para a população escolar, aliás, fruto de um trabalho ativo com os grupos escolares da parte de responsáveis do museu.

Numa segunda fase, procedeu-se à elaboração de um inquérito de rua. Neste questionário houve a preocupação em recolher informação sobre o conhecimento da existência do museu, indagar sobre a sua atividade na comunidade onde se insere, e avaliar os serviços prestados pela instituição à comunidade. Verifica-se através deste trabalho que a comunidade inquirida sabe da existência do Museu, mas no geral não o percecionava como sendo um local dinâmico que atraia consideravelmente o público ao centro da cidade.

Cabe à instituição ponderar e analisar os resultados obtidos, contudo um trabalho mais direcionado para o exterior pode iniciar uma relação de cooperação entre a instituição e

comunidade. A abertura de portas com eventos pontuais pode ser o início de um trabalho de envolvimento entre instituição e comunidade.

Palavras-chave: Cultura; Políticas Culturais; Museus; Viana do Castelo

Abstract

The museum, according to its historical evolution, has always been a place with special characteristics, a private or public place that collects artefacts with a historical and aesthetic value, but always attending the mission of transmitting values for future generations.

The current essay comes up with the concept of Culture according to the evolution of Portuguese Cultural policies, for instance in the museum sector, helping to realize the importance of the museums role in community.

Society evolution and its position before Culture created new needs to which the museum tries to answer and improve. The success of these institutions goes through its response ability against the challenges proposed by community, through the innovation and publics grooming.

Viana do Castelo's city council acquired, in 1997, the National Bank old building to create the Costume Museum. To test and somehow ask to what extent "the capacity and needs of the community" would be fulfilled or not, was chose for a case study such museum. After a decade, it would be relevant for the museum to realize the importance of its role in the environment in which it is involved. In order to develop the current essay it was necessary to use a methodology of case study. Initially it was used the interview as an information gathering that allowed us to introduce and analyze the results of the visitors flow, between the years of 2006 and 2008, registered by the museum. By analyzing the given responses about the number of visitors, there is a positive evolution about the number of visits, as well as a special concern of the institution in providing a service to the community, with relevance to the school population, a result of an active work with school groups.

In a second stage, a street survey was made. In this auscultation there was a special care in gathering the information about the knowledge of the museum existence, the developed work in the community in which it is involved, evaluating the services provided by the institution to the community. It can be seen with this study that the reporting community knows about the museum existence but doesn't understand it as a dynamic place that considerably attracts public to the city center.

It's a institution to consider and analyze the results, however, a employment more directed to the outside can start a cooperative relationship between the institution and community. Opening doors off divers events can be the beginning of a labor of envelopment between the institution and community.

Keywords: Culture; Cultural Policies; Museums; Viana do Castelo

Índice de tabelas

Tabela 1: Setor cultural	26
Tabela 2 - Distribuição de Museus em Portugal no ano 1974.....	35
Tabela 3- Registo de Museus - anos 2006 e 2007 (Bdmuseus)	37
Tabela 4 - Museus Polinucleados e Núcleos (2006 e 2007)	38
Tabela 5 - Museus na Rede Portuguesa de Museus em 2003 – Tutela e Região.....	41
Tabela 6 – Museus por Tipologias 2005 e 2006	43
Tabela 7– Visitas ao museu - frequência.....	72
Tabela 8 - Visitas a outros equipamentos culturais – frequência	72
Tabela 9 – Visitantes por Instituição museológica	73
Tabela 10 – Benefícios do Museu do traje para Viana do Castelo.....	74
Tabela 11 – Importância do Museu para o dinamismo do centro histórico	75
Tabela 12 – Porque visita o Museu do Traje?	75
Tabela 13 – Grau de satisfação em relação ao Museu do Traje.....	76

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Museus por Tipologias 2000, 2005 e 2006	43
Gráfico 2 – Museu do Traje de Viana do Castelo – Visitantes em 2006, 2007 e 2008.....	66
Gráfico 3 – Museu do Traje de Viana do Castelo – Visitantes em 2006	67
Gráfico 4 – Museu do Traje de Viana do Castelo – Visitantes em 2007	68
Gráfico 5 - Museu do Traje de Viana do Castelo – Visitantes em 2008	69

Lista de abreviaturas

A.C.	Antes de Cristo
ACMVC	Atas da Câmara Municipal de Viana do Castelo
APOM	Associação Portuguesa de Museologia
D.C.	Depois de Cristo
ICOM	Internacional Council of Museums
IMC	Instituto de Museus e Conservação
INE	Instituto Nacional de Estatística
IPM	Instituto Português de Museus
MC	Ministério da Cultura
ME	Ministério da Educação
O.E.	Orçamento de Estado
RPM	Rede Portuguesa de Museus
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

Índice geral

Agradecimentos	I
Resumo.....	III
Abstract.....	V
Índice de tabelas	VII
Índice de Gráficos	VII
Lista de abreviaturas	VIII
Índice geral.....	1
CAPÍTULO I	5
INTRODUÇÃO	5
1. Introdução: objetivo, método e trajeto de pesquisa	7
1.1 Algumas notas metodológicas	9
1.2 Objetivos de estudo	11
1.3 Recolha de dados: a entrevista e o questionário.....	12
1.3.1 Estrutura e divulgação do Questionário os de estudo.....	15
1.3.2 A amostra.....	16
CAPITULO II	17
A CULTURA.....	17
2. A Cultura – algumas reflexões sobre o conceito	19
2.1 Políticas Culturais	26
CAPÍTULO III	31
POLITICAS CULTURAIS E MUSEUS EM PORTUGAL	31
3. Políticas Culturais	33

3.1	Museus em Portugal.....	34
3.2	Políticas Culturais nos Museus.....	38
3.3	Rede de Museus em Portugal.....	40
3.4	Tipologias de museus.....	42
CAPITULO IV.....		45
MUSEUS: CONTEXTOS, COMUNIDADE E SUSTENTABILIDADE.....		45
4.1	O Museu e sua breve cronologia.....	47
4.2	Os Museus – que sustentabilidade?.....	51
4.3	O Museu Superstar.....	53
4.3.1	A dinâmica do Superstar Museum.....	55
CAPÍTULO V.....		59
MUSEU DO TRAJE DE VIANA DO CASTELO.....		59
5	Museu do Traje.....	61
5.1	O Museu do traje - recursos humanos, missão e espólio.....	62
5.2	Museu do Traje – categorias de visitantes e evoluções.....	65
5.2.1	Dados recolhidos no Museu do Traje.....	65
5.2.2	Dados recolhidos no inquérito local.....	70
5.2.2.1	Visita o Museu (frequência).....	71
5.2.2.2	Visita a outros equipamentos culturais.....	72
5.2.2.3	Visitas aos Museus existentes na cidade de Viana do Castelo.....	72
5.2.2.4	O museu do Traje e os Benefícios para a cidade.....	74
5.2.2.5	Museu do Traje no centro da cidade - dinamiza o centro histórico.....	75
5.2.2.6	Motivações da visita ao Museu do Traje.....	75

5.2.2.7	O museu do Traje e o grau de satisfação pelo serviço	76
CAPÍTULO VI.....		79
6	Algumas considerações finais.....	81
BIBIOGRAFIA		85
ANEXOS		91
Índice de Anexos.....		91

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO

1. Introdução: objetivo, método e trajeto de pesquisa

Poder-se-ia dizer que a cultura, embora sendo um conceito polissêmico mas ocupando um lugar bem peculiar, principalmente no discurso que cada ator ou protagonista procura enfatizar, tornou-se uma espécie de “palco” dos vários sectores da sociedade. Geralmente, na vida quotidiana, a partir das várias fontes de informação e intervenção, o cidadão comum fica mesmo com a ideia que todos e cada um dos atores querem dizer o mesmo, no entanto os discursos e as práticas diferem de ator para ator e com significados bem diferenciados. Numa análise diferenciadora mesmo a nível de investigação, seria bem pertinente decalcarmos a ênfase que cada corrente ou perspectiva dentro das Ciências sociais defende ou enfatiza a cultura. Parece ser uma temática de que muito se fala e se escreve mas parece ao mesmo tempo ser pouco (re)conhecida. No entanto sabemos que é um dos sectores em que menos se investe, e Portugal não foge à “regra” comparado com outros países da União europeia, embora com diferenças significativas quanto ao volume de investimentos. Precisamente investigar sobre os investimentos na cultura a nível europeu seria um tema interessante mas requereria mais tempo e mais meios. Uma outra dificuldade, assinalada por Lopes (1998), seria a falta de uniformidade de critérios nos diversos países, por exemplo a nível estatístico (Lopes, 1998).

Do ponto de vista do campo e atuação autárquica, tem havido um esforço bem visível no campo da cultura, quer a nível do setor da produção e reprodução, nomeadamente incrementando alguma diversidade quer nas atividades culturais reprodutivas e até de consumo (leitura, teatro, artes manuais, música, artes plásticas, dança e outras atividades de caráter lúdico), quer mesmo a nível de novos projetos, assim como proporcionando alguma recuperação de valores patrimoniais, materiais e imateriais, reavivando memórias e identidades locais, e contribuindo para a criação e (re)construção de novas infraestruturas e equipamentos, se bem que não raras vezes e num contexto de desenvolvimento sociocultural local e numa atitude de busca de prestígio (caso dos museus e/ou núcleos museológicos e pavilhões multiusos). Poderíamos até mesmo questionar, até que ponto há ainda espaço para estas visões locais ou localistas perante o fenómeno da globalização, quer económica quer cultural. Esta é uma questão de difícil resposta e que, também, não caberá no âmbito deste pequeno trabalho mas que seria de interesse no contexto de uma explicação de desenvolvimento mais global de uma região ou país.

O património material e imaterial é um relato histórico da nossa sociedade. É o nosso passado, que para o bem ou para o mal escreve a nossa história, é o que define a identidade de um povo. Numa definição de estratégia de estudo, procurei encontrar na Política Cultural do país a compreensão das atividades relacionadas com o nosso

património. Contudo, Políticas Culturais, Museus e Cultura são conceitos muito vastos, que não convergem na mesma direção e que nos leva a reflexão perplexa. Segundo Santos (2005, pp. 121 a 123), a articulação entre a administração central e regional é importante no âmbito das atividades em rede pois pode associar-se à ideia da cultura como um serviço de proximidade para as populações como definir no âmbito das políticas culturais um quadro com funções definidas e estável.

Neste trabalho pretende-se saber quem é o público visitante e quais as suas atitudes no índice de visitas. Após compreensão e análise dos dados obtidos da instituição em estudo, proceder-se-á à recolha de informação sobre a representatividade da mesma instituição no meio onde está inserida. Segundo Santos (2001), a tendência cultural evolutiva promove uma recomposição organizacional e profissional na área cultural. Só com o retorno de informação do público poderemos conhecer se o trabalho desenvolvido é reconhecido.

Conseguir projetar a localidade nas suas atividades culturais, é não só um processo de expor a nossa história como planificar algo sólido que promova a região.

“... a expansão dos museus durante os últimos anos não é só uma resposta a uma necessidade sentida pelo passado durante um período de erosão do sentido da história ou de desenraizamento. Esta expansão deve igualmente ser considerada como um produto da expansão de uma indústria de lazer e turismo, em articulação com as novas tendências, numa estratégia de marketing local, em que o museu assume um papel de expositor da região.” (Semedo, 2004, p. 17)

O excerto acima transcrito reflete uma nova postura do sector museológico na sociedade, donde se configura a necessidade de uma nova visão de gestão na sua orgânica. Num primeiro passo os museus surgem, mas necessitam de interagir com a comunidade envolvente e com os outros sectores de mercado, como o lazer e o turismo. Segundo Filipe (2011), os museus não sobrevivem sem recursos naturais, têm de coexistir com o sistema económico e interagir com as suas exigências. A razão de ser de cada museu justifica o seu financiamento e orienta as políticas e atuações dos que as tutelam, da comunidade com que interage, e dos profissionais que o integram.

O museu atual é o reflexo dos conceitos e valores da sociedade contemporânea. É uma instituição em constante mudança, que embora procure responder às necessidades da sociedade ainda incorpora estruturas convencionais, mais propriamente a sua dependência dos recursos humanos e financeiros. O estudo de caso realizado no Museu do Traje de Viana do Castelo procurará ir ao encontro destes novos conceitos perante a instituição. Conhecer os seus visitantes e interpretar a sua evolução no índice de visitantes, assim

como saber a sua pertinência perante a comunidade envolvente são os objetivos propostos para desenvolver este trabalho.

Poder-se-ia dizer que a instituição museu no geral não obedece, salvo alguns casos, ao mecanismos de mercado da procura e da oferta, pois trata-se de conservar um certo espólio e recursos históricos únicos em que a produção e/ou reprodução não se coaduna com o conceito e as lógicas da competitividade de mercado, e muito menos do ponto de vista das identidades locais, regionais e até nacionais. Por outro lado além das tradicionais atividades culturais, o artesanato, o teatro, a música, a dança, as indústrias criativas também abarcam outros setores como a moda, design, marketing e propaganda, decoração, desporto, turismo, aparelhos eletrónicos, tecnologia, internet, brinquedos e jogos eletrónicos. Na relação entre cultura e mercado, acontecem dois processos distintos: a comercialização da cultura, em que as atividades culturais passam a ser concebidas tendo em conta o acesso e distribuição ou oferta em massa, em forma de um produto, para gerar lucro monetário; e a culturalização do produto, atribuindo-lhe um valor simbólico a objetos do uso quotidiano. Neste contexto, as características culturais de um determinado local ou populações serão transformadas em produto ou serviço comercializável para o turismo ou para a produção de audiovisual, sendo também comercializável ou mesmo objeto de promoção noutras paragens.

1.1 Algumas notas metodológicas

Portanto, neste capítulo serão apresentados os objetivos de estudo, em conformidade com as opções metodológicas e os respetivos instrumentos de recolha de dados. O processo de recolha de dados assim como o processo de análise serão desenvolvidos nos tópicos subjacentes.

“A investigação é uma tentativa sistemática de atribuição de respostas às questões. Tais respostas podem ser abstratas e gerais como é, muitas vezes, o caso na investigação fundamental, ou podem ser, com frequência, altamente concretas e específicas, como acontece na investigação aplicada. Em ambos os tipos de investigação, o investigador descobre os factos e formula, então, uma generalização baseada na interpretação dos mesmos”. (Tuckman, 2002, p.5)

Nesta investigação, e segundo Tuckman, pretende-se responder ao propósito deste estudo, ou seja, conhecer os visitantes e interpretar os dados obtidos pelo número de visitantes,

numa primeira fase, e, posteriormente, saber se o público “envolto” ao edifício conhece o museu e qual a perceção que tem da importância do museu no meio.

A estrutura para o desenvolvimento de um estudo de caso vai de encontro ao tipo de questões que pretendemos ver respondidas. Segundo Yin (2005, p. 19) “os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões de tipo “como” e “por que”, que vão de encontro ao estudo proposto. Segundo Bell (1993, p. 23), este método “proporciona uma oportunidade para estudar, de uma forma mais ou menos aprofundada, um determinado aspeto de um problema em pouco tempo...”, situação que vai de encontro ao estudo presente.

A metodologia será portanto, uma ferramenta de trabalho que nos permitirá compreender e refletir sobre um assunto específico. Porém não existe uma metodologia genérica para todas as situações, daí a sua diversidade para um melhor enquadramento no plano de estudo.

Devemos analisar e comparar os diversos métodos, nas suas especificações técnicas e instrumentos para podermos escolher as ferramentas mais adequadas ao nosso caso específico.

Para desenvolvimento do tema proposto de uma forma mais apropriada, foi necessário como primeiro passo selecionar o caminho a seguir. Após esta escolha, a dúvida surgiu sobre que método a seguir. Para Cohen e Manion, (1994, p. 192) uma característica importante do estudo de caso recaí sobre a continuidade do trabalho após a conclusão do estudo. Em qualquer trabalho que implique a recolha de informação, como registos de entrevistas, respostas a questionários, relatórios, artigos entre outros, é importante que estes sejam planeados e que os dados obtidos sejam registados ordeiramente (Bell, 1993).

Para o desenvolvimento do estudo, o recurso a um único método não seria suficiente. Foi então, essencial o estudo dos métodos qualitativos e quantitativos, quanto às suas características, finalidades, contexto e aplicação.

Houve a oportunidade de acompanhar de perto a instituição em estudo num estágio de observação no decorrer da Licenciatura em Gestão Artística e Cultural, Museu do Traje de Viana do Castelo. A curiosidade em conhecer os públicos que visitavam a instituição assim como a sua pertinência na cidade de Viana do Castelo suscitou curiosidade e desencadeou todo o processo em estudo.

Numa primeira fase do trabalho, o recurso à metodologia qualitativa, entrevista, foi utilizada como instrumento de recolha de dados. Esta abordará o contexto da gestão da instituição,

formação da equipa do museu, conhecer o público que o visita e quantificar o número de visitas. Para os temas que abordavam a componente de gestão da instituição, missão e públicos a entrevista foi feita ao chefe do serviço de Museus da Câmara de Viana do Castelo. Os assuntos mais direcionados para o trabalho diário do museu foram feitas entrevistas pontuais aos funcionários que desenvolviam as tarefas. Estes dados, para além de terem origem só numa instituição, permitem o conhecimento do funcionamento desta, que por sua vez poderá mais tarde funcionar como termo de comparação com outra instituição similar.

Posteriormente, aquando do estudo sobre a importância do museu para a comunidade, o recurso metodológico utilizado foi o quantitativo. O recurso ao questionário permitiu planificar uma investigação mais coerente na recolha de informação. Segundo os autores Sampieri, Collado e Lucio (2006, p. 9) esta metodologia permite partir de uma realidade a conhecer, usar dados de medição e quantificação com a finalidade de os relatar. Com este intuito e seguindo os conhecimentos transmitidos pelos docentes de então, foi desenhado um primeiro inquérito. Como a informação obtida seria de importância para a próxima instituição, foi pedida e concedida a colaboração do responsável do Serviço de Museus da Câmara de Viana do Castelo. Ajustadas as questões à dimensão do trabalho e do tempo disponível para o desenvolver, foi pedida a colaboração novamente aos docentes da licenciatura para validação da estrutura do inquérito. Só após esta validação, o inquérito foi entregue para recolha de informação.

1.2 Objetivos de estudo

Este estudo teve como primeiro objetivo conhecer o público e interpretar o número de visitantes do Museu do Traje na cidade de Viana do Castelo. Com estes dados obteremos conhecimento sobre a direção do trabalho desenvolvido pela instituição. Para além disso o número de visitas permitirá interpretar o tipo de público que o procura.

Numa segunda fase, o estudo é direcionado para uma informação mais específica, conhecer a Representação do Museu do Traje na cidade de Viana do Castelo. O museu existe, tem visitantes, mas é necessário saber se a comunidade envolvente tem conhecimento da sua existência, o que ele representa, quais as expectativas e as mais-valias para a comunidade. Partindo do conceito de sustentabilidade económica, seria importante recolher informação in loco, inquirindo os comerciantes locais para saber até que ponto a localização do museu tem ou não impacto na comunidade, Para tal, desenvolveu-se o capítulo 2, onde se pode

verificar a informação pedida aos comerciantes locais. Nomeadamente questiona-se (parte 1) sobre os: Dados sócio demográficos (Q1, Q2 e Q3); frequência de visitas ao Museu (Q4); visitas a outros equipamentos culturais (Q5); visitas a outros museus existentes na cidade de Viana do Castelo (Q6); Parte 2: data última visita ao Museu do Traje em Viana do Castelo (Q1); vantagem do Museu do Traje para a cidade (Q2); museu e o eventual dinamismo na cidade (Q3); serviços do museu e grau de satisfação (Q4); Parte 3: sugestões.

1.3 Recolha de dados: a entrevista e o questionário

Num primeiro momento foi feita a abordagem à instituição através da entrevista ao seu responsável com a finalidade de conhecer a sua orgânica e a sua missão para com a comunidade envolvente.

De imediato foi necessário recolher os elementos necessários ao capítulo dos visitantes, conhecer o método de caracterização assim como o registo efetuado entre os anos de 2006, 2007 e 2008. O estudo concentra-se neste período de três anos, por motivos logísticos da instituição. O edifício do Museu do Traje foi construído de raiz para uma instituição bancária, por isso e após a sua aquisição foi necessário proceder a reestruturação do próprio edifício, de acordo com as suas funções, necessidades e normas de segurança. Durante estes períodos de remodelação, todo o material de secretaria era guardado de forma a não se perder informação. Quando foi necessário a análise de dados referentes ao público que visitava a instituição, o Museu só tinha dados concretos possíveis de análise a partir de 2006. Como este estudo ocorreu durante o ano de 2009, para termos dados concretos, delimitou-se o período de 2006 a 2008.

Os resultados obtidos nesta primeira fase permitiram elaborar o instrumento de recolha de dados para a segunda fase da investigação. Os resultados obtidos mostravam uma curva positiva no número de visitas, como estamos perante um museu temático, a principal informação a conseguir neste inquérito seria o de conhecer a real importância, o real impacto desta instituição no centro da cidade. Assim, após a composição do inquérito procedeu-se à distribuição de setenta inquéritos há população circundante do Museu do Traje. O inquérito foi realizado nas casas comerciais da rua comércio local, Rua Manuel Espregueira, Rua da Picota, Avenida dos Combatentes, Praça da República e Rua da Bandeira, em Abril do ano 2010.

Numa fase posterior, e já com os dados recolhidos e analisados foi necessário recorrer a outros estudos já elaborados. Conhecer o histórico das instituições museológicas no nosso país seria importante neste contexto. O número de instituições, a sua divisão geográfica e as tipologias encontradas no sector museológico são dados genérico mas essenciais para completar este estudo.

A pesquisa e recolha de informação centrassem essencialmente nos dados do Instituto Nacional de Estatística, (INE), em estudos realizados pela OAC, Relatório Nacional de Augusto Mateus e no estudo de caso de Isabel Moreira.

Quanto à entrevista, podemos-la entender como a técnica em que o investigador se apresenta ao entrevistado para lhe colocar perguntas com o objetivo de obter dados que interessam à sua investigação. A entrevista é, portanto, uma forma de interação social. Mais concretamente, uma forma de diálogo assimétrico, entre entrevistador e entrevistado. Para Moser e Kalton (1971, p. 271) uma entrevista é descrita como “uma conversa entre um entrevistador e um entrevistado que tem o objetivo de extrair determinada informação”. O entrevistador tem como função manter uma conversação em que o principal orador seja o entrevistado.

Ou seja, uma entrevista é uma das técnicas de recolha onde a habilidade do entrevistador é testada. Este pode conduzir a entrevista explorando situações ou expressões que pela via escrita não as detetaria. Enquanto instrumento de recolha de dados, a entrevista é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer, fazem ou fizeram, bem como acerca das suas explicações ou razões a respeito das coisas precedentes. Todas estas limitações intervêm na qualidade das entrevistas. Porém, a característica da flexibilidade da entrevista, pode prejudicar a recolha da informação, pois o entrevistado pode contornar as respostas ou dispersar a sua comunicação.

Para elaborar a entrevista foi estruturado um guião como suporte á desenvoltura da conversa entre os interlocutores da entrevista. Para Ghiglione e Matalon, a recolha de informações pode ser do tipo: não diretiva (ou livre) em que o inquirido desenvolve um tema à sua vontade, ou semi-diretiva (ou clínica ou estruturada) em que o inquiridor determina previamente os temas sobre uma ordem e forma ao seu critério. Não foi feito um suporte digital, a entrevista desenrolou-se e as anotações foram registadas através da escrita manual.

A entrevista foi previamente marcada com o Chefe da instituição, devidamente fomentada para que não houvesse dúvidas sobre a credibilidade do trabalho a desenvolver. Nesta

mesma entrevista foi explicado o projeto a desenvolver e a instituição recebeu de bom grado. Este estudo acabou por não teve só uma finalidade de investigação académica, como também surgiu como fonte de recolha dados para a própria instituição. Dados que seriam mais tarde completos com o segundo processo de recolha de dados, o questionário.

A afirmação de Pardal e Correia, (1995) “Um questionário é um instrumento de recolha de dados/informação preenchido pelo informante.”, define de forma sucinta o método, questionário. Como um instrumento de investigação que visa recolher informações baseando-se, na inquirição de um grupo representativo da população em estudo. São estabelecidas uma série de questões circunscritas à matéria em estudo pelos investigadores, não havendo interação direta entre estes e os inquiridos. Este instrumento permite a recolha de informação detida pelos respondentes, e segundo Campenhoudt (2008) “... da sua situação social, profissional ou familiar, à sua atitude em relação a opções ou questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse os investigadores.”

Um questionário é extremamente útil quando um investigador pretende recolher informação sobre um determinado tema com relativa facilidade, pois permite interrogar um elevado número de pessoas num espaço de tempo curto.

Porém, nem tudo são vantagens na aplicação de questionários, este instrumento de recolha de dados também apresenta desvantagens ao nível da dificuldade de conceção, pois é necessário ter em conta vários parâmetros tais como: a quem se vai aplicar, o tipo de questões a incluir, o tipo de respostas que se pretende e o tema abordado. Os questionários fornecem respostas escritas a questões previamente elaboradas, sendo a sua taxa de sucesso relativa. Esta dependerá da clareza das perguntas, natureza das pesquisas e das habilitações literárias dos inquiridos. Relativamente à natureza da pesquisa verifica-se que se aquela não for de utilidade para o indivíduo, a taxa de não participação aumenta.

O desenho estrutural do questionário (anexo 2) foi direcionado para um público-alvo. Na sua composição foram seguidas orientações de Bell (2003), pois ao recolher o maior número de respostas possíveis às mesmas questões, permite-nos compara-las e relaciona-las. O questionário é composto por 12 questões, das quais 11 questões são de resposta fechada e 1 questão de resposta aberta.

A 1ª parte do questionário, anexo 1, serviu para identificar o inquirido em termos sócio demográficos, formação académica, profissão, bem como, avaliar o grau de frequência das suas visitas a equipamentos culturais.

Na 2ª parte, só responde quem já visitou o Museu do Traje. Neste item são fundamentalmente avaliados os benefícios que o organismo traz à cidade, assim como o grau de satisfação do utente em relação aos vários serviços prestados pelo Museu e em relação aos seus funcionários.

Na 3ª e última parte, é colocada apenas uma questão de resposta aberta ao inquirido que visa, sobretudo, identificar possíveis novos caminhos para uma evolução qualitativa dos serviços prestados neste organismo público.

Foram utilizadas três tipologias de escala, a escala de Likert, de 1 a 5, em que a avaliação solicitada varia entre: 1- Discordo Totalmente, 2- Discordo, 3- Não concordo nem discordo, 4- Concordo 5- Concordo totalmente. A escala de frequência verbal ou de avaliação de frequência, que segundo Alreck & Settle (1995) a principal vantagem é a facilidade de resposta que é proporcionada ao inquirido. A maior desvantagem deste tipo de escala é o facto de proporcionar ao investigador uma medida mais generalizada da frequência de cada ação que se pretende avaliar: Sempre, Muitas vezes, De vez em quando, Raramente e Nunca. Por último a escala de diferencial semântico, +3, +2, +1, 0, -1, -2, -3.

1.3.1 Estrutura e divulgação do Questionário os de estudo

A construção de um inquérito por questionário, e tendo em conta o facto deste muitas vezes se resumir a uma ou mais folhas de papel, deve obedecer a três critérios fundamentais: clareza e rigor na apresentação, bem como comodidade/agrado para o inquirido. Deste modo, o investigador deve ter em consideração, o tema em estudo que deve ser apresentado de uma forma clara e simples, a disposição gráfica do questionário, qualidade e cor do papel, que devem ser, também eles, adequados ao público-alvo. O investigador deve ter o cuidado de não utilizar, por exemplo, tabelas, quadros ou algum tipo de gráfico, quando o público-alvo não está familiarizado com esse tipo de informação. Deve ainda, reduzir o número de folhas constituintes do questionário, tanto quanto possível, uma vez que este facto pode, eventualmente, provocar algum tipo de reação prévia negativa por parte do inquirido.

Antes de administrar o questionário, o investigador deve proceder a uma revisão gráfica pormenorizada daquele, de modo a evitar erros ortográficos, gramaticais ou de sintaxe, que tanto pode provocar erros ou induções nas respostas dos inquiridos, como pode fazer baixar a credibilidade do questionário por parte destes.

Foi com suporte nestes conceitos de estruturação que o inquérito foi elaborado tendo sido distribuído no início do mês de Abril de 2010. O inquérito era composto por quatro páginas com três partes distintas. O inquérito foi sempre entregue em mão, sendo sempre explicado aos inquiridos o seu propósito. Alguns inquéritos foram recolhidos no próprio dia a pedido dos inquiridos, os restantes foram recolhidos durante todo o mês de Abril.

1.3.2 A amostra

A amostragem consiste na “seleção de uma parte ou subconjunto de uma dada população que se denomina de amostra, de tal maneira que os elementos que constituem a amostra representam a população a partir da qual foram selecionados.” Carmo & Ferreira (2008, p. 209). Ainda dentro da amostragem podemos encontrar dois subconjuntos, a amostragem de tipo probabilística e de tipo não-probabilística. As amostragens probabilísticas são apuradas de forma que cada elemento da amostra tenha uma viabilidade efetiva dentro da população em estudo. As não-probabilísticas são formadas pelo investigador em função de critérios julgados importantes na investigação.

Na investigação presente e segundo as definições apresentadas estamos presente uma amostragem não-probabilística. O estudo é realizado sobre um serviço específico, o museu, num público particular, comércio circundante, e num determinado tempo, mês de Abril 2010, onde as respostas advêm de cidadãos voluntários. Perante estes factos e segundo Hernández Sampieri (2006), não será possível medir o nível de confiança, confinando assim, a generalização dos dados obtidos.

Para analisar a Representação do Museu do Traje de Viana do Castelo na própria cidade foram considerados 70 inquéritos, todas na área circundante do edifício, como universo de estudo. Contudo, para análise de resultados só foram considerados as respostas recolhidas, neste caso 60 inquéritos.

CAPITULO II

A CULTURA

A Cultura – algumas reflexões sobre o conceito

O conceito de cultura tem evidenciado uma certa diferenciação e até mesmo uma evolução ao longo dos tempos e dos espaços. Por um lado encontramos teorias consideradas de caráter mais universalista e por outro lado teorias com enfoque mais localista ou particularista (Canedo, 2009).

Para este item, sobre o conceito de cultura, não subestimando outras referências bibliográficas, baseei-me principalmente em Canedo (2009). A cultura tornou-se objeto de estudo das mais diversas áreas científicas, desde a sociologia, antropologia, história, até a disciplinas como a comunicação, administração, economia, gestão, entre outras, obviamente cada uma com o seu enfoque próprio. Esta realidade configura uma certa transversalidade quer na ciência quer na vida comum do dia-a-dia. Segundo Cuche (2002) no conceito cultura assume-se conotações com termos tais como “mentalidade”, “espírito”, “tradição” e “ideologia”.

Até ao século XVI, o termo referia geralmente o ter “cuidado com algo” (com animais ou com o crescimento da colheita ou parcela de terra a cultivar) A partir do final do século passado um sentido mais figurado de cultura ganha espaço. Em consequência, as obras artísticas e as práticas que sustentam este desenvolvimento passam a representar a própria cultura.

Os séculos XVIII e XIX são considerados como o período de consolidação do uso de cultura nos meios intelectuais e artísticos. Tal seria manifesto através de expressões tais como “cultura das artes”, “cultura das letras” e “cultura das ciências”, o que segundo Cuche (1999, p. 23 e 29) sob estas expressões são camufladas, quer em França quer na Alemanha, desacordos sociais e nacionais.

No pensamento iluminista francês, a cultura caracteriza o estado do espírito cultivado pela instrução, em que “A cultura, é a soma dos saberes acumulados e transmitidos pela humanidade, considerada como totalidade, ao longo de sua história” (Cuche, 1999, p.29). No contexto francês da época, a palavra também estava associada às ideias de progresso, de evolução, de educação e de razão. Cultura e civilização seriam duas faces da mesma “moeda”, sendo que a primeira representava os progressos individuais, e a segunda o desenvolvimento coletivo e das instituições. Neste sentido, o homem nasce num estado natural, irracional ou selvagem, sem cultura; é através dos sistemas de conhecimento e formação que ele se torna culto. As comunidades ditas primitivas poderiam assim evoluir culturalmente e alcançar o estágio de progresso das nações civilizadas, o que por si denota uma concepção evolucionista da cultura, concepção essa que, hoje em dia, faz parte da

mainstream, ou seja, através do saber formal adquire-se cultura, tendo essa aquisição um preço económico individual e coletivo, mas também fazendo parte de um esforço meritocrático pessoal, que se certifica através de diplomas e do mérito na educação geralmente formal.

Neste debate de críticas confrontavam-se as várias classes sociais, nomeadamente a burguesia e a nobreza de dois países, nomeadamente a Alemanha e a França, desembocando em discussões de carácter nacionalista que culminariam com os períodos da Primeira Guerra Mundial. Este debate entre os dois países sobre o significado de cultura marcou a formação das duas concepções de cultura que estão na base dos estudos das Ciências Sociais. O entendimento francês de cultura como característica do ser humano deu origem ao conceito universalista. Por outro lado, a concepção alemã de que a cultura é “um conjunto de conquistas artísticas, intelectuais e morais que constituem o património de uma nação, considerado como adquirido definitivamente e fundador da sua unidade” (Cuche, 1999, p.34) origina o conceito particularista da cultura.

Contrário à concepção evolucionista, Franz Boas (1858-1942) foi um dos investigadores que mais influenciaram o conceito contemporâneo de cultura na antropologia americana (Canedo, 2009). Ele é apontado como o inventor da etnografia por ter sido o primeiro antropólogo a fazer pesquisas com observação direta das sociedades primitivas. Em seus estudos, Boas concluiu que a diferença fundamental entre os grupos humanos era de ordem cultural e não racial ou determinada pelo ambiente físico. Sendo assim, defendia que, ao estudar os costumes particulares de uma determinada comunidade, o investigador deveria buscar explicações no contexto cultural e na reconstrução da origem e da história daquela comunidade e não tanto na diferença biológica, contrariando assim o comparativismo evolucionista (Cuche, 1999, p. 41 e 42) Decorre dessa constatação o reconhecimento da existência de culturas, no plural, e não de uma cultura universal.

A partir desses estudos iniciais, outras abordagens do conceito de cultura se desenvolveram nas ciências sociais e em diversas áreas do pensamento humano como consequência do fenómeno conhecido por “automização da cultura como

Contrário à concepção evolucionista, Franz Boas (1858-1942) foi um dos investigadores que mais influenciaram o conceito contemporâneo de cultura na antropologia americana (Canedo, 2009). Ele é apontado como o inventor da etnografia por ter sido o primeiro antropólogo a fazer pesquisas com observação direta das sociedades primitivas. Em seus estudos, Boas concluiu que a diferença fundamental entre os grupos humanos era de ordem cultural e não racial ou determinada pelo ambiente físico. Sendo assim, defendia que, ao estudar os costumes particulares de uma determinada comunidade, o investigador deveria buscar

explicações no contexto cultural e na reconstrução da origem e da história daquela comunidade. (Canedo, 2009) Decorre dessa constatação o reconhecimento da existência de culturas, no plural, e não de uma cultura universal.

A partir desses estudos iniciais, outras abordagens do conceito de cultura se desenvolveram nas ciências sociais e em diversas áreas do pensamento humano como consequência do fenômeno conhecido por “automatização da cultura como “campo singular”, que mobiliza mercados, consumidores e permite atuações profissionais, acadêmicas e políticas. Para o autor, “cabe propor mesmo uma centralidade para a cultura” no mundo contemporâneo (Rubim, p.2, in Canedo,2009).

“A Cultura tem vindo a ganhar recentemente uma relevância acrescida no quadro do modelo de desenvolvimento para uma Europa Criativa, ampliando o papel que lhe é habitualmente reconhecido ao nível da coesão social. Face aos sobejamente identificados défices de qualificação portuguesa no contexto europeu, a importância da cultura tem especial significado, ..., no que respeita à melhoria da qualidade de vida dos indivíduos e das populações e no aprofundamento da cidadania.” (Santos,2005, p. 121)

O autor, através dos seus estudos sobre a cultura em Portugal, apresenta-nos uma evolução não só do conceito sobre cultura mas também a sua evolução perante as necessidades da sociedade atual. A qualidade de vida dos cidadãos, a fácil mobilidade e o fácil acesso à informação, veio influenciar a sociedade nas suas rotinas quotidianas.

A democratização da cultura, segundo Neves e Santos (2005, p. 121) é um assunto “sensível na alteração do panorama do país ao longo da década e meia em termos de oferta cultural” tanto na área de infraestruturas como na diversificação de eventos referentes a atividades culturais.

O conceito de cultura, segundo Jean-Claude Passeron (2003, p. 368) “continua a ser nas ciências sociais e políticas um dos conceitos mais difusos pela infinita diversidade dos seus usos e descrições.”. Paquete de Oliveira (2003, p.144) descreve esta situação como a “democratização da cultura” onde a multiplicidade do conceito só veio complicar uma adequada inventariação dos conceitos sociológicos de cultura.

Esta diversidade em torno do conceito cultura é também justificada pela oferta de atividades existentes. Paquete de Oliveira (2003, p. 145) faz referência à afirmação de Hannah Arendt, “...a sociedade de massa não quer a cultura, mas os lazeres, o entretenimento, e por isso os artigos oferecidos são bem e belamente consumidos pela sociedade”. A cultura foi

evoluindo de acordo com as necessidades da sociedade, vai de encontro aos gostos e preferências dos cidadãos.

Porém, em Fernandes (2003, p. 199) "...a centralidade da cultura, nas sociedades de hoje, convida a uma análise existente entre a reflexividade social e a tentação/necessidade de regulação cultural." Com a evolução do contexto cultural na sociedade, como podemos constatar em Paquete de Oliveira a posição de Fernandes vem defender os propósitos da cultura. A postura social quotidiana influencia assim o próprio desenvolvimento e divulgação da cultura. Para além da sociedade atual a posição da criação cultural também é influenciada pela criação pública ou privada e Fernandes (2003, p. 202) chama a atenção para a "... problemática de que o Estado não é produtor de cultura, de que a cultura das sociedades da modernidade tardia é formada por um mosaico..., e de que os meios de comunicação, na cultura de massa que produzem e difundem,...", proporcionando novas formas de seleção de eventos culturais. Segundo o autor, a criação cultural não é divulgação nos meios de comunicação, vai mais além do que esta posição.

No estudo, sobre Cultura, Identidade e Património realizado por Santos (2005, pp. 88 a 101), salientam elementos importantes nas dinâmicas governamentais no sector da cultura. O estudo parte do princípio, de que o "... sector cultural não está fechado sobre si, no entanto deve ter presente o que releva da sua singularidade e o que aponta para convergências com outros sectores". Segundo a mesma autora, "o acesso à cultura, (...), a participação diversificada, (...), é em si mesmo um objetivo civilizacional e um elemento decisivo da cidadania (...)". As palavras de Santos vão de encontro á pertinência do estudo de caso a realizar. O acesso à cultura deve ser para todos os cidadãos, não pode ser considerada uma área privilegiada nem uma área segmentada.

Ao expandir o acesso à cultura, segundo Neves (2003, p. 226), estamos a caminhar no sentido da democratização cultural. O termo democracia cultural surge nos anos 60, que, segundo François Matarasso e Charles Landry (1999, p. 13) e Neves (2003, p. 226) é entendida como o reconhecimento das atividades expressivas do quotidiano que devem ser consideradas como cultura, e que deveriam integrar os debates sobre a natureza e o valor da identidade e expressão cultural. Há uma preocupação não só no acesso aos meios de produção como também aos meios de consumo.

Segundo Mateus (2010), o sector cultural dentro dos parâmetros definidos pela sociedade, direcionados para a preservação do património, está a delinear-se perante as exigências da comunidade atual. Esta evolução torna-se mais pertinente aquando nos deparamos com a relação cultura/economia.

“O movimento de aglomeração e aproximação de atividades, profissões, ambientes e comportamentos que está na base da emergência de um sector cultural e criativo enraíza-se num conjunto alargado de tendências e transformações, económicas e sociais, que importa sistematizar.” (Mateus, 2010, p. 4)

A nova perspetiva, num contexto globalizado, muitas vezes em confronto dilemático entre a uniformização e a diferença, vem conferindo às políticas culturais uma nova posição perante o sector económico e o desenvolvimento institucional. Fatores de desenvolvimento social como a melhoria do nível do rendimento médio das famílias, a mobilidade global de bens e serviços incentivados pelo *low cost*, a alteração demográfica, o acesso ao desenvolvimento individual cultural e o acesso livre á informação veio de uma forma muito persuasiva modificar a estrutura das políticas culturais.

Segundo Mateus, (2010) a abordagem metodológica ao tema do sector cultural converge pela referência a um sistema dinâmico, evolutivo e interativo,

“..., onde as atividades elementares se estruturam através de múltiplos processos que se ancoram no passado (através de ações de preservação da memória e de conservação do património), enriquecem no presente (através de iniciativas e atividades inovadoras e criativas) e projetam no futuro (através da geração de novos padrões de modernidade, singulares e cosmopolitas).” (pp 7)

Ou seja, o nosso passado, as nossas raízes culturais são transmitidas no presente e serão transmitidas no futuro entre o resistir e a adaptação às novas realidade. A tradição é mostrada num contexto e interpretação da sociedade que a acolhe.

Esta visão exige, segundo o mesmo autor, a consideração de vários pilares específicos de interação onde se destacam, a articulação entre atividades culturais e atividades económicas, a cultura e educação, e entre cultura, turismo e desenvolvimento urbano, bem transforma globalmente as sociedades atuais.

A dinâmica do sector cultural é acompanhada de uma política pública, numa lógica de diversificação e focalização dos instrumentos utilizados pelos responsáveis. Segundo Santos (2005, p. 90) aquando do reconhecimento da necessidade da independência das políticas culturais das outras políticas, foram aparecendo obstáculos oriundos das próprias estruturas administrativas face ao sistema em causa, resultantes do risco da emergência de poderes paralelos entre estruturas.

Assim, e segundo Mateus (2010) para uma melhor interpretação da economia da cultura surgem três círculos de influência, onde cada um abrange um número de atividades

representativas no âmbito do mercado económico, sector cultural, indústrias criativas e setor criativo.

“ O sector cultural em sentido restrito como espaço de afirmação de bens e serviços públicos e semi-públicos, onde se colocam questões relevantes associadas à existência de mercados incompletos e de externalidades que se situam, privilegiadamente nas atividades associadas ao património e às artes de mérito e onde os stakeholders determinantes e centrais são os cidadãos portadores de direitos democráticos de acesso à cultura.” (Mateus, 2010, p. 20)

“As indústrias culturais como espaço de afirmação de bens e serviços transacionavam, onde se produzem fortes sinergias entre os objetos e produtos de criação e os suportes e equipamentos de difusão, que se situam privilegiadamente no tempo dos conteúdos e do lazer e onde os stakeholders determinantes e centrais são os consumidores.” (Mateus, 2010, p. 20)

“ O sector criativo como espaço de afirmação de competências e qualificações criativas, que acompanham a relevância dos elementos imateriais, (...), para além dos elementos de ordem material e funcional, na determinação do valor dos bens económicos, em trabalhos de conceção, criação, design e branding penetrando, mais ou menos intensamente, a generalidade das atividades económicas, e onde os stakeholders centrais são os profissionais portadores de capacidades diferenciadoras.” (Mateus, 2010, p. 20).

O sector cultural e criativo tende para um alargamento de criatividade e interações entre modelos de produção, na sua difusão e consumo dos bens. No caso específico em estudo, os museus, vamos encontrar o seu enquadramento num espaço de afirmação de bens e serviços públicos, ou seja, no sector cultural. Nesta área se assim o podermos definir, podemos encontrar as atividades que se relacionam com o património e com as artes de mérito.

A Cultura foi durante muito tempo encarada como algo confinado à intervenção do estado ou de organizações sem fins lucrativos. O aumento da procura destes serviços veio alterar este padrão e suscitar o desenvolvimento deste sector. A melhoria da qualidade de vida da população, o aumento de escolaridade, veio incutir na sociedade uma procura de bens culturais até então não muito desenvolvidos. Os padrões de consumo na sua generalidade

alteraram provocando assim, um dinamismo no sector cultural que por sua vez teve de procurar serviços de acordo com as necessidades da comunidade.

Nesta procura constante de novas atividades, a componente tecnológica veio criar formas e mecanismos até aqui específicos das áreas sociais e políticas. A Cultura deixa de ser vista como algo não produtivo, não dinâmico, e começa a ser visto como uma área com influência social, política e económica.

Segundo Mateus, (2010), numa visão de competitividade, a cultura surge como um motor de dinamização das estratégias de desenvolvimento regional, local e urbano, com o património cultural material e imaterial, na sua maioria associado ao turismo. Contudo, a dinâmica entre a cultura e a economia não se esgota só no sector do turismo, alargando a sua influência a outros sectores das indústrias criativas. Nos últimos tempos, o cidadão comum assiste à desenvoltura da cultura no domínio do Marketing territorial, através dos *out doors*, ou mesmo das mensagens informativas pelas tecnologias de informação. Toda a dinâmica de expansão deste sector carece de um acompanhamento legislativo, onde é seguido uma lógica de diversificação e especificação dos instrumentos utilizados pelos responsáveis que as aplicarão.

Na tabela 1, o esquema apresentado por Mateus (2010) é composta por três eixos, no entanto e como o trabalho só referencia o sector cultural, só fiz referência e este para podemos compreender e identificar melhor os equipamentos culturais nesta área. A seleção mais tradicional é centrada na disponibilização de infraestruturas físicas de divulgação cultural (museus, bibliotecas, teatros e recintos culturais), nos subsídios de alguma produção artística e na promoção da igualdade de oportunidades no acesso à cultura, sendo cada vez mais complementado por dois novos grandes eixos de intervenção. Um é o apoio às empresas culturais e criativas e o outro é o estímulo à utilização da cultura como elemento de identidade regional e fator de diferenciação competitiva.

O sector cultural é um eixo onde encontramos em sentido restrito os bens e serviços públicos e semipúblicos, uma criatividade entendida em sentido amplo, não só artes clássicas – dança, teatro, música e literatura, mas também, a que se aglomera o património local, passado e atual, onde são abrangidos sectores como a ciência, a moda, a tecnologia, a gastronomia. O subsector Museu, nesta divisão da cultura segundo as características dos serviços encontra-se no círculo “*Core Arts*”, que são atividades não industriais.

Tabela 1: Setor cultural

	Círculos	Sectores	Subsectores	Características
SECTOR CULTURAL	"Core Arts"	Artes visuais	Artesanato, Pintura, Escultura, Fotografia	Actividades não industriais, cujos outputs são protótipos e trabalhos potencialmente protegidos pela propriedade intelectual
		Artes performativas	Teatro, Dança, Circos, Festivais	
		Património	Museus, Bibliotecas, Arquivos, Áreas de interesse arqueológico	

(O sector Cultural e criativo em Portugal – Relatório Final 2010)

Fonte: Mateus (2010, p. 35)

2.1 Políticas Culturais

As Políticas Culturais em Portugal não têm uma longa história, mas torna-se controversa e de difícil compreensão aquando da sua aplicação no contexto da Política Cultural Municipal. A importância da componente Cultural é interpretada pelas Câmaras segundo as suas ideologias políticas assim como acontece com os governos nacionais. Esta dualidade de critérios permitiria e abarcaria um leque indefinido de questões em análise.

Segundo Fernandes, (2003, pp. 203 a 213) “ as políticas culturais são critérios indicadores em especificidades nacionais, orientações comunitárias que podem ser contestadas”. O Estado tem como função criar mecanismos para que a regulamentação cultural atue com as normas da sociedade. “ Uma política cultural, qualquer que seja o partido no poder, aparece sempre penetrada, quer pela ideologia política, quer pela ideologia que espontaneamente atravessa a cultura” (p. 206) ”.

As políticas culturais devem promover um forte investimento na formação de pessoas, isto porque a produção e o consumo de produtos culturais dependem do capital cultural que a sociedade apresenta. Como em todos os sectores sociais, a definição do que pode ser ou não considerado Cultura suscita controvérsia. Conflitualidade que surge no seguimento do plano de seleção do que deve ou não ser subsidiado pelo estado para prestação de serviços culturais ao cidadão comum. Segundo Fernandes, (2003, p. 207) uma política cultural que só se preocupe com o consumo, que descure da difusão do capital cultural, incute a produção restrita de produtos culturais, ou seja, uma produção direcionada para um tipo específico de público. Ora, a função do estado não é restringir mas de diversificar produtos culturais, criando critérios que os desenvolvam como uma política educacional mais vasta. “É o investimento nas pessoas que aparece como pré-requisito de um verdadeiro alargamento dos públicos da cultura.” (Fernandes, 2003, p. 207)

A política cultural do país é o conjunto de ações governamentais planeadas com o objetivo de atingir um determinado fim. Esta segundo Azevedo (2003, p. 215) “estas exigem sistematicidade e coerência de princípios de atuação; planificação e programação de atividades; concertação e parcerias entre atores políticos, culturais e sociais.” Este conflito de políticas governativas, já em 1992 levantava inúmeras questões sobre as suas orientações. Em 27 de Abril de 1992, é organizado no Porto, na Casa das Artes, uma mesa redonda com o intuito de pesquisar junto de público crítico e de várias áreas, questões relacionadas com a arte contemporânea. Nomes de vários sectores da sociedade portuguesa das ciências sócias, ciências exatas, arquitetos e artistas das áreas de criação e estética discutiram temas do âmbito cultural.

Manuel de Oliveira, cineasta, Maria de Lurdes Pintassilgo, embaixadora, José Mariano Gago, físico, Fernando Távora, arquiteto, defenderam nesta mesa redonda as suas opiniões de acordo com as suas áreas, a questões como as seguintes:

“ Que cultura, ou culturas, se estão hoje a produzir em Portugal?” (Silva, 1993, p. 11)

“ No espaço português, ..., existem decerto variadas culturas, no sentido antropológico do termo. Apesar dessa variedade, terá sentido falar de uma cultura portuguesa ...?” (Silva, 1993, p.11)

No debate sobre esta problemática sobressaíram quatro opiniões interessantes no contexto da Cultura nacional. A primeira orientação recaiu na tese de que a cultura nacional se declina no plural e é um mosaico de culturas regionais e de classes. No aspeto arquitetónico, realça-se a transformação por estas efetuadas, adequando os edifícios antigos às realidades atuais, respeitando a ideia, estética inicial. Denota-se a singularidade da sociedade portuguesa. Temos características fortes que nos diferenciam de outros países, assim como nos aproximamos de outros. Esta abertura está diretamente influenciada pelo nosso passado colonialista. Por fim, e no seguimento dos pontos anteriores, o tema da cultura portuguesa acaba por ser uma imagem elaborada por intelectuais, ideólogos e atores comuns. Estas reflexões resultam de temas gerais da sociedade comum e com pessoas importantes nas diretrizes do panorama nacional. Embora discutido em 1992, estas questões continuam atuais. O Estado tem responsabilidade no desenvolvimento cultural para com os cidadãos, no entanto este também não deve fazer da cultura, uma área subsídio dependente.

As políticas culturais municipais têm na sociedade contemporânea uma função ativa e promotora de atividade culturais. A descentralização de poderes efetuada no caso da Rede Portuguesa de Museus capítulo 3.3. é um exemplo de cooperação de esforços entre o poder

central e local para o desenvolvimento de atividades culturais. Com modos diferentes de execução dos planos de atividade cultural, cada município, segundo Azevedo (2003, p. 213) têm dado provas de um crescente enfoque político do que constituiu a oferta cultural no espaço local.

De acordo com o pensamento de Ribeiro (2009), o plano orçamental de 2009 é orientado para a divulgação da Língua Portuguesa, Património, Artes e Industrias Criativas e Culturais, só com 0,4% do PIB nacional. Num sector como a Cultura, as verbas dispensadas nunca são demais, principalmente num país onde a área artística e a reabilitação do património tem uma atenção particular. Por outro lado, temos uma política que não estimula a separação das instituições e dos seus profissionais dos subsídios estatais.

Com a constituição do novo governo após eleições legislativas em 2011, nova estruturação de Ministérios é efetuada e o Ministério da Cultura é extinto. Na nova orgânica do Estado, a Cultura passa a depender diretamente da Presidência do Conselho de Ministros, sob a jurisdição do Primeiro-Ministro. No Orçamento de estado de 2012, “ (...) o Governo afirmará uma visão clara sobre o que deve ser o futuro da Cultura em Portugal: uma atitude geradora de riqueza, emprego e qualidade de vida...” (OE,2012, p. 148), ou seja, haverá uma preocupação do estado na sua preservação mas vê no sector privado um parceiro para o seu desenvolvimento.

Nos vários pontos referentes no relatório de orçamento de estado 2012, no âmbito da consolidação orçamental cultural sobressai a alínea onde a reorganização e racionalização das instalações permitirá uma redução de 0,8 milhões de euros em 2012 e 2 milhões em 2013. (OE2012, p. 149)

Das várias orientações ou temas que possamos abordar no âmbito das políticas culturais, deparamos sempre com um ponto comum, a sustentabilidade financeira. Qualquer ação de dinamismo ou projeção artística, seja ela no sector da preservação de património ou no sector da produção artística, estará sempre dependente da política cultural em vigência.

Por isso, delimito o meu plano de trabalho ao município de Viana do Castelo, que, espero poder contribuir para a informação acerca da gestão e do conhecimento em geral sobre Museu do Traje de Viana do Castelo, dando conta de outros aspetos que se prendem com a museologia, nomeadamente em Portugal.

No município de Viana do Castelo entre museus municipais e núcleos museológicos podemos encontrar 15 instituições que relatam factos históricos, usos e costumes das nossas gentes. Esta mensagem é transmitida ao público por uma particularidade específica

dos núcleos museológicos, pois estes estão sediados no local no contexto da mensagem a transmitir. Se a mensagem está direcionada para os usos e costumes do mar, o núcleo museológico encontra-se numa localidade junto ao mar onde podemos encontrar estes relatos. Se os usos e costumes se relacionam mais com o monte ou o campo, o núcleo museológico é implementado de acordo com esse mesmo contexto.

Numa ótica sociocultural a estratégia de implementação de núcleos museológicos é benéfica para as populações locais onde aqueles se encontram ou se inserem, pois cada um desses núcleos reflete uma identidade e realidade próprias.

CAPÍTULO III

POLITICAS CULTURAIS E MUSEUS EM PORTUGAL

Políticas Culturais

O interesse pela instituição Museus em Portugal nunca foi uma componente importante nos interesses culturais do país. A preocupação em preservar os feitos nacionais, os nossos hábitos e costumes era importante, mas não havia uma preocupação específica neste setor.

“A Revolução do 25 de Abril de 1974 e, na sua sequência, as profundas transformações políticas, sociais e culturais que foram moldando um país libertado, tiveram, naturalmente, profundo impacto, positivo e transformador, na evolução dos museus portugueses, embora seja também verdade que alguns dos seus mais graves constrangimentos se mantêm, nos dias de hoje, como herança de incipientes políticas, ou ausência delas, impedindo o seu pleno desempenho social e cultural”. (Silva, 2002, p. 97)

Em 1976, o sector Cultura surge nos programas de governo, no entanto com relevâncias diferentes, ora como Ministério, ora sob tutela de outros Ministérios. Só em 1996, o Ministério da Cultura define a sua importância no sector político nacional. Segundo Santos (2001), este ritmo de sucessões de governos interfere sobre as definições das linhas de orientação das políticas culturais, sobre a produção legislativa, que é a condição necessária para que as linhas de orientação venham a ser realizadas.

Segundo o Ribeiro (2009), no seu livro “ *Á procura da Escala* ”, o dinamismo cultural depende do governo regente. Utilizando as palavras do autor, pois ao alterar os termos utilizados poderia distorcer o seu pensamento, “*se o governo for de direita*”, (orientação política mais conservadora) este privilegiará o património, a música erudita, a museologia, enquanto remete para segundo plano os temas como artes performativas, artes criativas. Estas últimas devem procurar trabalhar no sentido de se auto rentabilizar. A política tende para uma conservação na área da história e do património. Contudo, “*no governo de esquerda*”, (orientação social democrata clássica, mais liberal) o incentivo vai de encontro à criatividade dos artistas. Privilegia-se a criação de obras, como teatro, cinema e a dança. Defende-se também o acesso à população dos bens culturais, assim como a sua descentralização. O incentivo à arte contemporânea não descora a preocupação de proteger os arquivos, sejam eles de carácter oral ou escritos, os documentos em papel assim como os de película. Compete-lhe a criação de meios para que haja o relacionamento entre artes e costumes, sendo as novas tecnologias, o meio que permita a troca de conhecimentos entre áreas distintas.

A política cultural do país é o conjunto de ações governamentais planeadas com o objetivo de atingir um determinado fim. Este esforço surge no unir de esforços para a articulação

entre política cultural e a política educativa. Esta parceria, segundo Santos (2001), tem sido uma fraca articulação, pois obstáculos a nível de formação têm surgido. A falta de qualificação tem-se encontrado na formação específica de artistas, técnicos e outros profissionais da cultura, mas também no que diz respeito à formação básica da população em geral.

No sentido de colmatar esta lacuna, desde o fim da década de 90, que o Ministério da Cultura (M.C.) e o Ministério da Educação (M.E.) trabalham em sintonia através de grupos de trabalho para prosseguir com o objetivo comum, criar medidas onde se implante a articulação entre ambas as políticas. Em 1997, é criado o Programa Nacional de Promoção da Leitura, com referência ao Diploma da Rede Nacional de Bibliotecas, 1987, lançado pelo ME. No seguimento desta filosofia surge a Rede de Teatros e de Espaços Culturais em 1999, e no ano 2000 a Rede de Museus. Esta preocupação da qualificação pela cultura não se separa da qualificação da mesma, ou seja, remete para a profissionalização dos artistas e outros profissionais da área.

Com a criação da RPM, o panorama nacional em relação aos museus sofreu uma grande evolução. Segundo Neves (2003, p. 15) “...verificam-se alterações significativas,..., no sentido positivo, e pode-se afirmar, com alguma segurança, que se tem verificado uma progressiva qualificação do referido panorama museológico.”

3.1 Museus em Portugal

O desinteresse pelo colecionismo de arte em Portugal aconteceu durante séculos, no entanto o espólio nacional tem sido recuperado e agrupado nas instituições de referência. Segundo Moreira (1989, p. 62) com a implantação da República em 1910, uma forte ação legislativa é despoletada com o intuito de assegurar e conservar as obras de arte existentes no país. Em 1911, com a promulgação de leis para o efeito, são criados ou reestruturados museus regionais, subordinados ao poder central. Entre 1912 e 1924 segundo Henrique Coutinho Gouveia, (dados referidos no estudo de Moreira), foram criados 13 museus regionais.

Neste período da nossa história, o museu regional era o espelho da região e competia ao museu nacional dar uma imagem do poder nacional. Portugal em pleno regime Republicano sofre nova alteração política o que veio influenciar todos os sectores no país, e a cultura não foi exceção

O setor museológico, segundo Moreira (1989, p. 64) sofre maior influência nos museus locais e regionais, pois visam organizar e preservar os vários documentos, representativos das vivências passadas e presentes de cada local, culturalmente individualizadas. Neste período e ainda segundo a mesma autora, destacam-se os nomes de Luís Chaves, Sebastião Pessanha e João Couto, a quem coube a responsabilidade de definir o plano museológico do país.

Em Moreira (1989, p. 12) encontramos um estudo sobre museus e monumentos em Portugal de 1772 até 1974. Segundo este estudo, e com base nos resultados dos inquéritos realizados e cedidos pelo Departamento de Museus do Instituto do Património Cultural em 1986, Portugal tinha em 1974, 196 Museus distribuídos pelo território continental.

Tabela 2 - Distribuição de Museus em Portugal no ano 1974

Distritos	Localização dos Museus		Total
	Na capital de distrito	Fora da capital de distrito	
Lisboa			
Porto	26,7	11,7	38,4
Coimbra	5,1	6,6	11,7
Aveiro	4,6	2	6,6
Braga	,5	5,6	6,1
Santarém	2	3,1	5,1
Faro	,5	4,6	5,1
Évora	2,6	1,5	4,1
Setúbal	1	2,6	3,6
Beja	1,5	2,1	3,6
Leiria	1	1,6	2,6
Bragança	,5	2,1	2,6
Viseu	1	1	2
Guarda	1	1	2
Portalegre	1	,5	1,5
Vila Real	1	,5	1,5
Castelo Branco	1	,5	1,5
Viana do Castelo	,5	,5	1
	1	-	1
total	52,5	47,5	100% (196)

Fonte: Moreira (1989, p. 45)

Do número de museus apresentados pode-se verificar que 52,5% da sua totalidade estão sediados nas capitais de distrito. Embora com pouca diferença, o museu é neste período um fenómeno de características urbanas. Esta forma de divisão dos museus assim como as suas características serão nos anos 90, reestruturados segundo as normas estabelecidas pelos organismos responsáveis.

A distribuição por tipologia dos museus inventariados segundo Moreira (1989, p. 32) tornou-se difícil e complicado em virtude da falta de historial e vocação nesta área, “... a inexistência de grandes coleções e inventários é um indício revelador da falta de interesse pela sociedade portuguesa pela produção cultural.” Esta falta de interesse no passado vai influenciar o futuro na cultura nacional. Segundo França¹ (1974, p. 486), “Além do Duque de Palmela e do Conde de Farrabo, ninguém em Portugal desejava gastar um tostão com as Belas Artes”. Ainda sobre a referência deste autor, “... em Portugal entre 1850 e 1870 nenhuma grande coleção se constituiu. Na década de 30 e 40 referenciava-se John Allen, Inglês no Porto, Moser filho de Alemães e o Conde Carvalhido, brasileiro que morava em Paris”, ou seja, apenas têm nomes que mostravam interesse pela cultura e no entanto nenhum deles com raízes nacionais.

Na viragem do séc. XX para o séc. XXI o panorama museológico em Portugal alterou radicalmente, fruto do surto da criação e desenvolvimento de instituições museológicas em todos os concelhos. Com a criação da RPM foi necessário fazer novamente um inventário destas instituições. Segundo, Silva² (2003, p. 246) em 1998 foi elaborado um inquérito de caracterização sendo só distribuído em 1999 a todas as instituições auto classificadas. “Partiu de uma base ... de 700 entidades e reteve, depois, 530 em efetivo funcionamento”. Com recuso aos dados mencionados por Silva (2003), o resultado mostra a necessidade de uma catalogação deste tipo de instituições. Com os requisitos recomendados pelo ICOM, só se contabilizavam 50 (Santos, 2000, p. 156 a 159). Este número representa 29 museus dos 42 tutelados pelo IPM, e 34 respondiam pelo universo total do inquérito. (Santos, 2000, p. 161)

Mesmo assim, no ano 2000 registam-se 728 museus a funcionar, e em 2007 já se contabilizavam 1018 (tabela 3). Com este crescente no número de equipamentos assistimos em simultâneo a uma mudança das políticas culturais, ao mesmo tempo que se denota uma crescente preocupação na preservação da identidade local e nacional. Esta informação é

¹ Citação retirada do estudo de Isabel Martins Moreira, do livro *Museus e Monumentos em Portugal 1772-1974*

² As redes culturais: Balanço e perspetivas da experiência portuguesa, 1987-2003, OAC, Lisboa, 23 e 24 novembro 2003

mais pormenorizada no texto de Neves (2003) onde nos apresenta os dados reais de 2006 e 2007 (tabela 3).

Tabela 3- Registo de Museus - anos 2006 e 2007 (Bdmuseus)

	Ano 2006	Ano 2007	Varição %
Museus a funcionar	1024	1081	5,6
Abertos ao Público	926	987	6,6
Permanente ou Sazonal	615	659	7,2
Abertura Esporádica	311	328	5,5
Encerrado ao Público	98	94	-4,1
Temporariamente encerrado	20	16	-20
Museus em Projeto	304	323	6,3
Museus em Intenção	93	91	-2,2
Fechado	40	48	20

Fonte: Neves (2008, p. 10)

Perante estes dados da tabela 3, podemos verificar que entre 2006 e 2007 o número de museus em funcionamento sofreu uma variação positiva na ordem de 5,6%, passando de 1024 para 1081 museus. Em relação à categoria “museus em projeto”, verifica-se no mesmo período uma subida na ordem de 6,3%. Quanto aos “museus em intenção”, a referida tabela dá-nos conta de que as cerca de nove dezenas de ideias a concretizar em projetos, particularmente, mantiveram-se no mesmo período.

O melhoramento da obtenção de informação das instituições museológicas em relação ao seu número e caracterização deve ao projeto do Inquérito aos *Museus em Portugal*. Perante a realidade encontrada em 1999, após distribuição e recolha dos inquéritos, e perante a necessidade de dar continuidade ao projeto, inicia-se o projeto Base de Dados Museus (Bdmuseus). Segundo Neves (2003, p. 4) esta base tem como um dos objetivos a permanente atualização dos números perante os critérios definidas pela entidade reguladora.

Numa gestão de otimização de meios e recursos, tem surgido nos últimos anos o modelo de gestão polinucleada. Segundo Neves (2003, p. 5) este conceito pode ser entendido como uma forma tutelada de gestão, sobretudo nas administrações locais para responder às suas necessidade. Esta diversidade de núcleos temáticos, como por exemplo no município de Viana do Castelo onde podemos encontrar 8, vem influenciar o número de museus

existentes. Isto porque, na análise quantitativa só são considerados os museus sede, os núcleos são ramificações de um museu central.

Tabela 4 - Museus Polinucleados e Núcleos (2006 e 2007)

	Ano 2006	Ano 2007	Variação % (2006/2007)
Museus Polinucleados	157	163	3,8
Núcleos	412	432	4,9

Fonte: Neves (2008, p. 6)

Em Neves (2003, p. 6) e perante os números mais recentes da denota-se um aumento de cerca de 4% de museus polinucleados e cerca de 5% de Núcleos durante os anos 2006 para 2007. Estes dados foram obtidos na Base de dados de museus (Bdmuseus) referenciados no estudo de Neves (2003).

3.2 Políticas Culturais nos Museus

O interesse pela instituição Museus em Portugal nunca foi uma componente importante nos interesses culturais do país. A preocupação em preservar os feitos nacionais, os nossos hábitos e costumes era importante, mas não havia uma preocupação específica neste setor.

Esta realidade foi constatada no momento em que o Estado quis implementar a Rede Portuguesa de Museus, (RPM), Segundo Neves (2008, p. 7) "... pode afirmar-se que..." as políticas públicas passaram a ter mais vigor no país após o inquérito nacional realizado aos museus em Portugal. Os resultados obtidos neste inquérito mostrou que não havia parâmetros que definissem a instituição museu. Dos inquiridos 532 respostas auto designavam-se museus, (Neves, 2003, p. 227), com uma grande diversidade tipológica das coleções e acervos. Após análise das respostas e segundo os parâmetros de seleção só 28 tiveram integração direta na RPM. É neste contexto de reestruturação e análise do setor que ao abrigo do DL nº 398/99 de 13 de outubro, e no artigo 10º do DL nº 41/84 de 3 de fevereiro que é elaborado o Despacho nº616/2000 de 17 de maio, definida como: "um sistema de mediação e de articulação entre entidades de índole museal, tendo por objetivo a promoção da comunidade e da cooperação com vista à qualificação da realidade museológica portuguesa."³ (Neves, 2008, p.7)

³ José Soares Neves, Os museus em Portugal: Políticas e dinâmicas do setor em Portugal noa anos mais recentes, VI Congresso Português de Sociologia, 25 a 28 de Junho de 2008

Face á situação do panorama nacional em virtude da sua diversidade, e numa expectativa de reestruturação do setor museológico num serviço continuado de recolha de informação, em 2007, a RPM é integrada no novo Instituto de Museus e de Conservação (IMC). Segundo a Portaria nº 377/2007 de 30 de março, é criada a organização interna do Instituto dos Museus e da Conservação, pelo DL nº 97/2007 de 29 de março. Este novo instituto surge do amplo processo de “reorganização das tutelas de diferentes áreas do património,” (Portaria nº 377/2007) integrando o Instituto Português de Museus e Instituto Português de Conservação e Restauro, e a Estrutura de Missão Rede Portuguesa de Museus, podendo alargar assim o seu universo de estudo nas área do património imaterial que, ainda não dispunha de enquadramento institucional no âmbito do Estado português.

Em 2004, é criada a Lei-Quadro dos Museus Portugueses (DL 47/2004), onde são definidos os princípios e conceitos que ajudaram estruturar o panorama museológico português. No seguimento deste trabalho, é elaborado o DL 228/2005, que cria o conselho de Museus onde regula as competências e regime de funcionamento dos museus. No seguimento deste DL, em 25 de janeiro é publicado o despacho normativo nº 3/2006, que estabelece as normas de credenciação dos museus, documento que ajudará na qualificação dos museus nacionais.

Em 18 de Julho de 2006, é publicado o DL nº 19/2006, onde se encontra a lista de bens classificados como de “*interesse nacional*”. Esta publicação resulta do trabalho de pesquisa e recolha de informação desenvolvido pelo IPM, que tem como função a classificação de bens culturais de valor histórico-artístico, arqueológico, etnográfico e científico.

Numa política de reorganização e centralização de serviços em 29 de março de 2007, é publicado o DL nº 97/2007 que define a estrutura Instituto dos Museus e da Conservação (IMC, I. P.), resultante da fusão do Instituto Português de Museus, (IPM), criado pelo Decreto-Lei nº 278/ 91, de 9 de agosto, com o Instituto Português de Conservação e Restauro criado pelo Decreto-Lei nº 342/ 99, de 25 de agosto.

Mais recentemente, em 15 de junho de 2009, pelo artigo 113º é estabelecido o regime jurídico para a salvaguarda do património cultural imaterial, pelo DL 139/2009. Segundo o referido DL 139/2009, é estabelecido as “bases da política e do regime de proteção e valorização do património cultural, de harmonia com o direito internacional, nomeadamente com a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, adotada na 32.ª Conferência Geral da UNESCO, em Paris em 17 de Outubro de 2003”.

Como podemos constatar, o setor museológico em Portugal está em constante alteração, procurando dinamizar e reorganizar os seus serviços e conhecimentos. Segundo Neves,

(2003, p. 9) estas mudanças também vieram permitir uma melhor recolha e controlo de informação fiabilizando os dados, proporcionando definir as políticas culturais do setor.

3.3 Rede de Museus em Portugal

No seguimento de orientação de políticas culturais foi desenvolvido no país um trabalho de colaboração entre M.E. e o M.C. Segundo Neves (2003, p. 224) “ o fato de se tratar de uma orientação política da administração central permite chamar desde logo a atenção para o papel específico que a tutela da Cultura deverá assumir no desenvolvimento cultural do país.” A rede de museus é criada no ano 2000⁴, assente numa parceria entre poder político central e local, procurando uma dinâmica entre infraestruturas físicas e conteúdos programáticos (DL nº 47/2004), tendo como objetivos⁵:

- *“A valorização e a qualificação da realidade museológica nacional;*
- *A cooperação institucional e a articulação entre museus;*
- *A descentralização de recursos;*
- *O planeamento e a racionalização dos investimentos públicos em museus;*
- *A difusão da informação relativa aos museus;*
- *A promoção do rigor e do profissionalismo das práticas museológicas e das técnicas museográficas;*
- *O fomento da articulação entre museus.”*

A importância da criação destas redes não é só pela otimização de espaços culturais e conteúdos culturais, mas pela otimização de custos neste sector. Segundo Santos (2003, p. 225) e com um exemplo reportado ao ano de 2001, mostra que a despesa do M.C. “foi de 239 milhões de euros (0,5% da despesa do estado, dados da conta geral do estado) ” sendo a despesa dos municípios de “ 454 milhões de euros, (6,4% da despesa total deste nível administrativo, dados INE) ”. O trabalho em parceria entre estas duas administrações terá como função uma descentralização tutelada de equipamentos e meios com a finalidade de enriquecimento das qualificações destes serviços.

⁴ Rede Portuguesa de Museus, Despacho Conjunto dos Ministérios das Finanças, Cultura e da Reforma do Estado e da Administração Pública nº 616/2000 de 17 de Maio.

⁵ Lei-quadro dos Museus Portugueses, art.º 103, Lei nº 47/2004,

Para integrar a Rede Portuguesa de Museus (RPM) que segundo (Camacho, Freire-Pignatelli e Monteiro, 2001, p. 32) em Neves 2003, p. 228) “é um sistema de mediação e de articulação entre entidades de índole museal, tendo por objetivo a promoção da comunidade e da cooperação co vista à qualificação da realidade museológica do país.”, os candidatos teriam de preencher pelo menos três requisitos. Continuando a lógica de raciocínio destes autores, os candidatos à RPM deveriam apresentar: - “cumprimento da função social; - observação dos cuidados de preservação e valorização das coleções e do acervo: - condições de sustentabilidade.”

Em Neves (2003, p. 229) é apresentado o estudo das primeiras adesões à RPM segundo as características principais dos museus. As primeiras integrações, 28 museus, foram em 2000 tinham a tutela do Instituto Português de Museus (IPM). Em 2001, é aberto o primeiro concurso de acesso à RPM, houve 71 inscrições e foram selecionadas 40, das quais 36 foram admitidas de imediato (Silva, 2003, pp. 247 e 248). Em 2002, seguem-se mais 33 instituições. No ano de 2003 são integrados mais 17 museus. (Neves, 2003, p. 229), totalizando em 2003 114 museus integrados na rede.

Tabela 5 - Museus na Rede Portuguesa de Museus em 2003 – Tutela e Região

Entidades promotoras	Ano				Total
	2000	2001	2002	2003	
Administração Central	28	2	3	1	34
Regiões Autónomas	-	-	14	-	14
Administração Local	-	27	12	9	48
Privados	-	7	4	7	18
Total	28	36	33	17	114
Região					
Norte	7	15	6	8	36
Centro	6	3	3	-	12
Lisboa e Vale do Tejo	14	13	7	6	40
Alentejo	1	3	2	1	7
Algarve	-	2	1	1	4
Açores	-	-	8	-	8
Madeira	-	-	6	1	7

Fonte: Santos (2005, p. 69) OAC

No seguimento destes parâmetros, o Museu do Traje de Viana do Castelo, propõe a sua candidatura em Abril de 2003 (ACMVC, 9 de Abril de 2003), sendo integrado na RPM em Junho de 2004.

Atualmente, a RPM é composta por 137 museus, sendo 28 museus e 5 palácios são tutelados pelo Instituto de Museus e da Conservação, 14 museus tutelados pelas Direções Regionais da Cultura dos Açores e Madeira e os 90 museus que integram esta rede pelo processo de candidatura. (dados do RPM em abril de 2012). Só da região norte, podemos contabilizar 32 museus segundo dados de 25 de junho de 2010, última atualização do RPM.

3.4 Tipologias de museus

Sendo os museus locais com história, relatos do nosso passado e presente, que de certa forma representam o meio onde se encontram inseridos, “...⁶*un peuple sans musées est un peuple sans tradition et sans âme...*”(Luc Besoist, p. 121), estes tem obrigatoriamente de ter um tema, uma tipologia que o diferencie.

A pluralidade de temas em estudo, o ICOM⁷ no programa de 1975-1977, “*descreve a política que os museus devem seguir e apresenta as suas classificações: museus da ciência e da técnica, da história natural, da arqueologia e história, da etnografia, de artes aplicadas, de arte moderna, regionais e especializados*”. (Moreira,1989, p. 42)

Seguindo Moreira (1989), muitas das exposições que encontramos nos museus resulta dos períodos de descobrimentos, contacto com outros hábitos outras culturas, e dos períodos das invasões militares, situação de pilhagem de bens de valor. Estas obras são apresentadas ao público em edifícios reabilitados para tal ou construídos com para esta função. Assim, cada museu tem a sua missão, o seu critério, a sua tipologia, apresentando-se de uma forma implícita de acordo com as áreas disciplinares que representam, como por exemplo museus de arte, museu de arqueologia, museu da ciência, etc.

Nos dados recolhido em 1989, verificamos que a tipologia nos nossos museus não apresenta grande alteração. Os dados recolhidos no estudo desenvolvido por Neves (2008, p. 12) nos anos de 2005 e 2006, mostra que dois terços dos museus apresentam características de tipologia de Arte, Etnografia, Antropologia e os Mistos e Pluridisciplinares.

⁶ Citação retirada do estudo de Isabel Martins Moreira, do livro *Museus e Monumentos em Portugal 1772-1974*

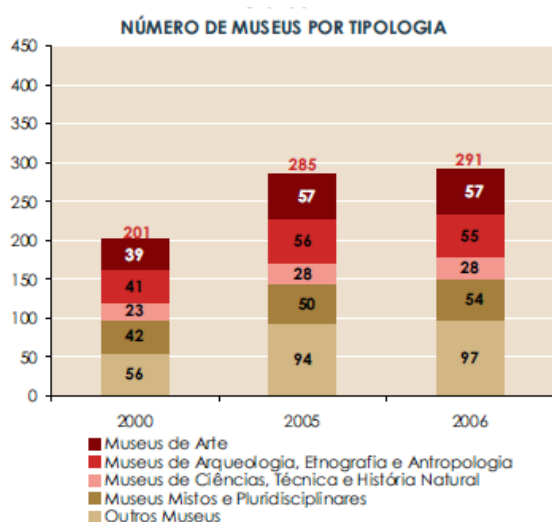
⁷ Referência do estudo de Isabel Martins Moreira, do livro *Museus e Monumentos em Portugal 1772-1974:40-56*

Tabela 6 – Museus por Tipologias 2005 e 2006

Tipologia	Ano 2005	Ano 2006	Varição %
Arte	20,6	20,7	0
Etnografia & Antropologia	19,3	17,9	-8,2%
Especializados	14,9	15,5	3,2
Mistos e Pluridisciplinares	10,7	10,7	0
Outras Tipologias	34,6	35,2	0,9
Total	618	614	-0,7

Fonte: Neves, 2008, p. 12

Gráfico 1 - Museus por Tipologias 2000, 2005 e 2006



Fonte: (Mateus 2010, p. 57)

No gráfico de Mateus (2010), podemos recuar no tempo, até ao ano 2000. Entre 2000 e 2005 são contabilizados mais 84 museus. A predominância continua a ser verificada nos museus de Arte, Arqueologia, Etnografia e Antropologia, e museus Mistos e Pluridisciplinares. O crescimento deve-se essencialmente aos museus de história que aumentaram de 15 para 27.

Das várias temáticas anteriormente referidas, a etnografia é aquela que melhor se enquadra no estudo de caso a desenvolver. A etnografia, termo oriundo⁸ do grego *éthnos* + *graphé*, designa estudo dos povos quanto aos seus costumes, mentalidades, modo de vida e cultura.

Segundo Moreira (1989) no Estado Novo, período pós 1930, há uma preocupação em recuperar elementos de denominação tradicional nacional, focalizadas na vida pré-industrial, como por exemplo o folclore, o artesanato, as tradições locais entre outras. Oliveira Salazar, *propõe a reorganização do estado, e entre outras medidas pretende fazer renascer o*

⁸ Grande Dicionário da Língua Portuguesa, 1991 tomo II:696

património histórico. Esta preocupação, numa lógica de recuperação da nossa história não é de todo um projeto descabido, contudo necessita de orientações na seleção do seu espólio.

Segundo Moreira (1989, p. 69) os museus etnográficos após vários ajustes no seu desempenho funcional e estrutural ganham a responsabilidade na interpretação do passado e na apreciação da cultura de cada grupo social. Tem como especial função documentar a diversidade das atividades numa abordagem de expressão material, sobre os traços da cultura tradicional desaparecidos ou em vias de extinção.

CAPITULO IV

MUSEUS: CONTEXTOS, COMUNIDADE E SUSTENTABILIDADE

O Museu e sua breve cronologia

“Nos museus (...) pretende-se que os objetos estabeleçam relações entre si ou se confrontem. Que despertem emoções, que sugiram o sentido de viagem no tempo e no espaço e aumentem a curiosidade pelas culturas (...) representadas.”(Valença, 1998,p.5)

O Museu teve a sua contribuição para o enriquecimento cultural do cidadão comum, ao estimular a sua curiosidade, alargar os seus conhecimentos e de uma forma direta ou indireta, incentivar a sua criatividade. Este oferece a oportunidade de um encontro entre o público e de uma determinada realidade preservada na área do património cultural e natural, com a responsabilidade de conservação, investigação e divulgação. Segundo Caston, (1989, p. 91), “O museu é o único sistema de ensino, provido num espaço neutro, onde objetos e ideias podem ser explorados e disciplinarmente cruzadas.”

A sociedade contemporânea apresenta-se nos dias de hoje em constantes fluxos culturais, sociais, económicos entre outros, encaminhando-nos para a globalização. Esta abertura ao mundo interferiu de forma direta ou indireta na forma de estar da sociedade. No velho continente, Europa, a abertura de fronteiras aos povos integrados na comunidade europeia permitiu uma fácil deslocação de pessoas na procura de uma nova experiência de vida ou simplesmente com a finalidade de lazer ou conhecimento de novos saberes.

A história sobre a instituição museu tem um longo percurso. Para Fernandez (1999, p. 4) a história da arte museológica vem da antiga Grécia. Aqui eram admiradas as obras provenientes das promessas, ex-votos, depositadas nos vários templos, como o de Delfos e Olímpia. Com o período helenista difunde-se o gosto pelas coleções constituídas por originais ou cópias de obras célebres.

Para Reis (1981), o primeiro *museion*, a utilizar o nome e funções como as que entendemos na atualidade, foi fundado no século XII a.C. por Ptolomeu Filadelfo, em Alexandria, onde existiam coleções de objetos e locais de estudo, num complexo onde englobava uma biblioteca com 40.000 livros, coleções de arte, jardins botânico e zoológico, o observatório astronómico, o anfiteatro e as salas de estudo.

Em outros autores, como Barranha (2001, p. 6), o edifício museu iniciou a sua atividade no período da renascença, com dois tipos de exibição, o estúdio e a galeria, tendo o primeiro acontecimento desse tipo sido realizado no fim do século XVII, início do século XVIII, desenvolveu-se nos palácios europeus, em que o primeiro edifício com funções

museológicas foi no Vaticano, (Pevsner, 1980, p. 133). No entanto, Fernandez (1999) acredita que o primeiro edifício desenhado para um museu funcional foi o Uffizi Gallery, em Florença durante o século XVI. Contudo, estes edifícios estavam disponíveis para famílias burguesas e aristocráticas, o que reflete bem o caráter elitista que da época. Os museus só iniciaram a sua atividade para o público em geral nos séculos XVIII e XIX.

Na sociedade grega, as coleções mantiveram um caráter público, a cultura era aberta à sociedade. Contudo, este panorama mudou com o império romano. A riqueza espoliada nas suas conquistas influenciou as famílias ricas de Roma a enveredar pelo colecionismo privado. Todavia, era facultada a todos os cidadãos a observação de obras, em locais públicos, como as termas, onde existiam salas preparadas para estes fins.

Segundo Reis (1981), é no início do Império, por Marco Agripa, general romano 63 a.C. a 12 a. C., que se propõe considerar de utilidade pública as obras de arte afastadas da sua origem e dispersas nas coleções privadas, e se colocassem em local onde pudessem ser vistas por todos. No século, III d.C. a opulência cedeu e a decadência motivada pelo fisco, pela crise das instituições culturais e pela oposição do cristianismo à arte pagã. As invasões bárbaras contribuíram para a destruição do espólio. Mais tarde, no Ocidente Teodorico o Grande juntou obras de arte antiga, pretendendo reatar a cultura romana, da qual se auto promoveu defensor e herdeiro.

No período da Idade Média, continuando sob o raciocínio de Reis (1981) o colecionismo sobreviveu sob a forma de tesouros de objetos preciosos ou de relíquias de santos, sob a proteção das catedrais ou igrejas de peregrinação. A coleção de alfaias litúrgicas, as obras de arte e outros bens pertencentes a algumas catedrais que sobreviveram desta época, são hoje designadas como o Tesouro da Sé.

No entanto, em Reis (1981) no período Renascentista, em Itália, com a ascensão pela riqueza dos comerciantes e banqueiros, o desenvolvimento do selecionismo reaparece. Em Roma, durante os séculos XIII e XV, assiste-se a uma recolha indevida de antigos monumentos para reutilizar em novas construções. Nesta fase, o espólio da igreja vai aumentando, dando origem ao museu do Vaticano. É no período do Iluminismo que o conceito de museu começa a formar a sua sustentabilidade. O caráter público e didático começa a ganhar importância por parte dos pensadores. Criam-se edifícios, estruturados para o desenvolvimento destas instituições. França, através do Louvre cria uma imagem de museu. No império de Napoleão, França torna-se numa montra artística das noções por Napoleão conquistadas. Todas as nações contribuíram involuntariamente para o Louvre com os seus melhores acervos. Após a queda de Napoleão, grande parte do espólio

regressou às origens, ficando contudo a ideia base, o museu universal. Com a revolução industrial, nos séculos XVIII e XIX, criou-se um novo conceito de exposições. Mostra-se ao público os artigos produzidos pela indústria. A sociedade industrial acelerou a criação de instituições públicas de portas abertas nos feriados, como por exemplo o Conservatório Nacional de Artes e Ofícios de Paris em 1794.

No século XX, e do outro lado do mundo, a América atribuiu ao museu funções para além das já conhecidas, conservação e recolha, passando a partir deste momento a ser o centro de investigação científica e para a transmissão ao público das mensagens da arte e da ciência. Esta dualidade criou na Europa uma agitação nos responsáveis por estas instituições. Análises de ordem estética, histórico-científica, técnica e social foram realizadas de forma a contribuir para o prazer e instrução do público em geral.

“O museu é uma instituição ao serviço da sociedade, que incorpora, inventaria, conserva, investiga, expõe e divulga bens representativos da natureza e do homem, com o objetivo de aumentar o saber, de salvaguardar e desenvolver o património e de educar, no verdadeiro sentido dinâmico da criatividade e cultura.” (APOM, 1979, p.31).

Em 1989, quando o ICOM inscreveu nos seus estatutos a definição mais recente de Museu de então, deu-se um passo importante para a nova conceção da instituição e do seu papel na sociedade. De salientar, nesta última definição de museu a introdução do termo “... sem fins lucrativos...”, expressão inexistente até esta data.

“Uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, e que produz investigação sobre os testemunhos materiais do Homem e do seu ambiente que, uma vez adquiridos, são conservados, divulgados e expostos, para fins de estudo, educação e de deleite.” (ICOM, 1989, p.13)

O museu passa então a caracterizar-se por uma instituição sem fins lucrativos ao serviço da comunidade e do desenvolvimento. Porém, a evolução sentida nesta instituição é também sentida na sociedade geral assim como nas suas exigências e preferências. Novos Museus nascem assim como outras alternativas de lazer, cultura e aprendizagem são oferecidas ao cidadão. Este novo leque de oportunidades, passa a ser um obstáculo para a desenvoltura na instituição museu, isto porque começa a sentir dificuldades na sua sobrevivência, o financiamento público começa a não chegar para satisfazer as necessidades económicas do seu funcionamento.

Segundo Garcia (2003, p. 22), é importante a existência de uma definição que estabeleça algumas linhas orientadoras sobre o que um museu de ser ou não, definida por uma instituição credível, ICOM, mas estas não devem ser mais do que um enunciado de

características básicas e objetivas, às quais lhe podemos chamar “características técnicas”, permitindo e incentivando assim a diversidade da instituição museológica.

Atualmente o cidadão tem a possibilidade de viver novas experiências nas instituições museológicas pois a diversidade de escolha assim o permite. Podemos escolher um museu por variadas temáticas, assim como atividades pelo museu desenvolvidas. Podemos escolher o museu estático, silencioso cheio de quadros com a sua identificação normativa, como podemos optar pela irreverência, museus referenciados pelo seu moderno design, ruído ambiente e comunicação interativa.

Esta inovação constante na preocupação de responder às exigências da sociedade, de absorver novos valores, novas linguagens, de não criar obstáculos às políticas da tutela, não estará a descorar o conceito básico da instituição museu.

Na sociedade atual, a instituição museu não se preocupa somente com a exposição do seu espólio. O museu procura a cativação de novos públicos pelos vários mecanismos que tem ao seu dispor como por exemplo, as exposições e as novas tecnologias. O museu estático, montra do passado, foi substituído pelo museu dinâmico, preocupado em chamar a si novos públicos. Em Fernandes (2003, p. 27) os museus não são para ser fruídos apenas pelos visitantes e grupos cultos, letrados, educados que sempre procuraram os museus e que continuarão a ser utentes.

Procura-se um trabalho direcionado para a captação de públicos até outrora omitidos. Esta procura, este abrir de portas a novos visitantes é essencial na sustentabilidade da instituição. Retomando o raciocínio de Isabel Fernandes (2003, p. 27) teremos edifício, coleção e exposições, mas não temos museu se não houver procura. Para haver museus é necessário haver público, e estes fazem-se, criam-se, conquistam-se e estimulam-se.

Em paralelo com as atividades propostas pelas instituições, que procuram ir de encontro a todos, as novas tecnologias da informação também oferecem importantes e variados benefícios. Se estas forem bem utilizadas, podem funcionar como um bom instrumento de auxílio dentro e fora do museu, podem melhorar o nível de comunicação entre o museu e os seus públicos mas também ao nível pedagógico e lúdico. Para Nascimento e Ventura (2005, p. 445) os museus surgiram na sociedade contemporânea num contexto de preservação e de testemunho da memória e da cultura material.

4.1 Os Museus – que sustentabilidade?

“Como podemos ligar as componentes da sustentabilidade à relação dos museus com as comunidades, ou à sua capacidade de atrair e de satisfazer os públicos, assim como às questões do financiamento e das tutelas, e dos modelos de gestão dos museus e de como estes se inserem no desenvolvimento da sociedade? (Filipe, 2011, p. 2)

Por definição comum um museu foi criado para prestar um serviço à comunidade e contribuir para o seu desenvolvimento. Numa resposta à sociedade atual o museu tem como missão a valorização patrimonial local e nacional. Espera-se que nesta ótica se reúnam uma informação capaz de ser transmitida às gerações vindouras.

Segundo Filipe (2011), abordar o tema sustentabilidade dos museus é remetermo-nos para questões de ordem política de responsabilização dos poderes públicos. A complexidade deste tema, pois não nos podemos esquecer que a maioria dos museus tem a tutela do estado, desaconselha-nos leituras e modelos de análise de sumpto geral. O termo sustentabilidade, na área da cultura, e neste caso específico, nos museus encaminha-nos para uma ideia de eles mesmos serem um fator de desenvolvimento sustentável. Teoria esta que acaba por se mostrar complexa, em virtude do sistema de tutela dos museus, e pertinente na sua abordagem.

As primeiras abordagens sobre o tema de sustentabilidade acontecem no ano de 1992, no Rio de Janeiro, Brasil, numa Conferência das Nações Unidas. Desde então, o termo sustentabilidade está associado a uma visão de futuro da humanidade, que no caso específico dos museus implica uma ponderação sobre a sua duração, a qualidade do seu funcionamento e dos serviços prestados enquanto organizações sem fins lucrativos.

Ao colocarmos o museu, no patamar da sustentabilidade económica, não nos podemos esquecer da sua diversidade e da capacidade autónoma no cumprimento dos seus objetivos. Segundo Graça Filipe (2011), esta questão encaminha-mos para os modelos de gestão destas instituições. Mais uma vez, assunto perplexo a explorar, pois vamos de encontro aos recursos financeiros e humanos destinados ao exercício da missão.

Recuando um pouco no tempo, vamos encontrar três acontecimentos que marcam um conceito diferente da museologia. Em 1970, na 10ª Assembleia Geral do ICOM em Grenoble, é adicionado ao conceito universal de museu, a palavra desenvolvimento. Neste mesmo ano, através de Hugues de Varine é apresentado o conceito de ecomuseu. O museu

sai de casa, e cria uma nova relação com a natureza e o meio. Este surgimento de novos conceitos e interações do museu com o meio teve o seu culminar em 1972, na Mesa Redonda de Santiago do Chile.

O termo sustentabilidade na área museológica é tema atual, o que e que começa a inquietar as instituições governamentais. Na cidade do Porto, a 07 de Junho de 2011, o ICOM organizou um Painel temático onde o tema em debate era *Museus e Sustentabilidade Financeira*. A pertinência colocava-se na forma como o ICOM poderia ajudar a comunidade dos museus nos seus projetos de desenvolvimento sustentável. Interligados com esta questão, surgem outras perspetivas que abordam a sustentabilidade dos museus e o papel destes para o desenvolvimento do meio onde se inserem.

Marco Alexandre Saias, representante do Museu Nacional Soares dos Reis e presente neste painel temático, conclui que “ Existem oportunidades significativas para os museus poderem alavancar-se de forma a continuarem a manter a coerência com as suas missões e mandatos, e conseguirem ainda receber um retorno sobre o investimento...” (2011, p. 10).

No entanto, Humberto Rendeiro, representante do Museu de Francisco Tavares Proença Júnior, também presente no encontro promovido pelo ICOM, é da opinião “... que no panorama de crise financeira, que afeta o sector cultural português, ainda não existe um caminho seguro que garanta uma maior sustentabilidade dos museus nacionais...” (2011, p. 12).

Segundo Mairesse (2010), museus e economia estabelecem uma difícil coabitação, porém a realidade assim os obriga, pois o museu necessita de recursos materiais e humanos para a sua subsistência. Assim, o museu terá sempre o problema do seu financiamento diretamente ligado á sua missão. Sendo o Estado a sua fonte de sustentabilidade, a missão do museu terá sempre limitações do poder político.

Segundo Graça Filipe (2011, p. 9), também presente no encontro de Junho de 2011 do ICOM, o tema é de muita discussão e incertezas, a sustentabilidade continuará a ser um ponto importante para a continuidade dos museus mas em simultâneo tem a sua ambiguidade. “Que museus queremos para o futuro? O poder dos museus não é apenas simbólico, resulta da interligação da sociedade e com o meio em que se insere. É importante defender o património e os acervos dos museus, mas não podemos descurar a sua orgânica e o seu modelo financeiro.”

A evolução económica neste sector está diretamente relacionada com as necessidades do consumidor final. A preferência no consumo cultural originou, nos estudos de economia da

cultura, o surgimento da noção de capital cultural pessoal determinado por a dotação recebida na infância e adolescência no seio de num determinado ambiente familiar e por bens e serviços culturais consumidos ao longo da vida.

Neste processo de evolução contínua do conceito museu na sociedade podemos encontrar atualmente estruturas museológicas que apresentam uma gestão sustentada na procura ativa de público, com implicações diretas nas economias locais. O estudo de caso do Museu do Traje de Viana do Castelo, não se enquadra de todo neste tipo de estrutura, no entanto conhecer o que esta instituição representa no local onde se encontra inserida é importante para o desenvolvimento da sua missão. Na sociedade atual é necessário saber se o trabalho desenvolvido pela instituição é conhecido, pois é esse o seu papel na comunidade, e quais os proveitos que a comunidade envolvente pode adquirir em colaboração com a mesma instituição.

4.2 O Museu Superstar

Frey (1998) remete-nos de uma forma sucinta e com a preocupação do pormenor descritivo sobre a realidade atual dos museus, mais precisamente para o conceito de *Superstar Museums*. Conceito ainda pouco explorado em Portugal, o Superstar Museums é apresentado sob a forma de uma estrutura funcional e financeira. Conceito com raízes Americanas já se encontra com seguidores na Europa, em espaços como o Museu do Louvre em França ou o Museu Rainha Sofia em Espanha.

O Superstar Museums é definido neste *paper* segundo cinco linhas orientadoras que o definem como um local de grande interesse turístico e com fama a nível internacional, com um grande número de visitantes, uma coleção referenciada a um nome ou pintura, uma arquitetura excecional e com uma diretiva para o plano comercial onde exerce grande importância na economia local. Este fator está diretamente relacionado com a lei da oferta e da procura. Ao reunir estas características o Superstar Museums está a definir a sua estratégia de mercado assim como, a definir a sua própria política de funcionamento do Museu. O Museu sai do seu conceito tradicional e passa a interagir com a comunidade.

“O Museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da comunidade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, tendo em vista o estudo, a educação e a fruição” (ICOM, 1995, p. 16)

O conceito de Superstar Museum foge ao conceito até aqui conhecido no processo de gestão de uma instituição museológica. A teoria da instituição vocacionada só para fins socioculturais abre portas a novos conceitos da sociedade, como a economia. A preocupação económica começa a fazer parte das preocupações destas instituições. Com a política de captação de públicos o Superstar Museums é induzido a fornecer ao público a sua experiência e o seu conhecimento, na ótica de eventos, história, tecnologia, política, filmes e TV, tendo também de prever ações relacionadas com a educação, alimentação, ofertas, compras e entretenimento.

O conceito do status de Superstar apresentada por Frey (1998) afeta a política de gestão de um museu, desviando-a da sua atividade normal, conhecida pelo cidadão comum. Para Fernandes (2003, p. 28), *“os museus não são, nunca deveriam ser, espaços desenraizados do meio sociocultural em que se inserem. Por alguma razão os museus nasceram onde nasceram e são constituídos por um determinado tipo de coleções...”*. No seguimento do raciocínio de Fernandes o museu reflete no seu espólio a história do local onde se encontra inserido. No entanto, e perante as necessidades da comunidade atual, o museu tem alargado as suas funções perante e não se limita ao ato de colecionar, restaurar, pesquisar e expor objetos que compreendem o acervo. A interação destas duas visões das funções do museu mostra funções museológicas, no qual se concebe o público como um sujeito ativo e participativo, que interage com a mensagem expositiva.

Falar do relacionamento entre museu e a comunidade, segundo Santos (1999) em “Reflexões sobre a Nova Museologia” até bem recentemente, era falar da relação museu-público, e mais especificamente, era abordar os problemas relacionados com a carência de público nos museus. Perante a situação vivida nos Estados Unidos da América, onde os museus são transformados em ambientes interativos com o público, novas situações são ponderadas ao nível europeu. Tornar os museus dinâmicos, oferecer serviços, palestras, projetos com as escolas, entre outros. Segundo a mesma autora, estes programas, na sua maioria, estavam relacionados com uma ansiedade no sentido de justificar a existência da instituição junto aos órgãos responsáveis por sua manutenção, justificada pelo aumento do número de visitantes. Com o desenvolver do estudo em torno do papel que os museus devem desempenhar junto da sociedade, das relações entre museu e público, e entre o museu e a comunidade a sua complexidade aumenta. Ao analisar caso a caso estas relações assumem características específicas, de acordo com os diferentes contextos e grupos com os quais os projetos se desenvolvem.

Na sociedade atual, a instituição museu não se preocupa somente com a exposição do seu espólio. O museu procura cativar o interesse da sociedade através de vários mecanismos

que tem ao seu dispor. O museu estático, montra do passado, foi substituído pelo museu dinâmico, preocupado em chamar a si novos públicos. Em Fernandes (2003, p. 27) os museus não são para ser fruídos apenas pelos visitantes e grupos cultos, letrados, educados que sempre procuraram os museus e que continuarão a ser utentes.

Em paralelo com as atividades propostas pelas instituições, que procuram ir de encontro a todos, as novas tecnologias da informação também oferecem importantes e variados benefícios. Se estas forem bem direcionadas, podem funcionar como um bom instrumento de auxílio dentro e fora do museu, podem melhorar o nível de comunicação entre o museu e os seus públicos mas também ao nível pedagógico e lúdico.

4.2.1 A dinâmica do Superstar Museum

Frey (1998, p. 113) define o museu superstar como um grupo de elite entre os museus, geralmente conhecidos e famosos museus de arte. Captadores de turistas são museus destacados nos guias turísticos, que contribuem para um o seu estatuto de culto que quase todo o mundo reconhece o seu valor.

Na sua análise económica, Frey (1998), apresenta cinco características fundamentais que permitem a diferenciação entre o museu comum e o museu superstar. Segundo o autor, estas instituições destacam-se pela sua fama no mundo da arte, apresentam um número elevado de visitas, possuem uma coleção de pintores conhecidos destacando pinturas específicas, desenvolvem a sua atividade em edifícios com uma arquitetura excecional e por último, o contributo económico substancial na comunidade onde se encontram. Para uma melhor compreensão desta diferenciação o autor apresenta exemplos para fundamentar e mostrar de uma forma mais perceptível o seu raciocínio. Como exemplos de Museums Superstar, Frey (1998) referencia Metropolitan Museum of Art, em Nova Iorque com 4 milhões de visitantes, os museus do Vaticano em Roma, o Louvre em Paris, instituições referenciadas nos guias turísticos

Neste tipo de instituições o trabalho é direcionado para a captação de públicos até outrora omitidos. Esta filosofia de trabalho vai de encontro ao defendido por Fernandes (2003, p. 27) "... temos edifício, temos coleção, temos exposições, mas não temos museu. Isto porque, para haver museus é necessário haver público. E estes fazem-se, criam-se, conquistam-se e estimulam-se." Porém, esta dinâmica afeta fortemente a política do museu. A preocupação constante de cativação de novos públicos interfere diretamente com a descentralização dos processos de atividade, o que acarreta uma maior flexibilidade na gestão dos recursos humanos. A preocupação em selecionar um número de artistas de renome, constitui neste

mercado uma vantagem em relação á concorrência direta, a oferta de obras de qualidade superior é o que permite cativar os seus visitantes. A notoriedade do museu deve-se ao facto de este ter uma obra mundialmente reconhecida. Um só exemplar, é uma característica suficiente para colocar o museu na rota dos visitantes. A gestão destas áreas é fundamental na política dos museus. Neste tipo de organização o museu nunca deve esquecer a sua essência, só depois reconhecer as suas capacidades como um polo empreendedor.

Para Frey (1995) os museus são atualmente confrontados com novos desafios. Esta modificação interfere também na sua orgânica. Na sua maioria os museus são produto do estado, o que delimita de certa forma as suas ações. Por exemplo a renovação de quadros é um fator limitativo das suas funções. Como forma de ultrapassar este obstáculo, descentralizam-se funções por atividades específicas que vão de encontro aos visitantes dos museus.

Ainda no seguimento do pensamento de Frey (1998) a estrutura do Superstar Museum é alicerçada também na sustentação económica. As receitas nestas instituições são na sua maioria oriundas das livrarias e dos restaurantes dos museus. Constituem uma fonte de rendimento na economia local, isto porque os visitantes não se limitam só a visitar o museu, vão usufruir dos bens e serviços que se encontram direta ou indiretamente relacionados com o museu.

O fenómeno superstar na arte tem sido referida segundo a lei de mercado, oferta/procura. Do lado da procura, temos consumidores que estão dispostos a pagar mais em troca de maior talento. Com exemplos extraídos do artigo *Superstar Museums: Na Economic Analysis*, *Journal of Cultural Economic* o público prefere comprar Ópera de Domingo Pavarotti pelo preço superior aos de outros tenores desconhecidos. Na pintura, acontece a mesma preferência, o público opta por ver um quadro de Picasso do que ver outras pinturas de artistas desconhecidos. Segundo Adler (1995), estas preferências acontecem porque o consumo de arte não é uma atividade isolada, é um ato socialmente compartilhado. O prazer de consumir arte, ainda segundo o mesmo autor, consiste na possibilidade de discutirlo com outras pessoas, amigos e conhecidos.

O Museuns Superstar apresenta uma dinâmica economista em todo o seu processo. Procura através das suas competências criar um produto vendável que contribua para a sua dinâmica e sustentabilidade financeira da instituição e impulsionar a economia da comunidade onde se integra. Contudo, e ainda segundo Frey (1995) o museu não se pode esquecer da sua real situação organizacional. Na generalidade os museus são instituições

públicas, locais com fortes restrições em matéria de gestão financeira e gestão de recursos humanos.

CAPÍTULO V

MUSEU DO TRAJE DE VIANA DO CASTELO

Museu do Traje

“O Museu do Traje foi formalmente criado com a aprovação do atual Organograma dos Serviços Municipais de Viana do Castelo, onde se encontra inserido na Divisão Municipal de Museus, a par do Museu Municipal, do Museu do Mar e do Museu Arqueológico (estes dois últimos ainda sem implementação prática), e do Regulamento Orgânico correspondente, onde está expressamente previsto no artº 39º (Da Divisão de Museus), diploma este aprovado pela Assembleia Municipal em sua sessão realizada em 26 de Junho de 1998 e publicado na II série do D.R. nº 149/98, de 1/7/98, de acordo com o disposto no artigo 44º do mesmo diploma regulamentar, consideram-se criados todos os órgãos e serviços no mesmo previstos, independentemente da sua instalação. (Ata de Reunião de Câmara de 09 de Abril de 2003)

O Museu do Traje de Viana do castelo, é um organismo de gestão pública e sem fins lucrativos ao serviço da comunidade e do seu desenvolvimento que depende da Câmara Municipal de Viana do Castelo. Hierarquicamente depende da Divisão de Museus.

A constituição de um Museu dedicado ao traje à lavradeira é uma aspiração antiga do povo vianense, desejo que remonta a 1923, aquando da abertura do Museu Regional. Segundo Basto (1930), já neste museu deveriam estar expostos os fatos da região, especialmente os fatos à lavradeira, mas não deveriam ter esta oportunidade só os fatos usados na altura, deveriam também ser expostos aqueles que já tivessem desaparecido de uso.

Nesta fase, o património etnográfico não usufruiu da mesma dignidade que as restantes coleções antigas como a arqueologia, e valiosas ou artísticas como as antiguidades e artes decorativas. Ao não fazer parte deste espólio, as tradições, os trajes, as danças e cantares ficaram sob a responsabilidade dos ranchos folclóricos do concelho e dos etnógrafos amadores que cada vez mais se interessavam pelo significado do traje.

Em 1997 a câmara municipal de Viana do Castelo adquire no centro da cidade, em plena Praça da Republica, de arquitetura “ Estado Novo”, um edifício construído em 1958 para albergar o Banco de Portugal sob o desenho de Sousa Araújo, José Cabral e Moura Alves com o intuito de aqui instalar o Museu do Traje.

Desde a aquisição do edifício para o Museu do Traje, a Câmara Municipal tem realizado obras de reparação, beneficiação e remodelação do edifício. Em 09 de Fevereiro de 1999, concede o estudo da Rede Museológica local e o programa de suporte para o Museu do Traje. Até á data de 2003, momento em que o documento suporte desta informação foi

redigido, foram realizadas várias exposições e mostras no edifício adquirido para a instalação do Museu do Traje (ACMVC de 09 de Abril de 2003).

Em 9 de Abril de 2003 a Câmara Municipal aprova o Documento fundador do Museu do Traje de Viana do Castelo. Nesta mesma data é elaborada a autorização da candidatura do Museu do Traje à adesão à Rede Portuguesa de Museus, através do Instituto Português de Museus. (ACMVC, 9 de Abril de 2003) Em Junho de 2004 o Museu é integrado na Rede Portuguesa de Museus.

Como o edifício onde o Museu do Traje se instalou não foi edificado de raiz para fins museológicos, este teve de sofrer mais ajustes às necessidades atuais, como o respeito pelas normas de segurança, a acessibilidade ao edifício e a mobilidade dentro do edifício para pessoas com deficiências motoras, (construção de um elevador). Em 21 de Agosto de 2008, o Museu reabre novamente ao público.

5.1 O Museu do traje - recursos humanos, missão e espólio

O Museu do traje é uma instituição integrada na estrutura da Câmara Municipal de Viana do Castelo. O quadro do pessoal do Museu do Traje de Viana do Castelo é determinado pelos órgãos competentes da mesma Câmara Municipal segundo o Regulamento da Organização dos Serviços Municipalizados da Câmara Municipal de Viana do Castelo⁹, art. 68º, seção III Departamento de Dinamização Cultural.

A orgânica abaixo citada foi obtida durante o período de estágio nesta mesma instituição em 2008. Assim, estão referenciados para este edifício 5 pessoas, nomeadamente um Chefe de Divisão; duas Técnicas; uma Assistente Técnica e uma Assistente Operacional.

Todos os funcionários possuem formação na área de museus dentro dos requisitos da Rede de Museus. Com a nova remodelação das carreiras na Administração Pública, as carreiras foram agrupadas, os funcionários estão na mesma categoria profissional mas, cada um exerce uma função diferente dentro da organização. Estas funções são desempenhadas de acordo com as suas formações e aptidões. De salientar contudo, a preocupação do museu no desenvolvimento da polivalência e flexibilidade entre os funcionários, facto este que lhe garante o bom funcionamento das atividades desenvolvidas.

⁹ aprovado em ata a 27 de Dezembro de 2010.

O estudo de caso do Museu do Traje de Viana do Castelo, traz a evidência de que esta instituição desempenha, no local onde se encontra inserida, uma importante missão, contribuindo assim para o desenvolvimento local e cultural.

A missão do Museu do Traje de Viana do Castelo é constituída segundo a sua função no setor etnográfico e de acordo com o “ Plano de Prevenção de Riscos e Infrações conexas do Município de Viana do Castelo. (ACMVC de 21 de Março de 2011)

- Realizar e coordenar os trabalhos de inventariação, conservação, investigação e estudo das coleções;
- Propor a aquisição e incorporação de bens que valorizem e completem as coleções, com especial enfoque para o traje à Vianesa e a sua circunstância;
- Conceber e organizar as exposições permanentes e temporárias bem como, os respetivos programas de animação e promoção;
- Propor e executar o programa anual dos Serviços Educativos do Museu e núcleos museológicos;
- Organizar e assegurar o serviço de acolhimento ao público, bilheteira, loja e vigilância das instalações;
- Organizar e gerir o Centro de Documentação promovendo o seu enriquecimento e divulgação;
- Conhecer e registar em diversos suportes o património etnofolclore do concelho, nomeadamente o dos grupos folclóricos e artesãos;
- Observar o cumprimento do Regulamento próprio.

Para sustentar a informação sobre o espólio existente no Museu do Traje foi necessário recorrer às atas das reuniões da Câmara Municipal de Viana do Castelo. No período compreendido entre o momento da aquisição do edifício, 1997 e o ano 2000, o Museu do Traje funcionou com exposições temporárias. Porém, durante o ano de 2000, iniciou o “projeto de aquisição de bens, assim como a incorporação no seu Centro de Documentação de documentos em variados suportes forma a construir um espólio e um discurso expositivo com base em recolhas das artes, ofícios e saberes populares que, de alguma maneira, correm o risco de se perder.” De 2002 e 2003 foi efetuada uma pesquisa sob o Ciclo do Linho, projetando este trabalho para um registo videográfico, efetuado pela Associação de

Produção e Animação Audiovisual, Ao-Norte, sob um subsídio de € 4.800,00. (ACMVC de 15 de Março de 2006)

As primeiras referências à aquisição de espólio para o Museu do Traje de Viana do Castelo surgem nas atas de 2003. “O Museu do Traje tem vindo a enriquecer o seu acervo através de aquisições e doações que progressivamente vão constituindo o seu fundo museológico e que está ainda longe de ser o necessário, (ACMVC, 12 de Fevereiro de 2003). Assim, em 12 de Março de 2003, sob a vereação de Flora Silva a Câmara propõe a aquisição de algumas peças de valor e raras da Sr^a Maria Cândida Barbosa no valor global de 1750 Euros.

Ainda no decorrer do mesmo ano, e em plena preparação de montagem da exposição permanente consagrada à produção, transformação e aplicação do linho no traje tradicional, com o apoio do Instituto Português de Museus (IPM), é proposto pela Sra. D. Maria Cândida Viana Barbosa, peças de vestuário importantes para o espólio do Museu. O valor total destas peças foi de 967,50 €. (ACMVC, 26 de Março de 2003)

Em 2004, o fotógrafo Gualberto Boa-Morte propôs à Câmara Municipal a aquisição de um filme no formato de 16 mm, de 1953, sobre aspetos paisagísticos da cidade e a Romaria da Sr^a d’Agonia. O valor desta aquisição é de 7.500 € + IVA, integrando os direitos de autor e conexos. (ACMVC, 14 de Julho de 2004)

No ano de 2005 a Câmara depara-se com a proposta de venda de 56,05 metros de Estopa e Linho caseiros por um particular ao Museu do Traje, no valor global de 476,63 € e considerando a sua antiguidade e raridade bem como a oportunidade de aplicação nos *workshops* a realizar no âmbito do Programa de Certificação do Bordado de Viana. (ACMVC, 12 de Dezembro de 2005)

Entre, 11 de Fevereiro e finais de Junho de 2006 decorreu uma exposição intitulada, “Elegância e Donaire – Um Século de Roupas Feminina”, e cujo conteúdo museológico foi doado pela Sr^a D. Maria Helena Vasconcelos, quer através de aquisições de peças provindas de espólios particulares. Nesta altura é proposto pela Sr^a D. Anabela Teixeira Machado Franco uma vasta coleção de peças, das quais e após análise de uma Comissão se verificou interesse para a instituição. O valor global proposto para a aquisição foi de 1.900,00 €. (ACMVC, 15 de Fevereiro de 2006)

Embora a Câmara vá adquirindo algum espólio para o Museu do traje, muitas das peças que contam nos seus inventários advêm de doações de particulares. Exemplo desta situação, temos a cedência pela pessoa do Dr. Manuel Freitas da coleção particular de ouro antigo,

oferta esta que ficou a aguardar a realização de obras na cave do Museu do Traje. Local onde atualmente já se encontra aberto ao público. (ACMVC, 1 de Agosto de 2007)

Recentemente, no de 2011, o Museu do Traje recebeu da família de Amadeu Costa, "...a doação de 258 peças soltas e de 56 trajes completo,..." (catalogo Museu do Traje, coleção Amadeu Costa). Estas cedências de coleções ou peças de particulares e as pontuais aquisições, vão engrossando o espólio do Museu do Traje, preservando assim, a cultura de usos e costumes do Traje Vianês (ACMVC de 31 de Outubro de 2011).

5.2 Museu do Traje – categorias de visitantes e evoluções

Na sociedade atual é necessário saber se o trabalho desenvolvido pela instituição é conhecido, pois é esse o seu papel no comunidade, e quais os proveitos que a comunidade envolvente pode adquirir em colaboração com a mesma instituição. Foi nesse sentido que se organizou este capítulo a fim de dar conta dos dados recolhidos relativos ao número de visitantes nas suas categorias e posteriormente ao conhecimento da representação do Museu do Traje na cidade de Viana do castelo.

5.2.1 Dados recolhidos no Museu do Traje

Os dados recolhidos nos registos de entradas do Museu do Traje reportam ao período de 2006 a 2008, período que reunia dados concretos para o estudo. Em consequência dos vários períodos de obras de reestruturação os dados referentes aos anos imediatamente antes de 2006 não estavam disponíveis para consulta.

Na tabela, (anexo 1) e gráficos seguintes podemos visualizar de uma forma mais explicita o trabalho desenvolvido por esta instituição no município. Teremos a perceção da direção do trabalho realizada assim como a evolução no número de visitantes.

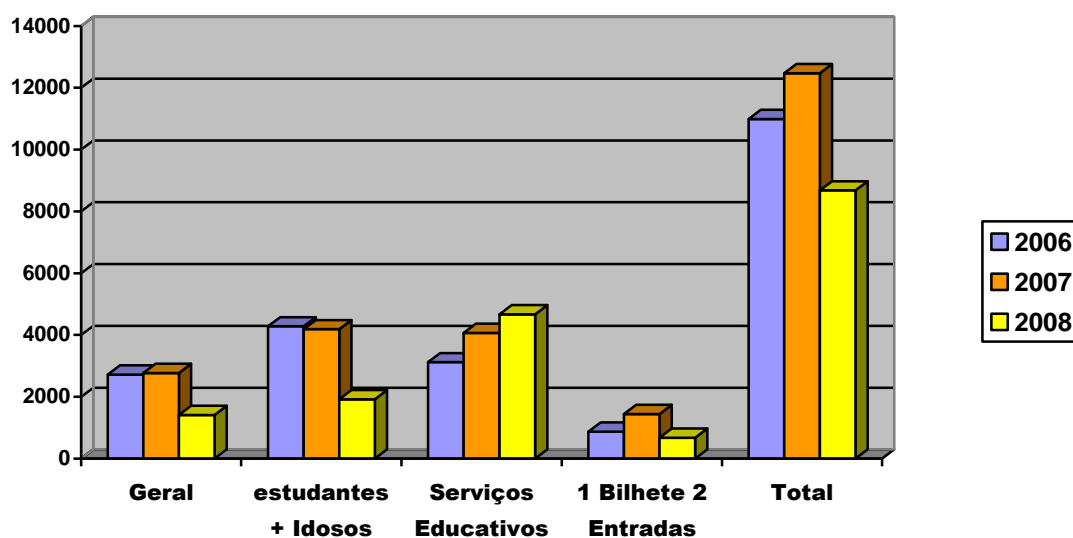
Inicialmente procedeu-se à recolha de dados sobre o período de trabalho efetivo, 2006 a 2008. Posteriormente, e tendo em consideração o processo de recolha de informação da instituição, agruparam-se as visitas por grupos e por r meses. A instituição apresentava o registo das visitas de acordo com quatro critérios ou categorias, nomeadamente :a) o público geral; b) estudantes e idosos; c), os serviços educativos; e) os visitantes que adquiriram a entrada no Museu de Arte e Arqueologia, (os visitantes que adquirirem o

ingresso de entrada no Museu de Arte a Arqueologia podem visitar o Museu do Traje sem adquirir novo ingresso e vice-versa).

Perante os números de ingressos vendidos constatamos que o museu apresenta valores expectantes e em ascensão. O ano de 2008 embora apresente um número de visitantes pouco acima das 8000 mil visitas, este número é bastante positivo, tendo em consideração que o Museu esteve encerrado para trabalho de remodelação de edifício durante sete meses.

De salientar que durante o anos de 2008, 54% das visitas foram registadas no sector de serviços educativos, crianças em idade escolar, infantários e ensino básico. O serviço comunitário e educativo é uma das missões do museu, no entanto este é menos produtivo no conceito da dinâmica económica do local onde está inserido.

Gráfico 2 – Museu do Traje de Viana do Castelo – Visitantes em 2006, 2007 e 2008



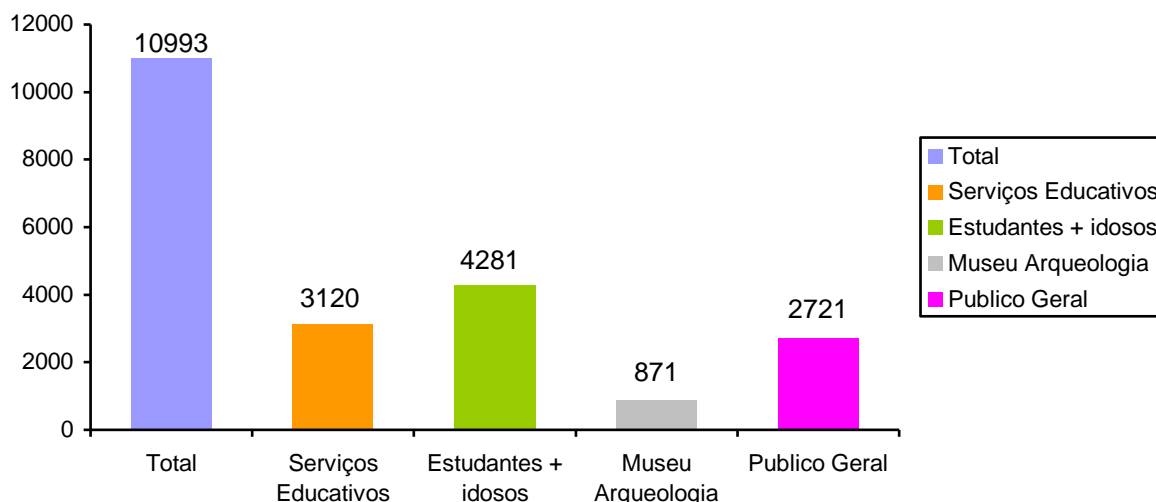
Público em geral	Representa o público visitante comum
Estudantes + Idosos	Público com desconto de 50 % no bilhete
Serviços Educativos	Público escolar com entrada gratuita
1 Bilhete 2 entradas	Visitantes que compraram o bilhete no Museu Municipal ou Museu do Traje. Este ingresso de entrada no museu serve para visitar o Museu do Traje e o Museu de Arqueologia, no dia de aquisição do bilhete. Não é possível visitar os museus em dias diferentes.

Fonte: Dados do Museu do Traje local, 2009

Na comparação de valores entre os anos 2006, 2007 e 2008, verifica-se um movimento positivo no número de visitantes durante estes três anos. As médias do número de visitantes

são feitas só com meses efetivos de abertura ao público. No ano de 2006 o museu funcionou durante os doze meses, período em que apresentou quatro exposições temáticas, contabilizando um valor médio mensal de 906 visitantes. No ano de 2007, por motivo de obras de reestruturação do edifício o museu apresentou três exposições durante onze meses, fechou em Dezembro, sendo a média mensal de visitas de 1134 visitantes. Em 2008 o período de obras continuou, tendo o museu reaberto ao público em dois períodos distintos. Esteve fechado ao público nos meses de Janeiro e Fevereiro, e posteriormente em Outubro, Novembro e Dezembro, abrindo ao público no dia 30 deste mês. Durante os períodos em que abriu ao público, o museu apresentou duas exposições tendo neste ano o valor médio de visitantes aumentado para 1240. (anexo 2)

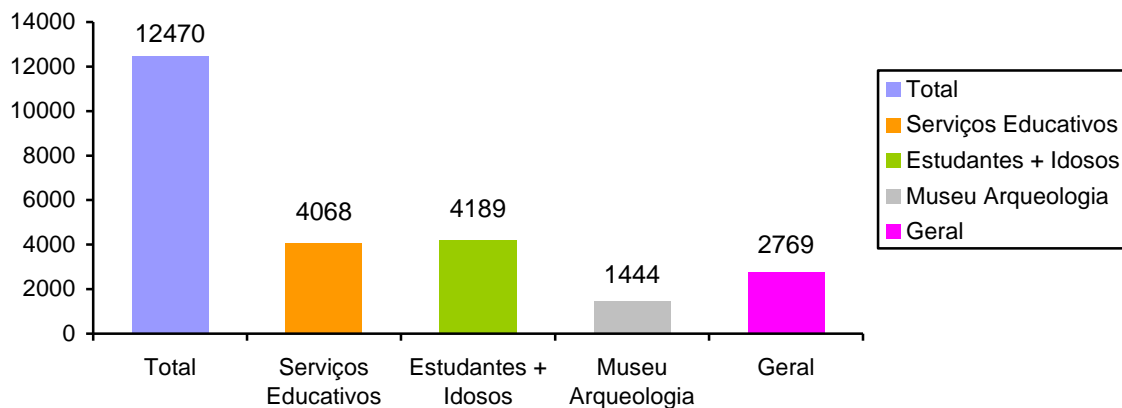
Gráfico 3 – Museu do Traje de Viana do Castelo – Visitantes em 2006



Fonte: Dados do Museu do Traje local, 2009

Dos três anos apresentados só o ano de 2006 funcionou na totalidade, durante os doze meses. Os anos de 2007 e 2008 foram ajustados os valores finais dos meses de funcionamento de cada ano. Neste ano, podemos verificar que o grupo de Estudantes e Idosos representa 39% do público visitante do museu com 4281 entradas ano, o grupo do Serviço Educativo representa 28% das visitas ano com 3120 entradas, o Público Geral representa 25% das visitas com 2721 registos e o grupo do Museu de arqueologia, bilhete de entrada dupla Museu do Traje + Museu de Arqueologia) representa a 8% do público visitante em 2006.

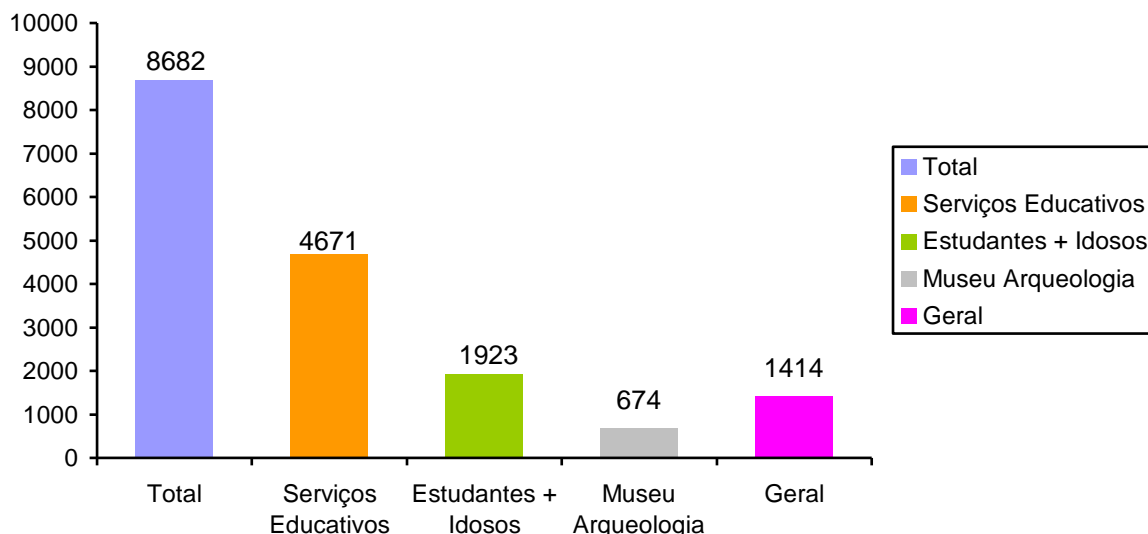
Gráfico 4 – Museu do Traje de Viana do Castelo – Visitantes em 2007



Fonte: Dados do Museu do Traje local, 2009

O ano de 2007, o valor médio de visitantes foi dividido por 11 meses, embora o mês de novembro só contabiliza-se 18 dias de abertura ao público. Mesmo assim, os valores registados mostram uma subida de visitantes em relação ao ano transato, com particular atenção para os Serviços educativos e para o grupo dos visitantes que adquirem o ingresso de entrada no Museu de Arte e Arqueologia (antigo Museu Municipal e atual Museu de Artes Decorativas). O número de visitantes do museu em 2007 tem um aumento de 7%/ano, mais 1477 visitas em relação ao ano número de visitantes de 2006. Os Serviços Educativos apresentam um aumento de 30%/ano, passando de 3120 visitantes ano para os 4068 visitantes ano. O grupo de Estudantes e Idosos apresenta uma diminuição de 4% no número de visitas anual, o que corresponde a menos 92 visitas de um ano para o outro. Os visitantes com entrada adquirida no Museu de Arqueologia, bilhete com dupla entrada, representam uma subida significativa, passam de 871 visitantes ano em 2006 para 1444 visitantes ano em 2007, ou seja, um aumento de 65% neste segmento, no entanto continuam a representar só 4% no total de visitantes de 2007. Em relação ao Público Geral, contata-se um pequeno aumento nas visitas, 48 visitas a mais em 2007 mas que na realidade é uma diminuição pois o ano de 2007 só contabiliza 11 meses, temos uma descida percentual de 3% de 2006 para 2007 no número de visitas ano.

Gráfico 5 - Museu do Traje de Viana do Castelo – Visitantes em 2008



Fonte: Dados do Museu do Traje local, 2009

Em 2008 o Museu do Traje esteve encerrado ao público nos meses de Janeiro e Fevereiro, Setembro, Outubro, Novembro e Dezembro até ao dia 30. O Museu abriu em 30 e 31 de Dezembro com a inauguração da Exposição Camaruru e Traje à Vianesa. No ano em causa o estudo será efetuado com os números dos visitantes dos sete meses de trabalho. Totaliza em 2008 um número de 8682 visitantes anos. O número médio mensal de visitantes aumenta para 1240, o que perfaz 36% em relação ao ano de 2006, ao passar de 906 para 1240, e de 9% em relação ao ano 2007, ao passar de 1134 para 1240 visitantes.

Os números resultantes da pesquisa continuam a salientar os segmentos dos Serviços Educativos e para os visitantes oriundos do Museu de Arte e Arqueologia (antigo Museu Municipal e atual Museu de Arte Decorativa). Os Serviços Educativos num espaço de sete meses representaram 4671 visitantes, 54% do público total. Ao passar de 3120 visitantes ano em 2006 para 4671 visitantes ano em 2008, este segmento confirma assim a tendência de subida de 2006 para 2007. No entanto, o segmento dos visitantes de entrada dupla, bilhete adquirido no museu de Arqueologia, chama a atenção pela sua aparente prestação negativa, passa de 871 visitantes ano em 2006 para 674 visitantes ano em 2008. Porém, mesmo assim temos um aumento de 20%/ano no número de visitantes. Este diferencial deve-se ao facto de o ano de 2006 apresentar uma contagem de 12 meses, o que perfaz 72 visitantes/mês, e o ano de 2008 ter apresentado uma contagem em 7 meses, o que representa 96 visitantes/mês. Estes dois grupos representaram no ano de 2008 62% do

número de visitantes, valor que em 2006 representava 36% e em 2007 44% do número total de visitantes.

Os números mostram o importante trabalho que a instituição tem desenvolvido perto do público escolar, procurando desta forma a transmissão de usos e costumes do nosso passado. Ao elaborar este trabalho junto das crianças, para além da componente de apoio escolar e educacional o museu desenvolve em simultâneo o fator de captação de novos públicos. O segmento que engloba Estudantes e Idosos é em 2008 o grupo que mais expectativa cria. Apresenta uma baixa significativa no número de visitantes no ano 2008. De 2006 para 2007 aumenta 6% no número de visitantes ao passar de 356 visitantes/mês para 380 visitantes mês. Porém, em 2008 apresenta uma baixa de 27% em relação a 2007, teve menos 106 visitantes/mês, e menos 23% em relação a 2006, menos 82 visitantes/mês. O grupo público em geral também apresenta uma porta em exploração para o Museu do Traje. No ano de 2006 apresenta um valor mensal de 226 visitantes, contrastando com 251 em 2007, valor que significa um aumento de 11%. Em 2008, os números já não são tão favoráveis, baixam para 202, o que representam -10% em relação a 2006 e -20% em 2007. Como 2008 foi um ano em que o edifício fechou ao público por duas vezes, este fator deve ser considerado como causa provável destas descidas. Esta tendência deverá ser analisada nos anos resultadas dos anos adjacentes, para compreender a principal causa destes dados.

O crescente número de visitantes durante estes três anos, desenhou o plano para o segundo momento da investigação. A recolha de informações junto do público circundante terá como relevância conhecer a representatividade do Museu do Traje na comunidade, detetar e identificar possíveis lacunas existentes nos serviços prestados, e recolher informações que permitam apontar caminhos que, no presente e no futuro, possam contribuir positivamente para a evolução desta instituição.

5.2.2 Dados recolhidos no inquérito local

Após conclusão do processo de distribuição e recolha de inquéritos distribuídos durante o mês de abril de 2010, temos os dados necessários para iniciar o processo de análise de dados.

Dos setenta exemplares distribuídos pelas casas comerciais apenas sessenta foram devolvidos com as respetivas respostas. De notar, que este número foi atingido, pelo facto de o inquérito ter sido distribuído pessoalmente e devidamente apresentado. Mesmo assim,

e sabendo da importância do inquérito para conhecer o trabalho do museu na comunidade, em alguns estabelecimentos foi necessário passar mais do que uma vez. A falta de tempo era por norma a justificação para o não preenchimento do inquérito.

Este questionário foi dividido em duas partes, pois não tinha lógica para o estudo, inquirir a importância do Museu do Traje a pessoas que nunca lá tinham entrado. Numa primeira fase, foram colocadas questões de ordem pessoal e questões genéricas sobre equipamentos culturais, sendo a segunda parte focalizada sobre o Museu do Traje. (anexo 3)

Das sessenta respostas obtidas, e para podermos triar os inquéritos segundo o objetivo final do estudo, procedeu-se à análise da primeira parte do questionário. Os resultados sócio demográficos da população em estudo, mostram que oito inquiridos são do género masculino, com uma média etária de cinquenta anos, e que cinquenta e dois inquiridos são do género feminino com a taxa etária de trinta e seis anos. Em relação à formação académica dos inquiridos temos onze questionários com escolaridade inferior ao secundário, 18% da população inquirida, quarenta respostas com o ensino secundário, 66% dos inquiridos, e sete respostas com o ensino superior que corresponde a 12% dos inquiridos, havendo no entanto dois elementos que preferiram não preencher esta questão.

A partir do ponto quatro, as questões já são direcionadas para o estudo como poderemos ver segundo as tabelas e gráficos apresentados segundo a estrutura do questionário.

5.2.2.1 Visita o Museu (frequência)

Na questão quatro ainda na parte I do questionário, é questionada a frequência das visitas a Museus na cidade de Viana do Castelo e fora desta. A abordagem continua a ser generalizada com a finalidade de conhecer os inquiridos. O conhecimento e visitas a outras instituições efetuadas pelos inquiridos podem ser benéficas para futuras propostas de atividades a desenvolver pela instituição. Verificou-se que quarenta inquiridos, 67%, visitaram um Museu na cidade de Viana do castelo há menos de um ano, 14 inquiridos, 23% vão ao museu 1 vez por ano e 6 inquiridos, 10% da população já não visita um museu na cidade há mais de um ano. As visitas a museus fora da cidade de Viana do Castelo estão relacionadas com os períodos de férias dos inquiridos. Este número revela-nos que para além dos momentos de lazer, as pessoas em causa procuram nos locais para onde se deslocam, elementos que contribuam para enriquecer os seus conhecimentos. Assim, verificamos que 25 inquiridos, 42%, visitaram um museu fora da cidade há menos de um ano, 13 inquiridos, 22%, visitaram um museu uma vez por ano e que 11 inquiridos, 18% não

visitam um museu há mais de um ano. Estes números mostram que a instituição museu ainda está bem presente nos hábitos culturais da população em estudo.

Tabela 7– Visitas ao museu - frequência

	Menos de 1 vez por ano	1 Vez por ano	Mais de 1 vez por ano
Na cidade de Viana do Castelo	40	14	6
Fora da Cidade de Viana do Castelo	25	13	11

Fonte: inquérito local, 2012

5.2.2.2 Visita a outros equipamentos culturais

O hábito cultural na população inquirida é reforçada nos resultados obtidos na questão cinco, onde se questiona a visita a outros equipamentos culturais, na cidade ou fora desta, como idas ao Teatro, Biblioteca, Cinema comercial e outros. Assim, podemos verificar que Na cidade de Viana 53%, procuram o Teatro, 42% vão à Biblioteca e 56% vão com frequência ao cinema. No entanto, a procura destas atividades fora da cidade mostra que as idas ao Teatro baixam para 25%, as Bibliotecas só representam uma procura de 5%, enquanto o cinema apresenta uma procura de 27%.

Tabela 8 - Visitas a outros equipamentos culturais – frequência

	Viana	Fora de Viana
Teatro	32	15
Biblioteca	25	3
Cinema Comercial	34	18
Outros – Especifique: _____	1	4

Fonte: inquérito local, 2012

5.2.2.3 Visitas aos Museus existentes na cidade de Viana do Castelo

Esta questão completa a parte I do questionário, pois é ela que vai definir quais os inquéritos que passam para a segunda fase da investigação. São apresentadas todas as instituições

museológicas do município e é pedido aos inquiridos que assinalem os que já visitaram. O Museu do Traje é o ponto relevante do inquérito, portanto só as pessoas com resposta afirmativa na visita ao Museu do Traje serão convidadas a responder ao restante questionário.

Dos quinze Museus e Núcleos Museológicos existentes na cidade de Viana do Castelo, e segundo o número de visitas constata-se que o Navio Hospital Gil Eanes, Museu do Traje, Núcleo Museológico de Santa Luzia e o Museu de Arte e Arqueologia são as instituições mais procuradas.

6. Visitas a outros museus na cidade

Tabela 9 – Visitantes por Instituição museológica

Museu do Traje	30
Museu de Arte e Arqueologia (Museu Municipal)	20
Núcleo Museológico Moinhos de Água da Montaria	6
Museu Agro marítimo de Carreço	1
Núcleo Museológico da Igreja das Almas	10
Núcleo Museológico do Pão e Azenhas em Outeiro	2
Navio-Hospital Gil Eanes	37
Núcleo Museológico Moinhos de vento de Montedor	4
Casa dos Nichos	7
Museu de Arte de Marioneta	8
Núcleo Museológico do Sargaço	1
Museu de Carros de Cavalo – Santa Leocádia	3
Núcleo Museológico de Lanheses	0
Núcleo Museológico de Arqueologia de St ^a Maria de Geraz do Lima	3
Núcleo Museológico do Templo Monumento de Santa Luzia	24

Fonte: inquérito local, 2012

A partir deste momento, passamos para a parte II do inquérito e só prosseguem para o tratamento de dados trinta inquéritos, número que corresponde aos requerentes que já visitaram o Museu do Traje. Como o universo em estudo é muito restrito, os valores

apresentados para os seguintes resultados serão de acordo com o número de respostas dadas a cada item, em expressão numérica e não percentual. De referir que alguns inquiridos não são respondidos na íntegra, o que reduz ainda mais o campo de análise.

Na segunda parte, o ênfase recai da representatividade do Museu do Traje na comunidade, procura-se saber a opinião das pessoas sobre a sua atividade e a avaliação aos seus serviços. Com estes resultados, embora muito restritos a instituição pode estudar as respostas e procurar responder às necessidades do meio onde se insere.

5.2.2.4 O museu do Traje e os Benefícios para a cidade

Tabela 10 – Benefícios do Museu do traje para Viana do Castelo

	Pouco	Médio	Muito
Promove a cidade	5	5	16
A sua atividade é conhecida	6	7	8
Cativa os turistas nacionais	4	9	10
Cativa os turistas internacionais	2	10	13
Promove as nossas tradições	2	5	21

Fonte: inquérito local, 2012

Nesta tabela não foi possível obter dos trinta inquiridos uma resposta à totalidade das opções. Na pergunta sobre os benefícios que o Museu do Traje trás para a cidade de Viana do Castelo, foram apresentadas cinco opções com resposta obrigatória para todas elas, com uma avaliação de, pouco, médio ou muito. Em nenhuma das opções foi conseguido a contagem total de 30, contudo os valores oscilam entre as 21 e 29 respostas para cada opção. Segundo a opinião dos inquiridos, o Museu do Traje não passa despercebido no centro histórico, mas também não funciona como um ponto de referência. O público visita o museu mas o número de visitantes não é suficiente para dinamizar a comunidade em seu redor. Como podemos ver no número de visitantes em 2008, a percentagem de público não estudante é de 24%.

5.2.2.5 Museu do Traje no centro da cidade - dinamiza o centro histórico

Tabela 11 – Importância do Museu para o dinamismo do centro histórico

	1=Discordo Totalmente	2	3	4	5=Concordo Totalmente
Chama mais público	0	1	5	3	15
Dinamiza o comércio	1	2	8	5	8
Não tem impacto	15	1	3	3	0
Ajuda a divulgar as tradições	1	2	1	4	19

Fonte: inquérito local, 2012

Na pergunta 3 da parte II, questionou-se a importância da localização do Museu do Traje para o dinamismo do centro histórico da cidade. As perguntas quatro opções foram colocadas numa grelha de avaliação evolutiva onde o 1 representa o “Discordo Totalmente” e o 5 o “Concordo Totalmente”. Os requerentes na sua opinião acham que o museu leva público ao centro da cidade, promove as tradições da cidade e que gera alguma atividade comercial. Ou seja, 23 acham que chama mais público, 24 requerentes são da opinião que ajuda a divulgar as tradições, 21 consideram que dinamiza o comercio e 6 requerente achem que não tem impacto.

5.2.2.6 Motivações da visita ao Museu do Traje

Tabela 12 – Porque visita o Museu do Traje?

	1 Nunca	2 Raro	3 Ocasional	4 Frequente
Ver novas exposições temporárias	2	8	9	5
Conhecimento pessoal	2	6	13	5
Voluntariado	7	9	1	1
Aquisição de documentação ou lembranças referentes ao museu	9	6	4	1
Mostrar a amigos e visitantes	4	7	11	3
Participar em atividades diversas	10	6	3	0
Outro – Especifique:				

Fonte: inquérito local, 2012

Nesta questão, pergunta-se ao inquirido qual o motivo da visita ao Museu do Traje. São colocados seis itens, nos quais os inquiridos podem responder sob quatro frequências temporais, “Nunca”, “Raro”, “Ocasional” e “Frequente” . Das respostas obtidas, destacam-se as 26 respostas obtidas no item - para o conhecimento pessoal e as 25 respostas para o item – mostrar a amigos e visitantes. Ver novas exposições temporárias surge como terceira opção com 24 respostas. A aquisição de lembranças apresenta 20 respostas, uma vertente do museu que pode potenciar a cativação de públicos. O voluntariado e a participação em atividades diversas apresentam 18 e 19 respostas respetivamente, números que continuam a ser superiores a metade dos inquiridos. Perante os resultados, podemos dizer que o público inquirido acompanha as atividades desenvolvidas pelo museu.

5.2.2.7 O museu do Traje e o grau de satisfação pelo serviço

Tabela 13 – Grau de satisfação em relação ao Museu do Traje

	1=Totalmente insatisfeito	2	3	4	5=Totalmente satisfeito
Instalações	1	0	5	9	11
Atendimento prestado pelos funcionários	0	4	5	8	5
Profissionalismo dos funcionários	0	4	5	7	7
Sinalização no interior do Museu	0	2	5	9	6
Catálogos	0	5	7	5	5
Recursos electrónicos	0	4	10	4	3
Horário de funcionamento	3	3	10	3	3
Outro - Especifique:					

Fonte: inquérito local, 2012

Para terminar a segunda parte do questionário, questionou-se o grau de satisfação em relação a sete aspetos relacionados com os serviços do Museu. Das sete opções apresentadas, nenhuma delas ficou abaixo das 15 respostas positivas, nem nenhuma delas atingiu as 30 repostas no campo positivo, considerando neste caso o 3 como o nível mediano da satisfação. Como se pode constatar na tabela 7, o nível 3 reúne em todos as alíneas, no mínimo 20% das respostas dadas. É de referir também que no grau 1,

totalmente insatisfeito e grau 2, encontramos apenas 6 inquiridos que não estão em total acordo com o horário de funcionamento do Museu.

Embora os inquiridos não se encontrem totalmente satisfeito com o serviço disponibilizado pelo Museu, também poucos foram o que se disponibilizaram a transmitir a sua opinião. Para finalizar, o inquirido foi colocado uma pergunta aberta, para que os inquiridos pudessem expressar as suas ideias, propor ideias de melhoria, que indiretamente viessem a beneficiar o seu local de trabalho. Este espaço aberto só foi preenchido por sete inquiridos, ou seja, nem um terço da população em análise aproveitou este pequeno espaço de liberdade de opinião. Como as melhorias apresentadas são um número reduzido, apresentá-las será benéfico para a análise, pois permitirá constatar as preocupações dos comerciantes circundantes ao Museu. As sugestões apresentadas foram: a) melhorar a competência dos funcionários. Promover o espaço; b) desenvolver mais comunicação direta com instituições, exemplo de escolas internacionais e outras entidades dinamizadoras; c) o Monumento que está na estação deveria passar para o local do Caramuro; d) alargar o horário noturno, principalmente ao fim-de-semana; e) mais divulgação, horários alargados e promoção de Artistas

CAPÍTULO VI

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Algumas considerações finais

Finda a exposição e análise dos resultados possíveis, resta não concluir mas interpretar as opiniões recolhidas. Como finalidade, este estudo visava segundo a filosofia da relação museu/comunidade, conhecer qual a representação do museu do Traje de Viana do Castelo na comunidade envolvente. Primeiramente, houve uma avaliação do número de visitas assim como um estudo de públicos para melhor interpretar as respostas obtidas.

Foi seguido um percurso de recolha de informação por cinco capítulos diferenciados pelas suas especificações de estudo. Numa primeira fase, foi introduzido o tema em estudo especificando os seus objetivos em continuidade das breves sínteses sobre os temas chave a tratar.

O Museu do Traje é uma organização aberta ao público em 1997 e após obras de remodelação do edifício é reaberto ao público a 21 de Agosto de 2008. É um museu temático, vocacionado para a recolha e preservação no traje à Vianesa, portanto enquadra-se na tipologia etnográfica. Após a sua integração na RPM, o Museu do Traje criou uma rede polinuclear, orientando neste momento 3 núcleos museológicos: núcleo museológico do Pão e Azenhas de Outeiro; núcleo museológico Moinhos de Água da Montaria e núcleo museológico dos Moinhos de Vento de Montedor.

O estudo de público desenvolvido na primeira fase do estudo permitiu conhecer o público que visita a instituição assim como a sua evolução perante o número de visitantes. Após análise verifica-se uma curva positiva entre 2006 e 2008, sendo o público em idade escolar o mais representativo no valor total de visitantes na instituição.

A pertinência destes números mostram o importante trabalho que a organização tem desenvolvido perto do público escolar, procurando desta forma a transmissão de usos e costumes do nosso passado. Ao elaborar este trabalho junto das crianças, para além da componente de apoio escolar e educacional o museu desenvolve em simultâneo o fator de captação de novos públicos.

Na segunda fase do estudo, procede-se então à distribuição e recolha do inquérito onde se pretende conhecer a Representação do Museu do Traje na cidade de Viana do Castelo.

Embora constitua uma amostra de reduzida dimensão, a visão de 60 utentes, dos 70 inquiridos, sobre a representatividade do Museu do Traje na cidade de Viana do Castelo permitiu obter as opiniões da comunidade sobre a instituição.

Após a análise dos dados recolhidos podemos constatar que a população em estudo tem hábitos de visitas a espaços museológicos, assim como a outros equipamentos culturais como o Teatro. Quando são inquiridos diretamente sobre os serviços do Museu e a sua relação com a comunidade as suas opiniões já são mais diversificadas. Como o inquérito era sobre o Museu do Traje, só responderam às questões específicas quem o tinha visitada, neste contexto as respostas obtidas reduzem para 50%, ou seja só 30 inquiridos continuaram em estudo.

Verificou-se que o público tem conhecimento sobre o Museu do Traje, consideram-no importante para a promoção da cidade, mas não o ponderam como foco de dinamismo, captação de público ao centro da cidade. O público que visita o museu, passa pelos locais onde se realizou os inquéritos mas não promove e interfere diretamente com a atividade comercial existente. Este ponto vai de encontro ao que podemos constatar no estudo de públicos. O trabalho realizado pela instituição é muito vocacionado para as escolas.

É também de salientar a opinião dos inquiridos em relação à sua satisfação dos serviços prestados pelo museu, pois esta revela-se mediana. As opiniões nesta questão são muito diversificadas, destacando-se as questões referentes aos serviços eletrónicos e melhoramento de horário com 33% das respostas cada. Porém, no momento em que é pedido aos inquiridos uma opinião, uma mais-valia para alterar este panorama, apenas uma pequena parte da população expressa a sua opinião.

Seria mesmo pertinente investigar as lógicas e os objetivos que estão subjacentes em alguns projetos das autarquias, nomeadamente nas intervenções de equipamentos culturais, alguns deles de avultante investimento. No museu atual a sustentabilidade económica e a dinâmica com o meio são duas características importantes para a sua afirmação. Cabe à gestão da instituição tomar decisões e desenvolver o plano de atividades de acordo com a missão a que se propõe. A articulação, comunicação, flexibilidade de serviços entre o museu e os núcleos é salientar mas a instituição não pode esquecer a comunidade que o rodeia.

Devido ao significado que a cultura tem na sociedade, o estado aos mais diversos níveis de poder tem um papel importante, no geral, em promover e até investir em projetos da cultura, dando sentido à vida dos cidadãos e contribuindo para o bem-estar das populações. No desenvolvimento das políticas públicas, e nas preocupações da gestão da cultura deve instituir órgãos para gerir este processo da cultura, quer seja local, regional ou nacional.

O poder político deve incentivar a participação dos atores sociais, associações, grupos locais, instituições e mesmo as juntas de freguesia, as populações em geral e seus

representantes, na definição de políticas culturais, sendo aplicada não apenas o modelo de representatividade democrática mas sim uma democracia participada de cidadania cultural, ou seja de partilha de poder nas decisões, ajudando assim a um projeto de transformação social.

Quanto ao Museu do Traje, assim como para outros equipamentos culturais, podemos concluir que nas atuais condições o seu funcionamento e missão sociocultural ligada a territórios e especificidades regionais e locais evidenciam um considerável grau de interdependência institucional, nomeadamente das entidades municipais, sendo fulcral o seu apoio, quer do ponto de vista logístico quer do de manutenção e sustentabilidade económica. Seria doutra forma insustentável deixar este tipo de infraestruturas, o caso dos museus, dependente do puro mecanismo de economia de mercado. Será, contudo, oportuno, também, concluir que, nomeadamente o Museu do Traje, poderá beneficiar a sua receita e ser mais eficaz na sua missão, sendo objeto de ação de uma promoção de imagem e de marketing cultural, de divulgação periódica dando-se a conhecer quer a nível dos agentes de turismo, nacionais e regionais e até mesmo transfronteiriços, quer a nível das populações locais, ganhando assim potenciais visitantes e “amigos”, e estabelecendo redes. Os órgãos de comunicação social, autarquias e outros meios de divulgação seriam excelentes veículos dessa informação.

BIBLIOGRAFIA

- Adler, M. (1995). "Stardom and Talent". *American Economic Review* 75 (March): 202-212.
- Alreck, P. & Settle, R. (1995). *The Survey Research Handbook*. Boston: MA Irwin/McGraw-Hill, 2ª ed.
- APOM (1979). *Inquérito aos Museus em Portugal*
- Azevedo, N. (2003). *Políticas culturais na área metropolitana do Porto: dos equipamentos locais à formação dos públicos da cultura*. Lisboa: OAC.
- Barranha, H.S. (2001). *Museus de Arte Moderna e Contemporânea*, Faro: Universidade do Algarve, pp. 6-18.
- Basto, C. (1930), *Traje à Vianessa*, Vila Nova de Gaia: Apolino.
- Bell, J. (1993). *Como realizar um projecto de investigação*. Lisboa: Gradiva - Publicações, Lda.
- Bogdan, R. & Biklen, S. (1991). *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora.
- Botelho, J.A. (2006). *Museus e Território no Alto Minho, Atas, Conferências, Museus e Sociedade*. Câmara Municipal de Caminha.
- Canedo, D. (2009), "Cultura é o quê? - Reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos", V Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Faculdade de Comunicação / Universidade Federal da Bahia, Brasil.
- Caston, E.B. (1989). *A Model for Teaching in a Museum Setting. In the Museum Education: History, Theory, and Practice*. Reston: V.A. NAEA pp. 90-108.
- Cohen, L. & Manion, L. (1990). *Métodos de investigación educativa*. Madrid: Editorial la Muralla, S.A.
- Cucho, D. (2002), *A noção de cultura nas Ciências Sociais*, Lisboa: Fim do Século.
- Costa, A.F. (1997). *Políticas Culturais: conceitos e perspetivas*. Lisboa: OAC.
- Fernandes, A. T. (2003). *Reflexividade social e regulação cultural*. Públicos da Cultura. Lisboa: OAC.
- Fernandes, I. M. (2003a). *Serviços Educativos*. Revista da APOM, pp.22-31.
- Fernandez, L.A. (1999). *Museologia, Introduccion a la Teoria y a la Práctica del Museo*. Madrid: Istmo.
- França, J.A. (1974). *O Romantismo em Portugal*. Lisboa: Livros Horizonte, vol. 6:486
- Filipe, G. (2011). *O Poder dos Museus: Sobre as missões e a sustentabilidade dos museus, em teoria e na prática*. Encontro Museus e Sustentabilidade Financeira. Porto, ICOM.

- Frey, B. S. (1998). *Journal of Cultural Economics*, 22:113-125. Institute for Empirical Economic Research, University of Zurich, Switzerland.
- Garcia, N. G. (2003). *O museu entre a cultura e o mercado um equilíbrio instável*. Coimbra: Empresa Gráfica, S.A.
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (2001). *O inquérito: teoria e prática (4ªed.)*. Oeiras: Celta Editora.
- Hernández Sampieri, R., Hernández Collado, C., & Baptista Lucio, P., (2006). *Metodologia de Pesquisa (3ª ed.)*. São Paulo:McGraw-Hill.
- ICOM, (1989). Lisboa, p. 13.
- ICOM, (1995). Lisboa, p. 16.
- KEA, (2006). European Affairs, “*The Economy of Culture in Europe*”, Brussels, European Commission
- Lopes, J. M. T. (1998), *As estatísticas na área da cultura: breve reflexão*, Lisboa: Celta/CIES-ISCTE
- Mairesse, F. (2010). *Le musée hybride*. Paris. La Documentation Française.
- Machado, J. P. (1991). *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*. Lisboa: Edição para Circulo de Leitores, Tomo II:696.
- Mateus, Augusto. & Associados. (2010). *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Estudo para o Ministério da Cultura.
- Moreira, I.M.M. (1989). *Museus e Monumentos em Portugal 1772-1974*. Lisboa:Universidade Aberta.
- Moser, C. & Kalton, G. (1971). *Survey methods in social investigation*. London: Leinemann Educationa.
- Nascimento, S.S. e Ventura. P.C.S, (2005), *A Dimensão Comunicativa de uma Exposição de Objetos Técnicos*, Ciências & Educação, V. II, pp. 445-456.
- Neves, J.S. (2003). *Constituição das redes de equipamentos e seus impactos: o caso da rede portuguesa de museus*. Públicos da Cultura. Lisboa: OAC
- Neves, J.S. (2008). *Os museus em Portugal: Políticas públicas e dinâmicas do setor em Portugal nos anos mais recentes*. Lisboa: VI Congresso Português de Sociologia, Mundos sociais: Saberes e práticas, Lisboa.
- Neves, J.S. e Santos, J.A. *Os museus em Portugal no período 2000-2005: Dinâmicas e Tendências*. <http://www.oac.pt/>. Acedido em Novembro de 2009.
- Paquete de Oliveira, J.M. (2003). *O “Público não existe. Cria-se”*. *Novos Media, novos públicos?* Públicos da Cultura. Lisboa: OAC
- Pardal, L. e Correia. A. E. (1995). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Areal Editores

- Pevsner, N. (1980). *História de las Tipologias Arquitectónicas (2ªed.)*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Quivy, R. & Campenhoudt, L.V. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa, Gradiva, 5ª ed.
- Reis, A.M. (1981). *Breve história dos Museus*. Viana do Castelo: Palestra 2008 na ESE.
- Relatório Orçamento de Estado de 2012. Políticas Setoriais para 2012 e Despesas de Consolidação (2012: 148-152)
- Rendeiro, H. (2011). *Arquétipos para uma gestão museológica sustentável: o Museu de Francisco Tavares Proença Júnior como caso de estudo*. Encontro: "Museus e Sustentabilidade Financeira". Museu Soares dos Reis: ICOM.
- Ribeiro, A.P. (2009). *Á Procura da Escala*. Lisboa: Edições Cotovia, Lda.
- Saias, M. A. (2011). *A Propriedade Intelectual e os Museus, uma ferramenta para a sustentabilidade*. Encontro Museus e Sustentabilidade Financeira. Porto, 07 de Novembro. ICOM
- Santos, H. (2003). *Labirintos: Alguns contextos atuais dos públicos da cultura, com ilustração empírica portuguesa*. Públicos da Cultura. Lisboa: OAC
- Santos, M.L.L (2005). *Contribuição para a formulação de políticas públicas no horizonte 2013 relativas ao tema Cultura, Identidade e Património*. Lisboa: OAC.
- Santos, M.L.L. (2001). *Políticas Culturais e Descentralização: Impactos do Programa Difusão das Artes do Espetáculo*. Porto: Textype, Artes Gráficas, Lda.
- Santos, M.L.L. (2007), *Políticas Culturais em Portugal*. <http://www.oac.pt/>. Acedido em Novembro de 2009
- Semedo, A. (2004). *Estratégias museológicas e consensos gerais*, Museus do Eixo Atlântico. Porto/Vigo: Eixo Atlântico, pp. 5-32.
- Silva, A.S. (2003). *As redes Culturais: Balanço e perspetivas da experiência portuguesa, 1987-2003*. Públicos da Cultura. Lisboa: OAC
- Silva, R. H. (2002), *Os museus: história e prospetiva*. In Peres, F. *Panorama da cultura portuguesa no séc. XX*: Artes e Letras II. Porto: Edições Afrontamento e Fundação de Serralves, pp. 65-107.
- Silva, S.S e Jorge, V.O. (1993). *Existe uma Cultura Portuguesa?*. Porto: Edições Afrontamento.
- Tockmanb, B. W. (2002). *Manual de investigação em educação: Como conceber e realizar o processo de investigação em Educação*. (2.ª Edição). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Valença, C. (1998). *A recâmara do museu Nogueira da Silva*. Braga: Museu Nogueira da Silva.
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planeamento e métodos (3ª ed.)*. Porto Alegre: Bookman.

Legislação Consultada

Despacho n.º 616/2000 de 17 de maio.

Despacho Normativo n.º 3/2006 de 25 de Janeiro.

Decreto Lei n.º 41/84 de 3 de fevereiro.

Decreto Lei n.º 278/91 de 9 de agosto.

Decreto Lei nº 398/99 de 13 de outubro.

Decreto Lei n.º 47/2004 de 03 de março.

Decreto Lei n.º 228/2005, de 28 de dezembro.

Decreto Lei n.º 19/2006, de 18 de julho.

Decreto-Lei n.º 97/ 2007, de 29 de março.

Decreto-Lei n.º 139/ 2009, de 15 de junho.

Portaria n.º 377/2007, de 30 de março.

Portaria n.º 196/2010, de 9 de abril.

Atas de reunião da Câmara de Viana do Castelo

Ata de reunião de câmara dia 12.02.2003

Ata de reunião de câmara dia 09.04.2003

Ata de reunião de câmara dia 26.03.2003

Ata de reunião de câmara dia 14.07.2004

Ata de reunião de câmara dia 12.12.2005

Ata de reunião de câmara dia 15.02.2006

Ata de reunião de câmara dia 15.03.2006

Web sites

www.cm-viana-castelo.pt, acedido em março 2012.

<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19353.pdf>, acedido em abril 2012

http://www.ipmuseus.pt/pt-PT/rpm/museus_rpm/HighlightList.aspx, acedido em abril 2012.

http://www.ipmuseus.pt/pt-PT/o_imc/ContentDetail.aspx2012, acedido em abril 2012.

<http://www.portugal.gov.pt/pt.aspx>, acedido de março 2012

ANEXOS

Índice de Anexos

Anexos 1 – Glossário	93
Anexos 2 – Visitantes Museu do Traje de Viana do Castelo – 2006, 2007 e 2008	95
Anexos 3 – Questionário – Representação do Museu do Traje na cidade V.C.	97

Anexos 1 – Glossário

Branding - É um modelo de negócio, que apresenta um conteúdo interessante, bem posicionada e disponibilizado nas atuais tecnologias de motores de busca, onde o público o procura.

Ex-votos - oriundo do latim. Por força de uma promessa, de um voto, pode ser um quadro, uma pintura ou objecto a que se conferiu uma intenção votiva, ou seja, religiosa.

Low cost - Baixo custo.

Museion - Museu, palavra oriunda do latim "*museum*", que por sua vez é derivado da língua grega antiga "*mouseion*".

Stakeholders - Palavra de origem inglesa, composta por "*stake*", que significa interesse e "*holder*", que significa o que aquele possui. Atualmente é muito usado no contexto empresarial, e representa todos os que inetragem com o projecto, interessados pelo projetos, mercado e os produtos da empresa.

Teodorico - Cognome o Grande, rei do povo, também conhecido em latim como *Flavius Theodoricu*. (454 – 30 de Agosto de 526), foi rei dos godos orientais, dos ostrogodos entre 488 e 526, rei de Itália de 493 a 526, e regente dos visigodos entre 511 e 526.

Anexos 2 – Visitantes Museu do Traje de Viana do Castelo – 2006, 2007 e 2008

Número de Visitantes Museu do Traje de Viana do Castelo 2006														
Valor	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total	Obs
2 €		83		158	200	130	354	921	403	240	92	140	2721	Geral
1 €	83	100	300	462	500	785	336	575	439	188	361	152	4281	Estudantes + Idosos
Grátis	257	124	240	305	210	493	309	305	152	96	506	123	3120	Serviços Educativo
M. Municipal	15	11		43	29	99	179	198	54	81	113	49	871	1 Bilhete = 2 Entradas
Total	355	318	540	968	939	1507	1178	1999	1048	605	1072	464	10993	
	Bordados Viana do Castelo		Elegância e Donaire Dra. Helena Vasconcelos				Cargaleiro	Ouro a que a Mulher de Viana deu Beleza						
Total	673	3954			1178	5188					10993			
														916,08 Média Mensal
														28% Grátis

Número de Visitantes Museu do Traje de Viana do Castelo 2007															
Valor	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total	Obs	
2 €	38	100	122	160	187	179	371	992	386	177	57		2769	Geral	
1 €	43	116	624	376	435	473	594	668	446	174	240		4189	Estudantes + Idosos	
Grátis	73	126	220	455	1821	224	163	350	445	135	56		4068	Serviços Educativo	
M. Municipal	12	23	71	79	137	146	208	433	145	146	44		1444	1 Bilhete = 2 Entradas	
Total	166	365	1037	1070	2580	1022	1336	2443	1422	632	397		12470		
	Ouro	Traje de Domingar							Numerária Portuguesa III						
Total	166	11275							1029				12470		
														1133,6 Média Mensal	
														33% Grátis	

Número de Visitantes Museu do Traje de Viana do Castelo 2008														
Valor	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Total	Obs
2 €			76	29	49	56	134	883	173			14	1414	Geral
1 €			29	56	142	621	159	761	151			4	1923	Estudantes + Idosos
Grátis			274	24	1993	726	406	1048	75			125	4671	Serviços Educativo
M. Municipal			11	20	220	208	112	71	32				674	1 Bilhete = 2 Entradas
Total			390	129	2404	1611	811	2763	431	0	0	143	8682	
			Traje do Litoral 15.03.2008 a 06.08.2008				40 Freguesias - Amadeu Costa							
Total			5345				3337					8682		
														1240,3 Média Mensal
														54% Grátis

Anexos 3 – Questionário – Representação do Museu do Traje na cidade V.C.

Questionário de Interesse Cultural

(Cruz, A., 2010)

(Alpuim, J., 2010)

(Moura, A., 2010)

Este Questionário foi desenvolvido no âmbito do Curso de Gestão Artística e Cultural da Escola Superior de Educação de Viana do Castelo, e tem como objectivo conhecer a *Representação do Museu do Traje* na cidade de Viana do Castelo.

PARTE I

1. Dados sócio demográficos

Género: M F

Idade: _____

2. Formação académica

- Inferior ao Secundário
 Secundário
 Ensino Superior

3. Actividade profissional

4. Com que frequência vai a Museus?

Assinale a sua resposta com um X

	Menos de 1 vez por ano	1 Vez por ano	Mais de 1 vez por ano
Na cidade de Viana do Castelo			
Fora da Cidade de Viana do Castelo			

Se visitou museus fora da cidade de Viana do Castelo, por favor, indique a cidade onde se situam.

5. Visita outros equipamentos culturais?

Assinale a sua resposta com um X

	Viana	Fora de Viana
Teatro		
Biblioteca		
Cinema Comercial		
Outros – Especifique: _____		

6. Dos Museus existentes na cidade de Viana do Castelo, assinale qual ou quais já visitou?

Assinale a sua resposta com um X

Museu do Traje	
Museu de Arte e Arqueologia (Museu Municipal)	
Núcleo Museológico Moinhos de Água da Montaria	
Museu Agro marítimo de Carreço	
Núcleo Museológico da Igreja das Almas	
Núcleo Museológico do Pão e Azenhas em Outeiro	
Navio-Hospital Gil Eanes	
Núcleo Museológico Moinhos de vento de Montedor	
Casa dos Nichos	
Museu de Arte de Marioneta	
Núcleo Museológico do Sargaço	
Museu de Carros de Cavalo – Santa Leocádia	
Núcleo Museológico de Lanheses	
Núcleo Museológico de Arqueologia de Stª Maria de Geraz do Lima	
Núcleo Museológico do Templo Monumento de Santa Luzia	

Se nunca visitou o Museu do Traje em Viana do Castelo a sua participação finaliza aqui. Caso já tenha visitado o Museu do Traje em Viana do Castelo, avance para a Parte II.

PARTE II

1. Quando ocorreu a sua última visita ao Museu do Traje em Viana do Castelo?

Há menos de um mês Há mais de um mês Há mais de um ano

2. Na sua opinião, que benefícios trás o Museu do Traje à cidade de Viana do Castelo?

	Pouco	Prioritário	Muito
Promove a cidade			
A sua actividade é conhecida			
Cativa os turistas nacionais			
Cativa os turistas internacionais			
Promove as nossas tradições			

3. A localização do Museu do Traje no centro da cidade é importante para o dinamismo deste centro histórico, porquê?

	1=Discordo Totalmente	2	3	4	5= Concordo Totalmente
Chama mais público					
Dinamiza o comércio					
Não tem impacto					
Ajuda a divulgar as tradições					

4. Vai ao Museu do Traje para?

1= Nunca 2= Raro 3= Ocasional 4= Frequente

	1	2	3	4
Ver novas exposições temporárias				
Conhecimento pessoal				
Voluntariado				
Aquisição de documentação ou lembranças referentes ao museu				
Mostrar a amigos e visitantes				
Participar em actividades diversas				
Outro – Especifique:				

5. Qual o seu grau de satisfação em relação aos seguintes aspectos do serviço do Museu do Traje?

	1=Totalmente insatisfeito	2	3	4	5= Totalmente satisfeito
Instalações					
Atendimento prestado pelos funcionários					
Profissionalismo dos funcionários					
Sinalização no interior do Museu					
Catálogos					
Recursos electrónicos					
Horário de funcionamento					
Outro - Especifique:					

PARTE III

- **Faça as sugestões que considera pertinentes a fim de melhorar este espaço público, Museu do Traje de Viana do Castelo e a sua relação com o meio envolvente:**

GRATOS PELA SUA COLABORAÇÃO