



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Desenvolvimento de públicos em contexto municipal

Mariana Rua Apolinário

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientador:

Doutor José Soares Neves, Investigador Integrado e Professor Auxiliar Convidado
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de História

Desenvolvimento de públicos em contexto municipal

Mariana Rua Apolinário

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientador:

Doutor José Soares Neves, Investigador Integrado e Professor Auxiliar Convidado
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2021

Agradecimentos

Grande parte da responsabilidade da temática deste trabalho de projeto surgiu devido à unidade curricular Receção, Fruição e Públicos da Cultura, no âmbito do Mestrado de Estudos e Gestão da Cultura e lecionada no ano letivo 2019/2020 pelo Professor Doutor José Soares Neves. Foi através desta Unidade Curricular e do Professor que percebi que queria trabalhar os públicos do concelho de Alenquer, visto não haver nenhum estudo equivalente. Um grande agradecimento ao Professor Doutor José Neves, por ter lecionado a unidade curricular que considero ter servido de mote para a exploração deste tema, pelo encorajamento e por todas as vezes que esteve disponível e pacientemente para mim e para as minhas questões.

À Professora Doutora Maria João Vaz, enquanto coordenadora do Mestrado foi, com certeza, a melhor pessoa que me acolheu ao longo destes cinco anos, nesta instituição e que nos faz sentir a todos que somos um bocadinho dela.

À Câmara Municipal de Alenquer, em especial ao vereador Rui Costa e à Liliana e Rosário- responsáveis dos museus do Vinho e Damião de Góis e Vítimas Da Inquisição- por terem sido sempre tão prestáveis e por se terem demonstrado tão disponíveis para ajudar na concretização deste projeto.

À minha família em geral. Aos meus pais devo tudo, por terem sido o meu porto seguro, por terem sempre acreditado no meu sucesso mesmo quando eu apresentava dúvidas e, principalmente, por me terem dado esta oportunidade de crescimento intelectual e pessoal ao longo destes cinco anos.

Aos meus amigos, que muitas vezes se sentiram postos de parte derivado da falta de tempo e do cansaço que fui acusando nos últimos tempos. Por ter falhado em acontecimentos que podiam ser importantes e que, ainda assim, estiveram sempre lá para me receber de braços abertos, nunca deixando de contar comigo.

Ao meu Pedro!

A todas as pessoas que, durante estes cinco anos académicos, passaram pela minha vida deixando uma pequena marca e que de alguma forma levo no meu coração.

Resumo

Este trabalho de projeto passa por dar a conhecer o concelho de Alenquer e o que melhor nele se faz. Os museus municipais têm um papel extremamente importante na cultura e, muitas vezes, são descorados pelas comunidades. No entanto é crucial recolher opiniões e sugestões dos locais e saber ouvi-las. Alenquer é uma vila histórica do distrito de Lisboa e tem em funcionamento, até aos dias de hoje, quatro museus, todos eles com alguma relevância para o concelho. Ainda assim, conta com outros espaços de atração cultural, desde o Palácio Municipal, a Igreja do Espírito Santo e o Convento de São Francisco. O projeto *Museus Fora de Horas* surge como forma de teste e estímulo cultural à comunidade de Alenquer.

PALAVRAS-CHAVE: Museus Municipais, *Museus Fora de Horas*, Alenquer, Estímulo Cultural

Abstract

This project work involves making the municipality of Alenquer and what it does best known. Municipal museums have an extremely important role in culture and are often overlooked by communities. However, it is crucial to gather opinions and suggestions from the locals and listen to them. Alenquer is a historic town in the Lisbon district and has, to this day, four museums in operation, all of them with some relevance to the municipality. Still, it has other spaces of cultural attraction, such as the Municipal Palace, the Church of Saint Spirit and the Convent of São Francisco. The project *Museus Fora de Horas* arises as a form of testing and cultural stimulus to the community of Alenquer.

KEYWORDS: Municipal Museums, *Museus Fora de Horas*, Alenquer, Cultural Stimulus

Índice

Agradecimentos.....	i
Resumo.....	iii
Abstract.....	v
Glossário de siglas.....	xi
Introdução.....	1
Enquadramento teórico.....	3
Problemática.....	3
Problemática e conceitos: revisão bibliográfica.....	3
O que são os públicos.....	4
O papel dos Museus no contexto de criação de público.....	7
A Rede Portuguesa de Museus.....	8
A gestão dos museus.....	12
Políticas culturais autárquicas.....	13
Estratégias de outros municípios: casos práticos.....	16
Os museus e a despesa municipal.....	18
Metodologia.....	21
Objeto de estudo e modelo de análise.....	21
Contextualização empírica.....	23
A vila de Alenquer.....	23
O papel do município no âmbito cultural.....	24
Os Museus do estudo.....	25
O papel da autarquia na gestão dos museus.....	26
O Museu João Mário.....	26
A Casa-Museu Palmira Bastos.....	27
O Museu do Vinho.....	28
O Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição.....	29
O Museu Hipólito Cabaço.....	30
Museus de Alenquer de 2019 a 2021, segundo dados fornecidos pela CMA.....	31
Experiências do público: inquérito à comunidade.....	33
Metodologia.....	33
Aplicação do inquérito.....	34
Resultados do inquérito.....	35

Avaliações e considerações.....	40
Desenho do Projeto.....	43
O Dia Internacional dos Museus enquanto exemplo.....	45
O Projeto <i>Museus Fora de Horas</i>	45
Considerações Finais.....	49
Referências Bibliográficas.....	51
Anexos.....	55

Índice de Quadros

Quadro 1- Visitantes dos museus do município de Alenquer.....	32
---	----

Índice de Gráficos

Gráfico 1- Idades dos inquiridos dos museus de Alenquer.....	35
Gráfico 2- Escolaridade dos inquiridos de Alenquer.....	36
Gráfico 3- Profissões dos inquiridos segundo a CPP 2010.....	36
Gráfico 4- Número de museus nacionais visitados pelos inquiridos de Alenquer.....	37
Gráfico 5- Número de museus internacionais visitados pelos inquiridos de Alenquer.....	37
Gráfico 6- Museus de Alenquer mais conhecidos do público.....	38
Gráfico 7- Museus mais importantes para os residentes de Alenquer.....	39
Gráfico 8- Razões para não visitar os museus do concelho.....	39
Gráfico 9- Características mais importantes num museu (consideradas pelos inquiridos).....	40

Índice de Figuras

Figura 1- Inquérito de satisfação aos visitantes dos museus de Alenquer.....	55
Figura 2- Cartaz <i>Terra da Vinha e do Vinho</i>	56
Figura 3- Fachada do Palácio Municipal.....	57
Figura 4- Convento de São Francisco.....	57
Figura 5- Museu do Vinho.....	58
Figura 6- Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição.....	59
Figura 7- Igreja do Espírito Santo.....	60
Figura 8- Museu João Mário.....	61
Figura 9- Passaporte <i>Museus Fora de Horas</i>	62
Figura 10- N° de visitantes do projeto <i>Museus Fora de Horas</i>	63

Glossário de siglas

CMA- Câmara Municipal de Alenquer

DCIT- Divisão de Cultura e Identidade Territorial

DGPC- Direção Geral do Património Cultural

DPAT- Divisão de Património Histórico-Cultural

IMC IP – Instituto dos Museus e da Conservação

INE- Instituto Nacional de Estatística

IPM – Instituto Português de Museu

MC- Ministério da Cultura

OPAC- Observatório Português das Atividades Culturais

PIDDAC- Programa de Investimento e Despesas de Desenvolvimento da Administração Central

PRACE- Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado

PREMAC - Plano de Redução e Melhoria da Administração Central do Estado

ROMA- Regulamento Orgânico do Município de Alenquer

RPM – Rede Portuguesa de Museu

ICOM- Conselho Internacional de Museus

Introdução

No âmbito do Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura, do ISCTE-IUL, foi realizado este projeto final para a obtenção do grau de Mestre. No meu caso, optei por realizar um trabalho de projeto, visto ter identificado um problema no domínio cultural de Alenquer- onde sou residente- e considero que é possível a sua resolução. Neste sentido, interessa-me contribuir para um melhor ambiente cultural do concelho.

O tema deste projeto foi influenciado pela unidade curricular Recepção, Fruição e Públicos da Cultura, lecionada no primeiro ano de Mestrado, pelo Professor Doutor José Soares Neves. Os conteúdos apresentados nesta unidade curricular levaram-me a refletir sobre como poderiam estar organizados os quatro museus presentes no concelho de Alenquer, assim como, qual seria o papel do município nestas instituições museológicas, isto é, a nível económico, político, como também qual a sua participação.

O título que escolhi para este projeto é *Desenvolvimento de Públicos em Museus Municipais*, concretamente no contexto de Alenquer. O objeto deste estudo é conhecer quais as estratégias da Câmara Municipal em relação ao seu parque museológico, enquanto organização específica local. Enquanto objetivos, define-se em compreender quais são os objetivos dos museus municipais e como se caracteriza a adesão de públicos, de forma a traçar uma estratégia capaz de dinamizar os museus do concelho.

Os museus observados são o Museu João Mário, a Casa-Museu Palmira Bastos, o Museu do Vinho, o Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição e considerar o Museu Hipólito Cabaço como futuro.

Porém, a pandemia Covid 19, revelou-se devastadora para este tipo de museus. Limitou, em grande parte, as suas atividades, mas, ao mesmo tempo, conseguiu fazer ver que o digital pode ser uma ajuda. Exemplo disso, foi o vídeo elaborado pelo vereador da cultura de Alenquer, Rui Costa, e partilhado nas plataformas da Câmara Municipal, a assinalar a data de 2 de fevereiro, à porta do Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição, para recordar o humanista.

Neste sentido, para a análise inicial, torna-se relevante conhecer os públicos efetivos. Só assim, é possível perceber se a população residente tem conhecimento destas instituições culturais e compreender que importância têm para a população.

Em suma, a divisão deste trabalho será feita em quatro partes. O capítulo I contém o enquadramento teórico, onde serão explicitados os objetivos deste estudo, com a revisão da literatura através da apresentação de noções imprescindíveis para a compreensão e que nos acompanharão ao longo de todo este trabalho. Além disso, é importante analisar o que existe e como é feito noutros municípios para futuras comparações. Assim como, é importante contextualizar a Rede Portuguesa de Museus e os seus critérios para creditação. Além disso, é importante fazer uma comparação desde 2015 a 2019, sobre a despesa pública, por parte dos municípios com este tipo de museus. Por fim, será apresentada a metodologia do trabalho, qual o objeto de estudo e o modelo de análise.

É no capítulo II que será referido o contexto histórico da vila de Alenquer e apresentados os museus do estudo, desde o contexto do seu surgimento, a localização, os seus acervos, assim como qual o papel da autarquia em cada um. Além disso, serão apresentados dados relativamente aos museus municipais, disponibilizados pela Câmara Municipal de Alenquer.

No capítulo III são apresentados os resultados do inquérito por questionário feito à comunidade do concelho, com a respetiva caracterização sociodemográfica e análise dos dados obtidos.

O projeto deste trabalho, *Museus Fora de Horas* encontra-se descrito no capítulo IV, onde é explicitado também o *Dia Internacional dos Museus* enquanto modelo a seguir.

Por fim, serão apresentadas as considerações finais sobre este projeto, na esperança de que este trabalho sirva de mote para futuras mudanças no que respeita ao campo cultural, e mais propriamente aos museus- Alenquerenses.

Capítulo 1

Enquadramento teórico

Problemática

Este estudo situa-se no período de 2015 a 2019 e tem como principal objetivo conhecer qual o papel dos museus municipais perante os públicos residentes no concelho. Além disso, é importante perceber qual é o papel do município na orientação, gestão e promoção destes museus. Desse modo, torna-se crucial perceber qual a importância atribuída, pela comunidade de Alenquer, aos museus locais e, conseqüentemente, elaborar um projeto cultural a fim de dinamizar os museus do município.

Problemática e conceitos: revisão bibliográfica

Este é o capítulo onde são apresentados conceitos do campo da museologia aplicados com base em estudos e artigos científicos. Torna-se fulcral explicitar os conceitos ligados à criação e desenvolvimento de públicos, como se distinguem e classificam com base nas suas características.

Os estudos de públicos são importantes por várias razões. Em primeiro lugar porque as instituições culturais passam a saber quem é o público, conhecendo-o, recorrendo a características socioeconómicas e demográficas; por último, revelam as razões para a sua deslocação, o grau de satisfação e quais as suas necessidades e limitações (Ayala et al., 2019: 10), sempre com objetivo principal de melhorar a sua oferta.

No entanto, a crise financeira e económica de 2008, apesar de parecer muito distante cronologicamente, foi um marco importante e negativo neste sector, em especial, no contexto económico português, marcado por um decréscimo acentuado de investimento neste tipo de instituições. Além disso, recorrendo ao Eurobarómetro de 2013, verifica-se que foi um fator de peso para a desaceleração nas práticas das atividades culturais dos europeus. Muitas pessoas deixaram de poder despende de certos valores tanto para deslocações a atividades, como para pagar bilhetes de entrada. Segundo dados do Eurobarómetro de 2013, na maioria das atividades culturais, verifica-se um decréscimo de aderência por parte dos cidadãos. Neste caso específico e que nos interessa para este projeto-os museus e galerias- verifica-se uma queda de quatro pontos percentuais (41% em 2007 para 37% em 2013).

O que são os públicos

Desde o início do século XX e até aos últimos anos, verificam-se algumas alterações nos campos social, político e económico das organizações do património cultural. O conceito de públicos tem sido abordado por várias áreas, entre elas, a gestão, a museologia, a sociologia, estudos de lazer e política cultural (Ayala et al., 2019: 1).

Há vários sociólogos, entre eles, Bourdieu e Darbel (1969) que defendem que a cultura é estratificada, parte dela destinada a uma elite económica. Por este motivo, é relevante conhecer quais são as razões que levam um cidadão a fazer a visita a um museu, visto só assim ser possível para estas instituições acompanhar as mudanças sociais. Para as organizações, o público passa a ser o centro de toda a questão e a principal preocupação. Em 2012, a Comissão Europeia definiu o desenvolvimento de públicos como:

“A strategic, dynamic and interactive process of making the arts widely accessible. It aims at engaging individuals and communities in experiencing, enjoying, participating in and valuing the arts through various means available today for cultural operators, from digital tools to volunteering, from co-creation to partnerships” (Comissão Europeia, 2012).

Ou seja, a questão de desenvolvimento de público passa a ser um processo que conta com vários sectores, como o marketing e a comunicação. O objetivo é fazer com que este não seja apenas “mais um visitante” e passe a fazer parte do projeto em si, participando em ações, oferecendo sugestões e, principalmente, que passe a ser um elemento importante de trabalho e partilha, fomentando o nível de frequência nas visitas enquanto parte essencial na função pedagógica do museu (Ayala et al., 2019: 9), tornando-se fundamental realçar o papel das instituições escolares nesta ligação (Ayala et al., 2019: 12).

A nível de dinâmicas, as instituições museológicas têm como missão chegar à comunidade em geral, ou focar-se num público mais específico (Ayala et al., 2019: 7). Assim, torna-se essencial uma nova aposta na forma de comunicação (Ayala et al., 2019: 11) - uma das funções básicas- desde redes sociais ou museus virtuais, são fulcrais para a atração de público ou para conseguirem divulgar a sua mensagem/exposições presentes. Neste sentido, o meio digital torna-se imprescindível para comunicar com todas as pessoas, independentemente do seu grupo social ou limitação física (Ayala et al., 2019: 11). A mensagem pode chegar ao público de várias formas, mas esse público também pode ser participativo de várias maneiras. Brown, Novak-Leonard e Gilbride (2011 apud Ayala et al., 2019) dividem a participação do público entre

espectador, cocriador, artista, *crowdsourcing* e “conquistado”. Há, até, exemplos municipais em que a participação por parte do público foi essencial, como o caso de Marchena, em Espanha, onde o público lutou pela preservação, promoção e recuperação do património local (Ayala et al., 2019: 10)¹.

O conceito de público está inteiramente ligado com a oferta disponível e pode ser definido como um conjunto de indivíduos que frequenta determinada atividade cultural (Mantecón, 2009: 176). Defende como “público implícito” “(...) a antecipação do público nas ofertas culturais, aquele que elas constroem desde sua criação como um destinatário virtual (...)” (Mantecón, 2019: 208). Não contando com alguns frequentadores, com fraca relação com museus, os que se deslocam em família, os que fazem visitas curtas e que não leem a informação disponibilizada pelo museu sobre determinada obra. Neste campo, entram também os “não públicos”, aqueles que, de uma forma ou de outra, não tentam, sequer, chegar aos objetos culturais, ou porque não gostam, ou porque não se sentem convidados a frequentar. Por este mesmo motivo é que o seio familiar e as relações de determinada instituição cultural com o meio escolar são fundamentais para a atração e formação de novos públicos (Mantecón, 2009: 190), pois faz com que os cidadãos se sintam convidados a frequentar. No entanto, o indivíduo pode considerar não estar à altura de usufruir de certa experiência cultural, por considerar que a atividade não é útil o suficiente para despendar do seu tempo e dinheiro, assim como por medo do que não se conhece (Mantecón, 2009: 190).

A pessoa que reage positivamente ao estímulo cultural, está interligada com o “consumo” e “receção”, sendo o “consumidor”, “recetor”, “espectador” e “audiência”. Primeiramente, é necessário perceber o que é que um indivíduo procura quando se dirige a uma instituição cultural. Desde o “entretenimento”, “informação”, “comunicação”, apenas uma experiência ou até uma ligação, assim como

“de identificação grupal, regional, nacional ou multinacional, de sociabilidade, de procura de um espaço próprio, de independência, de distinção, apropriação do espaço público, participação política, de inclusão social” (Mantecón 2009: 200).

¹¹ “(...) La Asociación Cultural por el Patrimonio de Marchena es una plataforma ciudadana totalmente apolítica que surge en defensa del Patrimonio Cultural de Marchena. Se constituye como una organización de naturaleza asociativa y sin ánimo de lucro, al amparo de lo dispuesto en el Artículo 22 de la Constitución Española, en la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación y demás disposiciones vigentes dictadas en desarrollo y aplicación de aquélla, en la Ley Orgánica 4/2006, de 23 de junio, de Asociaciones de Andalucía, así como en las disposiciones normativas concordantes. (...)” (Moreno e Allely, 2015: 238).

Todavia, não podemos esquecer que alguns dos públicos que são contabilizados, podem, perfeitamente, ter sido “arrastados” para determinada atividade, seja ver uma peça de teatro, ir a um museu, ou em acompanhamento de um amigo ou de um familiar. O mesmo se aplica para pessoas que apenas querem passar tempo livre e que não assumem essa atividade como um ato recorrente do seu quotidiano.

Em suma e de acordo com Warner (2002), “públicos” são todas as pessoas que correspondem a uma realidade cultural e estão, naturalmente, associados a políticas culturais (Warner, 2002: 49). Caracterizados por assistirem a certas atividades e que partilham um espaço. Têm de ser distinguidos segundo a sua identidade, raça, sexo, idade ou profissão, assim como perceber quais são os interesses em comum entre eles, de forma a responder às necessidades de mercado (Warner, 2002: 53).

“(…) Os públicos não nascem como tais, formam-se e transformam-se permanentemente pela ação da família, amigos, escola, comunidade circundante, meios de comunicação, ofertas culturais, intermediários culturais, entre outros agentes que influem - com diferentes capacidades e recursos - nas maneiras como se aproximam ou se afastam das experiências de consumo cultural (...)” (Mantecón, 2009: 182).

A título de exemplo, num estudo de públicos feito em 2015, ao Museu Nacional do Traje², verifica-se que os visitantes diferenciam-se entre “estreantes”, “regulares”. Os primeiros são pessoas que estão a visitar o Museu pela primeira vez (73%) e os segundos visitaram três vezes ou mais (16%) os ditos “fidelizados”. Porém, no campo da sociologia, há um novo conceito de público, os “forasteiros”, que se deslocam com o intuito de lazer e procura de turismo (Neves et al, 2013: 55).

² Um estudo levado a cabo pela Direção-Geral do Património Cultural- responsável pelas políticas museológicas portuguesas- e pelo Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do Instituto Universitário de Lisboa e financiado, em parte, pela Fundação Millennium bcp e pela ONI, designou catorze museus, classificados entre arte, arqueologia, especializados, etnologia, antropologia e mistos e pluridisciplinares (Neves et al., 2019: 9). As suas localizações variam entre os concelhos de Lisboa, Porto, Viseu, Condeixa e Coimbra. O estudo aplica como metodologia inquéritos por questionário aos públicos efetivos, com 15 anos ou mais, visitantes de, pelo menos, uma vez o museu e as suas exposições² (análise quantitativa), assim como recolher opiniões dos públicos inqueridos sobre a experiência pessoal em certo museu (análise qualitativa).

O papel dos Museus no contexto de criação de público

A definição de museu do International Council of Museums (ICOM) foi adaptada pela Lei-Quadro dos Museus Portugueses- Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto - e define que um museu é:³

“uma instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite.” (em Santos, 2006: 152).

Os museus municipais caracterizam-se por privilegiarem uma relação mais próxima com os públicos locais. O acervo destes museus é frequentemente constituído a partir de doações pela comunidade, o que faz com que as memórias estejam muito mais presentes⁴.

Foi criado o Programa de Promoção de Projetos Educativos, na Área da Cultura, através do Despacho n.º 834/2005, de 4 novembro, em colaboração dos Ministérios da Educação e da Cultura⁵. Neste sentido, importa reforçar que há vários estudos que apontam para o público enquanto elemento central de todas as questões ligadas à museologia. Em *Examining the state of the art of audience development in museums and heritage organizations: a Systematic Literature review* (2019), foi feito um estudo onde se concluiu que, para o público ser posto no centro da questão, há vários desafios que tem de se ter em conta. Primeiramente, realça-se a gestão de cada organização cultural e a aposta na formação e competências dos funcionários de cada instituição (Ayala et al., 2019: 6). Não descurando a área do marketing enquanto ferramenta fundamental para os museus alcançarem os seus objetivos, desde a proximidade com o cidadão, aumentar o número de visitas, melhorar experiências oferecidas (Ayala et al., 2019: 6). Assim, o museu que tem como principais objetivos a difusão de informação, proteção e conservação de património e organização de exposições temáticas, deixa de fazer sentido e dá lugar a um mercado de lazer muito mais exigente (Ayala et al., 2019: 11). Os museus passam

³ “(...) The definition of museum has gradually changed from functional (acquiring, conserving and exhibiting art for study and education) to purposive- for people to enjoy and learn (Rentschler 2007). The focus is therefore to serve society, satisfy visitors, promote access and develop audiences. (...)” (Barbosa e Brito, 2012: 17)

⁴ “(...) mesmo que os públicos não tenham nascido naquele local, os objetos podem suscitar comparações quando facilmente descodificados pelos próprios e, se por acaso dialogam com os familiares ou amigos durante a visita acerca do que estão a ver, o conhecimento está a realizar-se de uma forma eficaz. (...)” (Duarte, 2007: 80).

⁵ (Santos, 2006: 152).

a ter uma organização muito mais estruturada a nível de gestão, com mais divisão de poder⁶, com novos desafios e funções, de forma a fazer frente ao contexto atual (Ayala et al., 2019: 7).

É importante ter em conta que os museus municipais têm grupos-alvo. Destacam-se os grupos das idades mais jovens, visto quanto mais se sentirem motivados para visitar objetos culturais, mais vão criando esse hábito e, conseqüentemente, irá repercutir-se em certos valores, ao longo da sua vida, reforçando o sentimento de cidadania⁷. Deste modo, é perceptível e lógico que, as medidas de “acolhimento” cultural e de incentivo, devem fazer-se desde o ensino primário até ao 12º ano, de forma a levar os mais jovens a participarem- visto encontrarem-se na fase de moldagem enquanto pessoas com futura responsabilidade cívica (Santos, 2006: 151). Assim, serão criadas as condições necessárias para atrair grupos escolares (Grefe e Krebs, 2010: 26), tornando-se fundamental a interligação com a matéria lecionada, funcionando como um complemento ao ensino- duas vertentes dos museus (Santos, 2006: 153). A par disto, os jovens entre os 18 e os 25 anos- estudantes universitários- por serem um grupo de risco de desemprego na maior parte da Europa; adultos empregados, por verem nos museus uma forma de desenvolvimento pessoal; adultos desempregados, a partir do qual os museus representam interação com outro contexto e outras pessoas, de autoapresentação; os idosos por despendem do seu tempo livre, na saúde e bem-estar, através da sociabilidade (Grefe e Krebs, 2010: 33).

A Rede Portuguesa de Museus

O ano de 2000 é marcado por um forte progresso nacional e europeu no que toca a políticas culturais⁸. Neste sentido, em maio desse ano, surge a Rede Portuguesa de Museus, criada pelo

⁶ Nos anos 90, Julian Spalding, passou a implementar um novo método de forma a conseguir integrar a população nas exposições. Neste sentido, fomentou as exposições temáticas, com uma parceria entre os funcionários do museu de Glasgow e diferentes grupos comunitários; empréstimos de objetos e incentivando as pessoas a criarem as suas próprias coleções⁶. Os resultados deste projeto foram bastante favoráveis, na medida em que as pessoas passaram a ver os museus como impulsionadores de mudanças sociais; criaram consciência da cultura de minorias, reconhecendo-os; o impacto social e na consciência é maior quando os objetos expostos fazem/fizeram parte da experiência de determinada pessoa (Grefe e Krebs, 2010: 42).

⁷ “(...) com particular destaque para os mais jovens, o contacto com bens culturais. O acesso frequente a esses bens poderá significar, entre outros aspetos, a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos e das populações, o aprofundamento da cidadania e a possibilidade de, a longo prazo, criar consumidores culturais regulares e informados. (...)” (Santos, 2006: 151).

⁸ “(...) “tanto em Portugal como noutros países europeus, o crescimento exponencial do número de museus é acompanhado, sobretudo desde os anos de 1990, da imperiosa necessidade de melhorar e ampliar os seus desempenhos culturais e sociais” Esta afirmação da então diretora do IPM, Raquel Henriques da Silva, alicerça -se, em parte, e no que toca ao país (...)” (Silva, 2002: 5 *apud* Neves et al., 2013: 105)

IPM⁹, devido à falta capacidade de gestão dos próprios museus, dando origem a Estrutura de Projeto Rede Portuguesa de Museus, para

“(...) estudar e propor um modelo para a RPM; elaborar os programas de apoio a museus; acompanhar e prestar apoio técnico a projetos; estabelecer as formas de cooperação; emitir pareceres sobre a integração de museus na RPM; organizar ações de formação. (...)” (Neves et al., 2013: 106).

A ideia desta Estrutura seria terminar a 5 de junho de 2003, acabou por ser alargada mais dois anos, dando origem à Estrutura de Missão, levada a cabo até 2007 e passando as suas competências para o Instituto dos Museus e da Conservação¹⁰ - na Divisão de Credenciação e Qualificação de Museus do Departamento de Museus- fusão do Instituto Português de Museus e o Instituto Português de Conservação e Restauro. Criado segundo as orientações do Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado. O documento *Linhas Pragmáticas* define a noção da RPM, em que define

“(...) a Rede Portuguesa de Museus é definida como “um sistema de mediação e de articulação entre entidades de índole museal, tendo por objetivo a promoção da comunicação e da cooperação com vista à qualificação da realidade museológica portuguesa” (Camacho, Freire -Pignatelli e Monteiro, 2001: 32). (...)” (Neves et al., 2013: 106).

Com a aprovação da Lei-Quadro dos Museus Portugueses- Lei nº 47/2004, de 19 de agosto- os objetivos da RPM foram redefinidos e reorientados, com foco no progresso¹¹. A Lei-Quadro

⁹ “(...) Despacho conjunto nº 616/2000, de 17 de maio, dos Ministérios das Finanças, da Cultura e da Reforma do Estado e da Administração Pública. (...)” (Neves et al., 2013: 106).

¹⁰ “(...) Nele são definidos “seis eixos estratégicos de intervenção”: 1) Reenquadramento do sistema de gestão dos museus tutelados pelo MC/IMC; 2) Inovação de modelos de funcionamento nos museus e palácios do MC/IMC; 3) Governança de proximidade com os representantes e associações profissionais dos sectores da Cultura, das Universidades, da Museologia e da Conservação e Restauro, e com os municípios, as Regiões Autónomas, entidades públicas, as dioceses, as Misericórdias, as Fundações e outros agentes; 4) Consolidação e crescimento sustentado da RPM [inclui o incentivo à criação de redes regionais]; 5) Política coerente e integrada de preservação, estudo, documentação e comunicação das coleções de bens materiais móveis e do património imaterial; 6) Qualificação profissional e formação académica e científica dos recursos humanos do IMC. (...)” (Neves et al., 2013: 22)

¹¹ “(...) “denota uma evolução face à noção inicial, constante das Linhas Programáticas de 2001, acentuando a vertente sistémica da RPM (nas suas características de organização, progressão e vontade) apontando inequivocamente os ‘museus’ enquanto destinatários, em contraste com a amplitude das ‘entidades de índole museal’, mencionadas na definição anterior e posicionando a RPM

dos Museus Portugueses é apontada como um fator determinante para os museus e cultura portuguesa. O Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado, também designado de PRACE, apontou enquanto objetivos deste período conturbado, a reorganização de serviços. Os objetivos deste programa foram, mais tarde, enquadrados na Lei Orgânica do Ministério da Cultura¹². A Lei-Quadro dos Museus Portugueses além de todas as medidas, ditava também a criação do Conselho Nacional de Cultura e, por conseguinte, a Secção dos Museus e da Conservação e Restauro- que só viria a ter efeito em 2010.

A RPM era composta por um coordenador-geral, um coordenador adjunto e uma equipa de quatro pessoas, nomeada pela tutela da Cultura. Por norma, cinco pessoas especializadas em Museologia ou outras áreas relevantes e uma pessoa no secretariado, porém só o coordenador geral é que tinha um “vínculo contratual”, uma condição que se manteve até 2012 (Neves et al., 2013: 107).

Entre 2000 e 2010, havia quatro formas para integrar a Rede. Através de Inerência- “(...) (que contempla os museus tutelados pelo então IPM e, em 2007, os Palácios tutelados pelo IMC (...))”-; Protocolo- “ (...) (que contempla os museus tutelados pelas direções de cultura dos governos regionais)(...)”-; Candidatura de Adesão- “(...) (que decorreu 2001 e 200315) (...)” e Candidatura de Credenciação- “(...) (a partir de 2006 e já de acordo com o novo enquadramento legal conferido pela Lei Quadro dos Museus Portugueses)(...)” (Neves et al., 2013: 108). Entre 2000 e 2010, a situação museológica portuguesa era extremamente favorável, apresentando um forte crescimento. É o caso dos museus em funcionamento, que no ano de 2000 eram apenas 728 e passaram para 1223 em 2010- um crescimento de 68%. Assim, distinguem-se ainda a permanência de abertura dos museus, entre sazonal- abertos em determinada época do ano- ou permanente- abertos durante o ano, mesmo que não seja durante todos os dias. Estes museus sofreram um crescimento de 38%. Em termos de funcionamento, distinguem-se os precários e com “abertura esporádica” - notam-se por abrirem ao público apenas com marcação- passaram de 137 em 2000 para 410 no ano de 2010- um crescimento de 199% (Neves et al: 32). Porém, nesta listagem aparecem ainda os museus encerrados ao público por não terem exposições fixas, mas que mantém serviços educativos e de documentação ativos, cresceram 36%. Também os encerrados não mais do que 6 meses, por obras ou outra questão relevante decresceram 42%.

na política museológica nacional, ao acrescentar o objetivo da descentralização” (...) “(Camacho, 2010a: 17 in Neves et al., 2013: 107).

¹² Decreto-Lei nº 215/2006, 27 de outubro.

Até 2007, os museus entravam na RPM através de três modalidades, por candidatura, por parceria ou por “inerência” (Neves et al., 2013: 23). Em termos económicos, as instituições culturais (com maior foco nos museus) foram as que mais beneficiaram dos programas de financiamento comunitário, pelos Quadros Comunitários de Apoio, tratando-se de fundos europeus, com fim à reforma deste tipo de instituições. Destacando o período de 2000 a 2010, é possível verificar um aumento da despesa, por parte do IMC, em crescimento de 2000 a 2008¹³ e em decréscimo de 2009 a 2010¹⁴. Em termos da administração local, verifica-se um aumento de despesa (Neves et al., 2013: 26), muito devido ao Programa Operacional da Cultura¹⁵.

Até 2009, a equipa seria coordenada por Clara Camacho- subdiretora do IPM e, posteriormente do IMC de 2005 a 2009- e enquanto subcoordenadora Joana Sousa Monteiro (Neves et al., 2013: 23). A RPM deixa de ter um centro de documentação próprio, passando a integrar a biblioteca do IMC, assim como o *website* da RPM passou a estar presente apenas através do acesso ao IMC.

A Direção-Geral de Património Cultural, herdeira das funções da Direção Regional de Cultura de Lisboa e Vale do Tejo, foi criada tendo em conta as mudanças na administração pública- definidas no PRACE (2005) e no PREMAC (2011) - que dissolvia o Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico e o Instituto dos Museus e da Conservação.

É de reforçar que qualquer órgão, seja ele público ou privado, não necessita de autorização para a criação de museus¹⁶. Porém, verifica-se através dos dados disponibilizados pelo INE, referentes à Estatística da Cultura, que em 388 museus, apenas 191 são de gestão pública local. Além disto, é suposto que, voluntariamente, os museus locais funcionem em rede, de forma a participarem na Rede Portuguesa de Museus. Defende-se que ao património cultural está

¹³ “(...) a despesa total cresce até 2002 e mantém -se estável em 2003. Essa evolução é explicada pelo Orçamento PIDDAC uma vez que o Orçamento de Funcionamento não varia. No período 2004 -2008, o valor inicial baixa para níveis de 2000, mas é visível um crescimento continuado ao longo do ciclo, crescimento sustentado nas despesas do OF e, sobretudo, nas do PIDDAC. Note -se que 2008 é o ano com maior despesa total no conjunto do período (€26,3 milhões) o que se deve aos valores do PIDDAC (€15,8 milhões). Este é o ano limite do POC e, portanto, a incidência da despesa reflete o termo de obras em vários museus. Quanto ao acréscimo da despesa deve também ter-se em conta que, com a extinção do IPM e consequente criação do IMC em 2007, passaram para a tutela deste Instituto 5 palácios antes na dependência do IGESPAR. (...)” (Neves et al., 2013: 25).

¹⁴ “(...) devido à quebra das despesas PIDDAC, sendo que as de funcionamento crescem em consequência das (re) aberturas de museus entretanto verificadas. (...)” (Neves et al., 2013: 25).

¹⁵ “(...) Em valor absoluto passam de €24,3 milhões em 2000 para €42,4 milhões em 2010, sendo que o valor mais elevado é de €77,3 milhões (2009); em percentagem das despesas com Cultura aumentam de 7% para 10% nesses mesmos anos, sendo que é de novo 2009 o ano em que se regista a mais elevada (11%). (...)” (Neves et al., 2013: 25).

¹⁶ Lei-Quadro dos Museus- Lei nº47/2004 de 19 de agosto, art.5 (Matoso, 2017: 7).

inerente um valor que deve ser preservado. No caso concreto dos museus nacionais, iniciou-se um “pacote de descentralização”, a Lei 62/ XIII de fevereiro de 2017, que visa algumas mudanças no que toca ao papel do Estado neste sector¹⁷.

Em suma, a primeira década do século XXI foi extremamente favorável para a museologia nacional, com sinais de forte crescimento. É o caso dos museus em funcionamento, que no ano de 2000 seriam apenas 728, passando para 1223 em 2010- crescimento de 68%. Atualmente, a RPM conta com 161 museus que cumprem critérios rigorosos de excelência¹⁸.

A gestão dos museus

Em relação aos museus é possível afirmar que há dois tipos de gestão, seja polinucleada ou em rede ¹⁹ . Ou seja, uma estrutura polinucleada ²⁰ diz respeito a uma unidade, independentemente dos núcleos; enquanto, em rede, cada museu corresponde a uma unidade (Neves *et al*, 2013: 35). Os museus polinucleados são compostos por uma sede, mas que veem a sua extensão em polos independentes

“(…) com características patrimoniais, coleções e atividades diversas, mas com uma ligação institucional e orgânica de dependência do núcleo sede (…)” (Neves, Santos e Lima, 2013; Camacho, 2009c *apud* Neves *et al*: 35).

Já o núcleo,

“(…) corresponde a uma extensão ou um polo territorialmente descentralizado de um museu (…) uma unidade dependente de um museu que comporta os principais serviços técnicos que permitem a sua adequada manutenção, bem como o cumprimento das

¹⁷ “(…) No plano da salvaguarda e da valorização do património cultural, e da conservação e gestão dos museus nacionais, a proposta do Governo relativa ao “pacote da descentralização” (Lei 62/XIII, fevereiro de 2017) bem como o conjunto de medidas previstas no Programa do XXI Governo (2015-2019)19 respeitantes à Reforma do Estado, veio reacender o clima de suspeita agravada no sector, nomeadamente devido aos impactos e às alterações resultantes das transferência de competências do Estado (…)” (Matoso, 2017: 8).

¹⁸ “ (...)Tem como objetivos: 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, decorrentes da aplicação de fundos comunitários, 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 e a valorização formativa dos seus profissionais. (...)” in patrimoniocultural.gov.pt

¹⁹ “(…) polinucleada é hierarquizada e corresponde a um núcleo-sede e a um ou mais núcleos, e que as umas estruturas em rede correspondem dois ou mais museus relativamente autónomos entre si. (...)” (Neves *et al*, 2013: 34).

²⁰ “(…) Tenha-se em conta que, num mesmo museu, a opção pela estrutura polinucleada ou pela estrutura em rede pode variar ao longo do tempo. (...)” (Neves *et al*, 2013: 35).

funções museológicas indispensáveis (investigar, preservar, comunicar)” (Neves *et al*, 2013: 35).

O funcionamento em rede é também um passo importante, pois é facilitada a troca de informação²¹. A Rede de Museus do Algarve, criada em 2007, além de ter sido a primeira rede regional a surgir, é um dos melhores exemplos. Primeiramente porque conta com dezasseis museus, sendo quatro desses pertencentes à RPM e são dependentes das administrações centrais, locais e privadas²². Seguiram-se a criação de redes nas regiões do Centro, Alentejo e Norte.

A primeira década do século XXI é, uma vez mais, crucial para comparação de dados da museologia portuguesa. Os museus polinucleados apresentam um crescimento de 78% desde 2000 a 2010 e os núcleos 89%. Os núcleos apresentam, também, uma subida considerável, sendo que, em funcionamento, no ano de 2000, seriam 191 e em 2010 passaram a ser 345.

Ainda assim, importa ter em conta que, cada vez mais, os museus municipais têm como modelo de gestão assente numa estrutura polinucleada, isto é, um museu tem uma sede, porém tem vários organismos responsáveis por vários departamentos. Também as redes museológicas passam a ser uma realidade, passando o trabalho a ser feito em rede. Estas medidas visam garantir uma melhor gestão tanto do património local, como de recursos e chegar ao público, de forma eficiente, tonando os museus mais “ativos” e “dinâmicos” (Querol *et al.*, 2014: 29).

Políticas Culturais autárquicas

Ao longo dos anos, os portugueses têm a intenção de interligar a valorização do património, cultural ou artístico, com questões urbanísticas, turísticas e a ligação com o ensino (Neves *et al.*, 2013: 21). Augusto Santos Silva (2007) marca duas datas como ponto de partida fundamental para o surgir de políticas culturais. O 25 de abril de 1974 e as consequentes eleições autárquicas no ano de 1976 que deram início ao poder local. Também a entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia (CEE), na década de 80, beneficiou de

²¹ “(...) a colaboração na criação de redes regionais (e municipais) de museus integrou um dos eixos estratégicos do IMC em 2010 (...) Sobre estas redes importa ter em conta desde logo que não credenciam museus, ou seja, ao contrário da RPM, não se pretende que os museus aderentes cumpram padrões de funcionamento comuns. (...)” (Neves *et al*, 2013: 27).

²² “(...) uma estrutura de adesão voluntária, que se rege por uma Carta de Princípios e que tem por missão “articular, cooperar e partilhar responsabilidades e recursos entre os Museus do Algarve, visando o desenvolvimento integrado da ação museológica e patrimonial da região, reforçando as opções da sua oferta cultural” (Gameiro, 2011: 12) (...)” (Neves *et al*, 2013: 27).

investimentos e políticas culturais comuns que levaram à necessidade de criação do Ministério da Cultura (1995) e à criação do Programa Operacional da Cultura (2000) (Silva, 2007: 12).

As câmaras municipais são as principais responsáveis pela gestão e elaboração de políticas culturais locais que vão ao encontro dos interesses das suas comunidades. Todavia as autarquias têm uma extrema dificuldade de gerar “diferenciação ideológica” e que esta seja aceite pelos moradores. Destacam-se a ideologia política e os seus objetivos a concretizar. Também as diversas tradições históricas são importantes porque não é possível implementar uma política cultural local que seja igual a nível nacional. Cada região tem a sua história e as suas tradições (Silva, 2007: 13).

“(…) Neste cenário, as funções básicas dos museus de tutela municipal, de acordo com o que está definido na Lei-quadro dos Museus Portugueses, vão desde a investigação à divulgação, passando pela recolha, conservação e documentação do variado património (local, regional e nacional) que se encontra na sua dependência, intervindo no território onde estão inseridos e destinando a sua ação aos diferentes tipos de públicos. (...)” (Neves et al., 2013: 27).

O ano de 2017 foi marcado pela aprovação, por parte do Conselho de Ministros, do Pacote de Descentralização, onde se insere a proposta de Lei 62/XIII que visa a responsabilidade dos municípios de assumirem o papel de “gestores” de bens culturais locais²³. Uma substituição da Lei nº 75/2013- *Lei Ministro Relvas* e chumbada pelo Tribunal Constitucional. Esta lei foi bastante polémica na altura, visto diferenciar e distribuir os vários tipos de instrumentos culturais por órgãos de poder local. Aos municípios cabiam a gestão, planeamento e investimento público de sectores como a ciência, a cultura e o património; as freguesias ficariam responsáveis pela cultural, atividades desportivas e lazeres²⁴ (Matoso,

²³ “(...) Em fevereiro de 2017, o Conselho de Ministros aprovou o «pacote de Descentralização»¹, do qual consta a proposta de Lei 62/XIII² que estabelece o quadro de transferência de competências para as autarquias locais e para as entidades intermunicipais. (...)” (Matoso, 2017: 3).

²⁴ “(...) A lei de 1999 (Artigo 13.º) atribuía já aos municípios e às freguesias competências no domínio cultural: i) Municípios: Património, cultura e ciência ii) Freguesias: Cultura, tempos livres e desporto No capítulo relativo às competências dos órgãos municipais, esta mesma lei definia no artigo 20.º (Património, cultura e ciência): 1- É da competência dos órgãos municipais o planeamento, a gestão e a realização de investimentos públicos nos seguintes domínios: a) Centros de cultura, centros de ciência, bibliotecas, teatros e museus municipais; b) Património cultural, paisagístico e urbanístico do município. 2- É igualmente da competência dos órgãos municipais: a) Propor a classificação de imóveis, conjuntos ou sítios nos termos legais; b) Proceder à classificação de imóveis conjuntos ou sítios considerados de interesse municipal, assegurar a sua manutenção e recuperação; c) Participar,

2017: 3). Além disso, foi responsável pela criação das Comunidades Intermunicipais, responsáveis pelo sector cultural, garantindo que a facilidade de relação entre a autarquia e os “serviços de administração central”, no que diz respeito aos equipamentos culturais, de lazer ou até atividades desportivas e aprovar um “Plano intermunicipal de gestão de redes de equipamentos de saúde, educação, cultura e desporto”²⁵.

Madureira Pinto (1994), enquanto sociólogo, defende três princípios base para a resolução de uma política cultural com resultados positivos como o caso de Cascais ou do Porto. Primeiramente o de criar condições físicas especializadas e promover estímulos para a criatividade cultural. Depois, dar oportunidade a que todas as pessoas tenham contacto com objetos culturais “alargamento de públicos”, fomentando a “democratização da esfera da produção cultural”. Por último, recorrer às associações, para a participação dos cidadãos que, em tempo livre, usufruam destas experiências culturais (Silva, 2007: 18).

Todavia, os municípios encontram outras problemáticas pertinentes para o sucesso das suas políticas. Entre elas, o acesso dos públicos. Facilitar os acessos, seja com a gratuidade das entradas nos espaços, seja pela promoção das atividades culturais a decorrer em determinado período (Santos, 2007: 25). Por esta razão, devem privilegiar-se os laços com as instituições de ensino, de modo a começar a formar públicos. As tradições e elementos de caracterização de uma comunidade também têm valor e devem ser representadas por alguma festividade, seja ela numa pequena freguesia, ou num concelho mais ou menos urbanizado. São símbolos que representam união entre os residentes (Silva, 2007: 26).

O sucesso de uma política passa por verificar tudo o que existe a nível regional, nacional ou até internacional; consequentemente, recolher pessoal técnico, sejam pessoas individuais ou coletivas, para identificar o melhor programa a nível teórico e financeiro; e, a perceber qual é a ligação entre determinado agente cultural e alguma personalidade de quem se está a fazer

mediante a celebração de protocolos com entidades públicas, particulares ou cooperativas, na conservação e recuperação do património e das áreas classificadas; d) Organizar e manter atualizado um inventário do património cultural, urbanístico e paisagístico existente na área do município; e) Gerir museus, edifícios e sítios classificados, nos termos a definir por lei ; f) Apoiar projetos e agentes culturais não profissionais; g) Apoiar atividades culturais de interesse municipal; h) Apoiar a construção e conservação de equipamentos culturais de âmbito local.” (Matoso, 2017: 3).

²⁵ “(...) No âmbito supramunicipal, para além das competências das Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR’s) instituídas em 2003, a Lei de 2013 deu origem à constituição das Comunidades Intermunicipais (CIM), também elas com atribuições na área da cultura. Cabe às CIM assegurar a articulação das atuações entre os municípios e os serviços da administração central quanto à «Rede de equipamentos culturais, desportivos e de lazer», compete ao conselho intermunicipal (Artº 90), a aprovação de um «Plano intermunicipal de gestão de redes de equipamentos de saúde, educação, cultura e desporto». (...)” (Matoso, 2017: 5).

determinado trabalho (Silva et al., 2015: 115). Além disso, o partido que está à frente de determinada autarquia também revela um peso importante, na medida em que a atenção dada ao sector cultural e às políticas culturais deve-se ao “perfil social e político” de determinado presidente/vereador (Silva et al., 2015: 116).

Estratégias de outros municípios: casos práticos

No ano 2000, o município de Cascais surgia com um novo projeto designado por *Programa Cascais-Cultura*, uma parceria entre o Departamento da Cultura da Câmara Municipal de Cascais e o Observatório das Atividades Culturais.

No caso do estudo de Alves dos Santos (2006), o seu objeto foram os museus dependentes da Divisão dos Museus Municipais de Cascais, incumbida de gerir a rede municipal de museus e que, a partir de 2005, viram as suas competências alargadas, com a criação do Gabinete de Arqueologia²⁶ e o Gabinete de Património Histórico-Cultural²⁷.

Alves dos Santos, destaca o facto de, nos museus municipais de Cascais, a oferta estar muito virada para a faixa etária mais jovem, visto estar extremamente interligado com as escolas, em especial os grupos mais infantis como as pré-escolas e 1ºciclo. Porém, os outros níveis de ensino, professores e o ensino especial- que muitas vezes acabam por ser descurados- não são esquecidos. Assim, essa ligação é feita através de contactos permanentes entre a instituição museológica e a escola, através da qual são divulgadas as atividades ou agendadas, segundo a matéria a ser lecionada pela escola, exposições temáticas. Também as visitas guiadas apresentam extrema importância.

Neste município, as ligações entre as instituições museológicas e o campo escolar, ocorrem desde 1964, através do Museu Condes de Castro Guimarães, que apela às artes, demonstra a sua importância para o património português²⁸ e, todos os anos, elucida para a deficiência motora e mental. Segue-se o Museu do Mar- Rei D. Carlos- a sua ligação com as escolas começa em 1993- a principal mensagem a transmitir aos mais jovens é a importância do ambiente e de tudo o que isso envolve, desde o mar, a fauna e a flora. Um dos pontos interessantes é o facto

²⁶ Devido ao património de Cascais, como o Moinho de Armação Tipo Americano.

²⁷ Museu Condes de Castro Guimarães, Museu do Mar- Rei D. Carlos e Forte de São Jorge de Oitavos, Museu da Música Portuguesa- Casa Verdades de Faria (estudo autónomo, visto que, os inquéritos não foram realizados no próprio museu por estar em obras, mas sim numa exposição no Centro Cultural de Cascais.

²⁸ “(...) (porcelana chinesa, azulejaria, trajes da época ou o quotidiano no palácio); ateliês e oficinas artísticas (de pintura, escultura, etc); ciclos de poesia; atividades ao nível da educação ambiental (...); e contos tradicionais e históricos com teatralização (...).” (Santos, 2006: 154).

de, por Cascais ser uma região do mar e por este museu ir de encontro a atividades aquáticas, como a pesca, existirem demonstrações, por parte dos pescadores locais, da sua atividade. O Museu da Música Portuguesa- começou a sua ligação em 1988- tentar apelar o público a criar interesse na música, tanto tradicional como erudita, através de exposições de cariz temporário e que conta, a nível de animação, com a participação da Orquestra da Câmara de Cascais e Oeiras. O Forte de São Jorge de Oitavos é o único que até à data (2006) ainda não tinha nenhuma parceria feita com as instituições de ensino, no entanto destaca-se por ser de cariz militar. Também o Gabinete de Arqueologia tem um papel importante, visto poder ser contactado para agendar visitas a locais que primam pela arqueologia e ao Moinho de Armação Tipo Americano.

Todas as iniciativas levadas a cabo por esta parceria são destinadas e diferenciadas consoante as faixas etárias. As experiências distinguem-se entre a adolescência, através de conferências nos próprios museus; A Comemoração do Dia Internacional dos Museus, levada a cabo pela DPAT, a 18 de maio e com várias atividades, para usufruto das escolas, como para famílias residentes no concelho. Foi também criado um programa designado de “Dos 8 aos 80- À procura de Museus com História”, em vigor de julho a setembro, destinado a todos os habitantes do concelho, com objetivo de dar a conhecer e criar uma ligação com o público. De forma a facilitar e de estimular o interesse, em maio de 2004, a DPAT, criou o Fórum dos Serviços Educativos da Rede de Museus de Cascais- Na Rota das Parcerias, localizado no Centro Cultural de Cascais, para sensibilizar desde alunos a professores sobre temáticas específicas e as coleções presentes no concelho.

Tendo em conta os 4 museus municipais de Cascais, faz com que esta seja uma vila com forte presença cultural dependentes da Câmara Municipal, que prima pela defesa do seu património, estando, desde 2011, três dos seus museus integrados na RPM²⁹.

Na entrevista entre Lorena Querol e Fernanda Costa (2014), encara-se o museu como um meio de chegar à população local, considerando a entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia um marco significativo para mudanças sociais (principalmente). O objetivo principal do museu em causa é mostrar a história da região, mesmo que histórias

²⁹ ”(...) Esta política assenta em linhas de ação consubstanciadas, quer através da preservação e reafecção do património existente no concelho- adaptando-o a equipamentos de cariz museológico- quer através da qualificação dos museus já existentes, seja pelo melhoramento de serviços ou pela criação de novas valências, pela reprogramação museológica, pelo estudo, conservação e inventariação de coleções, e também pelo aumento de atividades educativas direcionadas a diversos tipos de públicos (...)” (Querol et al., 2014: 29).

anteriores, como o caso da exposição “Memórias Vivas”³⁰, em 2014. O plano é mostrar à população residente o que se fazia na vila em séculos anteriores (XVIII, XIX e XX) para fazer com que o público contraponha com as atuais mudanças socioculturais, sempre em mente mostrar, recordar e valorizar, a história, a cultura e a biodiversidade da vila. Apesar da tutela por parte da Câmara Municipal de Cascais, é um museu mais abrangente³¹, na medida em que aborda temas fora da vertente de “glorificação” da vila³².

Em modos de funcionamento de museu e da sua organização, quando não for possível acolher pessoas novas e com conhecimento especializado, nos museus e nos municípios, é importante dar incentivos às equipas museológicas e organizar os recursos humanos por grupos e funções, para dinamizar os trabalhos a suceder.

O caso de Cascais, é visto como um caso de sucesso. A Câmara Municipal de Cascais pediu ao Observatório das Atividades Culturais para analisar e avaliar, a nível científico, uma política cultural local muito concreta (Silva, 2007: 14). A vila de Cascais, desde o início do século XXI, que apostou, fortemente, na cultura e na formação de públicos no seu concelho. Ao longo de todo o território de Cascais, verificam-se “vários polos” geridos pelas freguesias e também o foco principal em instituições como “museus”, “biblioteca”, “sala de espetáculos”, sendo a maior preocupação a criação e formação de públicos da cultura, fomento esse interesse na população mais jovem (Silva, 2007: 15).

Os museus e a despesa municipal

O INE é uma ferramenta fulcral para a obter e analisar dados sobre museus de forma a contextualizar o papel da administração local, através das Estatísticas da Cultura de 2015 a 2019. No ano de 2015, estavam ativos 669 museus, sendo que apenas 388 foram considerados para o estudo da *Estatísticas da Cultura*, levada a cabo pelo Instituto Nacional de Estatística,

³⁰ “(...) o tema da nossa última exposição “Memórias Vivas” (Costa, 2014) onde expusemos à luz as vidas anteriores do Museu, para que as pessoas pudessem perceber outras caras da história local até agora menos conhecidas. A partilha destas “pequenas histórias” permite-nos respirar de outra forma o espírito do lugar, permite-nos perceber melhor os processos socioculturais no espaço e no tempo. (...)” (Querol et al., 2014: 31).

³¹ “(...) museu como mediador na compreensão dos processos de transformação local, na valorização da diversidade, no reforço e na construção de processos identitários que tomam como ponto de partida a pequena escala, o quotidiano local... (...)” (Querol et al., 2014: 33).

³² “(...) biodiversidade versus educação ambiental, cultura local versus cultura global, tradição/ inovação versus sustentabilidade..., mas também porque temos o privilégio, a responsabilidade e o compromisso de ajudar a construir diálogos transversais entre gentes e mundos a partir desta Vila. (...)” (Querol et al., 2014: 32).

pois há critérios que têm de ser correspondidos³³. Nesse ano, contam-se 13,7 milhões de visitantes e 22,4 milhões de bens em acervo. Em termo de despesas públicas destinadas a atividades culturais, segundo o Inquérito ao Financiamento Público das Atividades Culturais, Criativas e Desportivas, verificou-se que foram movimentados 392,2 milhões de euros por parte das Câmaras Municipais. Desse valor, apenas 96 255 euros foi destinado ao “Património Cultural”, dividindo-se o restante para as “Bibliotecas e Arquivo”, “Atividades Interdisciplinares” e “Artes do Espetáculo”. Com foque na zona Centro- por ser a mais indicada e relevante para este estudo- a nível de despesas totais em atividades culturais e criativas gastou 104 388 euros, sendo que 27 592 euros foram para despesas correntes com pessoal³⁴. Além disso e focando no caso dos museus, em Portugal Continental, os municípios tiveram uma despesa total de 52 842 euros, sendo que, a região Centro despendeu de 12 241 euros³⁵ (INE, 2015: 230).

No ano de 2016, dos 684 museus, apenas 405 contaram para as estatísticas. Os visitantes foram 15,5 milhões e com um acervo de 23,5 milhões (INE, 2016: 24). No campo de despesas públicas foram gastos 385,7 milhões de euros por parte dos municípios. Sendo 78 931 euros destinado ao “Património Cultural”, dividindo-se o restante para as “Atividades Interdisciplinares”, “Bibliotecas e Arquivos” e “Artes do Espetáculo”. A zona Centro, em termos de despesas totais em atividades culturais e criativas gastou 90 631 euros, sendo que 28 352 euros foram para despesas correntes com pessoal³⁶. Os municípios de Portugal Continental tiveram uma despesa total com os museus de 43 310 euros- o Centro despendeu de 11 284 euros³⁷ (INE, 2016: 231).

No ano de 2017, verifica-se um decréscimo e só se encontravam em atividade 680 museus, sendo que apenas 430 contaram para as estatísticas. Os visitantes foram 17,2 milhões e com um

³³ “(...) Critério 1: museus que têm pelo menos uma sala de exposição; Critério 2: museus abertos ao público (permanente ou sazonal); Critério 3: museus que têm pelo menos um conservador ou técnico superior (incluindo pessoal dirigente); Critério 4: museus que têm orçamento (ótica mínima: conhecimento do total da despesa); Critério 5: museus que têm inventário (ótica mínima: inventário sumário) (...)” (INE, 2015: 20).

³⁴ A região Norte foi a que apresentou maior despesa total em atividades culturais e criativas, 113 661 euros, sendo 36 528 euros com pessoal (INE, 2015: 227).

³⁵ Conta-se ainda 7 677 euros para despesas correntes totais (4821 euros em despesas com pessoal; 2308 euros em aquisição de bens e serviços e 548 euros para outras despesas) e ainda 4664 euros para despesas de capital (INE, 2015: 230).

³⁶ A região Norte foi a que, mais uma vez, apresentou maior despesa total em atividades culturais e criativas, 127 312 euros, sendo 38 797 euros com pessoal (INE, 2017: 267).

³⁷ Contam-se ainda 8 570 euros para despesas correntes totais (5 437 euros em despesas com pessoal; 2728 euros em aquisição de bens e serviços e 405 euros para outras despesas) e ainda 2 713 euros para despesas de capital (INE, 2016: 231).

acervo de 19,1 milhões (INE, 2017: 121). Os municípios disponibilizaram 450,1 milhões de euros. Distribuindo-se em 94 214 euros (INE 2017: 268) para o “Património Cultural”, dividindo-se o restante para as “Atividades Interdisciplinares”, “Bibliotecas e Arquivos” e “Artes do Espetáculo”. Diferenciando por região, a zona Centro, despendeu 108 688 euros, sendo que 29 839 euros foram para despesas correntes com pessoal³⁸. Além disso, os municípios do continente despenderam 50 636 euros, sendo que, a região Centro gastou de 14 250 euros³⁹ (INE, 2017: 269).

Em 2018, encontravam-se em atividade 680 museus, sendo que apenas 431 contaram para as estatísticas. Os visitantes foram 19,5 milhões e com um acervo de 19,8 milhões (INE, 2018: 90). Os municípios despenderam 469,8 milhões de euros. Para o “Património Cultural” 94 974 euros (INE 2018: 209), dividindo-se o restante para as “Atividades Interdisciplinares”, “Bibliotecas e Arquivos” e “Artes do Espetáculo”. A região Centro gastou 114 305, sendo que 31 141 euros foram para despesas correntes com pessoal⁴⁰. Além disso e focando no caso dos museus, em Portugal Continental, os municípios tiveram uma despesa total de 50 737 euros, sendo que, a zona Centro despendeu de 12 057 euros⁴¹ (INE, 2018: 210).

No ano de 2019, encontravam-se em atividade 662 museus, sendo que apenas 436 contaram para as estatísticas. Os visitantes foram 19,8 milhões e com um acervo de 20,5 milhões (INE, 2019: 93). Foram movimentados 519 milhões de euros por parte dos municípios. Esse valor distribui-se 94 974 euros para “Património Cultural” (INE 2018: 209) e o restante as “Atividades Interdisciplinares”, “Bibliotecas e Arquivos” e “Artes do Espetáculo”. A zona Centro, gastou 125 985 euros, sendo que, 109 818 euros foram para despesas correntes com pessoal⁴². Em Portugal Continental, no ano de 2019, os municípios tiveram uma despesa total

³⁸ A região Norte foi a que, mais uma vez, apresentou maior despesa total em atividades culturais e criativas, 127 312 euros, sendo 38 797 euros com pessoal (INE, 2017: 267).

³⁹ Contam-se ainda 9 545 euros para despesas correntes totais (5 732 euros em despesas com pessoal; 3 377 euros em aquisição de bens e serviços e 437 euros para outras despesas) e ainda 4 705 euros para despesas de capital (INE, 2017: 269).

⁴⁰ A região Norte foi a que, mais uma vez, apresentou maior despesa total em atividades culturais e criativas, 132 111 euros, sendo 41 999 euros com pessoal (INE, 2018: 208).

⁴¹ Conta-se ainda 9779 euros para despesas correntes totais (5957 euros em despesas com pessoal; 3354 euros em aquisição de bens e serviços e 468 euros para outras despesas) e ainda 2278 euros para despesas de capital (INE, 2018: 210).

⁴² A região Norte foi a que, mais uma vez, apresentou maior despesa total em atividades culturais e criativas, 146 951 euros, sendo 128 783 euros com pessoal (INE, 2019: 199).

de 50 737 euros, sendo que, a zona Centro despendeu de 13 145 euros com os museus⁴³ (INE, 2019: 201).

Atualmente, verifica-se que o orçamento disponível para investimento na cultura municipal tem sido cada vez mais reduzido, face à crise económica dos últimos anos (Querol et al., 2014: 24). Lorena defende que, para os museus municipais serem realmente uteis, têm de implementar um modelo de gestão sustentável para conseguirem ultrapassar crises económicas (Querol et al., 2014: 25). Há apenas uma diferença entre os museus municipais. Os que, de alguma forma, estão ligados ao mar, há um enlace entre a “ciência e técnica” (Querol et al., 2014: 26), mas também com o património local, contado através da cultura, artes, arqueologia⁴⁴.

Metodologia

Objeto de estudo e modelo de análise

Enquanto objeto de estudo deste trabalho destacam-se os museus municipais de Alenquer. Como ponto de partida, reformularam-se algumas questões a serem implementadas aos responsáveis de cada museu, desde perceber quais são as atividades disponíveis para os visitantes; se têm serviços educativos; quais são os objetivos de cada um e se os estão a cumprir; se têm autonomia própria. As entrevistas exploratórias aos colaboradores de cada museu-chamadas “testemunhas privilegiadas” (Quivy e Campenhoudt, 1998: 71), para perceber o seu funcionamento. A ideia não era ter um guião muito preparado, apenas algo que servisse, essencialmente, para organizar ideias de formas de funcionamento, “(...) servem para encontrar pistas de reflexão, ideias e hipóteses de trabalho, e não para verificar hipóteses preestabelecidas. (...)” (Quivy e Campenhoudt, 1998: 70). Neste sentido, procederam-se a entrevistas abertas para que a conversa com os intervenientes (sejam eles Rui Costa ou as responsáveis de cada museu) possa fluir sem interrupção. O objetivo é que as entrevistas abertas servissem de ponte para os conceitos que chegaram através das leituras.

Outro método fundamental de pesquisa para a obtenção de dados reais são os residentes do concelho enquanto único público para esta análise. O objetivo é analisar, a partir de um inquérito por questionário, a população residente, a partir dos 15 anos de idade, de forma a perceber qual a importância deste tipo de museus para a comunidade, através da caracterização

⁴³ Contam-se ainda 10 301 euros para despesas correntes totais (6615euros em despesas com pessoal; 3686 euros em outras despesas) e ainda 2844 euros para despesas de capital (INE, 2019: 201).

⁴⁴ “(...) os museus marítimos enlaçam cultura e natura, e por isso são um híbrido museológico onde, com frequência, se encontram a ciência e a técnica, a história local, a etnografia, a história natural, as artes, a arqueologia... (...)” (Querol et al., 2014: 26).

sociodemográfica da população, tendo em conta características específicas, desde o sexo, a idade, educação e a profissão. Além disso, foram questionadas as frequências das visitas a cada museu, assim como, se os consideram importantes para a Vila. As questões foram, em geral, de escolha múltipla e de resposta aberta- como a idade e a profissão.

Capítulo 2

CONTEXTUALIZAÇÃO EMPÍRICA

A vila de Alenquer

*Alenquer, por onde soa
O tom das frescas águas, entre as pedras,
Que murmurando lava*
Canto III, *Os Lusíadas*, Luís Vaz de Camões

Alenquer é uma vila do distrito de Lisboa, pertencente à região centro de Portugal e sub-região do Oeste. Limitada pela Serra de Montejunto e pelo Ribatejo, predominantemente rodeada por vinhas e campos. A vila tem um passado histórico que remonta ao ano de 1148, aquando da conquista por D. Afonso Henriques aos Mouros, que vem a ser conhecida como a Lenda de Alão, quando no dia do último combate, o Rei e o seu exército encontraram um cão grande e pardo, vigia das muralhas do castelo e apelidado de “Alão” e que os recebeu de maneira efusiva. Neste sentido, o Rei achou que isso seria um sinal de vitória e mandou começarem o conflito gritando “Alão quer”. Posteriormente, este nome viria a ser adequado ao nome da vila. Diz-se ainda, pelos antigos que, Alão era o responsável de levar, todas as noites, as chaves do castelo, na boca, até à casa do governador. Assim, os cristãos, prenderam uma cadela debaixo de uma oliveira, para que, seguindo os seus instintos, o cão saltasse o muro, entregando as chaves aos portugueses. Mantém-se os símbolos que ainda hoje servem para representar a vila: um cão pardo preso a uma oliveira. Mais tarde, no ano de 1212, Alenquer é entregue ao senhorio da infanta D. Sancha e que lhe vem a conceder a carta de foral⁴⁵.

A vila homenageia várias personagens e símbolos. Desde o Presépio⁴⁶ que se encontra numa das encostas; o facto de ser a vila de Damião de Góis (humanista do século XVI), Pedro Lamy (automobilista português e o primeiro a marcar pontos no campeonato de Fórmula 1) e a célebre atriz Palmira Batos; e ainda localidade com significado especial para o poeta Luís de

⁴⁵ In <http://arquivomuseualenquer.blogspot.com/>

⁴⁶ Desde 1968, o Presépio Monumental é montado na encosta, virado para o rio e com personagens que atingem os 6 metros de altura, detendo a qualificação de *Presépio de Portugal*.

Camões (com vários versos n'Os *Lusíadas* a fazer referência a Alenquer)⁴⁷; Além disso, no ano de 2018, recebeu o título de *Cidade Europeia do Vinho 2018 Torres Vedras e Alenquer*.

Todos os visitantes que se dirijam ao Posto de Turismo ou a qualquer um dos museus municipais, tem à sua disposição um folheto informativo sobre quais os pontos de interesse de Alenquer. Além dos Museus, os visitantes são convidados a visitar o Palácio Municipal (edifício de estilo neoclássico e inaugurado em 1890), a Igreja do Espírito Santo (antigos paços da família real, depois transformada em albergaria pela Rainha D. Isabel), o Castelo (extremamente importante na Idade Média como defesa de território), o Convento de São Francisco (o primeiro convento franciscano em Portugal, fundado em 1922 por D. Sancha, sendo o portal manuelino da Casa do Capítulo um Monumento Nacional desde 1910), a Igreja de São Pedro (remete ao século XII) e a freguesia Aldeia Galega da Merceana por ter presente as origens medievais.

O papel do município no âmbito cultural

Até ao presente, a presidência da CMA pertence a Pedro Folgado, cabendo-lhe a tarefa de reorganização interna da autarquia, seja de recursos humanos ou de unidades orgânicas. Neste sentido, o ROMA- Regulamento Orgânico do Município de Alenquer- tem como função o estabelecimento de normas organizacionais e do exercício de encargos por parte da CMA. O objetivo visa a excelência dos serviços públicos, a fim de cumprir com as expectativas dos munícipes. Assim, cabe à Divisão de Cultura e Identidade Territorial gerir projetos nas áreas do turismo, cultura, promoção territorial, património e associativismo, assim como, a gestão das estruturas ligadas aos referidos âmbitos. Além disso, são encarregues de, sempre que necessário, realizar inquéritos/questionários de forma a corresponder às expectativas dos cidadãos do concelho sobre estas matérias. O cumprimento de políticas culturais tem de ser assegurado por este organismo e trabalha em parceria com o Gabinete de Comunicação, de forma a fazer chegar aos munícipes toda a informação sobre atividades em desenvolvimento.

⁴⁷ “(...) Que cidade tão forte porventura /Haverá que resista, se Lisboa/ Não pôde resistir à força dura / Da gente, cuja fama tanto voa /Já lhe obedece toda a Estremadura, / Óbidos, Alenquer, por onde soa / O tom das frescas águas, entre as pedras, / Que murmurando lava, e Torres Vedras. (...)” Canto III, *Os Lusíadas*

Todas estas informações estão descritas no Modelo de Estrutura Orgânica Nuclear Flexível dos Serviços Municipais e Regulamento Orgânico do Município de Alenquer⁴⁸.

São várias as atividades onde a autarquia tem tido, ao longo dos anos, um papel importante na defesa do Património Cultural. Desde logo, o *Cantar e Pintar os Reis*, uma tradição medieval que encerra as celebrações do Natal, na noite de 5 para 6 de janeiro. Surge então, o *Roteiro Turístico Noturno*, ao longo das várias freguesias do concelho, as pessoas dividem-se em dois grupos, os que pintam e os que cantam. As casas são pintadas simbolizando as profissões de quem lá habita ou até os membros do agregado familiar⁴⁹. A importância deste evento descreve-se pelo facto de ter sido considerado, em 2021, como Património Cultural Imaterial. Também o Presépio, na época natalícia, tem um peso importante para a autarquia. São atividades de cariz social e que contam com a participação de algumas instituições/ organizações de cariz solidário. As cerimónias começam com a *Cerimónia Inaugural de Iluminação do Presépio Monumental*, com mercados de Natal, o comboio que faz o circuito da Vila, assim como é divulgado um concurso de fotografia “Presépio de Portugal”.

Em tom de reparo, tendo em consideração o período de pandemia em que vivemos, desde março de 2020, onde um número significativo da população ficou em confinamento, podia ter sido uma estratégia, desenvolvendo a parte do digital. Numa era em que a informação está a curta distância, a autarquia podia ter aproveitado para reproduzir, através das suas páginas, atividades ou até mesmo visitas virtuais. No contexto nacional, esse tipo de acesso cultural foi desenvolvido em parceria entre a Google Arts & Culture e o Ministério da Cultura, nomeadamente com a Direção-Geral do Património Cultural através do projeto *Portugal: Arte e Património*, onde estão todos os museus credenciados na RPM- Rede Portuguesa de Museus. O ponto positivo para esta inovação é o facto de estimular interesse nos públicos para que visitem o museu presencialmente.

Os museus do estudo

A informação sobre os museus deste estudo encontra-se no *website* da Câmara Municipal de Alenquer e no novo ViverAlenquer, uma plataforma mais virada para o turismo, com objetivo

⁴⁸ Parte H, Despacho n.º 11790/2020, a 27 de novembro de 2020, Secção II, em Competências e Serviços, na Subsecção XII, Artigo 53º.

⁴⁹ “(...) às portas, aqueles desenhos que quase de certeza toda a gente já viu: corações e vasos floridos, estrelas, símbolos de profissões, como uma balança ou um martelo e a sigla «B.R.», que quer dizer «Bons Reis», à qual depois da implantação da República se passou, nalguns locais, a acrescentar «V.R.», de «Viva a República», para não haver confusões, e a data. (...) in <http://www.viveralenquer.pt/fazer.php?id1=2&id2=28>

de divulgar a localização, as exposições e a forma de funcionamento. As atividades dos museus são divulgadas nestas plataformas, assim como no *Facebook* e *Twitter* da CMA. Nos dias de hoje, sabemos que as redes sociais e o digital são um meio fundamental para a divulgação de informação, dos museus municipais e sobretudo as atividades. As redes sociais e os museus virtuais podem funcionar como ferramenta de tão importantes que são para a participação do público. A junção de ambas faz com que surja uma ligação entre a organização e o público. A comunidade passa a sentir-se envolvida e isso leva a que haja uma recuperação, preservação e promoção do património cultural local (Ayala et al., 2019).

O papel da autarquia na gestão dos museus

Segundo as entrevistas feitas às responsáveis dos museus do Vinho e de Damião de Góis e Vítimas da Inquisição, assim como ao vereador Rui Costa, todos os museus do concelho têm registo de visitantes, inicialmente feito em papel e depois passado para um mapa em Excel e reportado ao turismo de Portugal. Esses dados não são confidenciais, ou seja, se alguém precisar de ter acesso, é possível dar esse parecer ao vereador. Além disso, está disponível um questionário de satisfação (Anexo A, Figura 1), sempre, para todas as pessoas que visitem os museus do município, de forma a aceitar sugestões e haver noção do *feedback* dos visitantes sobre cada instituição. É um registo totalmente anónimo. Todos os museus têm serviços educativos e visitas guiadas.

A gestão dos museus é, inteiramente, feita pela autarquia e a missão dos museus é chegar aos munícipes e aos forasteiros. O objetivo é promover e divulgar o que melhor se faz no concelho, assim como em cada museu. Além de que, a maioria dos visitantes são pessoas de fora do concelho, visto a comunidade local considerar que, por ser da terra, já conhece. Inicialmente a ideia era cobrar entrada apenas para as pessoas de fora do concelho (entradas a 1€), porém, ao longo do tempo, os responsáveis perceberam que as pessoas de fora é que visitavam os museus e deixou de fazer sentido. Agora estão todos abertos gratuitamente. Agosto revelou-se o mês preferido dos turistas para visitarem os museus.

O Museu João Mário

O Museu *João Mário*, inaugurado em 1992 e situado na Travessa de São Benedito 3, é considerado um dos mais importantes museus de arte figurativa, escultura e pintura com destaque nas obras do próprio artista, assim como com cerca de 800 obras de arte nacionais e estrangeiras. O plano inicial era ser apenas uma galeria, no entanto, com tanto interesse por

parte dos visitantes, tornou-se um museu municipal, gerido pela CMA desde 2009. É considerado, pela autarquia e comunidade, o maior museu ibérico de arte particular. As obras que lá se encontram são obras do próprio autor, de amigos, de alunos e até adquiridas pelo João Mário. Em termos de instalações, o Museu organiza-se em cinco zonas⁵⁰, com exposições permanentes e uma temporária, tem um auditório onde se realizam colóquios com convidados sobre diversos temas. Toda a gestão do museu é feita pela autarquia, porém, é um museu particular. Encontra-se aberto de terça a sábado das 9h às 13h e das 14h00 às 18h.

O museu dispõe de serviços educativos, com atividades criadas para os vários grupos e integra uma rede de parcerias com as escolas do município. Além disso, pontualmente, há atividades aos domingos à tarde *Encontro Numa Tarde de Domingo*, no primeiro domingo de cada mês, sobre os mais variados temas relacionados com a região, desde *Lendas e mitos de Alenquer*, *Tradições e festas populares*, *Moinhos e moleiros* e *Religiosidade e vida: festas e celebrações religiosas*.

O pintor, João Mário Ayres d'Oliveira é natural de Lisboa, mas reside em Alenquer desde 1932 (ano do seu nascimento). Foi em meados dos anos 50 que se dedicou à pintura a óleo e que entrou na Sociedade Nacional de Belas Artes para tirar cursos relacionados com as artes.

A sua primeira exposição foi no ano de 1954 na Sociedade Nacional de Belas Artes e as suas obras foram adquiridas por um cidadão inglês. Desde aí, anualmente, expunha as suas obras, situação que ocorreu até ao ano de 1974. O seu talento valeu-lhe vários prémios ao longo da sua carreira e até medalhas, em ouro, de honra e de mérito, e a Sociedade Nacional de Belas Artes concedeu-lhe uma medalha de prata e internacionalmente, em Itália, a Associação Centro Histórico de Florença atribuiu-lhe o *oscar della cultura*. Além desse talento para as artes, fora presidente da Câmara Municipal de Alenquer.

A Casa-Museu Palmira Bastos

O Museu *Palmira Bastos*, situado no Largo Dona Palmira Bastos, nº1, Aldeia Gavinha e inaugurado a 27 de fevereiro de 2000. A Casa-Museu fora uma colaboração entre a Junta de Freguesia de Aldeia Gavinha, a Câmara Municipal e a Associação de Desenvolvimento Local

⁵⁰ “(...) “*O meu percurso*” reúne os primeiros desenhos, trabalhos e quadros a óleo do pintor; “*João Mário Hoje*” apresenta quadros da sua fase de maturidade; “*Artistas Meus Amigos*” tem expostas obras de artistas como Silva Porto, José Malhoa, Veloso Salgado, Vicente Romero, Helena Roque Gameiro entre outros pintores de arte figurativa; “*Artistas em Alenquer*” é um espaço reservado a todos os artistas (iniciados e/ou amadores) residentes no concelho ou a ele ligados; “*Sala da Memória*” tem os seus objetos pessoais, peças e fotografias (...)” in http://www.viveralenquer.pt/page_agenda.php?id=289

de Aldeia Gavinha para o restauro da casa onde nascera a atriz Palmira Bastos, passando a ser, simultaneamente, a sede da Junta de Freguesia. O objetivo é a glorificação da atriz no campo das artes preformativas, expondo fotografias, objetos e vestuário da atriz, existindo, assim, apenas uma exposição permanente.

A atriz Maria da Conceição nasceu no ano de 1875, na freguesia de Aldeia Gavinha, é filha de artistas espanhóis que estavam em Portugal de passagem, pertencentes a uma companhia de teatro ambulante. A sua experiência no teatro começou aos quinze anos, no Teatro da Rua dos Condes, passando pelo Teatro Avenida e, mais tarde, integrando a Companhia Rosas e Brazão, no Brasil, assim como no Teatro Nacional D. Maria pela Companhia Amélia Rei Colaço-Robles Monteiro. O nome Palmira surge como nome artístico, em homenagem à sua mãe, Palmira Rey. Foi inúmeras vezes homenageada através de prémios e condecorações, tanto nacionais, como internacionais.

O Museu do Vinho

O *Museu do Vinho*, inaugurado em abril de 2006 e situado na Rua Serpa Pinto nº2, é reconhecido como a sede das Rotas dos Vinhos de Lisboa, desde 2006⁵¹. Aqui podem ser adquiridos também os vinhos de cerca 20 produtores da Associação das Rotas dos Vinhos de Lisboa. O museu situa-se no antigo Celeiro Real e remonta ao século XIX, altura em que fora construído após as Invasões Francesas para funcionar enquanto apoio aos agricultores das devastações provocadas. Além do espaço para exposições sobre técnicas e formas de produção vitivinícola, detém um espaço destinado a provas de vinhos, a concursos e um auditório para a elaboração de conferências e/ou palestras. Enquanto atividades, o museu aposta nas Linhas de *Torres, Óbidos e Quintas de Alenquer*, como forma de promoção da zona Oeste e do que melhor tem para descobrir, desde a parte histórica, até aos campos e vinhas, onde podem ser feitas provas de vinhos nas quintas (com marcação prévia e valores estipulados). As escolas dirigem-

⁵¹ “(...) No 1.º andar do Museu estão patentes duas exposições distintas. Está patente uma exposição etnográfica relativa à evolução das técnicas e instrumentos associados à produção vitivinícola no nosso concelho que tem várias dezenas de peças expostas, propriedade do Município de Alenquer, da coleção etnográfica do Rancho Folclórico de Alenquer, da Cooperativa Agrícola de Alenquer e da União das Cooperativas Agrícolas do Ribatejo e Oeste. Está igualmente patente a exposição “*Grape Land: uma viagem através da identidade do vinho*”, uma mostra centrada no património comum da vinha e do vinho, proveniente da relação do Homem com o seu território durante milénios, e que expressa a sua identidade no conhecimento, saberes, técnicas e crenças ligadas à cultura da vinha e produção do vinho. A exposição faz ainda uma retrospectiva cronológica das cidades europeias que, a par de Alenquer, ostentaram o galardão de Cidade Europeia do Vinho. (...)” in http://www.viveralenquer.pt/page_agenda.php?id=288

se ao museu, com as suas crianças, numa manhã/tarde agendada, fazendo uma visita guiada tal e qual como se fossem adultos, ainda que com linguagem adequada à idade. Além disso, há também atividades específicas para este tipo de grupos, como dar a provar a uvada- doce típico da região, com o ostro da uva e maçã. O museu está aberto, apenas, de terça a sexta-feira das 10h às 18h e ao sábado das 10h às 13h e das 14h às 18h;

Essencialmente fazem visitas guiadas- um visitante chega e pede para explicar sobre a produção vitivinícola de Alenquer, apresentam-se as quintas produtoras, faz-se a divulgação e promoção dos vinhos do concelho, mas sem a sua venda- apenas o vinho *Aproximar* (fabricado devido à Cidade Europeia do Vinho), explica-se a história do edifício, do Visconde Chancelheiros e o quanto foi importante para a produção dos vinhos de zona de Alenquer. Além disso, são feitos cursos de vinho e algumas atividades/eventos, como as *Cestas com Alma*, realizado na última sexta-feira de cada mês, um dos produtores convidados vai apresentar a sua produção e são atividades gratuitas. As atividades são divulgadas essencialmente por e-mail e contactos disponibilizados pelos visitantes anteriormente. Além disso, nas *Cestas com Alma*, são apresentados alguns produtos da região e, normalmente, tem também alguma animação musical. O principal foco é a divulgação e ajuda aos produtores. Na parte de cima do edifício, é onde se situam as exposições, com visitas guiadas, aos instrumentos/técnicas utilizadas na produção de vinho. Há também uma exposição temporária, mais recente, uma viagem histórica à zona de Alenquer, de como surgiu o vinho, o porquê de Alenquer ser a Terra da Vinha e do Vinho. O curso de vinhos é a única atividade que é paga porque inclui almoço, diploma e curso e custa 25€. A *Quinta de Portas Abertas*, só acontece em setembro e consiste na seleção entre 4 ou 5 quintas, mostrar as vinhas, dar a conhecer os vinhos e as pessoas compram vinho diretamente ao produtor. É uma atividade gratuita, normalmente, a um sábado de manhã. Anteriormente este museu era designado de Rota dos Vinhos, mas em 2018, deixou de ser e inaugurou-se como Museu do Vinho devido à Cidade Europeia do Vinho e por se considerar que devia haver mesmo alguma coisa exclusiva ao Museu do Vinho. Anteriormente, era o Celeiro Real, sobre a produção de cereais da zona, nem se encontram peças sobre a produção de cereais.

O Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição

O Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição é mais recente, foi inaugurado em 2017 e está situado na Igreja de Santa Maria da Várzea na Calçada Damião de Gois 34- onde se diz

estar sepultado o humanista-, é alusivo à memória das vítimas da Inquisição⁵². O Museu tem apenas uma sala de exposições, onde se situa a exposição permanente, mas em seu redor, o espaço destina-se a uma exposição temporária, sempre relacionada com o tema base. O facto de não ter galeria ou uma sala independente pode condicionar as atividades. O museu é considerado, pelos seus colaboradores, um grande investimento, visto ser o único museu municipal que conta com um painel interativo para os visitantes.

Conta com serviço educativo e parcerias com as escolas, assim como atividades para públicos mais velhos e para famílias. As atividades são feitas tanto dentro do edifício, como nos espaços exteriores circundantes ao Museu. Neste sentido, há atividades alusivas à Vila, onde são realizadas visitas aos sítios mais emblemáticos. A grandiosidade do edifício faz com que os visitantes queiram dirigir-se ao Museu não só pelas exposições, assim como para visitar a arquitetura.

Consta que, Damião de Gois (1502-1574), tenha nascido e morrido na vila histórica de Alenquer e, por esse motivo, seja uma personalidade tão importante e com tanta homenagem da comunidade alenquerense. O museu está disponível para visitas de terça a sexta-feira, das 10h às 18h e ao sábado, domingo e feriados das 10h às 13h e das 14h às 18h horas.

Conta-se que foi o humanista Damião de Góis que, em 1560, mandou restaurar a igreja que, nos dias de hoje, dá lugar a este museu. Não esquecendo que o século XVI foi uma época conturbada, pois a igreja católica era posta em causa por Martinho Lutero, Calvinismo, entre outras. Além disso, é a época em que a Inquisição é uma forma de combate a heresia, onde o humanista fora denunciado, condenado e preso.

O Museu Hipólito Cabaço

Hipólito Cabaço é uma personalidade do concelho de Alenquer. Nascido no ano 1885, no Paiol, freguesia de Aldeia Galega da Merceana e faleceu em 1970. No seu período de vida teve passagens pelo território francês, em 1901 e foi a partir desse momento que descobriu o gosto pela arqueologia, voltando a Portugal dois anos mais tarde.

O museu situa-se em plena zona histórica de Alenquer, na Calçada Francisco Carmo- Casa da Torre 33. Julga-se que o edifício onde se encontra este museu pertence aos séculos XVII ou

⁵² “(...) Esta igreja é um dos locais mais importantes para a memória às vítimas da perseguição religiosa e da intolerância cultural em Portugal, por dois motivos dramáticos. Os judeus residentes em Alenquer foram acusados de serem os autores de um incêndio que consumiu aquele espaço religioso, facto que motivou a sua expulsão da vila no final do século XV, depois de terem sido condenados a reedificar a igreja. (...)” in http://www.viveralenquer.pt/page_agenda.php?id=290

XVIII. Inicialmente, no fim do século XX, o objetivo era dividir as instalações do museu por alas, de forma a tornar um espaço para a biblioteca, um Arquivo Histórico e Delegação Escolar, assim como gabinetes para o pessoal técnico, desde engenheiros, arquitetos e topógrafos. No entanto, a partir de 2017- ano referente às últimas eleições autárquicas, o município teve como missão pegar neste museu e transformá-lo no Museu do Município. Contudo, é um museu que a nível de estrutura já existe, mas encontra-se em acabamentos finais. Conta-se que abra ao público para meados de setembro de 2021, tendo em conta que este projeto fora atrasado por todos os entraves que a pandemia Covid-19 impôs. Além da coleção de Hipólito- adquirida em 1944 pela CMA juntamente com a Junta de Freguesia da Estremadura- comporta materiais de explorações feita por Cabaço de vários períodos e áreas distintas⁵³. Terá ainda materiais do período após 25 de abril- normalmente doados, comprados ou de escavações promovidas pela autarquia. No total, contam-se cerca de 35.347 peças inventariadas, divididas entre a etnografia, arqueologia, iconografia, numismática, mineralogia, artes e geologia.

Museus de Alenquer de 2019 a 2021, segundo dados fornecidos pela CMA

Os dados seguintes foram gentilmente fornecidos pela Câmara Municipal de Alenquer e remetem aos anos de 2019 até agosto de 2021, distinguindo o Museu do Vinho, Museu João Mário e o Museu de Damião de Góis e Vítimas da Inquisição. À parte disto, distinguem entre públicos estrangeiros, a comunidade de Alenquer ou, simplesmente, turistas portugueses.

O Museu do Vinho, apresentou, no ano 2019, um total de 1040 visitantes- sendo 827 portugueses (98 de Alenquer) e 115 estrangeiros (quadro 1). No ano 2020, o número de visitantes sofreu uma queda abrupta- passando de 923 para 178- 95 turistas portugueses, 80 residentes no concelho e 3 estrangeiros. Ainda assim, até ao momento- 2021- o Museu contou com 139 visitantes, distinguindo-se entre 87 residentes de fora de Alenquer, 39 pertencentes à comunidade e 4 estrangeiros.

No ano 2019, o museu João Mário recebeu o total de 926 visitantes- 81 habitantes do concelho, 810 turistas e 35 estrangeiros. Devido à pandemia Covid-19 e a todas as restrições inerentes, o ano 2020 foi um ano pouco normal em termos de público do museu. Contaram-se

⁵³ “(...) dividindo-se pelos períodos Paleolítico, Mesolítico, Eneolítico, Bronze, Ferro, Romano e Medieval, e ainda por Paleontologia e Antropologia, correspondentes a estações arqueológicas localizadas e exploradas por Cabaço em concelhos como Alenquer, Salvaterra de Magos, Azambuja, Peniche, Caldas da Rainha, Santarém, Cadaval, entre outros. (...)” in <http://www.viveralenquer.pt/fazer.php?id1=6&id2=50>

546 visitantes- 482 turistas, 60 do concelho e 4 estrangeiros. Em 2021, até à data, foram 163 os visitantes do Museu João Mário- 83 turistas, 74 pertencentes à comunidade e 6 estrangeiros.

O Museu que vem revolucionar a adesão dos públicos é, claramente, o Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição. Um museu relativamente recente, mas que conta com números extraordinariamente elevados quando comparado com os restantes. Só no ano 2019, 3674 pessoas visitaram o museu- 2977 turistas nacionais, 582 residentes e 115 estrangeiros. Em 2020, mesmo sendo um ano atípico, o museu recebeu 1940 visitantes, sendo 1713 turistas portugueses, 177 habitantes e 50 estrangeiros. Em 2021, até à data, o museu contou com 217 visitas, sendo 162 pessoas de fora do concelho, 55 de Alenquer e 4 estrangeiros.

Os dados (Quadro 1) demonstram que o museu municipal mais frequentado- expectável devido ao inquérito por questionário realizado à comunidade local, foi o Museu Damião de Góis. É, sem dúvida, o que em menos tempo de existência, suscita mais curiosidade por parte dos visitantes, sendo o que mais recebe pessoas fora da comunidade- turistas nacionais- assim como estrangeiros.

Quadro 1: Visitantes dos museus do município de Alenquer.

	Museu João Mário			Museu Damião de Góis			Museu do Vinho		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Visitantes residentes	81	60	83	582	177	55	98	80	87
Visitantes Nacionais	810	482	74	2977	1713	158	827	95	39
Visitantes Estrangeiros	35	4	6	115	50	4	115	3	4
Total de Visitantes	926	546	163	3674	1940	217	1040	178	130

Fonte: Elaboração própria a partir de dados cedidos pela CMA.

Capítulo 3

Experiências do público: Inquérito à comunidade

Metodologia

O inquérito por questionário foi o método preferencialmente escolhido para esta investigação

“(…) Deste modo se compreenderá o uso extensivo do inquérito apesar de todas as limitações apontadas ao seu valor intrínseco enquanto técnica de investigação empírica. A sua natureza quantitativa e a sua capacidade de “objetivar” informação conferem-lhe o estatuto máximo de excelência e autoridade científica no quadro de uma sociedade e de uma ciência dominadas pela lógica formal e burocrático-racional, mais apropriada à captação dos aspetos contabilizáveis dos fenómenos. (...)” (Ferreira, 1986: 167).

Terá como universo de inquirição todos os indivíduos com mais de 15 anos, residentes em Alenquer, que visitaram ou não os museus em causa, individualmente ou em grupo (Anexo F). O principal objetivo é perceber qual é o ponto de vista dos residentes em relação aos museus do concelho, qual a importância que lhes atribuem e que relação têm, fazendo uma análise quantitativa. Assim sendo, este trabalho e, simultaneamente, este inquérito, terão como finalidade melhorar o envolvimento entre os residentes e o património cultural do concelho. Aplicado apenas na língua portuguesa, tendo em conta que será destinado apenas aos munícipes, estima-se que demore 5 minutos a preencher e ficará disponível durante o período de 1 de junho e 26 de junho.

Considera-se importante caracterizar a amostra a nível social, visto que

“(…) consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, (...) representativo de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou a 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. (...)” (Quivy & Champenhoud, 1998: 188).

Além disso, é possível classificar o inquérito por questionário de “administração direta” (Quivy & Champenhoud, 1998: 188), visto as opções de resposta serem formuladas de forma que o inquirido apenas tenha de selecionar a que mais lhe convir. Conta com 26 perguntas, na

sua grande maioria- exceto em casos específicos de opinião concreta- perguntas fechadas, por serem mais diretas para o inquirido e, posteriormente, de mais fácil análise dos dados para o investigador (Ferreira, 1986: 183). Dividir-se-á entre variáveis independentes de forma a realizar uma análise sociodemográfica (idade, nacionalidade, sexo, escolaridade, profissão) (Bryman, 2012: 253), questões sobre a área de interesse e valores em relação aos museus em contexto nacional e sobre as práticas em relação aos museus de Alenquer (Bryman, 2012: 253) com espaço para sugestões.

O plano inicial para este inquérito por questionário seria disponibilizar, em cada Museu do estudo, um formulário para que os visitantes pudessem preencher aquando das visitas. Porém, nesse caso o universo reduzia-se aos públicos efetivos. Por outro lado, a Covid-19 não facilitou esse processo e as visitas neste momento são extremamente reduzidas devido ao clima de insegurança sentido pela população. Até porque, um dos museus, a Casa-Museu Palmira Bastos, encontra-se frequentemente encerrado e só abre quando alguém demonstra interesse em visitar, segundo dito pela presidente da Junta de Freguesia de Aldeia Galega da Merceana e Aldeia Gavinha, Célia Nicolau. Por este motivo e tendo em conta todas as circunstâncias desta pandemia, o questionário foi aplicado através de uma plataforma online, Google Forms. Todavia, após várias tentativas, o plano seria fazer a divulgação do inquérito em parceria com a Câmara Municipal de Alenquer, que disponibilizaria através das suas redes sociais e website para que os residentes respondessem, mas isso não se verificou, visto não haver resposta às consecutivas tentativas de comunicação.

Aplicação do inquérito

Os censos de 2011 demonstraram que a população residente nas onze freguesias⁵⁴- Carnota, Meca, Olhalvo, Ota, União das Freguesias de Abrigada e Cabanas de Torres, União das Freguesias de Aldeia Galega da Merceana e Aldeia Gavinha, União das Freguesias de Alenquer (Santo Estêvão e Triana), União das Freguesias de Carregado e Cadafais, União das Freguesias de Ribafria e Pereiro de Palhacana, Ventosa e Vila Verde dos Francos- é 43 267 indivíduos, dos quais 21 066 pertenciam ao sexo masculino e 22 201 do sexo feminino.

O inquérito esteve em circulação desde o dia 1 de junho de 2021 até ao dia 25 de junho do mesmo ano. Durante estes 24 dias o inquérito foi respondido por 119 residentes e todos os inquéritos podem ser considerados válidos, tendo em conta a obrigatoriedade de resposta a

⁵⁴Atualmente onze devido ao plano de Reorganização Administrativa do Território das Freguesias.

perguntas, visto ser em formato *online*, só assim o sistema deixar concluir. A análise dos dados foi feita recorrendo ao Excel, de forma a simplificar os gráficos e tabelas de dados.

Resultados do inquérito

O objetivo deste ponto de trabalho é dar a conhecer os resultados do inquérito respondido pelos residentes de Alenquer, de forma a traçar as características da população e aplicar um projeto que faça jus às necessidades apresentadas.

Em termos de características sociodemográficas, dos 119 inquiridos, 61,3% responderam ser do sexo feminino e 38,7% do sexo masculino. As idades dos inquiridos encontram-se entre os 13 e os 84 anos, sendo que a faixa etária que mais respondeu foram os jovens entre os 19 e os 24 anos- 63,9%.

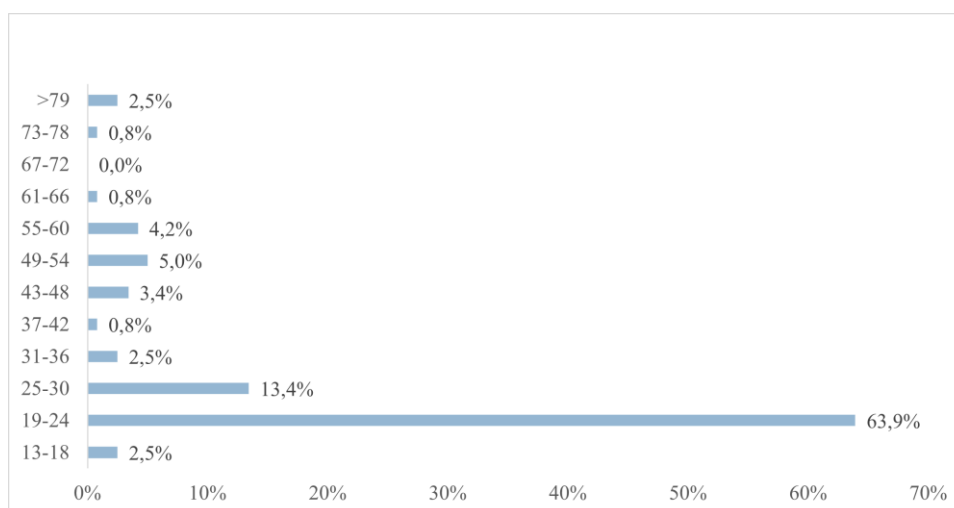


Gráfico 1: Idades dos inquiridos dos museus de Alenquer.

Além disso, 63% dos inquiridos afirmaram pertencer a um agregado familiar com entre 3 e 4 pessoas, seguindo-se até 2 pessoas (26,1%) e 10,9% respondeu ter 5 ou mais pessoas. No que diz respeito à escolaridade, 44,5% respondeu ter a licenciatura completa, o que se destacou por ser a percentagem mais alta, seguindo-se a conclusão do ensino secundário com 21,8% e, em último lugar o ensino básico (1,7%). A bibliografia sobre os públicos de museus diz-nos que quanto mais escolarizado, mais probabilidade há em ser usuário deste tipo de atividades culturais. Além disso, verifica-se através da questão sobre a consideração da importância dos museus no que toca à cultura nacional, onde 99,2% dos inquiridos respondem positivamente a esta questão.

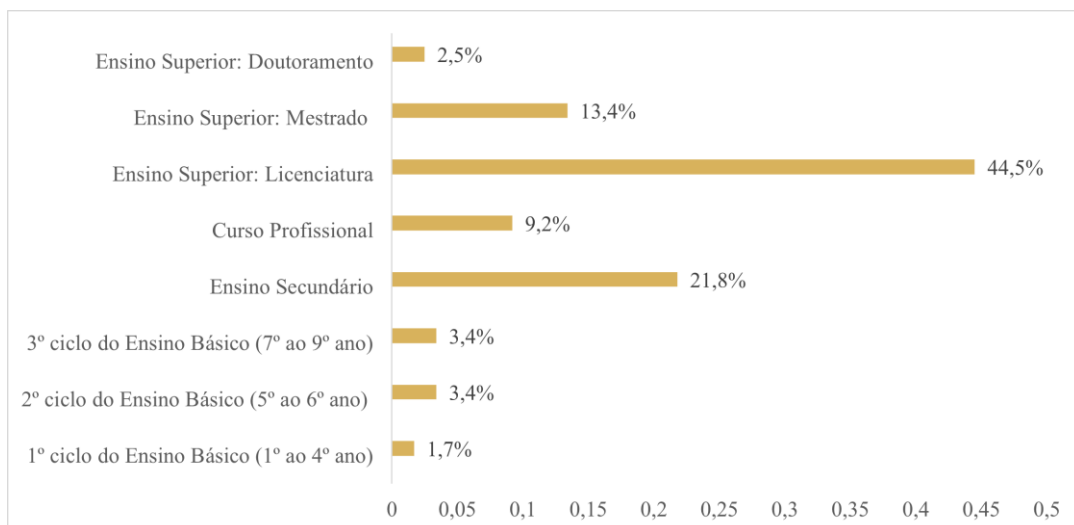


Gráfico 2: Escolaridade dos inquiridos de Alenquer.

Em relação à condição perante o trabalho, a posição que mais se destaca são os indivíduos que trabalham por conta de outrem (47,9%), seguindo-se os estudantes com 36,1%. As pessoas domésticas têm pouca relevância, visto representarem apenas 0,8%. No entanto, ao classificar as profissões segundo a CPP 2010- Classificação Portuguesa das Profissões- além das 40 pessoas que não responderam de todo ou que não responderam de forma correta à pergunta aberta sobre a descrição da profissão, a profissão mais respondida foram as atividades intelectuais e científicas, seguindo-se os técnicos e profissionais de nível intermedio e o pessoal de serviços e vendedores.

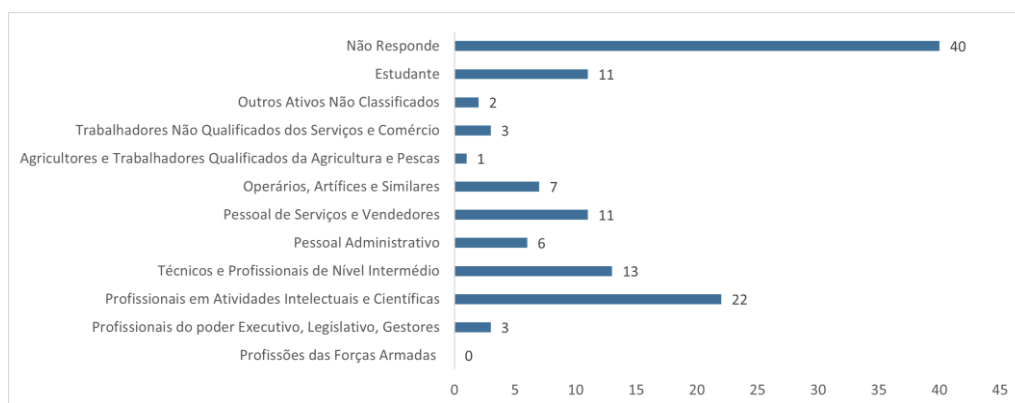


Gráfico 3: Profissões dos inquiridos segundo a CPP 2010.

No campo das relações dos indivíduos com os museus nacionais, verificou-se que, 62,2% já visitaram entre 1 e 10 museus, comparando com uma percentagem baixa de 1,7% de pessoas que dizem nunca ter visitado um museu ao longo da sua vida. No entanto, quando comparado com os museus internacionais, a taxa de adesão é claramente mais baixa (Gráfico 5).

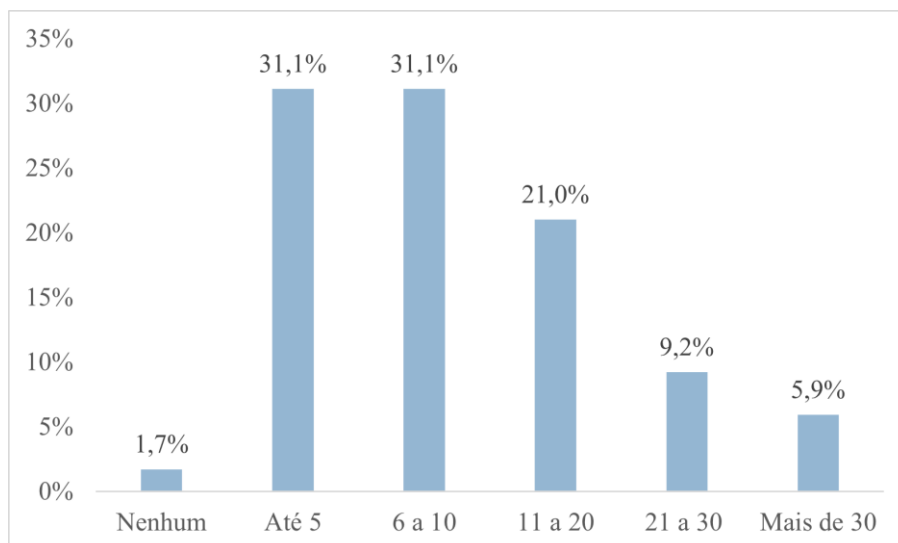


Gráfico 4: Museus nacionais visitados pelos inquiridos de Alenquer.

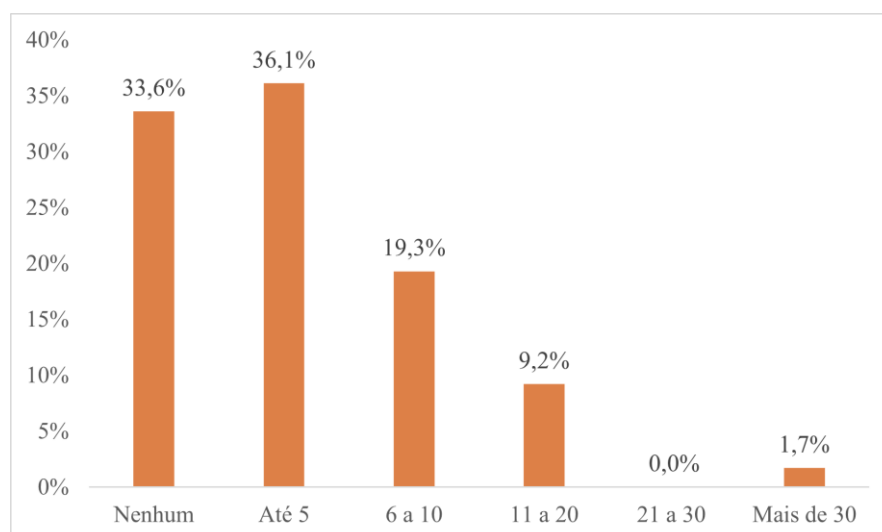


Gráfico 5: Número de museus internacionais visitados pelos inquiridos de Alenquer.

No que toca a com quem costumam realizar visitas, este tipo de atividades demonstra ser o preferido das famílias do concelho, 38,7% respondeu que costuma realizar visitas em família, 22,7% com amigos, 17,6% em grupo, 15,1% em casal e apenas 2,5% sozinho. Este pode ser um indicador de que os museus de Alenquer podem apostar em atividades familiares para captar públicos. As visitas, por norma, costumam ser entre rápidas (de 30 minutos a 1 hora) – 42%- e demoradas (mais de 1 hora)- 41,2%.

No entanto, o sucesso ou não de determinado museu perante o público está, em grande medida, relacionado com as características que o mesmo determina, para si, como mais relevantes. Quando solicitado para numerar as características de um museu, de mais importante

para menos, 68 pessoas responderam que as instalações tinham um peso considerável, isto é, a arquitetura em bom estado, espaço agradável. Além disso, a acessibilidade ficou em 2º lugar, com 63 pessoas a responderem ser importante a questão dos audioguias, rampas, etc. Seguiram-se o estacionamento próximo (61 indivíduos), as indicações e sinalização sobre o museu (58 indivíduos) e as hipóteses com menos relevância foram o acesso à internet, a cafetaria e espaço de repouso e a loja.

Entrando no campo concreto da museologia de Alenquer, 91,6% tem conhecimento da existência de museus no concelho, sendo que 92,4% diz que os museus têm interesse para a cultura do concelho. O mais conhecido do público é o Museu João Mário (87,2%), talvez por ser uma personalidade do concelho, seguindo-se logo o Museu do Vinho (81,7%). O Museu Damião de Góis encontra-se ainda com uma diferença notória, mas não esquecendo que é um museu recente. O mais esperado de menos conhecimento por parte do público, por estar fora da vila é a Casa-Museu Palmira Bastos (Gráfico 6).

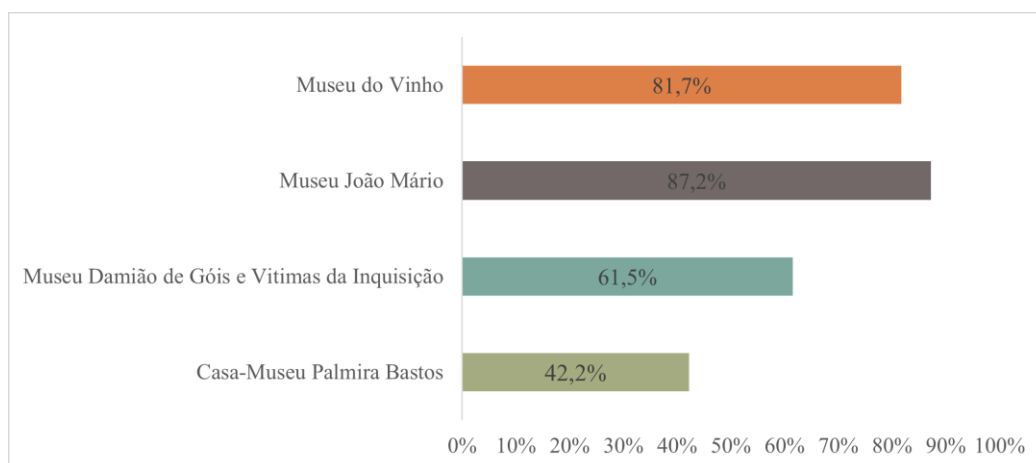


Gráfico 6: Museus de Alenquer mais conhecidos do público.

No entanto, no que diz respeito à satisfação para com os museus, o público é mais seletivo e diz-se mais agradado com o Museu João Mário (27,7%), seguindo-se o Museu Damião de Góis (16%), o Museu do Vinho (12%) e a Casa-Museu Palmira Bastos (10%). Na ótica de utilizadora e tendo em conta a conversa com a Liliana, responsável do Museu do Vinho, estes valores justificam-se tendo em conta o contributo dado por cada museu. Ou seja, normalmente as pessoas associam o Museu do Vinho apenas a quem gosta de vinhos, pondo de lado a história de Alenquer e da viticultura e das técnicas que são apresentadas. O mesmo se aplica à Casa-Museu Palmira Bastos. O facto de ser um museu fechado ao público e que só abre se existir iniciativas para visitas, não convida ninguém a frequentar. Porém, quando confrontados com a

questão de recomendação dos museus a um familiar/amigo, 73,9% disse que recomendaria, 4,2% afirmou que não e 21,8% não sabem ou não respondem.

Todavia, no que respeita à importância dada a cada um dos museus, o Museu Damião de Góis (53,8%) foi o mais apontado pelos inquiridos, seguindo-se do Vinho (47,9%), João Mário (45,4%) e em último lugar a Casa-Museu Palmira Bastos (29,4%) (Gráfico 7).

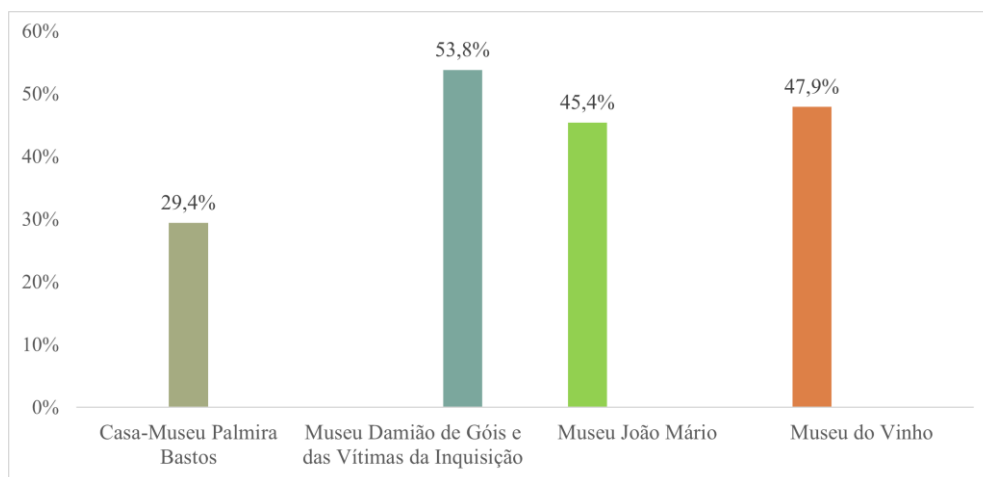


Gráfico 7: Museu mais importante para os residentes de Alenquer.

As razões para a não frequentarem este tipo de atividades culturais são vastas. (Gráfico 8). A localização é um dos fatores mais apontados (43%)- sendo que 64,7% responderam ser uma das características mais importantes na visita a um museu (Gráfico 9). Há uma falha enorme no que toca à sinalização dos museus. Seguem-se a falta de informação de atividades (40%) e a falta de tempo (40%).

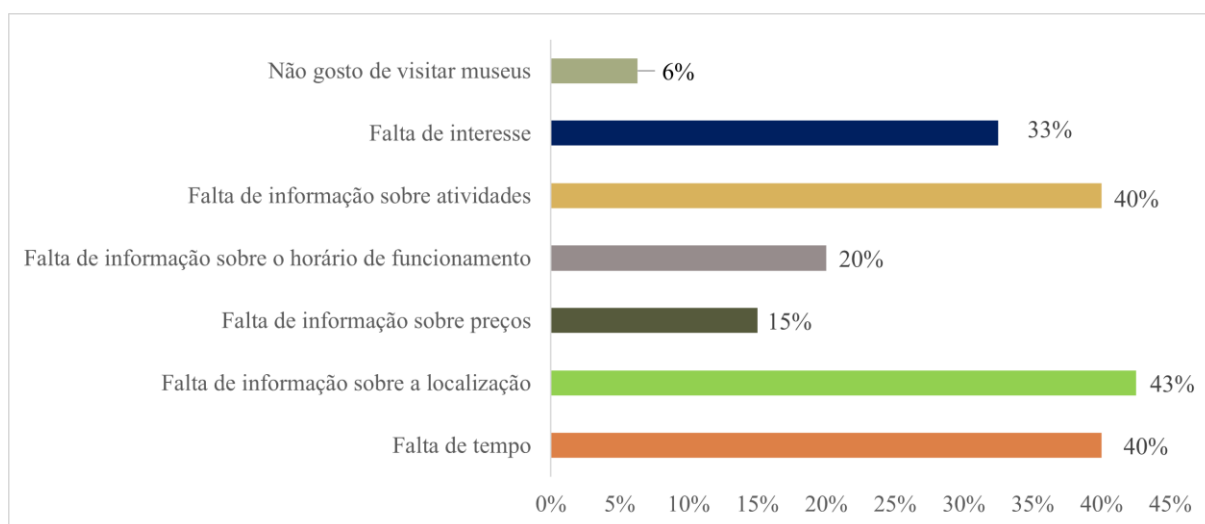


Gráfico 8: Razões para não visitar os museus do concelho.

A estes fatores podem juntar-se a falta de atividades direcionadas para grupos- uma das característica mais importante para os utilizadores (60,5%), equiparando quando questionados com as características que consideram importantes num museu em geral, as respostas não variaram muito. O estacionamento próximo (47,9%), a acessibilidade (43,7%), a internet enquanto ferramenta para divulgação de informação (42,9%). A uma maior distância ficou a importância de espaços como centros de documentação (28,6%), espaço de repouso (21,8%) e a loja (17,6%).

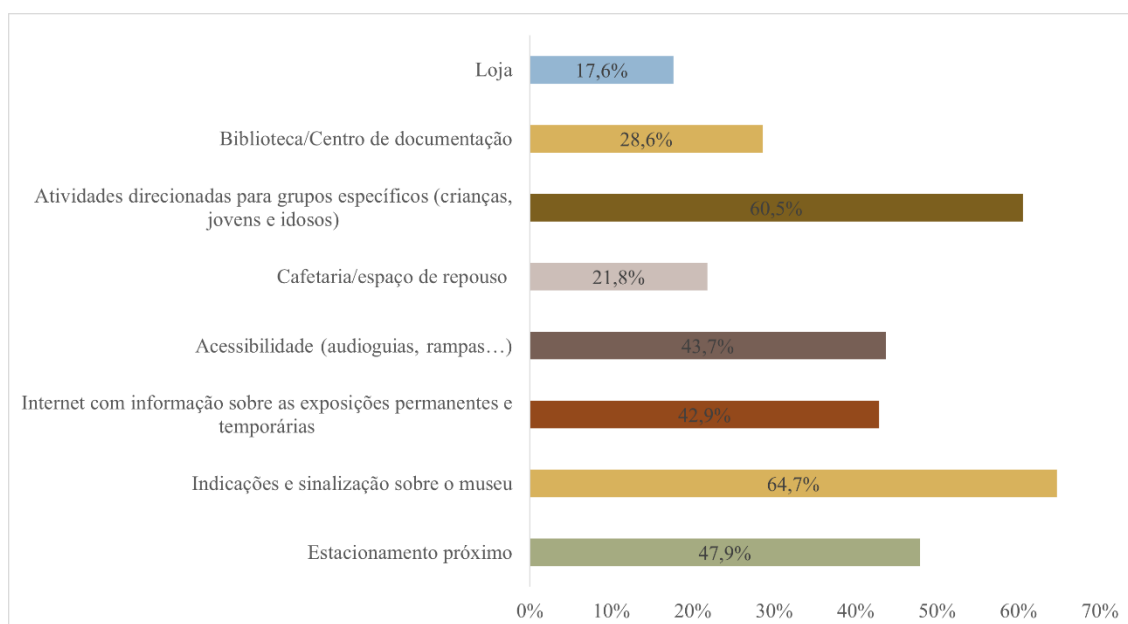


Gráfico 9: Características mais importantes num museu (consideradas pelos inquiridos).

Quando questionados sobre a forma como procuram informação sobre a museologia de Alenquer, a resposta mais dada (49%) foi através do website da CMA, seguindo-se as redes sociais da autarquia (40%), a agenda cultural (24%) e através de familiares/amigos e o Jornal Nova Verdade (5%).

Avaliações e considerações

É notório que o inquérito serviu, essencialmente, como forma de captar a perceção dos residentes de Alenquer sobre a cultura nacional e, essencialmente, do concelho (Cerezuela, 2007: 53). De forma unanime os inquiridos apontaram a falta de divulgação por parte dos órgãos responsáveis- Câmara Municipal de Alenquer- como entrave para o desinteresse neste tipo de atividades. Também o alargamento de horários é uma questão importante para os inquiridos, como já referido, o Museu João Mário encontra-se aberto todos os dias- exceto

domingos⁵⁵- das 10h às 13h e das 13h30 às 18h; a Casa-Museu Palmira Bastos apenas abre consoante o público mostre vontade de efetuar visitas; o Museu do Vinho encontra-se aberto, apenas, de terça a sexta-feira das 10h às 18h e ao sábado das 10h às 13h e das 14h às 18h; o Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição está disponível para visitas de terça a sexta-feira, das 10h às 18h e ao sábado, domingo e feriados das 10h às 13h e das 14h às 18h horas. Deste modo, os horários não são convidativos a pessoas que tenham uma ocupação profissional normal. Ainda neste ponto e tendo em conta várias ideias já existentes a nível nacional, é incompreensível que estes museus tenham o mesmo horário em períodos de verão- onde a população se desloca para atividades de lazer, como praia e que podia aproveitar o fim de dia numa atividade cultural.

O facto de existirem poucas atividades (ou quase nenhuma do conhecimento da maioria do público) direcionadas especificamente para certos grupos, faz com que haja desinteresse. Os museus tornam-se, assim, pouco inclusivos e acabam por tornar-se um entrave à cultura municipal. As parcerias com as escolas ganham aqui um peso maior, visto a criação de público, como anteriormente vimos, ser feita nos grupos mais jovens. Museus históricos, como o Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição é pouco coerente que não tenha parcerias com as escolas do município, tendo em conta que retrata um período importante para a historiografia nacional e, até mesmo, do concelho. O mesmo se pode dizer do Museu João Mário, enquanto museu de arte, por exemplo, onde a maior parte do público estudantil são crianças do ensino primário e que se dirigem ao museu apenas para uma atividade apostada para essa idade, ao invés de serem criadas atividades para o público do ensino secundário, do curso de Artes Visuais. Os outros dois museus poderiam, perfeitamente, ser enquadrados em qualquer altura do ensino, visto tratarem-se, acima de tudo, da identidade do concelho. Não se compreende num concelho com cerca de 43 mil habitantes- segundo os censos de 2011- 8,5% dos inquiridos não ter conhecimento da existência de museus, sendo que 31,6% nem sequer os visitou. Além disso, 7,7% considera que os museus não têm interesse para o município. Estes dados foram claramente reveladores da pouca divulgação e fraca insistência por parte dos organismos municipais em salvaguardar a cultura municipal.

⁵⁵ Aberto, pontualmente, aos domingos para determinadas dinâmicas.

Capítulo 4

Desenho do Projeto

O presente projeto tem como finalidade responder às sugestões e críticas apontadas por uma amostra da comunidade de Alenquer, no âmbito do inquérito por questionário, a fim de combater possíveis lacunas que se sintam, perante os museus do concelho. É notório, após conversar com algumas pessoas relevantes nas instituições culturais do concelho, como a Liliana e a Rosário (responsáveis dos museus do Vinho e de Damião de Góis, respetivamente) e o vereador Rui Costa que, grande parte do público aderente de iniciativas culturais promovidas pela autarquia, são pessoas de fora do concelho.

Para a definição das linhas orientadoras deste projeto, é crucial diagnosticar quais são as falhas e aproveitar para trabalhar nas suas melhorias (Cerezuela, 2007: 43). Assim, como através da técnica utilizada- a análise dos dados do inquérito por questionário e das respetivas sugestões dadas pelos residentes de Alenquer- foi possível reunir alguns dos entraves culturais que se assistem no concelho. Os “(...) problemas a resolver, os recursos disponíveis e os fatores que serão determinantes no contexto. (...)” (Capucha, 2008: 17), ou seja, para a definição das linhas de resolução de um possível problema, é importante conhecer o contexto, a relação entre os problemas apontados, a dimensão e em que nível se expõem e os agentes (Capucha, 2008: 18).

Neste sentido, no desenho do projeto, o território da intervenção será Alenquer, mais concretamente o Museu Damião de Gois e das Vítimas da Inquisição, João Mário e do Vinho e a intervenção destina-se aos residentes do concelho de Alenquer, enquanto principal público-alvo desta ação (Capucha, 2008: 23). A Casa-Museu Palmira Bastos, assim como o Museu Hipólito Cabaço, acabam entrar neste projeto apenas como contextualização do campo cultural de Alenquer. Primeiramente porque a Casa-Museu Palmira Basto se situa fora da Vila e, tendo em conta, que acaba por funcionar apenas como memorial, não entrará na atividade cultural. Depois porque o Museu Hipólito Cabaço sofreu atrasos e não ficou pronto a tempo da execução do projeto.

Torna-se também relevante enquadrar os recursos neste desenho, por terem um papel extremamente importante, visto que, sem eles, o projeto não pode avançar. Os recursos passam pelo óbvio financiamento por parte da autarquia em remunerar as horas extraordinárias dos colaboradores e assegurar a despesa com a animação das ruas. Ainda neste ponto, em termos

logísticos, conta-se com a ajuda dos colaboradores dos museus, da Câmara Municipal e, sobretudo, dos intervenientes- público de Alenquer (Capucha, 2008: 27). Todavia, a receita pode refletir-se em consumos, por parte dos residentes, na restauração da região e, sobretudo, em estabelecer no público o compromisso cultural para com a localidade. Além disso, este género de atividades culturais atrai público de fora do concelho.

Evidentemente que, este projeto só teria visibilidade com uma forte aposta, por parte da autarquia, na divulgação, através dos diversos meios que tem à sua disposição, desde a rádio e jornais locais, a internet- através do site da CMA e das respetivas redes sociais.

Neste sentido, na primeira reunião com o vereador, a 8 de julho 2021, ficou estipulado que, de 17 a 19 de setembro, penúltimo fim de semana do mês e que coincidiria com o evento *Alma do Vinho*- que por motivos de pandemia, passa mais um ano sem se realizar nos moldes habituais- seria um dia destinado para a elaboração de uma temática género *Dia Internacional dos Museus*. Não é uma atividade inédita num município. Também Setúbal e Cascais, em maio, em homenagem ao Dia Internacional dos Museus, abrem as portas dos seus museus para receber o público, em horário alargado, gratuitamente, como forma de convite à sua comunidade e para turistas descobrirem a cultura do concelho.

O evento *Serralves em Festa*⁵⁶ pode ser usado como comparação ou inspiração para o que se fará em Alenquer (Barbosa e Brito, 2012: 24). Baseia-se em abrir o Museu de Serralves, durante 40 horas e o objetivo é oferecer a arte contemporânea e as instalações com o público. Público esse que, muitas vezes, experiêcia o evento como primeira abordagem naquele museu. No entanto, o estudo feito por Barbosa e Brito concluiu que se gostarem do evento, não têm obrigatoriamente de voltar mais tarde enquanto visitantes do museu (Barbosa e Brito, 2012: 30), mas que isso é um “pontapé de saída” para juntar pessoas e formar novos públicos.

⁵⁶ “(...) The ‘Serralves em Festa’ event is part of the audience development policy set out in the museum’s mission manifesto and was designed to attract new and wider audiences. It is a free festival whose aim is to share the museum’s venues and contemporary art displays with the community. This is an annual event, which has taken place on the first weekend in June since 2004, offering 40 hours of non-stop activities. These activities combine performing arts and entertainment parallel to the museum exhibitions, including concerts, cinema sessions, circus, theatre, family activities, guided tours of the exhibitions and the park, DJ (disc jockey) night parties, and fireworks. The event attracted 42,000 visitors in 2004; 54,000 visitors in 2005, and 50,000 visitors in 2006 the year on which this analysis is based. The ‘Serralves em Festa’ audience represented 16 per cent of the total museum visits in 2006 (...)” (Barbosa e Brito, 2012: 24).

O Dia Internacional dos Museus enquanto exemplo

O Dia Internacional dos Museus foi uma iniciativa criada em 1977 pela ICOM- Conselho Internacional dos Museus. No entanto, esta ideia deu aso a que fosse criada, no ano de 2005, a Noite dos Museus, pelo Ministério da Cultura e da Comunicação de França. O objetivo seria abolir as restrições de visitas a museus, como os horários, tornando-os gratuitos, de forma a fomentar interesse nos cidadãos. O principal objetivo deste dia é, não só abrir portas dos museus, como consciencializar o público para a sua importância, assim como do papel da cultura numa sociedade⁵⁷. Este dia celebra-se a 18 de maio e normalmente estende-se para essa noite até à madrugada de 19 de maio, ainda que, possa ser estendido a um dia, uma semana ou um fim de semana. Não menos importante é o facto de, anualmente, este Dia ser associado a um tema relacionado com etnia, género, sexualidade ou condições socioeconómicas. Por exemplo, em 2021, o tema foi *O futuro dos museus: recuperar e reimaginar*, devido ao contexto pandémico que vivemos.

Em Portugal, a DGPC é a entidade que regula esta iniciativa e estendeu-a a monumentos e palácios e podem fazer parte instituições nacionais como municipais. Os municípios de Palmela e Cascais são exemplos de autarquias que integraram esta iniciativa, sendo que só no ano de 2021, 62 concelhos portugueses aderiram, contando com 138 instituições, 650 atividades- que se dividem entre 185 relativas à Noite dos Museus e 465 do Dia Internacional dos Museus.

O Projeto *Museus Fora de Horas*

O inquérito por questionário serviu, essencialmente, como forma de captar a perceção dos residentes de Alenquer sobre a cultura nacional e, essencialmente, do concelho (Cerezuela, 2007: 53). De forma unanime os inquiridos apontaram a falta de divulgação por parte dos órgãos responsáveis- Câmara Municipal de Alenquer- como entrave para o desinteresse neste tipo de atividades. Também o alargamento de horários é uma questão importante para os inquiridos, como já referido, o Museu João Mário encontra-se aberto de terça a sábado das 9h às 13h e das 14h00 às 18h; a Casa-Museu Palmira Bastos apenas abre consoante o público revele interesse para visitar as instalações; o Museu do Vinho encontra-se aberto de terça a sexta-feira das 10h às 18h e ao sábado das 10h às 13h e das 14h às 18h; o Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição está disponível para visitas de terça a sexta-feira, das 10h às

⁵⁷ In <http://imd.icom.museum/>

18h e ao sábado, domingo e feriados das 10h às 13h e das 14h às 18h horas. Desta forma, os horários não são convidativos a pessoas que tenham uma ocupação profissional.

Outra lacuna apontada pelos cidadãos do concelho é a fraca divulgação, por parte das entidades competentes, das atividades destinadas a grupos específicos, o que acaba por estimular o desinteresse. Todas as iniciativas e atividades são divulgadas nas plataformas digitais do município, porém, isso tende a não ser suficiente. Todavia, assistimos, cada vez mais, a turistas a deslocarem-se a determinadas atividades e que conseguiram essa mesma informação nos meios habituais, o que revela um certo desinteresse por parte dos locais. Os museus podem tornar-se pouco inclusivos e acabam, inevitavelmente, por ser um entrave à cultura municipal. As parcerias com as escolas ganham aqui um peso maior, visto a criação de público, como anteriormente vimos, ser feita nos grupos mais jovens. Os museus municipais devem ser enquadrados em qualquer altura do ensino escolar, visto tratarem-se, acima de tudo, da identidade, valores e história do concelho. Independentemente das suas temáticas, todos os museus estão aptos a receber visitantes que esteja, apenas, interessado na história do concelho.

Setembro é um mês de muito trabalho para os viticultores da região Oeste. O mês das vindimas e do vinho que, desde 2017 (data da primeira edição), conta com a homenagem através do evento *Alma do Vinho*, relembrando o que melhor se faz no concelho. Devido à pandemia Covid-19 que assolou a normalidade dos nossos dias, o evento reinventou-se, de forma a conseguir ser realizado, porém, com todas as normas sanitárias.

Alenquer, Terra da Vinha e do Vinho é um evento realizado nos três fins de semana de setembro, de 3 a 19 e que conta, acima de tudo, com muita animação musical (Anexo B, Figura 2). A maioria das atividades foram gratuitas para o público- excetuando os jantares- e localizavam-se no Museu do Vinho, no Parque Vaz Monteiro, Jardim das Águas, no Anfiteatro da Porta da Conceição, na Avenida dos Bombeiros e na Sociedade Filarmónica União e Progresso de Abrigada. Todavia, devido ao falecimento de Jorge Sampaio no passado dia 10 de setembro, e como decretado Luto Nacional, as atividades de sábado dia 11 e domingo dia 12 foram adiadas para os dias 24 e 25.

Nessas três sextas-feiras realizaram-se, no Museu do Vinho, *Às Cestas Com Alma*, animada com música e onde são apresentados alguns produtos da região, desde vinhos a doçaria. De forma a controlar o número de participantes, tendo em conta o contexto que vivemos, a inscrição tornou-se obrigatória. Com possibilidade de marcação para jantar, dia 10 no *Casta 85*, dia 11 no *Pátio Velho* e 17 no *Vilabrasa*.

A programação dispunha de diversas atividades, ao longo do dia, tanto no sábado, dia 11, como no domingo dia 12. Todas elas relacionadas com a temática do vinho. Desde apresentações de produtores e vinhos da zona, a um passeio pedestre das vindimas, organizado, essencialmente, com o Museu do Vinho.

Nas três tardes de sábados e domingos, as famílias podiam inscrever-se e deslocar-se ao Anfiteatro da Porta da Conceição para assistir a uma peça de teatro. Foram várias as atividades ligadas à fantasia que decorreram a pensar no público mais novo, como *O Mundo da Zingarela-Pirulita e Pirulito Palhaços Mágicos*, ou *Chapeuzinhos Encantados com Eva Barros e Lanna Guedes*. Ao fim dos dias 4 e 18 de setembro, os restaurantes aderentes, *Casta 85* e *Taberna do Areal*, respetivamente, convidaram a população a inscrever-se para usufruir de um jantar, numa vinha surpresa e na Sociedade Agrícola Félix Rocha, respetivamente, com animação musical. No domingo, dia 19, a Sociedade Filarmónica União e Progresso de Abrigada foi ponto de encontro para o *V Passeio de BTT das Vindimas*, seguindo-se uma *Experiência Imersiva na Vinha*, através do qual os visitantes têm contacto com a produção de vinho.

Contudo, não foi só no centro da vila que toda a animação aconteceu. Houve espaço para não deixar de fora as restantes freguesias do concelho, como Olhalvo, Labrugeira e Aldeia Galega, onde os residentes foram presenteados com animação musical.

O dia mais importante para este trabalho é o 18 de setembro, visto ser o dia escolhido pela autarquia para aceitar a proposta deste projeto. O dia em que se realiza *Museus Fora de Horas* e que a missão foi chegar ao maior número de visitantes possível. Os museus municipais encontraram-se abertos das 10h à 00h. Inicialmente, na reunião com o Vereador, o plano era criar um roteiro, desde o Convento de São Francisco- Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição, passando pelo mais recente Museu Hipólito Cabaço, até ao Museu João Mário e acabando no Museu do Vinho. Todavia, o Museu Hipólito Cabaço sofreu atrasos na sua abertura e não estava pronto a tempo deste evento.

Os participantes dispunham de um passaporte com informações (Anexo D, Figura 9), com as informações sobre as instituições para a visita desde o Palácio Municipal, a Igreja do Espírito Santo, o Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição, o Museu do Vinho, o Museu João Mário e o Convento de São Francisco (Anexo C). Além disso, houve o cuidado de fazer uma recolha de dados dos visitantes, de forma a perceber quantas pessoas visitaram determinada instituição e, posteriormente, fazer um balanço da atividade. À chegada de cada local, os visitantes recebiam um autocolante de confirmação. Somente na Igreja do Espírito Santo é que isso não se verificou, sendo que, para levantar o selo, as pessoas teriam de se deslocar à

bilheteira. No final das seis visitas, ou seja, do *Passaporte Cultural* completo, as pessoas devolviam-no na bilheteira do evento *Vinhos na Vila* e era oferecida uma garrafa de vinho de produtores do concelho.

Considerações Finais

O final do século XX foi um marco importante para os museus, tendo em conta o forte investimento. As mudanças que se fizeram devido à globalização, onde o conhecimento e a necessidade de investimento na educação e no emprego, são cada vez maiores- uma sociedade interessada e com espírito crítico, conhecedora do património cultural (Grefe e Krebs, 2010: 26). Há várias razões explicativas, desde o aumento do turismo regional, o urbanismo ou o investimento no património local (Neves et al., 2013). A entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia⁵⁸ foi um fator determinante para as autarquias. Com as verbas disponibilizadas pela Europa e pelo próprio governo nacional, coube às autarquias construir estruturas culturais- bibliotecas, museus, salas de espetáculo/exposições.

Assim, cabe à autarquia assegurar a organização política, social e cultural do seu território. O museu, enquanto instituição, funciona como transmissor de informação e salvaguarda de património cultural. Já os museus municipais, zelam pela comunidade local. O seu acervo é doado pelos locais e tentam chegar aos públicos de forma diferente. Ou seja, a abordagem é muito mais próxima do que quando se trata de um museu nacional.

Cada vez mais se torna fulcral investir numa política de marketing cultural, capaz de passar a mensagem sobre determinado produto, de forma a atrair público⁵⁹. Assim como, o meio digital revelou-se essencial no que diz respeito ao acesso à cultura nos tempos em que vivemos.

Todavia, as autarquias encontram problemáticas pertinentes para o sucesso das suas políticas. Entre elas, o acesso dos públicos. Facilitar os acessos, seja com a gratuidade das entradas nos espaços, seja pela promoção das atividades culturais a decorrer em determinado

⁵⁸ “(...) Não é demais salientar que foi graças a esta adesão das autarquias que o país pôde mudar, nos últimos vinte anos, radicalmente para melhor a sua dotação em equipamentos básicos para fins culturais e com um nível de disseminação pelo conjunto do território que, se não satisfaz ainda a exigência de uma plena descentralização, não tem paralelo em nenhuma outra conjuntura da história portuguesa. (...)” (Silva, 2007: 24).

⁵⁹ “(...) No que diz respeito às ofertas culturais localizadas, aqueles que conseguem chegar e se constituir em seus públicos são os vencedores de uma longa corrida de obstáculos: percorreram a distância geográfica que separa os espaços culturais cuja distribuição concentrada e desigual os mantém afastados do cotidiano da maioria dos habitantes das cidades e povoados; pagaram seu transporte e o preço da entrada, nos casos dos que não podiam gozar de alguma isenção; adquiriram, na sua família e/ou escola, um determinado capital cultural que lhes permitiu aceder e desfrutar, em diversas medidas, o que lhes oferecem; percorreram a distância simbólica que afasta muitos do património sacralizado, produto da construção social hierarquizada; estruturaram de determinada maneira seu tempo livre e deixaram o abrigo de seus lares, vencendo a poderosa atração que exerce a oferta mediática – que tem também suas barreiras específicas e que alimenta a tendência internacional para a diminuição da assistência a espetáculos localizados, enquanto cresce o consumo através de aparatos de comunicação de massa no âmbito familiar. (...)” (Mantecón, 2009: 184).

período (Santos, 2007: 25). Por esta razão, devem privilegiar-se os laços com as instituições de ensino, de modo a formar públicos⁶⁰. As tradições e elementos de caracterização de determinada sociedade também têm valor e devem ser representadas por alguma festividade⁶¹, seja ela numa pequena freguesia, ou num concelho mais ou menos urbanizado. São símbolos que, de alguma forma, representam união entre os residentes⁶².

A execução do projeto teve um parecer positivo por parte do vereador Rui Costa e pode-se considerar uma atividade a repetir. A edição de 2021 seria apenas um modelo de teste, mas tendo em conta que teve uma boa aceitação por parte dos públicos, pode trazer benefícios económicos e culturais, ao longo do tempo. Contaram-se vinte passaportes completos, no entanto, não esquecendo que as instituições estiveram disponíveis a visitas desde as 10h até à 00h, contaram-se 260 visitantes locais e forasteiros (Anexo E, Figura 10).

Em termos de números, o Museu do Vinho foi o que, mais uma vez, recebeu mais 81 pessoas (16 munícipes e 65 de fora). A Igreja do Espírito Santo recebeu 20 visitantes, seguindo-se o Museu João Mário recebeu 27 visitantes (17 munícipes e 10 de fora), o Palácio Municipal com 32, o Convento de São Francisco com 33 (23 munícipes e 10 forasteiros), o Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição com 67 (63 locais e 4 de fora).

A ideia inicial de roteiro não seguiu para a frente, uma vez que isso podia limitar as pessoas. Primeiro porque seriam precisos muitos mais meios humanos e financeiros para a sua execução, na medida em que devia haver uma ou mais pessoas permanentes para direccionar os visitantes; e também porque podia gerar algum tipo de desconforto e desinteresse, por parte das pessoas, visto verem-se obrigados a seguir uma linha condutora.

⁶⁰ “(...) Como muitos vêm assinalando, a participação das associações é vital para a quase totalidade das políticas municipais, primeiro porque são geradoras e organizadoras de grande parte dos eventos, segundo porque são depositárias de tradições, depois porque mobilizam públicos próprios e, (...), porque trazem notoriedade, prestígio e influência essenciais para os processos de legitimação política, tanto mais essenciais quanto, (...), a ação política local é muito personalizada na figura do presidente de câmara. (...)” (Silva, 2007: 26).

⁶¹ “(...) na mais pequena freguesia ou num concelho relativamente urbanizado e de médio porte demográfico, uma espécie de denominador comum sobre o qual a generalidade das políticas locais alicerça o seu fundamento social. Por isso, uma parte considerável da atividade cultural municipal tem por objeto lidar com as tradições identitárias e festivas, uma operação tanto mais complexa quanto estas identidades são sempre dinâmicas, abertas e polissémicas. (...)” (Silva, 2007: 26).

⁶² “(...) viragem da comunidade para “dentro” de si mesma (para o seu passado, património, território, círculos de sociabilidade, usos, emblemas...), (...)” (Silva, 2007: 26).

Referências Bibliográficas

- Ayala, I., Macarena Cuenca-Amigo e J. Cuenca (2019), Examining the state of the art of audience development in museums and heritage organizations: a Systematic Literature review. *Museum Management and Curatorship*, 306-327. <https://doi.org/10.1080/09647775.2019.1698312>.
- Barbosa, Belem e Pedro Quelhas Brito (2012), Do open day events develop art museum audiences? *Museum Management and Curatorship*, 27(1),17-33. <http://dx.doi.org/10.1080/09647775.2012.644694>.
- Barriga, Sara e Susana Gomes da Silva (2007), *Serviços Educativos na Cultura*, Coleção Públicos nº2, Sete Pés.
- Bryman Alan (2012), *Social Research Methods* (4ª Edição). Oxford University Press.
- Burgess, R (2001) *A pesquisa de terreno*, Celta.
- Camacho, Clara e José Soares Neves (2010), “Museums and municipalities in Portugal” em AAVV, *The Relationship between Museums and Municipalities in Europe. Electronic appendices to the Policy analysis group report: case studies*, 27-34.
- Capucha, Luís (2008), *Planeamento e Avaliação de Projetos Guião Prático*, Direcção-Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular.
- Cerezuela, David Roselló (2007), *Diseño y evaluación de proyectos culturales. De la idea a la acción*, Ariel.
- Costa, António Firmino (1997), Políticas Culturais: Conceitos e Perspetivas. *Observatório das Atividades Culturais*, 2, 10-14. <http://hdl.handle.net/10071/13885>.
- European Commission (2013), *Special Eurobarometer 399 Access and Participation 2013*.
- European Commission (2017), *Special Eurobarometer 466 Cultural Heritage 2017*.
- Gomes, Rui Telmo, Vanda Lourenço e Teresa Duarte Martinho (2006), *Entidades Culturais e Artísticas em Portugal*, Observatório das Atividades Culturais.
- Gomes, Rui Telmo e Vanda Lourenço (2009), *Democratização Cultural e Formação de Públicos: Inquérito aos “Serviços Educativos” em Portugal*, Observatório das Atividades Culturais.
- Instituto Nacional de Estatística, I.P. (2011), *Classificação Portuguesa das Profissões 2010*, Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE (2016), *Documento Metodológico Inquérito aos Museus 2015*, INE.
- INE (2016), *Estatísticas da Cultura 2015*, INE.
- INE (2017), *Documento Metodológico Inquérito aos Museus 2016*, INE.
- INE (2017), *Estatísticas da Cultura 2016*, INE.
- INE (2018), *Documento Metodológico Inquérito aos Museus 2017*, INE.
- INE (2018), *Estatísticas da Cultura 2017*, INE.
- INE (2019), *Documento Metodológico Inquérito aos Museus 2018*, INE.
- INE (2019), *Estatísticas da Cultura 2018*, INE.
- INE (2020), *Documento Metodológico Inquérito aos Museus 2019*, INE.
- INE (2020), *Estatísticas da Cultura 2019*, INE.
- Moreno, José Manuel e Adrián Santos Allely (2015), *Associativismo y Participación Ciudadana en defensa del Patrimonio Cultural. El ejemplo de la asociación cultural por el Patrimonio de Marchena (Acupamar)*. *Revista Atlántica-Mediterránea-Mediterránea de Prehistoria y Arqueología Social* 17, 235-242. <https://revistas.uca.es/index.php/rampas/article/view/2275/2097>.
- Krebs, Anne e Xavier Greffe (2010), *Relationship between Museums and Municipalities*, ENCATC, 1-131. http://www.pportodosmuseus.pt/wp-content/uploads/2011/03/musees_municipalites_rapport_final_ENG.pdf.

- Mantecón, Ana Rosas (2009), O que é o público?. *Poiésis*, 14, 175-215. <https://doi.org/10.22409/poiesis.1014.173-213>.
- Município de Alenquer, Despacho n.º 11790/2020, 27 de novembro de 2020, *Diário da República*, 2ª série, nº232, Parte H.
- Matoso, Rui (2017), Sobre a “Municipalização da Cultura”. *ESTC-IPL*, 1-33. <http://hdl.handle.net/10400.21/8401>.
- Neves, José Soares, Jorge Alves dos Santos e Maria João Lima (2013), *O Panorama Museológico em Portugal: Os Museus e a Rede Portuguesa de Museus na Primeira Década do Século XXI*, DGPC/SEC.
- Neves, José Soares e Rui Telmo Gomes (2018), “Desigualdades, práticas culturais e acesso à cultura” em Carmo, Renato Miguel do, João Sebastião, Susana Cruz Martins et al., *Desigualdades Sociais: Portugal e a Europa*, Lisboa, Mundos Sociais, pp. 41-52.
- Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima e Teresa Moura Pereira (2018), *Públicos do Museu Nacional de Soares dos Reis*, Lisboa, DGPC.
- Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima e Natacha Ribeiro (2019), *Públicos do Museu Nacional do Traje*, Lisboa, DGPC.
- Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima e Cláudia Rocha (2019), *Públicos do Museu Nacional Grão Vasco*, Lisboa, DGPC.
- Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima e Miguel Lopes (2019), *Públicos do Museu Nacional de Etnologia*, Lisboa, DGPC.
- Neves, J.S., Camacho, Clara Frayão (2020), *L’Amour de L’Art. Dívidas, Críticas e Desafios*, Editora Mundos Sociais, CIES-ISCTE.
- Neves, J.S., Jorge Santos (2021), *Os Museus da Rede Portuguesa de Museus em 2021*, OPAC, CIES-ISCTE.
- Querol, Lorena Sancho, Jorge Alves dos Santos e Maria Fernanda Costa (2014), Relatos de um quotidiano fugaz: a museologia municipal em Portugal, a partir da experiência de Cascais, *Expressa Extensão*, 2, 23-42. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/9621/1/publisher_version_4942_14728_1_PB.pdf.
- Quivy, Raymond e Luc Van Champenhoud (1998), *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (2ª edição), Gradiva.
- Santos, Jorge Alves dos e José Soares Neves (2005), *Os Museus Municipais de Cascais*, Observatório das Atividades Culturais.
- Santos, J. A. (2006), Públicos dos Museus de Cascais: os Grupos Escolares, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 5, 151-160.
- Santos, Maria de Lourdes Lima (2007, Maio 10). *Políticas Culturais em Portugal* [Comunicação apresentada na Mesa Redonda]. Políticas culturais no Espaço Iberoamericano, Almada. <http://www.gepac.gov.pt/gepac-oac/outros-docs-05-pdf.aspx>.
- AA.VV (2004), *Públicos da Cultura*, Observatório das Atividades Culturais.
- Silva, Augusto Santos e José Madureira Pinto (1986), *Metodologia das Ciências Sociais* (4ª edição), Edições Afrontamento.
- Silva, Augusto Santos (2007), Como abordar as políticas culturais autárquicas? Uma hipótese de roteiro. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 54, 11-33. <https://sociologiapp.iscte-iul.pt/pdfs/54/549.pdf>.
- Silva, Augusto Santos, Elisa Pérez Babo e Paula Guerra (2015), Políticas culturais locais: Contributos para um modelo de análise. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 78, 105-124. <http://hdl.handle.net/10216/78720>.
- Warner, Michael (2002), Publics and Counterpublics. *Public Culture*, 14(1), 49-90. <https://doi.org/10.1215/08992363-14-1-49>

Webgrafia

- ALENQUER HISTÓRIA E PATRIMÓNIO. 800 anos do foral de Alenquer (D. Sancha). [Em linha]. [Consultado 13 de Julho 2021]. Disponível em [WWW.<URL http://arquivomuseualenquer.blogspot.com/>](http://arquivomuseualenquer.blogspot.com/).
- CÂMARA MUNICIPAL DE ALENQUER. Lendas, segundo Guilherme João Carlos Henriques. [Em linha]. [Consultado 7 de dezembro 2020]. Disponível em [WWW.<URL http://www.cm-alenquer.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=c9aa5396-4e0f-4401-b5f4-f4648c57298c>](http://www.cm-alenquer.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=c9aa5396-4e0f-4401-b5f4-f4648c57298c).
- CÂMARA MUNICIPAL DE ALENQUER. Museus- exposições, funcionamento e localização. [Em linha]. [Consultado 23 de novembro 2020]. Disponível em [WWW.<URL: http://www.cmalenquer.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=7df62477-acd6-4f35-9f47-21ec0380b6ea&m=b86>](http://www.cmalenquer.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=7df62477-acd6-4f35-9f47-21ec0380b6ea&m=b86).
- CÂMARA MUNICIPAL DE ALENQUER. Períodos históricos- Da Pré-história à constituição do concelho. [Em linha]. [Consultado 23 de novembro 2020]. Disponível em [WWW.<URL http://www.cmalenquer.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=ea73a5f3-d77a-43e9-9fdf6b74c78c266c>](http://www.cmalenquer.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=ea73a5f3-d77a-43e9-9fdf6b74c78c266c).
- CIDADE EUROPEIA DO VINHO 2018. Torres Vedras/ Alenquer cidade europeia do vinho 2018. [Em linha]. [Consultado 25 de novembro 2020]. Disponível em [WWW.<URL https://cidadeeuropeiadovinho2018.eu/>](https://cidadeeuropeiadovinho2018.eu/).
- DGPC. Rede Portuguesa de Museus. [Em linha]. [Consultado 6 de setembro 2021]. Disponível em [WWW.<URL http://patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/>](http://patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/).
- ICOM. Dia Internacional do Museu. [Em linha]. [Consultado 5 de Agosto 2021]. Disponível em [WWW.<URL http://imd.icom.museum/>](http://imd.icom.museum/).

Anexo A



Município de Alenquer
Divisão do potencial Humano e Local
Unidade Técnica do Potencial Local

QUESTIONÁRIO DE SATISFAÇÃO

Assinale com X a sua opção sendo que 1 corresponde a MUITO INSATISFEITO e 10 TOTALMENTE SATISFEITO.

2020		DOMÍNIOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ATENÇÃO GERAL		Recepção/Acolhimento											
		Competências demonstradas											
		Clareza da informação transmitida											
		Adequação da linguagem e conteúdos transmitidos											
		Simplicidade e cordialidade											
INSTALAÇÕES		Horário											
		Folhetos e brochura											
		Merchandising											
		Organização do espaço											
		Conforto e limpeza											
EXPOSIÇÃO PERMANENTE		Temática											
		Duração											
EXPOSIÇÕES TEMPORÁRIAS		Informação sobre a exposição temporária											
		Temática e originalidade											
MELHORIA CONTÍNUA		Duração											
		Informação sobre a exposição temporária											
		SUGESTÕES											

Data: ____/____/____



Município de Alenquer
Divisão do potencial Humano e Local
Unidade Técnica do Potencial Local

Pretende receber informações sobre os espaços museológicos municipais (programas e atividades culturais)?
Em caso afirmativo, com respetiva autorização ao nível da proteção de dados, deixo o seu endereço de correio eletrónico.

Nome: _____

Email: _____

Proteção de Dados

Em cumprimento do disposto no Artigo 135º do Regulamento Geral de Proteção de Dados, Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27 de abril de 2016, informa-se V. Exa. que os dados recolhidos têm como finalidade o envio da programação e atividades culturais promovidas pelo Município de Alenquer. O fundamento jurídico para o tratamento dos dados ora recolhidos assenta no consentimento prestado. Mais se informa, no estrito cumprimento citado normativo que:

1. Pode V.Exa., a qualquer momento, solicitar acesso aos dados fornecidos e solicitar a sua retificação, a sua eliminação ou limitação de tratamento.
2. Assiste-lhe ainda o direito de se opor ao tratamento dos dados fornecidos.
3. Poderá retirar o consentimento aqui prestado, a qualquer altura, sem que tal comprometa o tratamento dos dados efetuados ao abrigo do consentimento anteriormente prestado.
4. Poderá V.Exa. reclamar dos atos praticados no âmbito do tratamento dos dados ora fornecidos para a Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPD).

Declaro, para os devidos e legais efeitos que, pelo presente documento, presto o meu consentimento, em nome próprio e na qualidade de titular dos dados apresentados, sem prejuízo do direito de o revogar livremente, ao tratamento de todos os dados pessoais fornecidos neste questionário, para os fins acima mencionados.

Assinatura: _____

Figura 1: Inquérito de satisfação aos visitantes dos museus de Alenquer

Fonte: Documento cedido pelo Museu do Vinho

Anexo B

3 - 19 SETEMBRO '21

TERRA DA VINHA & DO VINHO alenquer

EXPERIÊNCIAS VÍNICAS • PROVAS DE VINHO E DEGUSTAÇÕES
JANTARES VÍNICOS • ARTE & CULTURA • ANIMAÇÃO MUSICAL
E MUITO MAIS!

3 - 10 | 17 setembro
AS GESTAS COM ALMA*
18h | Museu do Vinho | Limita 10 por

4 | 5 | 11 | 12 | 18 | 19 setembro e 2 | 3 | 5 outubro
ARLEQUIM
19h30 | Auditório da Torre da Cerveja
Reservar por 500 000 000 no site Biblioteca Municipal de Alenquer

4 | 18 setembro
JANTAR NA VINHA* com animação musical
4 - Costa 85 | 19h30 | Vinho surpresa
18 - Taberna do Azeite | 19h30 | Sociedade Agrícola Fátia Roche

10 | 17 setembro
JANTARES VÍNICOS
10 - Costa 85
17 - Palas Vitis
17 - Vitisviva
Reservar nos restaurantes

11 setembro
ARTE NA VINHA
18h30 | Museu do Vinho | Limita 10 por

À VOLTA DO VINHO ... MESA REDONDA À VOLTA DO VINHO*
18h30 | Museu do Vinho

ESTÁTUAS VIVAS
20h | Avenida dos Bombeiros

12 setembro
VIII PASSEIO PEDESTRE DAS VINDIMAS*
18h30 | Museu do Vinho | Limita 10 por

CORRIDA DE BARRICAS*
19h | Museu do Vinho

18 setembro
ARTE NA VINHA - URBAN SKETCHERS

19 setembro
V PASSEIO DE BTT DAS VINDIMAS*
18h30 | Museu do Vinho | Limita 10 por (inscrição obrigatória)

EXPERIÊNCIA IMERSIVA NA VINHA*
18h30 | Museu do Vinho | Limita 10 por

3 - 19 SETEMBRO '21

TERRA DA VINHA & DO VINHO alenquer

WINE SUNSET
4 setembro
O BAIXINHO DO PADO E DJ
19h | Oitavos - Largo da Junta de Freguesia

10 setembro
NMP E DJ
19h | Ladoeiro - Largo do Jardim (Cerveja)

17 setembro
GRUPELO DO CORETO E DJ
19h | Alameda Galega - Pelourinho

VINHOS NA VILA
Parque Val Moreira - entrada gratuita
Sexta 20h - 2h | Sábado 15h - 2h | Domingo 15h - 20h

10 setembro
FADOLELE 19h30
DJ | 12h

11 setembro
NMP | 19h
AL CANT | 19h30
LOCOS BO | 23h

12 setembro
O MUNDO DE ZINGARELA - PIRUUTA E PIRULITO
PALMAÇOS MÁGICOS para toda a família | 17h30
ALEXANDRE CASIMIRO DUO | 19h

17 setembro
SÉRGIO MIRRA TRIO | 20h30
DJ | 12h

18 setembro
NOITE ROSÉ
MUSEUS FORA DE HORAS | 19h - 0h
DANIELA HENDES DUO | 19h
TINA COLAÇO E MARCELO REBELO DA COSTA | 20h30
DJ | 23h

19 setembro
CHAFUZZINHOS ENCAIXADOS COM EVA BARROS
E LANA GUEDES | entrada infantil | 19h30
TUNA NOSES COM VOZES | 19h

*Evento seguro
Reservar por 500 000 000

Município de Alenquer | + info em: alenquer.pt

Alenquer

Figura 2: Cartaz *Terra da Vinha e do Vinho*

Fonte: Câmara Municipal de Alenquer

Anexo C



Figura 3: Fachada do Palácio Municipal

Fonte: ViverAlenquer



Figura 4: Convento de São Francisco

Fonte: ViverAlenquer



Figura 5: Museu do Vinho

Fonte: ViverAlenquer



Figura 6: Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição

Fonte: ViverAlenquer



Figura 7: Igreja do Espírito Santo

Fonte: ViverAlenquer



Figura 8: Museu João Mário

Fonte: ViverAlenquer

Anexo D

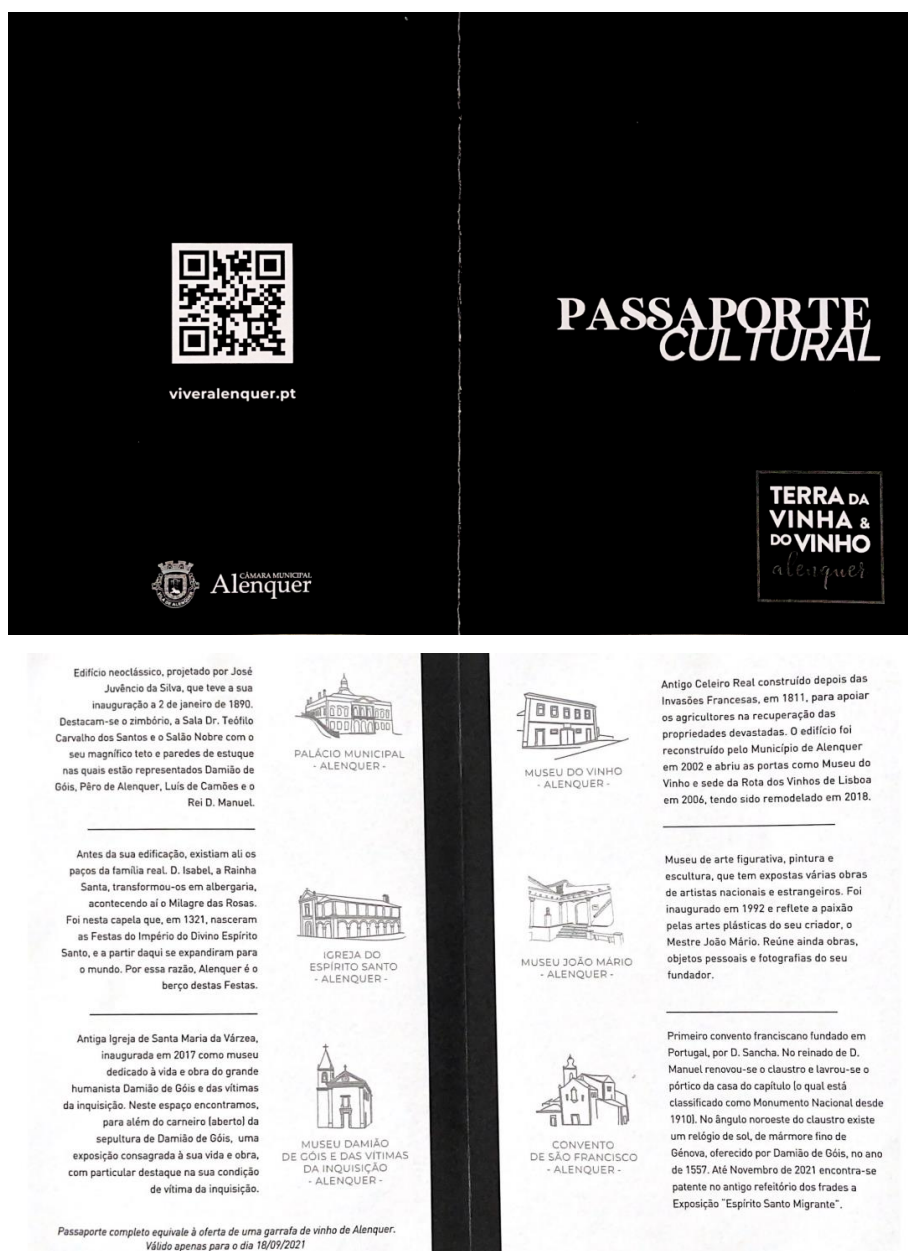


Figura 9: Passaporte *Museus Fora de Horas*

Fonte: Câmara Municipal de Alenquer

Anexo E

	MJM	MDGVI	MV	Exp. E. Santo	Igreja E. Santo	Câmara
Nº visitantes	27	67	81	33	20	32
Município	17	63 Alenquer, Carregado, Ota e Casais da Marmeleira	16	23 Alenquer e Aldeia Galega	Não estava ninguém na Igreja para receber os visitantes, tinham de se deslocar à Bilheteira para levantar o selo. Foram entregues 20 selos	
Fora	10	4 Leiria	65	10 Lisboa, Mafra, Torres Vedras e Inglaterra		
Total de passaportes completos: 20						

Figura 10: Nº de visitantes do projeto *Museus Fora de Horas*

Fonte: Câmara Municipal de Alenquer

Anexo F

A importância dos museus do concelho de Alenquer para os residentes

O presente inquérito por questionário tem como principal objetivo a recolha de informação para o projeto final de Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura, no ISCTE-IUL. Por esse mesmo motivo a resposta ao mesmo torna-se fundamental. Deste modo, pretende-se perceber qual a importância dada, aos museus do concelho, pela população residente, com objetivo final de elaborar um plano para o melhor envolvimento entre os residentes e as coleções e atividades dos museus de Alenquer. Os museus em causa são a Casa-Museu Palmira Bastos, o Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição, o Museu João Mário e o Museu do Vinho.

Devo realçar que a sua participação é voluntária, anónima e os resultados serão apenas para fins académicos.

Perfil Social e Demográfico:

1.1- Sexo:

Feminino

Masculino

1.2- Idade: _____

1.3- Agregado familiar:

Até 2 pessoas

3 a 4 pessoas

5 ou mais pessoas

1.4- Escolaridade (nível mais elevado que concluiu):

1º ciclo do Ensino Básico (1º ao 4º ano)

2º ciclo do Ensino Básico (5º ao 6º ano)

3º ciclo do Ensino Básico (7º ao 9º ano)

Ensino Secundário

Curso Profissional

Ensino Superior: Licenciatura

Ensino Superior: Mestrado

Ensino Superior: Doutoramento

1.5- Condição perante o trabalho:

Trabalhador por conta própria com pessoal ao serviço

Trabalhador por conta própria sem pessoal ao serviço

Trabalhador por conta de outrem

Desempregado

Estudante

Reformado, aposentado ou reserva

Doméstico

Não responde

- 1.6- Profissão** (Descrever de forma precisa a profissão que exerce. No caso de estar em condição de desempregado ou reformado indique a última profissão exercida)
-

2. Relações com os museus

- 2.1-** Ao longo da sua vida, quantos museus nacionais já visitou?

Nenhum

Até 5

6 a 10

11 a 20

21 a 30

Mais de 30

- 2.2-** Ao longo da sua vida, quantos museus internacionais já visitou?

Nenhum

Até 5

6 a 10

11a 20

21 a 30

Mais de 30

- 2.3-** Com quem costuma realizar visitas?

Sozinho

Em casal

Em família

Com amigos

Em grupo

Não sei/ Não respondo

2.3- Quanto tempo tem a duração das suas visitas?

(Visita Muito Rápida) menos de 30 minutos

(Visita Rápida) entre 30 minutos e 1hora

(Visita Demorada) mais de 1hora

(Visita Muito Demorada) mais de 2horas

Não sei/ Não respondo

2.2- Avalie, numa escala de 1-4 a importância, para si, de cada uma das seguintes características num espaço como o museu (Sendo 1- Nada importante, 4- Muito importante)

Estacionamento próximo _____

Instalações do museu (ex. arquitetura em bom estado, espaço agradável) _____

Indicações e sinalização sobre o museu _____

Internet _____

Acessibilidade (audioguias, rampas...) _____

Cafetaria/espço de repouso _____

Loja _____

2.3- Em geral, considera que os museus, têm um papel importante na cultura nacional?

Sim

Não

3- Os Museus do Concelho de Alenquer

3.1- Tinha conhecimento que Alenquer tem museus?

Sim

Não

3.1.1- Se sim, de quais?

Casa-Museu Palmira Bastos

Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição

Museu João Mário

Museu do Vinho

3.2- Alguma vez visitou algum museu do concelho?

Sim

Não

3.2.1- Se sim, quis?

Casa-Museu Palmira Bastos

Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição

Museu João Mário

Museu do Vinho

3.2.2- Se sim, avalie, de nada satisfeito (1) a muito satisfeito (4) o grau de satisfação com as exposições presentes em cada museu.

Casa-Museu Palmira Bastos ____

Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição ____

Museu João Mário ____

Museu do Vinho ____

3.2.3- Recomendaria algum dos museus a um familiar/amigo?

Sim

Não

Não sei/ Não respondo

3.3- No caso de ainda não ter visitado estes museus, qual o motivo?

Falta de tempo

Falta de informação sobre a localização

Falta de informação sobre preços

Falta de informação sobre o horário de funcionamento

Falta de informação sobre atividades

Falta de interesse

Não gosto de visitar museus

3.4- Que características considera que os museus de Alenquer deviam possuir?

Estacionamento próximo

Indicações e sinalização sobre o museu

Internet com informação sobre as exposições permanentes e temporárias

Acessibilidade (audioguias, rampas...)

Cafetaria/espço de repouso

Atividades direcionadas para grupos específicos (crianças, jovens e idosos)

Biblioteca/Centro de documentação

Loja

3.5- Considera os museus de Alenquer, interessantes do ponto de vista da cultura do concelho?

Sim

Não

3.5.1- Se sim, numa escala de 1-4 enumere a importância, para si, de cada um.
(Sendo 1- Nada importante, 4- Muito importante)

Museu João Mário _____

Museu Palmira Bastos _____

Museu do Vinho _____

Museu Damião de Góis e das Vítimas da Inquisição _____

3.8- Que meios utiliza para obter informações dos museus do concelho?

Website da CMA

Redes Sociais

Agenda Cultural

Nenhum

Outro?

3.8.1- No caso de ter respondido “Redes Sociais” na questão anterior, por favor, indique quais: _____

3.8.2- No caso de ter respondido “Outro” na questão anterior, por favor, indique qual:

3.9- Tem alguma sugestão para dar aos responsáveis dos museus de Alenquer?
(visitas, horários, funcionamento)

Muito obrigada pela sua atenção, colaboração e disponibilidade.

