

UNIVERSIDADE DO PORTO
Faculdade de Belas Artes

**Desenvolvimento da Actividade Turística em
Lamego – Cidade e Museu, uma relação necessária.**

Maria Luísa da Fonseca Marques

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre - Projecto

Orientador: Prof.^a Dr.^a Lúcia Almeida Matos

Lamego, 2009

Aos meus pais.
Às minhas irmãs.
Ao Emanuel.

Resumo em português

A actividade turística cresceu significativamente em todo o território nacional ao longo dos últimos anos. Devido ao seu potencial enquanto factor de desenvolvimento local, foi alvo de grandes investimentos, público e privados, em algumas localidades. Lamego não é excepção, tendo desenvolvido várias estratégias para a promoção de novas dinâmicas locais para os sectores cultural e turístico.

Apesar dos esforços desenvolvidos, falta a cooperação entre a autarquia e o museu local. A cooperação estratégica entre as duas instituições poderia não só alcançar um maior impacto na área do turismo, mas também conduzir a um maior envolvimento da população local (um projecto a longo prazo promovendo o envolvimento e a educação para o património material e imaterial).

Tomando este conceito como ideia-chave, desenvolvi um esquema para uma ferramenta digital de fornecimento de informação para os visitantes e para consulta da população local. Uma ferramenta virtual de promoção da educação para o património local e para a ligação existente entre a colecção do museu e os locais históricos da cidade.

Resumo em inglês

During the last years, tourism is growing all over Portugal. In some locations, is being the target of significant investment, public and private, because it is consider as potential factor for the local development. Lamego is no exception, there have been drawn several strategies promoting new local dynamics for cultural and touristic sectors.

Despite that, it lacks the cooperation between town hall and the local museum. A strategic cooperation plan between these two institutions could not only achieve a bigger impact in the touristic sphere, but also could drive in a long-term project promoting the local population education and involvement for their cultural heritage (material and immaterial).

Having this concept as key idea, I have developed a scheme for a digital information tool for Lamego visitors and for local's consultation. A virtual display promoting the education for the local heritage, as well for the deep connection between the museum collection and local historical places.

Sumário

Dedicatória	2
Resumo em Português	3
Resumo em Inglês	3
Abreviaturas, siglas e sinais	5
Introdução	6
Capítulo I - Notas sobre Turismo e Cultura.	8
1.1 - A Actividade Turística, uma breve abordagem contextual.	8
1.2 - Turismo em Lamego, algumas considerações.	11
1.3 - O Museu de Lamego, local de passagem obrigatória. Algumas anotações sobre a instituição.	15
Capítulo II - Incorporação do conceito de <i>ecomuseologia</i> - uma nova estratégia para a região de Lamego.	19
2.1 - Uma breve abordagem ao modelo de Ecomuseu na realidade portuguesa.	19
2.2 - O Museu, “centro de manutenção e preservação do património” – as exigências do novo mercado de consumo cultural. Uma breve reflexão.	23
Capítulo III - Proposta para ferramenta digital para a cidade e para o Museu de Lamego.	29
3.1 - Breve reflexão sobre a construção da proposta elaborada.	29
Conclusão	32
Referências Bibliográficas	34
Anexos	41
Anexo I - Estatísticas do IMC relativas ao Museu de Lamego durante o período 2006-2009	42
Anexo II - Estudo dos Visitantes do Museu de Lamego.	43
Anexo III – Postos de informação digital em Lamego.	45
Anexo IV - Esquema de navegação do modelo de ferramenta digital proposto para a cidade e Museu de Lamego.	46
Anexo V – Interfaces da ferramenta desenvolvida.	47
Anexo VI – Modelo de ferramenta digital.	49

Abreviaturas, siglas e sinais

C.M.L.	Câmara Municipal de Lamego
E.T.C.	European Travel Comission
IMC	Instituto dos Museus e da Conservação
ML	Museu de Lamego
PENT	Plano Estratégico Nacional de Turismo

art.º	artigo
cit.	citação
dir.	direcção
doc.	documento
ed.	edição
fig.	figura
inv.	inventário
n.º (s)	número(s)
p. / pp.	página / páginas
s.d	sem data
vol.	volume

INTRODUÇÃO

A cidade de Lamego, situada na zona de transição entre Trás-os-Montes e Alto Douro e a Beira Alta, possui um conjunto patrimonial significativo e valioso. Tratando-se da minha terra natal e por influência familiar, desenvolvi ao longo dos anos um profundo sentimento de respeito e apreço por esse mesmo património. Pessoalmente, pensar em Lamego é invocar a memória dos locais mais marcantes e emblemáticos da cidade – o castelo, o Museu, a Sé Catedral, as ruas estreitas e íngremes da zona antiga da cidade, as igrejas e capelas que estão presentes em quase todas as ruas. Estas imagens mentais têm-me acompanhado toda a vida e funcionam como a minha colecção pessoal de postais turísticos da cidade.

Ao longo dos últimos anos a cidade tem sido alvo de diversas transformações, apesar de ter perdido população, deu-se um aumento e melhoria das infra-estruturas autárquicas para melhoria das condições de vida da comunidade local. Têm sido desenvolvidos esforços para assegurar a permanência da presença do ensino superior e profissional na cidade (Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego e Escola de Hotelaria e Turismo de Lamego), como estruturas fundamentais para a formação de mão-de-obra qualificada para as principais actividades da região.

Acompanhando as tendências do resto do país, o sector turístico tem vindo a crescer de forma significativa. É possível observar no movimento da cidade a existência de uma maior número de visitantes nacionais e estrangeiros. Uma afluência justificável pelo aumento da oferta hoteleira na região, onde se destacam os empreendimentos hoteleiros destinados a consumidores de classe média-alta e alta e as operadoras de viagens ligadas ao rio Douro.

Como habitante da cidade e pessoa interessada na preservação e promoção cultural e turística da cidade, não pude deixar de me colocar algumas questões sobre o assunto: como é que a cidade se enquadra na actual situação do turismo, a uma escala mais ampla (enquanto membro da Comunidade Europeia), e a uma escala mais restrita como a nacional? De que forma é que os esforços desenvolvidos ao nível local vão ao encontro das tendências actuais para o sector? De que forma é que o património local pode ser potenciado ao serviço da promoção da cidade de Lamego? Qual o papel do Museu de Lamego no panorama da cidade, sendo que é a única instituição local inteiramente dedicada à preservação, promoção e estudo do património?

A reflexão em torno destas questões conduziu-me à constatação da existência de falta de cooperação entre as entidades responsáveis pelo património local e sua respectiva promoção, a Câmara Municipal e o Museu de Lamego. Tratando-se um meio de pequenas dimensões que se quer impor como destino de turismo cultural, a cooperação e diálogo entre os diversos responsáveis pela área é, em meu entender, um aspecto fundamental para a implementação de estratégias mais eficazes. A promoção de diálogo e agilização de esforços, meios e conhecimentos podem gerar novas dinâmicas culturais com capacidade de um maior envolvimento e sensibilização da população local para a importância da preservação e promoção do seu património.

Confrontada com esta última observação, o modelo de ecomuseu tornou-se no modelo que melhor servia o propósito de cooperação e envolvimento pretendidos para a realidade lamecense. Tal como Lamego, outras localidades procuram o desenvolvimento aliado à preservação do património local, como o caso do Seixal por exemplo. Não pretendendo apresentar uma proposta da transformação de Lamego num ecomuseu, penso que o modelo em si contém estratégias e conceitos que podem ser adaptados e reconvertidos para a realidade em análise. Assim, a proposta encontrada neste sentido consiste numa aplicação do conceito de Ecomuseu a um nível virtual, isto é, traduzido através de uma ferramenta digital que promova a articulação entre o património da cidade e o património do Museu de Lamego.

O diálogo proposto, o interior do Museu com o seu exterior, a cidade, deriva da profunda ligação existente entre as duas realidades. A colecção do Museu de Lamego nasce de uma recolha do espólio religioso mais significativo da região de Lamego. Acreditando que o tornar visível desta ligação pode contribuir para o reforço da compreensão do património da cidade por parte dos visitantes e da população local, procurei a forma mais simples e eficaz de a traduzir tendo como objectivo uma acção de carácter pedagógico.

O resultado da reflexão desenvolvida ao longo de todo o processo materializa-se em duas partes: em primeiro lugar um relatório escrito contendo algumas considerações sobre as questões ponderadas, e, em segundo lugar, um modelo de aplicação digital que procura tornar visível a ligação entre o Museu e a cidade. O relatório que se segue consiste na reunião dos três principais pontos de reflexão desenvolvidos: a situação actual do turismo, o modelo de Ecomuseu e a elaboração de um modelo de ferramenta digital. Sem qualquer pretensão de obter respostas definitivas ou vinculativas, procurei apenas expor uma das possíveis abordagens à realidade em questão.

CAPÍTULO I – BREVES NOTAS SOBRE TURISMO E CULTURA

1.1 – A actividade turística, uma breve abordagem contextual.

A actividade turística surge da necessidade de ocupar os tempos livres através da realização de deslocações a outras localidades que não as do quotidiano, onde os indivíduos permanecem por períodos inferiores a um ano¹. É dos sectores económicos que apresenta um crescimento, desenvolvimento e diversificação maiores ao longo das últimas décadas². De ano para ano, aumentam os destinos e o tipo de ofertas aos viajantes, tornando este sector num dos mais dinâmicos e promissores do sector económico³.

Para que se possa ter uma noção mais precisa do volume de negócios proporcionado pelo sector turístico, segundo a Organização Mundial de Turismo, o volume de negócios do sector turístico chega a igualar ou superar o volume de negócios da indústria petrolífera⁴. O turismo é um dos principais agentes dinamizadores da economia de alguns países em desenvolvimento, proporcionando a criação de novas infra-estruturas e de criação de novos postos de trabalho.

Os benefícios da actividade turística também se fazem sentir nos países desenvolvidos. Possibilitaram a criação de postos de trabalho que vieram substituir as anteriores necessidades de mão-de-obra das indústrias e que foram extintos pela substituição de máquinas e processos automatizados. O turismo tornou-se num agente criador de qualidade de vida e de receita para os países que o souberam desenvolver.

O crescimento do sector turístico e sua capacidade de gerar riqueza impuseram-no como um sector obrigatório para qualquer país que se queira afirmar no panorama internacional. Assim, no sentido da procura da promoção dos seus recursos e potenciais, os diferentes países tentam colocar o mais diversificado conjunto de ofertas e locais. O mercado é vasto e cada vez mais especializado, procurando servir o máximo de públicos possível.

No contexto turístico, a Europa, enquanto grupo político-económico, procura tornar o sector mais forte. Procura-se incentivar o crescimento dos destinos com uma posição sólida no mercado e o desenvolvimento de novas ofertas, pois apesar de nos encontrarmos a atravessar um difícil período económico, em que as previsões efectuadas apenas revelam incertezas, o sector mantém-se optimista⁵. Uma postura que apenas indica que existe esperança nos

¹ “Viajar sempre fez parte da natureza humana, por motivos religiosos, educativos, negociais, entre outros. (...) A palavra *turismo* encontra-se relacionada com a concepção de *Grand Tour*, introduzida no século XVII. A ideia consistia num roteiro seguido pela aristocracia europeia em torno do continente, especialmente para Itália e França, para que pudessem ver e experienciar outras culturas e heranças por questões educativas e de lazer.” [BENEDIKTSSON, Gguðbrandur. 2004:12].

² O grande impulso do sector deu-se entre as décadas de 50 e 70 do século passado, com a implementação da nova ordem internacional, pelo desenvolvimento do sector cultural e do ócio [PEREIRO, Xerardo. 2007: em linha. BALTAZAR, Helena; 2008: 9].

³ OMT – Organização Mundial de Turismo; em linha.

⁴ Idem.

⁵ ETC. 2009:5.

desenvolvimentos futuros da situação económica pois, na realidade, o mercado turístico europeu tem perdido terreno para outros mercados (países sul americanos, Nova Zelândia e Austrália, por exemplo)⁶.

A zona mediterrânica, onde se encontra enquadrada Portugal, conheceu um dos decréscimos mais acentuados na zona europeia. Portugal constitui um dos casos de maior quebra do sector turístico em toda a Europa, com um decréscimo de 14% face ao ano anterior⁷. Perante esta situação, os organismos responsáveis redefinem estratégias e procuram sinalizar quais os nichos de mercado que indiciam ter um maior potencial para cada tipologia de destino turístico.

O organismo que monitoriza e estuda a actividade turística na Europa, a Comissão Europeia do Turismo, considera que os seus estudos possuem falhas significativas devido à entrega tardia, em estado incompleto e superficial das informações por parte dos organismos responsáveis de cada um dos países europeus⁸. Isto é, os estudos efectuados reflectem os dados transmitidos por cada um dos países, sendo que à escala nacional (e, neste caso, refiro-me ao exemplo português) os dados reunidos são de âmbito geral. Seria benéfico que os organismos municipais também passassem a fazer a monitorização e publicação de dados relativos à actividade turística específica das localidades, contribuindo para uma maior precisão dos relatórios nacionais e europeus.

Portugal, apesar da diminuição do número de turistas, continua a ser um destino detentor de qualidades que atraem muitos turistas – clima, praias, gastronomia e património. Mas a sua afirmação no sector passa pela diversificação da oferta, pelo que temos assistido ao surgimento de infra-estruturas ligadas ao golfe, a hotéis de luxo dentro e fora dos grandes centros⁹ e à renovação da oferta de determinadas regiões¹⁰. A exigência de uma maior especialização do sector turístico e da implementação de estratégias desenvolvidas não só à escala nacional, mas também à escala regional e local, e, em seguimento das tendências definidas pelos organismos europeus, conduziram a uma redefinição do Plano Estratégico Nacional de Turismo¹¹.

O Plano Nacional para o turismo em vigor fornece dados importantes para o desenvolvimento da actividade turística por parte dos interessados, fornece não só uma contextualização do sector, como também define o tipo de produtos, destinos e pólos com maior potencial para desenvolvimento. Isto é, enquanto estudo de mercado que representa fornece indicações muito precisas para cada uma das regiões turísticas do território nacional.

O mercado turístico nacional é dominado por indivíduos provenientes dos países mais próximos, Espanha, Reino Unido, França e Alemanha¹², sendo que preferem visitar o país entre

⁶ ETC. 2009:6.

⁷ Idem.

⁸ Idem: 7.

⁹ Como por exemplo o hotel Aquapura Douro Valley, localizado na região do Douro.

¹⁰ Como por exemplo o lançamento da campanha Allgarve.

¹¹ Plano lançado em 2007 e que “define as acções para o crescimento sustentado do Turismo Nacional para os próximos 10 anos.” [Turismo de Portugal; em linha].

¹² O Turismo estrangeiro representa 52% da actividade turística em território português, sendo que 60% dos estrangeiros são proveniente do Reino Unido, França, Alemanha e Espanha

os meses de Maio e Outubro e se deslocam ao nosso país pelos motivos que referimos anteriormente (sol, praias, gastronomia e património). Mas a par destes mercados já conquistados, existem outros que necessitam de consolidação e de desenvolvimento¹³. Assim, podemos afirmar que Portugal enquanto destino turístico atrai os mercados mais próximos, mas precisa desenvolver e implementar estratégias que consigam alcançar mercados mais distantes e com diferenças culturais mais acentuadas. Para lograr este feito são necessárias campanhas de promoção de visibilidade internacional¹⁴, que projectem o país como um todo, apresentando genericamente os seus destinos mais fortes, os destinos âncora (Algarve, Lisboa e Madeira¹⁵).

Dentro do contexto turístico nacional, a região Norte encontra-se dependente dos turistas nacionais e espanhóis¹⁶, mas encontra-se numa fase de franco desenvolvimento da actividade. Tendo como âncora a cidade do Porto, desenvolvem-se ofertas diversificadas que procuram abranger toda a região¹⁷. Mas nesta região, a par com a cidade do Porto, a região do Douro possui a capacidade de atrair turistas de proveniências mais diversificadas do que as restantes sub-regiões. A indústria do Vinho do Porto, devido à sua projecção internacional e fama consolidada, consegue alcançar uma maior projecção. O vinho do Porto é um símbolo associado a um produto de qualidade e a uma tradição que capta a atenção de um vasto público que se assemelha, em termos de caracterização, ao público-alvo dos principais centros turísticos nacionais¹⁸. A região do Douro encontrou no sector turístico um dos melhores recursos que tem ao seu dispor para promover o desenvolvimento e gerar receita, tendo procurado desenvolver ao longo dos últimos anos o número de ofertas de alojamento destinadas à classe média e média-alta¹⁹.

O processo de transformação da região já foi iniciado, mas torna-se necessário promover, a par do desenvolvimento de produtos turísticos, uma política de sustentabilidade das ofertas e de protecção do património material, imaterial e natural da região. Estes dois pólos, sustentabilidade e protecção são essenciais, dado que o desenvolvimento deve respeitar as características da região e, tal só é possível, através da protecção e preservação do património da região. Esta é uma tarefa que não pode ser efectuada pelos organismos responsáveis pelo sector turístico, é um papel que tem que ser desempenhado pelas autarquias locais em conjunto com outras instituições locais capazes e interessadas.

[PENT. 2007: 19, 22].

¹³ PENT. 2007: 6.

¹⁴ Como foi o caso do do Campeonato Europeu de 2004, que contribuiu para uma grande projecção do país para fora dos seus limites em mercados que não conseguiria alcançar de outra forma (como, por exemplo, o mercado escandinavo).

¹⁵ PENT. 2007: 23.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Rotas do Vinho do Porto, do Vinho Verde, das Vinhas de Cister, dos Caminhos de São Tiago, do Azeite, da Arte Rupestre, das Termas, das Paisagens Vislumbrantes, dos Solares e da Passagem dos Romanos, do Ouro, das Vistas Mágicas, do Património Industrial do Vale do Ave, dos Moinhos e das Barragens [Turismo de Portugal – Porto e Norte; em linha].

¹⁸ A região do Douro é visitada por muitos turistas ingleses que procuram conhecer a os locais ligados à produção do vinho do Porto.

¹⁹ Deste aspecto são exemplos o Hotel Aquapura Douro Valley ou o CS Vintage House Hotel.

1.2 – Turismo em Lamego, algumas considerações

As autarquias, enquanto órgãos governamentais descentralizados e representantes oficiais dos interesses das respectivas populações locais, têm a seu cargo, por dever e por obrigação, a defesa, promoção e acção no campo da actividade turística. Os municípios de norte a sul do país procuram apresentar um leque de actividades diversificadas no sentido de incrementar o sector, como a realização de feiras temáticas relacionadas com as tradições artesanais e gastronómicas por exemplo. Cada localidade tenta projectar-se enquanto postal turístico único e merecedor de visitas.

A autarquia da cidade de Lamego não é excepção, pelo que tem desenvolvido esforços no sentido de alcançar uma maior projecção dentro da sua área de influência turística, a região do Douro. Na mensagem de apresentação do sítio de internet da Câmara Municipal de Lamego o actual Presidente da Câmara, e responsável pelo sector do turismo, apresenta a cidade como a “Florença de Portugal”²⁰, uma caracterização exagerada, mas aliciante sob o ponto de vista da criação de expectativas relativamente ao desenvolvimento do sector.

Como localidade integrante da Região Demarcada do Douro, Lamego tem procurado afirmar os seus factores distintivos dentro do panorama nacional e regional. Isto é, tem procurado afirmar-se como território duriense, por um lado, mas promovendo os aspectos que a distinguem do resto da região, por outro lado. Segundo o estudo realizado para o PENT a região do Douro deve ser uma das principais apostas na região Norte. Ao abrigo deste plano, e das estratégias traçadas para esta região em particular, existem alguns produtos que poderiam ser desenvolvidos pela cidade de Lamego: “cidades à escala humana e autênticas”, “vinho do Porto”, “património natural e arquitectónico”, “gastronomia” e “cultura local”²¹. Para além da sinalização dos pontos fortes a desenvolver, enquadrados na categoria de “Turismo Cultural”²², o PENT também identifica as diferentes formas de acção para cada um, como por exemplo o desenvolvimento de rotas temáticas e o enriquecimento da oferta de conteúdos nos museus e monumentos²³.

No sentido do desenvolvimento de parcerias estratégicas, a CML aderiu a algumas estruturas organizacionais que lhe permitem projectar e afirmar a sua imagem dentro da região,

²⁰ Descrição presente na mensagem do Presidente da Câmara no *site* institucional, www.cm-lamego.pt.

²¹ PENT. 2007: 85.

²² “É possível dividir o turismo em várias categorias, dependentes de vários aspectos e abordagens, como por exemplo a natureza do turista e a sua motivação para viajar. Uma dessas subcategorias é o turismo cultural, que *começou a ser reconhecido enquanto uma categoria diferente no final da década de 70 quando os marketers e investigadores da área do turismo compreenderam/realizaram que algumas pessoas viajavam especificamente para adquirirem uma maior compreensão da cultura ou património de um determinado destino.* (...) não é fácil definir com precisão o termo de turismo cultural e de visita cultural (...) o *turismo cultural tornou-se no termo de refúgio para uma série de actividades relacionadas, onde se incluem o turismo histórico, turismo étnico, turismo artístico, turismo museológico, entre outros.*” [BENEDIKTSSON, Gguðbrandur. 2004:14].

²³ Idem.

região do Douro e região Norte, bem como beneficiar de meios de financiamento²⁴ (através destas estruturas ou de outros meios, como os financiamentos concedidos pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte, por exemplo²⁵). Ao longo dos últimos anos foram desenvolvidas intervenções de beneficiação de estruturas antigas e a construção de estruturas novas²⁶. De igual forma são importantes as obras relacionadas com a melhoria das acessibilidades da região, de que é exemplo a construção da A24, e os investimentos governamentais noutros sectores vitais para a cidade, como a construção do novo hospital ou a reconversão do Complexo Desportivo num centro de alto rendimento de Voleibol.

As intervenções de melhoramento e de construção de novas infra-estruturas que possuem como finalidade o melhoramento da qualidade de vida da população local permite, em simultâneo, receber melhor aqueles que se dirigem a esta localidade para a visitarem. Isto é, o melhoramento dos equipamentos da cidade permite a concentração de esforços noutra área, a da melhoria dos serviços prestados, um aspecto fulcral para a promoção da localidade junto dos seus visitantes. Neste campo de especialização e direcção para o sector turístico, a cidade de Lamego encontra-se munida de meios de formação específica na área, através da Escola de Hotelaria e Turismo de Lamego e da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego (que oferece licenciaturas e mestrados na área de turismo).

A cidade de Lamego reúne os factores necessários para o exercício de qualidade da actividade turística, possui natureza/paisagem, tradições, história, património e capacidade de formação de mão-de-obra especializada para a sua promoção. Mas, apesar destes factores positivos e de valorização, existem ainda situações que necessitam de melhoramento. Para exemplificar este ponto retomamos a mensagem do Presidente da Câmara de Lamego e a informação turística disponibilizada no *site* da autarquia. A mensagem de apresentação da cidade é nitidamente direccionada para a actividade turística, mencionando os aspectos de destaque da cidade que a tornam na “capital cultural do Douro” e endereçando a mensagem para o “cidadão do mundo”²⁷. Ora, é precisamente neste ponto que reside o problema na

²⁴ A CML faz parte do Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular - Eixo Galaico-Português (eixo constituído pelas cidades do Norte de Portugal e Galiza), da Douro Alliance – Eixo Urbano do Douro (constituído pelas cidades de Lamego, Peso da Régua e Vila Real) e encontra-se enquadrada na zona de afectação do Turismo Douro (integrante do Turismo de Portugal).

²⁵ O contrato assinado com esta estrutura prevê um investimento de 10 milhões de euros, ao longo dos próximos três anos, para a reabilitação do centro histórico da cidade, a requalificação do “Eixo Barroco” (zona que liga o Museu de Lamego ao Escadório da Nossa Senhora dos Remédios) e a requalificação do posto de turismo, entre outros [CML. 2009: em linha].

²⁶ Como a reconstrução e reabertura do Teatro Ribeiro Conceição e a construção de piscinas cobertas municipais por exemplo.

²⁷ Mensagem do Presidente da Câmara Municipal de Lamego, Engenheiro Francisco Lopes, disponível no *site* da CML.

transmissão da mensagem, se ela é dirigida ao cidadão do mundo²⁸ deveria estar disponível pelo menos na língua inglesa.

Os esforços desenvolvidos pela autarquia têm-se manifestado através de acções de promoção das tradições típicas da região, com níveis de adesão bastante satisfatórios por parte da população local. São eventos bem organizados e divulgados numa perspectiva que nos parece ser a da tentativa de criação e educação de hábitos, reveladores de um plano de acção de crescimento a ser implementado de forma gradual, e que têm vindo a adquirir cartazes programáticos cada vez mais completos e mais longos, aos quais a adesão tem aumentado²⁹. Apesar do sucesso deste tipo de iniciativas não ser uma constante³⁰, não se pode ignorar o sucesso dos restantes.

Para além dos eventos locais, a autarquia também tem procurado a representação das tradições de outras localidades³¹: anunciou a abertura do Museu do Entrudo em Lazarim, conseguiu a reabertura da cisterna do Castelo de Lamego ao público, desenvolveu percursos pedestres³², introduziu informação sobre alguns edifícios históricos no Google Earth³³, entre outras iniciativas. Através das acções desenvolvidas é possível confirmar a vontade proactiva de transformar Lamego num pólo turístico, mas fica a sensação de que falta algo.

Um dos pontos fundamentais da actividade turística é a transmissão, promoção e divulgação de informação sobre os destinos promovidos, e, este é um dos pontos fracos da divulgação promovida pela CML. Como mencionamos anteriormente, começa pelo facto da informação apenas estar disponibilizada em português, estendendo-se à forma como os restantes conteúdos são apresentados. No separador dedicado ao Turismo do *site* da CML

²⁸ “Cidadão do mundo, também referido como cosmopolita, é um termo com variadas significações, geralmente fazendo referência a uma pessoa que desaprova as divisões geopolíticas tradicionais derivadas dos conceitos de cidadania nacional, dando preferência a um sistema de governo mundial, abertura de fronteiras e democracia global.” [Wikipédia; em linha]. Penso que a aplicação do conceito de “cidadão do mundo” implica o direccionamento da mensagem para todos os indivíduos que circulam pelo mundo, independentemente dos motivos (trabalho ou lazer, por exemplo), logo tem que se prever que não exista o domínio da língua portuguesa. Esta implicação aliada ao uso generalizado da língua inglesa, bem como a sua classificação comum como “língua universal”, tornou necessária a menção deste aspecto/sugestão.

²⁹ Têm sido organizados diversos eventos no sentido da promoção das tradições a nível local: I Festival de Gastronomia do Douro, I Feira da Bôla de Lamego, Feira de Santa Cruz / 3 de Maio, Queima do Judas [CML. 2009: em linha].

³⁰ Como sucedeu com a última passagem de ano, em que foi organizado um pequeno espectáculo num dos principais pontos da cidade, com oferta de espumante para os presentes por parte de uma das empresas produtoras da região, mas que teve uma fraca adesão por parte da população local. As pessoas não têm o hábito de o fazer e, como tal, a repetir-se uma acção deste género, tem que haver um trabalho prévio maior, mais cirúrgico. Existe uma dificuldade em trazer as pessoas para as ruas cidade durante o período compreendido entre Outubro e Fevereiro, os meses de maior frio, por norma, não existe grande movimento a partir das oito horas da noite, chegando a parecer uma cidade fantasma.

³¹ Representação na Feira de Gastronomia e Turismo em Ourense (6 a 8 de Fevereiro de 2009), na XIII Feira de Caça e na III Feira de Turismo, ambas em Macedo de Cavaleiros [CML. 2009: em linha].

³² Devidamente documentados com mapas sinalizando pontos de passagem e locais de interesse, bem como coordenadas para GPS e folhetos disponíveis para download a partir do *site* da CML, Divisão de Ambiente e Turismo.

³³ Informações acompanhadas de representações em três dimensões dos mesmos, uma acção anunciada ao abrigo do Plano de Acção da Douro Alliance [Douro Alliance. 2008: 17]

podemos encontrar diversos tópicos disponíveis para consulta³⁴, mas a informação disponível é ainda insuficiente para que um visitante da cidade consiga traçar um plano de visita concreto, apenas fornece tópicos genéricos.

As falhas de informação do *site* da CML poderiam ser ultrapassadas através da criação de uma plataforma *Web* que funcionasse como um roteiro turístico da cidade, capaz de acrescentar novas e melhores informações sempre que necessário, e que fornecesse conteúdos para GPS e telemóvel para os visitantes da cidade. Seria uma forma alternativa e adaptada às novas tendências³⁵ de operar directamente com o sector turístico, tendo como centro de operação a autarquia local, e podendo ser coordenada com outras plataformas institucionais relacionadas³⁶.

Todas as iniciativas promovidas e anunciadas são de louvar e demonstram uma enorme ambição em alcançar um serviço de excelência e com bons resultados, mas fica a faltar a componente informativa do visitante. Menciono visitante não só no sentido do indivíduo que se encontra a visitar a cidade, mas também daquele que se encontra a planear uma viagem, ou a pesquisar possíveis destinos, e pretende obter informação sobre pontos de interesse que legitimem uma deslocação até determinado local. A cidade de Lamego possui vários argumentos para sustentar a sua legitimidade enquanto destino turístico – locais e edifícios históricos, as paisagens, a oferta hoteleira de qualidade, os percursos pedestres, os desportos de aventura³⁷, o artesanato e a gastronomia³⁸.

A par do investimento em requalificação e construção de novas infra-estruturas, interessa à cidade e ao seu desenvolvimento turístico, incrementar a mobilidade das pessoas dentro dos seus limites³⁹. Mas, para que tal possa acontecer, é necessário informar sobre os locais a visitar, a sua localização, o que é que se pode ver neles, que outros locais ou serviços existem nas proximidades. Trata-se de constituir um conjunto de informações o mais completa possível para facilitar o acesso e consumo dos produtos que a cidade tem para oferecer, potenciando um maior número de visitas, estadias mais longas e o incremento de possíveis retornos⁴⁰.

³⁴ Tópicos disponíveis para consulta no separador de Turismo no *site* da CML: “Lamego e o Douro”, “Alojamento”, “Restaurantes”, “Gastronomia”, “Artesanato”, “Festas Tradicionais”, “Locais a Visitar”, “Percursos Pedestres”, “Mapas”, “Vídeos”.

³⁵ PENT. 2007: 38; 101.

³⁶ Como a do Turismo Douro, Douro Alliance, operadores turísticos da região, instituições e potenciais parceiros de desenvolvimento da actividade.

³⁷ Existe pelo menos uma empresa local, já com alguns anos de experiência, que oferece vários produtos dentro da área dos desportos de aventura dentro e fora da região de Lamego.

³⁸ A cidade de Lamego é detentora de interessante património cultural -

³⁹ Mobilidade no sentido facilidade de deslocação dentro da cidade, do saber onde ir para alcançar determinado objectivo estipulado (comer, dormir, visitar, praticar desporto, obtenção de cuidados médicos públicos ou privados, etc.).

⁴⁰ “Um espaço (...) vocacionado para o desenvolvimento (...) esta nova visão terá implicação no modo de vida da população e na sua forma de encarar o futuro.” [TEIXEIRA, David J. V., 2006, p. iii].

1.3 – O Museu de Lamego, local de passagem obrigatória. Algumas anotações sobre a instituição.

De entre os diversos locais merecedores de atenção sob o ponto de vista turístico, existe um que se destaca pela riqueza e pela concentração de objectos das mais variadas proveniências ligados à história local, o Museu de Lamego. Esta instituição constitui um local de passagem obrigatório para os turistas, nacionais e estrangeiros, que se deslocam à cidade para poderem observar os retábulos da autoria de Vasco Fernandes⁴¹ e as Tapeçarias Flamengas⁴². Durante a visita contactam com outras peças que lhes são desconhecidas mas que revelam agradáveis e interessantes surpresas.

A colecção do Museu de Lamego resulta da intenção de reunir os exemplos mais significativos do espólio histórico/artístico da região de Lamego⁴³. O conjunto reflecte a característica dominante da história regional, a forte presença religiosa que em outros tempos representou uma classe privilegiada e abastada⁴⁴, que se mantém na actualidade através das igrejas, capelas e antigos conventos que se encontram um pouco por toda a parte. O contacto com a colecção do museu e a constatação do seu valor motiva muitos dos visitantes a manifestarem o seu espanto e agrado pela colecção observada num museu tão discretamente localizado⁴⁵.

O Museu de Lamego possui uma visibilidade muito discreta no panorama nacional, pela sua localização geográfica e pela falta de apoios que permitam uma ampla divulgação dos eventos e exposições organizadas, por parte de instituições bancárias ou de seguradoras, como sucede com algumas instituições museológicas situadas nos grandes centros⁴⁶. Uma posição que não é exclusiva desta instituição, é uma situação comum e partilhada pelas instituições museológicas que se situam fora das cidades de Lisboa e do Porto. A estas dificuldades acrescem os cortes nos orçamentos estatais e a falta de pessoal para a realização das diversas tarefas inerentes ao seu devido funcionamento. Os resultados deste panorama são a incerteza e a impossibilidade de planear a longo prazo e o desdobramento da equipa de trabalho nas mais variadas tarefas e exercícios de improvisação⁴⁷.

⁴¹ Declarados Tesouros Nacionais pela Lei n.º 107/2001, de 8de Setembro; Acto Legislativo: Decreto; N.º19/2006; 18/07/2006.

⁴² Idem.

⁴³ A ideia de constituir um museu na cidade de Lamego parte da iniciativa de D. Francisco José Ribeiro de Vieira e Brito, Bispo de Lamego entre 1901 e 1922. O dito museu seria instalado no antigo Paço Episcopal da diocese, que seria recuperado, e, para constituir a colecção para exposição, ordenou a recolha de objectos de interesse por toda a região. Com a Revolução do 10 de Outubro o projecto não fica esquecido, o museu abre ao público em 1917 enquanto património do Estado Português [MUSEU DE LAMEGO/IMC; desdobrável].

⁴⁴ Posição que foi fortemente abalada pelas acções republicanas e pelos ideais anticlericalistas aquando da implantação da República.

⁴⁵ Opiniões que ficam registadas no livro de visitas do Museu de Lamego.

⁴⁶ Exemplos: Museu Nacional Soares dos Reis (Porto) – Millennium BCP, Lusitânia, Motaengil, entre outros; Museu Nacional dos Coches (Lisboa) – Lusitânia e Carris; Museu Nacional de Arte Antiga (Lisboa) – Millennium BCP.

⁴⁷ Em determinadas situações, a equipa do Museu de Lamego assemelha-se a um grupo de escoteiros a tentar transformar e/ou reaproveitar o material desgastado para fazer frente às

A instituição encontra-se a funcionar no edifício do antigo Paço Episcopal, alvo de diversas alterações ao longo dos tempos no sentido de o adequar à sua função de museu⁴⁸, mas que carece de uma intervenção profunda. O museu precisa de obras urgentes para adequar as suas instalações às exigências museológicas actuais em todos os níveis⁴⁹, e, para conseguir proporcionar melhores condições de conforto para os visitantes e para a equipa de trabalho⁵⁰. A realização desta intervenção é um assunto falado há alguns anos, pelo que é aguardada com grande expectativa por todos aqueles que nele trabalham.

O público do Museu de Lamego é na sua maioria de origem nacional (cerca de três quartos dos visitantes), visitando-o enquadrados nas seguintes modalidades de ingresso⁵¹: *Livre (Outras)* (27,03%), *Domingos/Feriados* (22,19%) e *Escolas* (18,40%). Dos visitantes nacionais, mais de metade dos visitantes enquadram-se na categoria *Livre (Outras)* (35,38%) e *Escolas* (25,65%), enquanto os visitantes estrangeiros enquadram-se na categoria de *Maiores de 65 anos* (39,59%) e *Domingos/Feriados* (36,28%). Estes fluxos estão sujeitos a oscilações sazonais e picos de movimento identificáveis – nos meses compreendidos entre Outubro e Abril existem quebras muito significativas de visitantes; a categoria *Domingos/Feriados – Nacional* apresenta números mais significativos em Abril e em Outubro; a categoria *Escolas - Nacional* apresenta números mais significativos durante o primeiro semestre de cada ano e Novembro; a categoria *Livre - Nacional* oscila ao longo do ano; a categoria *Maiores de 65 anos – Estrangeiro* apresenta valores mais significativos nos meses de Abril e Setembro/Outubro; a categoria *Livre* apresenta valores mais significativos nos meses de Maio e Setembro⁵².

A maioria dos visitantes, nacionais e estrangeiros, manifesta especial interesse pelos núcleos de pintura e tapeçaria mas, em simultâneo dizem ter-se deslocado a esta instituição a fim de observar toda a colecção permanente (76,67% dos visitantes nacionais e 88,89% dos visitantes estrangeiros)⁵³. Já a opinião sobre a informação disponível não é consensual, enquanto a maioria dos visitantes nacionais pensa que a informação disponível no museu é *Suficiente* (83,33%) e de qualidade *Boa* (36,67%), a maioria dos visitantes estrangeiros pensa que a informação é *Insuficiente* (77,70%) e de qualidade *Medíocre* (66,60%). Os visitantes estrangeiros também referem o facto de existir pouca informação em língua inglesa.

necessidades.

⁴⁸ Foi alterado para passar de palácio habitacional para museu, mas também chegou a albergar a Biblioteca Municipal e a Sede da GNR.

⁴⁹ Conservação, investigação, exposição, serviços educativos, etc.

⁵⁰ As razões para desconforto são variadas: durante o inverno, a temperatura no interior do edifício chega a parecer inferior à do exterior; a instalação eléctrica está desatualizada e subdimensionada para as necessidades actuais; a caixilharia de madeira encontra-se muito degradada; o material de apoio (secretárias, cadeiras, estantes) estão velhas e em número insuficiente; a biblioteca necessita arquivos e estantes em maior número; os serviços educativos necessitam de uma sala com melhores condições para desenvolver actividades; entre outros [Mensageiro Notícias; em linha: 16/4/2008; Março Online; em linha: 20/3/2008; Rádio Douro-Sul – Notícias; em linha: 20/3/2008].

⁵¹ Modalidades/categorias atribuídas pelo IMC para a realização de estatísticas.

⁵² Fonte: estatística do IMC 2006-2009 [IMC. Em linha].

Consultar Anexo I.

⁵³ Consultar Anexo II.

A audiência do Museu de Lamego tem vindo a crescer de ano para ano, fruto do trabalho realizado pela equipa da instituição ao longo dos últimos anos e do crescimento de actividade turística da região do Douro⁵⁴. Do ano de 2006 para 2007 verificou-se um crescimento de cerca de 10,02%, e, de 2007 para 2008 de cerca de 14,45%, representando um crescimento bastante significativo. Têm sido desenvolvidos esforços no sentido de proporcionar uma oferta mais diversificada ao nível das actividades dos Serviços Educativos, através do desenvolvimento de diversas actividades destinadas ao público com idades compreendidas entre os 6 e os 14 anos de idade. Esta é uma tarefa que é dificultada pelo facto da responsabilidade deste serviço ser cumulativa com os Serviços de Comunicação e Imagem do Museu, de montagem e desmontagem de exposições, biblioteca, conservação preventiva, entre outros, derivados da falta de pessoal na equipa do museu⁵⁵.

No Museu de Lamego pode ser visitada a sua colecção permanente, à qual vão sendo efectuadas pequenas mudanças de localização sempre que necessário e justificável, bem como exposições temporárias de curta duração que habitualmente estão patentes numa sala destinada especificamente para o efeito. Durante a visita é evidente a necessidade de intervir no edifício a fim de melhorar as suas condições, para garantir uma preservação mais eficaz dos objectos da colecção, melhores condições para os visitantes e para a equipa que nele trabalha diariamente. Mas para além da esfera física, também existem aspectos que poderiam ser melhorados, ou renovados, na dimensão conceptual/simbólica do Museu. O Museu de Lamego precisa da implementação de dinâmicas ao nível da exploração da sua colecção e respectivas potencialidades.

Como foi mencionado anteriormente, os visitantes sentem falta de melhor informação e, no caso específico dos visitantes estrangeiros, de informação disponível em língua inglesa. O desenvolvimento deste tipo de dispositivos informativos para o visitante não pode ser exaustivo nem incidir sobre a totalidade da colecção, mas em peças seleccionadas mediante escolhas resultantes de estratégias museológicas ou de estudos de mercado do público do museu.

A presença de uma estratégia de mercado no museu desempenha um importante papel na implementação de dinâmicas mais activas e conscientes, contribuindo para a consciencialização para as alterações necessárias na visão do mesmo. No sentido do alargamento das possibilidades estratégicas de acção/interacção com as audiências, torna-se necessário expandir o entendimento de museu. Torna-se necessário proceder a um alargamento da sua área de actuação para fora dos seus limites físicos, não só no que

⁵⁴ Um trabalho pautado pelo estreitamento da relação com as escolas do ensino básico, em especial do 1º e 2º ciclos, um maior número de ofertas de ateliês e outras actividades direccionadas para esse público. Em simultâneo procurou-se incrementar o número de visitantes estrangeiros através de uma ligação mais próxima com as empresas turísticas regionais, particularmente com a empresa Douro Azul com quem foi assinado um protocolo em 2009.

⁵⁵ O Museu de Lamego tem disponíveis os seguintes serviços para os seus visitantes: acolhimento, loja/livraria e serviços educativos (mediante marcação telefónica prévia). Os Serviços Educativos dispõem de um leque de actividades diversificado "Visitas guiadas, gerais ou temáticas, destinadas a grupos organizados, com especial incidência no público escolar." [IMC/Museu de Lamego. Em linha].

concerne ao diálogo com o público, mas também relativamente à sua colecção e à forma como esta se relaciona com o exterior físico do museu.

No caso da colecção do Museu de Lamego, este aspecto possui uma componente forte, já que a sua colecção tem origem em objectos recolhidos de locais da região em que se encontra localizado. Mais ainda, compreender a colecção do Museu de Lamego passa pela compreensão da história da região, incidindo sobre alguns locais específicos. A fim de alcançar a sua função pedagógica de forma plena, é importante que o museu estreite a relação entre os objectos que compõem a sua colecção e os seus locais de origem.

CAPÍTULO II – Incorporação do conceito de *ecomuseologia* - uma nova estratégia para a região de Lamego.

2.1 – Uma breve abordagem ao modelo de Ecomuseu na realidade portuguesa.

Ao propor um alargamento da acepção de *museu* e o estreitamento da relação entre a colecção e o meio em que se encontra inserido, falo da adopção de um modelo museológico que permita proceder a uma expansão do campo de actuação do particular, a colecção, para o geral, a região de Lamego. Um modelo que contribua para uma maior consciencialização da cultura e história local, no sentido de proceder a uma afirmação da diferença por entre a uniformização. Isto é, uma estratégia que permita ao museu e à região afirmarem-se como mais um valor, dotado de diversos focos de interesse, em particular sob o ponto de vista histórico e patrimonial, na região do Douro e no território nacional, mas diferente nas suas especificidades. Uma forma de fazer com o que o museu e a cidade se afirmem através das suas diferenças no seio da cultura global, contrariando o processo de uniformização cultural.

No sentido de desenvolver estratégias específicas para um desenvolvimento sustentável em que instituição museológica e região se apoiam mutuamente, tornando essencial a participação activa do Município⁵⁶, o modelo de Ecomuseu⁵⁷ configura-se como o melhor modelo para a situação. Um modelo que se baseia na interpretação e acção sobre o campo a intervencionar, permitindo o regresso em força e a afirmação da cultura local, onde conservação e desenvolvimento interagem⁵⁸ para alcançar uma mesma finalidade. Este modelo também torna possível a integração dos membros da comunidade como actores do processo de formulação, execução e manutenção do processo determinado.

⁵⁶ As políticas locais no campo da cultura são da maior importância, pois permitem a distinção simbólica do seu acervo histórico e patrimonial. Neste contexto, os equipamentos urbanos tornam-se formas de atrair consumidores [CARVALHO, Nuno Vieira de; s.d.: 14].

⁵⁷ Modelo museológico que começa a ser definido durante as décadas de 70 e 80 do século XX (Mesa Redonda de Santiago do Chile – 1972 e Declaração do Québec – 1982). Este modelo assenta no princípio que o museu é constituído por um território (uma estrutura descentralizada), o seu património (material e imaterial) e sua respectiva comunidade (o desenvolvimento da população). “O novo conceito de museu, assa por um território mais vasto, o qual em vez de se restringir a um edifício fechado, (...) alarga-se a toda uma comunidade, que pode ser constituída por uma aldeia, um bairro de uma cidade, ou uma zona histórica desta. (...) A noção de colecção, é, por sua vez, substituída pela de património. (...) o novo conceito de património é, agora, muito mais vasto e inclui o que se encontra *dentro de portas*, bem como fora delas. (...) a salvaguarda, estudo e divulgação já não se restringem às colecções (...) mas alargam-se a todo o património constituído pela cultura material (...) como por toda a tradição não material.”

Assim, os ecomuseus surgem a partir da década de 70, integrados na nova museologia, enquanto forma de museologia activa “devendo antes de mais preocupar-se com o desenvolvimento das populações” e devendo “ter uma acção social interventiva”. Surgiu pelas mãos de Georges Henri Riviére, como um museu de carácter interventivo que tem como principal objectivo “a salvaguarda e divulgação do património natural e cultural (material e imaterial), num território +/- vasto, envolvendo concomitantemente a comunidade nessas actividades” [MAGALHÃES, Fernando P. O. 2003: 218 - 219].

⁵⁸ MINOM; 1998: 10.

Surgido na década de 70 do século passado em França, o modelo de Ecomuseu propõe uma abertura/inclusão das dimensões de espaço e tempo para o espaço museológico. Isto é, propõe a abertura do museu para fora dos seus limites físicos, passando a incluir e a considerar a população e a região em que se encontra localizado. De igual forma, propõe a abertura do museu à conjugação e sobreposição das dimensões de tempo e espaço⁵⁹, potenciando a protecção do meio através de uma acção directa de protecção do conjunto. No contexto português podemos encontrar alguns exemplos práticos da aplicação deste modelo museológico desenvolvido segundo os paradigmas ideológicos pós-modernos - Seixal, Barroso, Zêzere ou Barroso.

O Ecomuseu Municipal do Seixal foi o primeiro ecomuseu a ser criado em Portugal, em 1983. A sua criação deve-se à Câmara Municipal do Seixal, tendo como principal intenção e missão “investigar, conservar, documentar, interpretar, valorizar e difundir testemunhos do Homem e do meio, reportados ao território e à população do Concelho, com vista a contribuir para a construção e a transmissão das memórias colectivas e para um desenvolvimento local sustentável. (...) a tutela assumiu como linhas estruturantes da sua programação museológica a actividade referente ao território concelhio, a conservação dinâmica do património, sempre que possível *in situ* e a interacção com formas de participação da população/das comunidades na vida municipal”⁶⁰. A sua actividade encontra-se dividida por sete locais e três embarcações de recreio, que visam a partilha e divulgação de informação referente ao concelho do Seixal – património, tradições, história, gentes. Opera como uma rede em que todos os aspectos contribuem para a conservação do património material e imaterial do local e da sua população.

A promoção do Ecomuseu Municipal do Seixal encontra-se a cargo da Câmara Municipal do Seixal, que desenvolve diversos projectos e parcerias a fim de conseguir um maior alcance – enquadramento na Rede Portuguesa de Museus, protocolo com o Museu de Arqueologia de Almada e como o Instituto Nacional de Engenharia, Tecnologia e Investigação (INETI)⁶¹, por exemplo. Através da realização de protocolos e da filiação em organizações museológicas, o EMS⁶² consegue uma maior visibilidade, mas também meios privilegiados de informação no meio bem como para a realização de projectos que de outra forma não seriam possíveis, ou extremamente dispendiosos.

Outro exemplo deste modelo museológico em território nacional é o Ecomuseu de Barroso. Apresenta-se como uma instituição que pretende constituir um “elemento âncora da estratégia de desenvolvimento integrado e sustentável do território barrosão (não se limitando aos contornos definidos administrativamente para delimitar o concelho de Montalegre)”⁶³. A instituição define o seu início como o momento em que “começou a trabalhar com as instituições locais e as pessoas”. Ao contrário do seu congénere do Seixal, este ecomuseu não

⁵⁹ Propõe a abertura das análises museológicas a perspectivas diacrónicas (um mesmo lugar em diversos tempos) e sincrónicas (diversos lugares num mesmo tempo).

⁶⁰ Ecomuseu do Seixal; em linha.

⁶¹ Idem.

⁶² EMS – Ecomuseu Municipal do Seixal.

⁶³ Ecomuseu de Barroso; em linha.

possui vários pólos, afirma que a sua principal actividade se desenvolve no seu edifício-sede, mas não se encontra restrita a ele⁶⁴.

Estas instituições, com mais ou menos meios de apoio, centram as suas actividades nas comunidades locais e na forma como estas ocupam os seus territórios. São projectos museológicos dinâmicos e interactivos em que o acervo mobilizador de acções das mais diversas naturezas (de preservação, conservação, documentação ou educação, por exemplo) vai muito além do edifício-sede e seu respectivo “recheio”. Os objectos que se encontram no interior do museu são relacionados com os seus locais de origem e manuseamento original, tomando como principal elemento do processo as pessoas que vivem na região e a forma como a ocupam em diálogo com a história dessa mesma região. Isto é, é um modelo museológico que vai além do processo museológico de acção directa sobre os objectos, trata-se de uma acção global que não actua apenas sobre os objectos em si, e processos adjacentes ao seu enquadramento numa colecção museológica, mas também sobre o contexto que os gerou física e/ou simbolicamente. Neste sentido, uma visão alargada do objecto museológico, passado, presente e futuro são tidos em consideração de forma simultânea e sobreposta. Não se institucionaliza apenas o objecto, mas também os locais, as culturas e as populações de origem – preserva-se a cultura local de forma global⁶⁵.

Os exemplos existentes em Portugal deste modelo museológico surgiram em zonas de pouca visibilidade no panorama nacional – Seixal, Barroso, Zêzere e Redondo. Foram criados pelas respectivas Câmaras Municipais como estratégias/projectos de valorização do património histórico-cultural local enquanto agente potencial de desenvolvimento auto-sustentável⁶⁶. O processo parte da consciência activa dos valores locais ou regionais como capazes de se tornarem motores de criação de riqueza local. Deste ponto, parte-se para acções de recolha, revitalização e educação junto das populações, para que também elas sejam constituídas agentes participantes da estratégia. Trata-se sobretudo de uma acção desenvolvimento para a região, para o seu crescimento económico, realizada e desenvolvida para e a partir da sua comunidade e da sua cultura específica.

O Ecomuseu pressupõe a alteração e o reajustar do entendimento de alguns conceitos, o museu passa de edifício para território, e, a colecção passa a património⁶⁷. É um processo

⁶⁴ Idem.

⁶⁵ Cultura no sentido de tudo o que é aprendido e partilhado pelos indivíduos de um determinado grupo e que confere uma identidade dentro do seu grupo que pertença. Um complexo constituído pelo conjunto de elementos materiais e imateriais com relevância e/ou padronizados por um determinado grupo de indivíduos geograficamente determinados.

⁶⁶ Cada uma destas cidades criou o seu ecomuseu em torno do(s) aspecto(s) culturais dominantes e a forma como estes afectam a ocupação do território e respectivas populações: Seixal – actividade piscatória; Redondo – património histórico-arqueológico e natureza; Barroso – agricultura, tradições e natureza; Zêzere – o rio Zêzere.

⁶⁷ Entenda-se património como “Património Cultural”, conjunto constituído por “todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou de cultura ortadores de interesse cultural relevante, devam ser objecto de especial protecção e valorização.” [Diário da República; I Série - A, n.º 153, Lei n.º 107/2001 de 8 de Setembro]. O conceito de Património Cultural abrange a língua portuguesa, todos os bens de interesse cultural, os “bens imateriais que constituem parcelas estruturantes da identidade e da memória colectiva” e “quaisquer outros bens que como tal sejam considerados por força de convenções internacionais”. “Integram não só o conjunto de bens materiais e imateriais de interesse cultural relevante, mas também, quando

que resulta do somatório do território, com o património (material e imaterial)⁶⁸ e a sua comunidade, que se constitui enquanto processo mental partilhado - uma forma das comunidades se encontrarem consigo mesmas e de converterem o seu património e a sua cultura numa forma de garantir o futuro⁶⁹. Um modelo que pressupõe uma participação social activa marcada pela orientação para o desenvolvimento cultural, social e económico da comunidade local.

A passagem de um modelo tradicional de museu para o modelo de ecomuseu implica uma transformação nas dinâmicas do património e da cultura local, e, acima de tudo, a transformação do museu tradicional num foco de desenvolvimento local. O museu necessita ser transformado em pólo turístico e centro do património, história e cultura locais⁷⁰, devendo cumprir as suas funções de preservação e promoção, em simultâneo, junto da população local e da população externa.

Em termos estratégicos, preservação e promoção têm que ser desenvolvidas em diferentes níveis de acção. Para que a população local seja envolvida nesta estratégia/plano, em que o museu se converte em agente de dinâmica turística e económica da região, torna-se necessário incidir nas actividades educativas e de lazer⁷¹. As actividades devem ser direccionadas para os diferentes segmentos e, ao contrário do museu tradicional, as iniciativas não estão restritas ao espaço do edifício do museu, elas podem decorrer num espaço mais alargado e com mais potencial para o desenvolvimento de uma oferta mais diversificada.

A aplicação do modelo de Ecomuseu numa determinada realidade permite a amplificação do impacto da imagem e, por consequência a projecção da localidade para o seu exterior. Neste sentido, têm que ser desenvolvidas actividades específicas para o público externo, para os turistas, que levarão consigo, para os seus locais de origem, a imagem da localidade podendo contribuir como agentes de promoção involuntária.

O conceito de Ecomuseu permite-nos fazer um uso diferente do património cultural. Permite estudar, conservar e valorizar o património cultural e natural, de forma simultânea e sustentável, através do processo de interpretação do património – uma interpretação total e inclusiva. Um processo que inclui a elaboração de estratégias de mobilização à participação activa interna e externa, e, à interacção entre as duas populações, sendo fundamental o respeito pelo meio envolvente (património natural e património humano)⁷². Em suma, o ecomuseu consiste na aplicação de um conceito sobre o território ao qual este se adequa enquanto estratégia viável.

for caso disso, os respectivos contextos, que, pelo seu valor de testemunho, possuam com aqueles uma relação interpretativa e informativa.” [Idem].

⁶⁸ O conceito de património imaterial é crucial para o devido entendimento de “património cultural” e, por consequência, para a devida compreensão do que é um Ecomuseu. Património Imaterial é constituído por todas “as realidades que, tendo ou não suporte em coisa móveis ou imóveis, representem testemunhos etnográficos ou antropológicos com valor de civilização ou de cultura com significado para a identidade e memórias colectivas” [Diário da República; I Série - A, n.º 153, Lei n.º 107/2001 de 8 de Setembro].

⁶⁹ PEREIRO, Xerardo Pérez. 2002: em linha.

⁷⁰ Idem.

⁷¹ Idem.

⁷² Idem.

2.2 – Considerações sobre a aplicação do conceito de ecomuseu ao Museu de Lamego e à cidade de Lamego

A cidade de Lamego possui as características fundamentais para a implementação de uma estratégia “ecomuseológica”, um conjunto significativo de património composto por um interessante leque de diferentes manifestações – edifícios, objectos, natureza, tradições, hábitos. O Museu de Lamego e a sua colecção estão profundamente ligados à cidade, ao seu percurso ao longo da história e aos principais lugares que a marcaram, e, por sua vez, a cidade transporta as marcas dessa mesma história, do território onde se encontra localizada e das gentes que nele habitaram e habitam.

Ao longo dos últimos anos têm sido desenvolvidos esforços no sentido de chamar a atenção para a cidade e o seu património, mas sempre em acções dispersas. Isto é, a promoção local não envolve cooperações a longo prazo entre as instituições mais interessadas no resultado desta tarefa. Falta o debate e a reflexão profunda do tipo de relacionamento que uma relação mais estreita de cooperação entre instituições de relevo, como a Câmara Municipal, o Museu de Lamego e o Turismo Douro por exemplo, independente de desentendimentos de personalidades de diferentes cores políticas que surgem um pouco por toda a parte.

A sugestão efectuada através deste projecto consiste na aplicação do conceito de ecomuseu à cidade de Lamego, um processo que passa obrigatoriamente pelo entendimento entre instituições. É urgente e necessário pensar nestas relações para proceder a uma reflexão sobre o papel que cada um dos intervenientes pode ter em separado, através da análise dos acontecimentos até à presente data, mas também reflectir no benefício que pode ser retirado através da actuação conjunta na promoção do património local – um funcionamento mais dinâmico e mais rico do sector cultural; possibilidade de multiplicar e repartir o fluxo de visitantes; melhorar contactos e relações com o exterior; aumentar o interesse das e pelas pessoas, objectos, monumentos, potenciar experiências e vivências mais ricas e profundas⁷³.

A reformulação da estratégia turística e cultural da cidade de Lamego, encarando a região da cidade segundo o modelo de ecomuseu, permitiria o colmatar das falhas existentes entre os diferentes serviços fornecidos por cada uma das instituições locais responsáveis pelos sectores da cultura e do turismo – a criação de um conjunto de dinâmicas de valorização do património local com capacidade de gerar lucro a médio e longo prazo⁷⁴. O conceito proposto pretende a implementação de uma estratégia de promoção e desenvolvimento regional que permita uma visão optimizadora dos recursos existentes, onde cada instituição envolvida possui uma função a desempenhar.

A região Turismo Douro teria o mesmo papel que tem actualmente, a promoção da oferta turística da localidade para o mercado interno e externo, tendo como base a informação

⁷³ PEREIRO, Pereira; 2002: em linha.

⁷⁴ Através da constituição da cidade enquanto pólo turístico onde os visitantes permanecem pelo menos dois dias. O aumento do período de estadia dos visitantes faz que estes recorram ao comércio e aos serviços locais.

fornecida pelo município. A diferença relativamente à actual oferta reside no facto da assimilação do conceito de ecomuseu enquanto estratégia turística, implicaria uma alteração na forma como a própria cidade é integrada e apresentada enquanto parte da região do Douro.

Os principais papéis recaem sobre os órgãos autárquicos e o Museu de Lamego, sendo o primeiro a entidade com maior capacidade logística e responsabilidade directa sobre os sectores envolvidos⁷⁵. O Museu de Lamego, pela sua especialização no património local, constitui a instituição para o desenvolvimento de investigação, documentação e produção de conteúdos sobre e para os diferentes pólos ou locais a integrar no projecto. Uma tarefa que necessitaria de um maior número de pessoas especializadas nas diversas áreas envolvidas, tanto do lado do Museu como do lado da Câmara Municipal⁷⁶.

Pretende-se uma reformulação das perspectivas dos objectos, dos locais, das tradições e das gentes nos seus contextos de origem e de apresentação (no caso dos objectos que foram deslocados, como os que integram a colecção do Museu de Lamego) através da invocação dos imaginários locais, que têm a tendência a perderem-se com o tempo e que conduzem à perda de identidade da comunidade. A constituição de um clima favorável à preservação dos conhecimentos e saberes locais, bem como, a formação de uma consciência colectiva em torno dos seus valores patrimoniais (materiais e imateriais), e, a actuação de forma inclusiva, através de programas de participação popular, impõem a realização de um trabalho contínuo e sistemático. Um sistema que permita criar e transmitir uma visão do património a uma escala alargada, suscitando a necessidade de efectuar um inventário da sua globalidade (objectos, locais, edifícios, costumes, gastronomia), permitindo a sua salvaguarda e valorização.

Para o arranque do processo de transformação da realidade turístico-cultural da cidade de Lamego é necessário que a Câmara ou o Museu tenham vontade de mudar e aceitem a proposta, da incorporação dos conceitos envolvidos na construção de um ecomuseu. Enquanto instituição dedicada e especializada na área do património, o Museu de Lamego representa uma peça muito importante neste processo. No âmbito da promoção da região, o Museu funciona como atracção ou chamariz já instituído, e, ponto de informação e encaminhamento dos visitantes para outros pontos ou núcleos que se encontram referenciados através da sua colecção.

A conservação do património das comunidades locais é uma das mais importantes tarefas desempenhadas pelas instituições museológicas - preservar e promover pedaços da memória cultural colectiva da comunidade de uma determinada área geográfica e com características específicas. Estas acções de preservação possuem um alcance, ou abrangência, proporcional à projecção da região e sua respectiva comunidade no panorama mais amplo em que a possamos enquadrar. Assim, a instituição museológica projecta-se em simultâneo e de igual forma com meio em que se encontra localizada. Ainda que este princípio

⁷⁵ Um aspecto derivado da tradição da tutela da cultura e do turismo por parte dos organismos oficiais sendo que, neste caso, uma iniciativa local e de responsabilidade local.

⁷⁶ Turismo, Animação Sócio-Cultural, Serviços Educativos, Museologia, Comunicação Social, Marketing, Design, etc.

não possa ser generalizado, a relação existente entre a visibilidade do Museu e da localidade torna-se um importante factor a ponderar num meio urbano de pequenas dimensões como Lamego. Câmara Municipal e Museu devem unir esforços para a afirmação da região e dos seus aspectos diferenciadores.

A melhor promoção que se pode fazer de uma cultura, tem de partir dos detentores dessa mesma cultura, assim é importante que o Museu de Lamego se divulgue e se faça divulgar, em particular, por entre os habitantes da sua região geográfica, que a devem compreender como uma valiosa referência do seu património cultural, apreciando-a e respeitando-a. Uma actuação que possibilita a educação para uma nova concepção de museu, que deixa de ser o edifício e passar a ser a região, permitindo um tratamento diferenciado de acordo com as especificidades locais, ou seja, num processo de profundo respeito pela sua identidade sociocultural.

2.3 – O Museu, “centro de manutenção e preservação do património” – as exigências do novo mercado de consumo cultural. Uma breve reflexão.

No âmbito da reflexão em torno da cooperação necessária entre as diferentes instituições com responsabilidade no campo turístico e/ou cultural da cidade de Lamego, onde cada uma tem o seu papel a desempenhar, o Museu configura-se como a estância mais bem munida de recursos humanos adequados ao desenvolvimento de estudos e conteúdos no âmbito do património. Logo, ao propor a aplicação do modelo de ecomuseu para este território o Museu também tem que ser implicado no processo de transformação. Torna-se necessário que a instituição museológica se converta num centro de manutenção e preservação do património⁷⁷, devendo reflectir sobre os limites do seu campo de acção, quais os limites do seu campo de intervenção⁷⁸.

Ao ampliar a sua acção para fora dos seus limites físicos, o museu passa a estar numa posição de maior abertura e diálogo com a população, adquire a dimensão de fórum e passa a ter uma maior facilidade de assimilar, compreender e reflectir da comunidade⁷⁹. Uma abertura que pode conduzir o museu a uma maior compreensão do seu exterior mais próximo, a uma maior compreensão dos aspectos e variáveis com papel activo e preponderante no seu desempenho enquanto instituição pública. Trata-se da possibilidade de compreender aspectos

⁷⁷ Uma opinião que não é consensual e que defende que a sua categorização enquanto centro de manutenção de património deve-se à sua reconfiguração como “organismo que interpreta a herança natural e/ou cultural de um local ou área” [AMBROSE, Timothy e PAINE, Crispin. 1993].

⁷⁸ Reflectindo sobre o que foi alcançado, o que falhou, o que poderia ser melhorado, de que forma é que faz sentido manter a prática e de que forma

⁷⁹ Abre-se aos contextos individuais daqueles que serve, sujeitos e objectos (localização geográfica e conceptual; papel desempenhado para o público que serve), abrindo a discussão interna do museu ao seu círculo externo mais próximo, à sua comunidade. Uma mudança não implica igualdade, aspecto que não pode ser esquecido nem menosprezado por se encontrar profundamente enraizado na sociedade em que vivemos, mas podemos e devemos tentar ser mais tolerantes [Ross Gibson cit. Message, Kylie. 2006: 27].

e elementos que não conseguem ser traduzidos pelas estatísticas divulgadas pela tutela e que apenas servem para contagem de cabeças e levantamento de dificuldades que se arrastam por tempo indeterminado – repensar a cultura e a forma de fazer cultura enquanto forma de serviço público adequada às necessidades e desafios actuais.

O mercado de consumo cultural, através das alterações operadas nas últimas três décadas, exige ferramentas mais variadas nas acções de carácter pedagógico e no estudo do público. Também é exigido o desenvolvimento de estratégias de comunicação mais eficazes, fundamentais para o desenvolvimento de uma imagem de confiança e de serviços de qualidade⁸⁰, elaborados à medida e em proporção daquilo que se pretende alcançar⁸¹.

Os novos *media* constituem um excelente veículo para a colocação em prática de ferramentas e discursos desenvolvidos em torno dos objectos de forma individualizada. Através da colocação em linha destes conteúdos, através dos *sites* institucionais, permite-se que os visitantes, ou potenciais visitantes, procedam à consulta de informação sem restrições de horário, possibilitando a antevisão e preparação de uma visita, ou complemento da mesma. As ferramentas digitais permitem o estabelecimento de uma ponte, uma ligação entre os visitantes aos objectos (e ao museu, por consequência) possibilitando o acesso a informação que não pode ser adquirida de outra forma.

A internet constitui um meio preferencial para a maioria dos utilizadores dos novos *media* - é o primeiro veículo a ser utilizado pela maioria dos indivíduos na sua busca informação sobre a maioria dos assuntos. Embora as percentagens actuais ainda não reflectam uma realidade suficientemente expressiva, as previsões apontam para um grande aumento dos números durante os próximos anos⁸². Os *sites* institucionais tornaram-se uma “obrigação” na actualidade, possibilitam analisar o interesse e a eficácia da organização a vários níveis, e, simultaneamente, funcionam como um “amigo” que aconselha e guia o visitante, pelo que a qualidade e eficácia dos conteúdos divulgados é crucial.

Numa época marcada pelo domínio dos meios de comunicação virtual⁸³, torna-se necessário que a museologia se torne num sistema mais pragmático e realista. Pede-se que coloque de parte a postura intocável e inalcançável da “alta cultura” e que adopte uma faceta mais democrática, mais acessível, para que seja capaz de treinar e educar as novas gerações⁸⁴. O museu converteu-se num local onde é espectável encontrar uma série de

⁸⁰ Das actividades desenvolvidas pelos museus, são as actividades educativas/ pedagógicas as que possuem um maior impacto e contribuem para a comunicação e constituição de uma imagem sólida e de confiança. [PADRÓ, Carla. 2006].

⁸¹ As tendências actuais, na área do desenvolvimento de imagens museológicas, apontam para o cultivar de “identidades frescas”, vibrantes e centradas no futuro a partir dos seus valores nucleares com melhor capacidade de contribuir para uma melhoria da sua imagem junto da opinião pública. Todos os detalhes contam para a definição da sua imagem externa, desde as tabelas à forma como as exposições são anunciadas, todos constituem factores passíveis de serem avaliados pelo público a fim de aferir a sua relevância.

⁸² «A internet será o método de distribuição que guiará a próxima geração de viajantes/turistas. (...) é um ‘pull’ medium que se torna cada vez mais importante...» [ETC. 2006: 7].

⁸³ *Idem.*

⁸⁴ Uma educação que deve ser orientada no sentido do estabelecimento de ligações com os grupos de pertença/comunidades de enquadramento, incentivando a construção virtual de *museus imaginários* de índole virtual e individual. Construções mentais que derivam da

serviços e condições ao alcance de todos. Tornou-se num autêntico centro de entretenimento⁸⁵ e parte integrante do “pacote de férias”⁸⁶.

A democratização do museu tornou as tarefas de expor objectos e de “contar histórias” mais complexas, existem mais factores a ponderar para alcançar uma maior compreensão das mensagens a transmitir por um leque mais alargado de público. A exposição enquanto história que é contada⁸⁷ converteu-se numa moldura variável, usada para olhar e pensar sobre os objectos, e, que pode assumir diversos contornos (tantos quantas as abordagens possíveis). Mais do que nunca, esta é uma actividade criativa em que “grande não é necessariamente melhor”⁸⁸. O acto expositivo assume-se como uma narrativa plural que não pretende ser a última e derradeira sentença sobre determinado assunto ou tema, é uma interpretação criteriosa em termos de conhecimentos e de organização sobre o mesmo. As narrativas apresentadas e representadas no museu, constituem a sobreposição de dois momentos temporais distintos do assunto tratado – passado e presente – o que era ou poderá ter sido em termos práticos e o seu enquadramento actual. Passado e presente coexistem na dimensão simbólica da “coisa” abordada, contribuindo para a formação de um espaço-memória⁸⁹.

Parte da dificuldade da transição do modelo museológico tradicional para o modelo dinâmico da ecomuseologia, para o museu como centro de manutenção e preservação do património, deriva da subsistência dos efeitos do aparato de renovação museológica e

capacidade de estabelecer ligações entre os diferentes aspectos dos processos de acumulação cultural.

⁸⁵ Veja-se por exemplo o caso de Serralves ou da Gulbenkian, museus que nos proporcionam o contacto visual com objectos das mais variadas naturezas, mas que não se resumem apenas a isso.

⁸⁶ «... o Museu mudou! Tornou-se num centro educativo, tentou aproximar-se da comunidade e dos diferentes grupos sociais, alterou a sua linguagem de comunicação, rendeu-se aos encantos do marketing, abriu as portas ao consumo, (...) abraçou as novas tecnologias, construiu edifícios espetaculares e tornou-se parte de um “pacote de férias”.» [GARCIA, Nuno. 2003: 30].

«Na segunda metade do século depois da Segunda Grande Guerra, as estruturas organizacionais provaram ser organizações económicas de forma brilhante (...). Na próxima sociedade, o maior desafio (...) será o seu legado social, os seus valores, a sua missão, a sua visão.» [Peter Drucker cit. GRANT, Robert M. 2008: 443].

⁸⁷ «... os sujeitos centrais do discurso das histórias sobre arte que as instituições e os curadores contam para si mesmos e para nós.» [FERGUSON, Bruce cit. MANRICOLA, Paula. 2006: 9].

⁸⁸ MANRICOLA, Paula. 2006:11.

⁸⁹ Ou espaço-tempo, de carácter virtual, onde um ponto de partida, um ponto de chegada e/ou o espaço de tempo que os separa se sobrepõem num só [CRAWFORD, Paulo. 2005] através da invocação da memória do passado como referência a ser considerada. É também este espaço-memória que contribui para a construção dos *museus imaginários*. Trata-se de um espaço de carácter deleuziano, a procura ou criação virtual de *frames* que consigam conter num mesmo estante tempo e memória. Isto é, imagens que se encontrem subordinadas ao tempo e à acção por ele causada (sobreposição de passado e presente).

Segundo Deleuze, existe uma desadequação neste tipo de construções imagéticas, devido à impossibilidade da substituição da memória pela imagem, mas que não interfere com o presente caso. Não se pretende invocar ou restituir a memória do passado, porque tal não é possível, a essência das imagens já não existe, os objectos nelas representados apesar de iguais já não são os mesmos – ganharam novas funções, deixaram de pertencer ao domínio do utilitário.

sociocultural de 1974⁹⁰. Caminha-se muito lentamente para a democratização e abertura do museu, face ao reformismo de pendor economicista prática por parte da tutela. Vai-se adiando a aplicação de um modelo que constitui uma alternativa viável para a defesa e dignificação da cultura e do património das populações, e, que constitui uma alternativa viável e de futuro para o Museu e para a cidade de Lamego.

⁹⁰ Através do perpetuar da situação de dependência excessiva face ao poder central, face ao qual não existe qualquer grau de independência. «... o museu público [é] gerido no estrito quadro da Administração Pública. Não abdicando nem da propriedade das colecções, nem da sua gestão, o Estado escolhe (...) um director que é simultaneamente o responsável pela gestão dos recursos humanos e financeiros e o responsável pelo cumprimento da totalidade das funções museológicas que cabem à instituição. (...) não tem qualquer capacidade de intervenção (...) viva na permanente esperança que o Estado não esqueça as obrigações que tem perante o património cultural de que é detentor e se impôs salvaguardar. (...) é obrigado a seguir uma política (...) rígida e plena de escolhos, que muitas vezes limita fortemente a sua capacidade de prestar um bom serviço público.» [OLEIRO, Manuel Bairrão. 2008: 164].

CAPÍTULO III – Proposta para ferramenta digital para a cidade e para o Museu de Lamego.

3.1 – Breve reflexão sobre a construção da proposta elaborada.

Alterar a dinâmica cultural da cidade de Lamego segundo o modelo de ecomuseu carece apenas do entendimento entre as instituições com responsabilidade efectiva na cidade. Só através do traçar de alianças e planos de cooperação estratégicos será possível mobilizar entidades e população no sentido do desenvolvimento sustentável da localidade. Assumindo o Museu de Lamego como o centro dinamizador do diálogo com o património local, foi desenvolvido um modelo de uma ferramenta digital para colocar à disposição dos visitantes da localidade e da população residente.

A informação disponibilizada pretende traçar um diálogo entre os objectos da colecção do Museu de Lamego e os seus locais de origem. Uma ponte entre aquilo que se pode visualizar dentro do Museu e a história e o património da cidade, isto é, uma ligação entre o interior do Museu e o seu exterior, a localidade, ao qual este se encontra profundamente ligado. Pretende-se conseguir fornecer uma noção mais forte da ligação entre o Museu e a cidade⁹¹, e, simultaneamente, alcançar uma maior valorização da história, da população, dos costumes e do património da cidade.

A ferramenta poderá ser disponibilizada por duas vias, uma de acesso público e gratuito ou, pelo contrário, através da sua venda, na loja do Museu e no posto de turismo por exemplo, tendo como suporte cd ou dvd. O seu acesso público poderia ser efectuado através da internet, disponibilizado uma ligação específica a partir da página da Câmara, do Museu, do Turismo do Douro, bem como nos quiosques de informação digital que foram colocados na cidade⁹². A decisão recai sobre questões de ordem financeira, quanto é que se quer investir e como é que se quer ter retorno desse mesmo investimento, se por via directa ou indirecta.

O funcionamento da ferramenta pretende ser simples e seguir o mesmo tipo e modelo utilizado na maioria das ferramentas congéneres. O processo de consulta é iniciado pelo utilizador através do confronto com um painel de entrada que lhe permite o acesso ao menu principal. A partir do menu principal o utilizador pode aceder às restantes funcionalidades de consulta disponíveis. A ferramenta opera segundo um sistema em árvore⁹³, onde a partir de um tronco principal se acede a ramificações, e, a partir dessas ramificações se acede a outras sub-ramificações⁹⁴.

A componente gráfica foi desenvolvida em várias etapas: a primeira fase consistiu na consulta de cerca de cinquenta *sites* de instituições museológicas, a nível nacional e

⁹¹ Uma acção de carácter pedagógico, educar para o património da cidade de Lamego.

⁹² Anexo III.

⁹³ Sistema de organização hierárquica lógica de informação segundo critérios definidos pelo administrador/gestor da ferramenta, que permite a estruturação dos dados em diferentes níveis de profundidade.

⁹⁴ Anexo IV.

internacional; a segunda fase consistiu na elaboração de alguns esquemas visuais, composições de cores e formas; a terceira fase consistiu na consulta de informação relativa à colecção do Museu de Lamego, através da consulta da base de dados Matriz e de várias publicações a ela relacionadas, e, na recolha de imagens dos objectos seleccionados; por último, a quarta fase, a mais longa de todas, que consistiu na construção do aspecto e estrutura final. O interface final desenvolvido consiste num rectângulo tripartido, duas faixas laterais mais estreitas⁹⁵, e, uma área central onde é visível a informação seleccionada para consulta.

A selecção de cores resultou da observação dos diferentes *sítes* consultados, da eficácia dos diferentes interfaces observados, aliada à procura de definição da identidade da colecção do Museu de Lamego. Dominam duas tonalidades de amarelo numa clara alusão ao dourado predominante nas talhas dos altares, nos paramentos litúrgicos e em outros objectos de uso diversos (ourivesaria, motivos decorativos em escultura religiosa, molduras).

A principal dificuldade do processo de construção da ferramenta, para além das fases enunciadas anteriormente de forma breve e genérica, consiste na articulação dos conteúdos específicos. O motivo causador da maior parte dos avanços e recuos ao longo processo de construção da ferramenta derivaram do processo de ligação e relacionamento da esfera do museu, os objectos da colecção, com a esfera da cidade, os locais de proveniência. Apesar da existência de uma forte e inegável relação de interdependência das duas estâncias⁹⁶, qual a melhor forma para transmitir ao utilizador da ferramenta a importância dessa ligação de forma simples e perceptível?

A solução encontrada foi a demarcar dois níveis de consulta distintos, o utilizador pode efectuar a sua navegação na ferramenta acedendo à área “Cidade de Lamego” ou à área “Museu de Lamego”. O cruzamento/ligação entre objectos e locais surge como uma possibilidade facultada pela consulta de um tópico específico. Ao consultar o local “Igreja de Almacave”, o utilizador pode consultar informação descrevendo o local e tópicos de chamada de atenção, como por exemplo o “Tímpano do portal Sul”. É através da selecção deste item específico que lhe vai ser fornecida a ligação para o “Tímpano do portal Sul da Igreja de Almacave” relativo ao Museu de Lamego, a peça que originalmente se encontrava no local.

O mesmo processo se repete no sentido contrário, quando o utilizador acede à área “Museu de Lamego”, seleccionando o item “Colecção” seguido de “Arqueologia”, pode aceder ao tópico “Tímpano”. Através da consulta deste tópico, é facultada a ligação para a área “Tímpano do portal Sul”. Desta forma, é mantida a separação das duas esferas, o Museu e a cidade, para que não seja criada qualquer dúvida sobre a actual localização do objecto em causa, mas proporciona-se a leitura do objecto para fora da esfera do Museu. É estabelecida

⁹⁵ Na da esquerda é possível aceder aos principais conteúdos disponíveis para consulta na ferramenta. A faixa da direita não possui qualquer informação no sentido de aliviar a tensão existente entre os diferentes elementos visuais, conferindo um maior equilíbrio à composição. Consultar Anexo V.

⁹⁶ Como referimos anteriormente, os objectos pertencentes à colecção do Museu de Lamego são provenientes de diversos locais situados na cidade de Lamego, e, encontram ligados à história da localidade.

uma ligação entre a incubadora de objectos e o seu exterior mais próximo numa tentativa de revelar a componente “humanizada”⁹⁷ dos mesmos.

A ligação proposta entre objectos e locais proporciona uma viagem que apenas podemos fazer mentalmente⁹⁸, a passagem imediata do interior do museu para a cidade visualizando como seriam aquelas peças no seu contexto original, ou, como seria aquele local há um determinado tempo atrás ou o que é que teria de diferente. O utilizador da ferramenta, para além de poder adquirir mais informação sobre o Museu e a cidade (e da forma como os dois se relacionam), é convocado para a construção do seu museu imaginário pessoal de Lamego, à construção de postais mentais relacionados com a história da localidade e o seu património.

A ferramenta apresentada constitui apenas um modelo, ou sugestão, que é apresentado e defendido como um veículo para o reforço da constituição efectiva da cidade de Lamego enquanto destino turístico cultural. Como modelo de ferramenta que é, apresenta-se apenas um objecto e um local como explicação do seu funcionamento e articulação de conteúdos.

⁹⁷ No sentido de objecto manipulado através da acção directa dos indivíduos ou fora de um ambiente protegido e contido como o Museu.

⁹⁸ Por questões óbvias de manutenção e preservação das peças.

CONCLUSÃO

O sector turístico é dos sectores económicos que mais tem crescido ao longo dos últimos anos. A oferta disponibilizada pelo mercado é muito diversificada, adaptada às diferentes exigências dos diferentes segmentos de consumidores. A variedade apresenta-se ao nível dos destinos, dos preços e das modalidades de viagens⁹⁹.

As organizações responsáveis¹⁰⁰ pelo sector apresentam os números, sinalizam os segmentos de consumidores e apontam estimativas. Os relatórios divulgados revelam o turismo como um importante factor de desenvolvimento ao qual os governos dos diferentes países não permanecem indiferentes. O Governo português, através do Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), sinalizou as diferentes regiões estratégicas, suas potencialidades e produtos a incrementar. Em paralelo, aposta-se na formação de pessoal especializado para o sector através das escolas de formação e gestão nas áreas de hoteleira, turismo e serviços.

A região duriense é apontada como uma das regiões com potencial turístico no território nacional, pelo que foi criado um organismo específico para a sua promoção – o Turismo Douro¹⁰¹. A partir dos principais marcos diferenciadores da região foram criadas diferentes rotas: a Rota do Vinho do Porto, a Rota do Azeite e a Rota de Cister. É no contexto destas rotas que as diferentes localidades são inseridas e apresentadas como pontos de passagem para os visitantes, apresentando genericamente os pontos de interesse (monumentos, tradições e gastronomia).

A completar este processo, é necessário que as autarquias locais complementem a oferta turística específica, isto é, que desenvolvam o turismo a nível local. A cidade de Lamego é uma das cidades da região do Douro que se encontram contempladas nos roteiros regionais, mas ainda carece do desenvolvimento de estratégias e mecanismos de auto-sustentabilidade da actividade. Para que tal possa acontecer, para além das actividades que têm vindo a ser desenvolvidas pela autarquia, é necessário proceder à criação de aliança de cooperação estratégica com as demais entidades com parte interessada no desenvolvimento turístico local.

O Museu de Lamego constitui para a cidade uma espécie de “arca” dos tesouros locais. É nele que se encontram os testemunhos mais valiosos da história local, como os Retábulo de Vasco Fernandes ou o conjunto de tapeçarias flamengas. Consciente do valor da sua colecção a nível local, nacional e internacional, a instituição tem orientado o seu trabalho no sentido do desenvolvimento e crescimento do número de visitantes estrangeiros, e, do incremento dos visitantes nacionais (com especial destaque para a população escolar).

Mas não é só o espólio do Museu de Lamego que possui interesse para o turismo local, também existe um conjunto de património edificado, de tradições e gastronomia que constituem um acréscimo de valor e interesse sob o ponto de vista turístico. Da mesma forma, por vezes não chega sinalizar potencialidades e pontos de interesse, reunindo-os num plano de

⁹⁹ Através de agências de viagens ou organizadas pela própria pessoa; para grandes grupos organizados, famílias ou singulares; de luxo ou económicas.

¹⁰⁰ Como a Organização Mundial de Turismo e a Comissão Europeia de Turismo (ETC).

¹⁰¹ Organismo criado a partir da reestruturação da Região de Turismo Douro-Sul a fim de servir as novas estratégias nacionais.

revitalização cultural local, torna-se de extrema importância a forma como todo o processo se opera. Sem um processo eficaz, sem o envolvimento da população no processo de transformação, o intuito de transformar a cidade num destino de turismo cultural pode não alcançar os resultados expectáveis.

Noutros pontos do país, como o Seixal, o Barroso ou Belmonte, o modelo de ecomuseu forneceu as ferramentas necessárias para a implementação de processos de dinamização da vida cultural de cada uma das localidades. Partindo das tradições, hábitos e costumes locais, foram constituídos projectos de valorização e revitalização do património e cultura locais, conquistando novas dinâmicas locais atractivas para a população interna e visitantes. O modelo de ecomuseu proporciona a organização dos recursos e a mobilização do trabalho para um mesmo propósito comum – o desenvolvimento sustentável da localidade.

Detectando alguma falta de coordenação e da ausência de cooperação constante para o desenvolvimento das actividades turística e cultural na cidade de Lamego, o modelo de ecomuseu constitui uma forma de colmatar possíveis falhas ao nível estratégico, e, da potencialização dos esforços desenvolvidos. Respeitando a área de competências e especialização de cada uma das instituições, é possível traçar um plano de cooperação capaz de aumentar a dinâmica turística local, tendo como início a produção de material informativo para os visitantes.

A partir da forte ligação existente entre a colecção do Museu de Lamego e a cidade podem ser estabelecidas ligações entre os visitantes e outros elementos do património local. Tirando partido das proveniências dos objectos da colecção do Museu pode ser lançada uma acção de valorização, promoção e educação para o património material e imaterial da cidade de Lamego. Isto é, tirando partido das características específicas históricas da colecção do Museu de Lamego, é possível desenhar uma ligação do interior para o exterior, uma ligação para a cidade.

O processo de ligação entre o Museu e a cidade procede a uma abertura da instituição, transformando-o num espaço aberto à discussão e mais acessível, diminuindo o fosso entre cultura de elites e cultura de massas. Neste sentido, torna-se necessária a adopção das novas regras de mercado de consumo cultural através da inclusão dos novos *media* no Museu. A internet e os mecanismos digitais afirmam-se cada vez mais como as ferramentas de eleição das novas audiências, pelo que a conquista de novos públicos passa pela sua inclusão como meio de comunicação institucional.

Partindo do processo de reflexão em torno do potencial turístico da cidade de Lamego e do seu valioso património, onde se destaca o Museu de Lamego, são apresentadas breves reflexões que são colmatadas com a apresentação de uma proposta de carácter prático, uma ferramenta digital. A ferramenta não constitui um produto acabado, mas um modelo que procura exemplificar uma possível forma de ligação entre o património da colecção do Museu de Lamego e o património da cidade. Mais do que fornecer uma solução, prende-se reflectir sobre a importância da implementação de modelos de cooperação entre instituições como uma potencial estratégia na área da cultura e do turismo para a cidade de Lamego.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Monografias

ANDRADE, M. Ferreira de (dir.), Portugal País de Turismo. Anuário do Turismo Português. Ano XIX (1971-1972), Olisipo – Editorial de Publicações Turísticas, Limitada. Lisboa. 1971.

AMBROSE, Timothy e PAINE, Crispin; Museum Basics [1993]. Routledge. Londres. 1995. 319 pp. ISBN 0-415-05770-1

GAMBOA, Teresa e LOPES, Flávio, 90 Anos de Turismo em Portugal – Conhecer o Passado Investir no Futuro, Conselho Sectorial do Turismo, s.l., 2001. ISBN 972-737-193-0

GARCIA, N.G. (ed.); O museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável. colecção Práticas - Conhecimento - Pensamento, ed. I.P. Crescer. Vol. 2. 2003, Instituto Politécnico de Coimbra: Coimbra

HARVEY, Karen (ed.); History and Material Culture. A students Guide to Approaching Alternative Sources; colecção Routledge Guides to Using Historical Sources. Routledge. Reino Unido. 2009. ISBN:978-0-415-45932-7.

IPM; Museus e Acessibilidade; colecção Temas de Museologia. Instituto Português de Museus. 2004. ISBN 972-776-229-8.

LARANJO, F. J. Cordeiro; Museu de Lamego; colecção Cidade de Lamego, volume nº5; Câmara Municipal de Lamego; Viseu; 1991.

MACCANNELL, Dean; The Tourist. A New Theory of the Leisure Class [1976]; University of California Press. Estados Unidos da América. 1999. 231 pp. ISBN 978-0-520-21892-5

MARINCOLA, Paula (ed.); What Makes a Great Exhibition? [2006]. PEI – Philadelphia Exhibitions Initiative. Philadelphia. 2008. 183 pp. ISBN 978-0-9708346-1-4

MESSAGE, Kylie, New Museums and the Making of Culture. Berg Publishers. Nova Iorque. 2006. 241 pp. ISBN 978-1-84520-454-9

MINOM; Ecomuseologia Como Forma de Desenvolvimento Integrado – X Jornadas Sobre a Função Social do Museu. Câmara Municipal do Lanhoso, MINOM. 1998. ISBN: 972-96886-7-2.

RIBEIRO, Agostinho e PROENÇA, José António; Museu de Lamego. Mobiliário; 1ª edição; Instituto Português de Museus; sem local; 1999; ISBN 972-776-033-3

RIBEIRO, Agostinho coord.; Museu de Lamego - roteiro; primeira edição 1998; 2000 exemplares; IPM; s.l. ; 1998; ISBN: 972-776-006-6

SCOTT, David Meerman, *The New Rules of Marketing & PR* [2007]. John Wiley & Sons. Nova Jersey (Estados Unidos da América). 2009. 288 pp. ISBN 978-0-470-37928-8.

Turismo de Portugal; Touring Cultural e Paisagístico. 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal [em linha]. 2006. Depósito Legal nº: 250627/06. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Português/Proturismo/ProdutoseDestinosTuristicos/ProdutosTuristicos/TouringCulturalePaisagistico/Pages/TouringCulturalePaisagistico.aspx>

WALLACE, Margot A., *Museum Branding: how to create and maintain image, loyalty, and support*. Altamira Press. Oxford (Reino Unido). 2006. 193 pp. ISBN 978-0-7591-0993-3

Partes ou volumes de monografias

GRANT, Robert M.; *Current Trends in Strategic Management in Contemporary Strategy Analysis* [1991]; 6.ª edição. Wiley and Sons. Oxford (Reino Unido). 2008. pp. 443 - 448. ISBN 978-1-4051-6309-5.

PADRÓ, Carla; *Educación en museos: representaciones y discursos* in SEMEDO, Alice e LOPES, João Teixeira; *Museus, Discursos e Representações*. Edições Afrontamento. Porto. 2006. pp 49- 59. ISBN: 978-972-36-0818-2

Partes de publicações em série

BASTOS, Pinto; *A Mudança na Cultura – Identidade, Interculturalidade e Hibridação Cultural*; *Cadernos de Sociomuseologia*, n.º 28; Edições Universitárias Lusófonas; 2007.

BUHALIS, Dimitrios, *Marketing the competitive destination of the future* [em linha], in *Tourism Management*, n.º 21, pp. 97-116, Pergamon, 2000. Disponível em: <http://www.elsevier.com/locate/tourman>

COUTINHO, Mário; título do artigo. *Cadernos de Sociomuseologia*, n.º 28 [em linha]; edições Universitárias Lusófonas; 2007.

DELICADO, Ana; *Os Museus e a Promoção da Cultura Científica em Portugal*. *Sociologia Problemas e Práticas*, n.º 51 [em linha], 2006, pp. 53-72.

DIÁRIO DA REPÚBLICA. *Património Cultural Português* [em linha]. Lei n.º 13/85 de 6 de Julho; I Série – Número 153. Assembleia da República. 1985. Disponível em: <http://dre.pt/pdf1sdip/1985/07/15300/18651874.pdf>

DIÁRIO DA REPÚBLICA. *Lei de Bases da Política e do Regime de Protecção e Valorização do Património Cultural* [em linha]. Lei n.º 107/2001 de 8 de Setembro. I Série – A; n.º 209 – 8 de Setembro de 2001. Assembleia da República. Disponível em: <http://dre.pt/pdf1sdip/2001/09/209A00/58085829.pdf>

DIÁRIO DA REPÚBLICA. *Lei de Classificação de Bens de Interesse Nacional nos Bens Dependentes do Instituto Português de Museus* [em linha]. Decreto n.º 19/2006 de 18 de Julho; 1.ª Série – n.º 137 – 18 de Julho de 2006. Ministério da Cultura. Disponível em: http://www.portaldacultura.gov.pt/SiteCollectionDocuments/MinisterioCultura/Legislacao%20Cultural/Decreto_Bens_Interesse_Nacional.pdf

EXPRESSO, *Guia Expresso de Museus, suplemento comemorativo dos “90 anos de Turismo em Portugal”*, Jornal Expresso, 2001.

MAGALHÃES, Fernando Paulo Oliveira. Museologia, Ecomuseu e o Turismo: Uma relação rofícuca? [em linha]; in Antropológicas, n.º 7; Universidade Fernando Pessoa; 2003. Disponível em: http://ceaa_novo.ufp.pt/files/artigos/ANTROPOlogicas07/ANTROPO07-09.pdf

MAYNARD, Pierre; Le Musée Local de la Nouvelle Generation au Portugal, un pás en avant dans la gestion communautaire qualitative; in Cadernos de Sociomuseologia, n.º 28; Edições Universitárias Lusófonas; 2007.

MEDEIROS, Andressa Andrade, Educação, Cultura e Hospitalidade, revista Turismo, Junho 2003 [em linha]. Disponível em: <http://www.revistaturismo.com.br/artigos/hospitalidade.html>

MINEIRO, Clara; Mas as peças não falam por si? A importância do texto nos museus; museologia.pt (revista), n.º 1. IMC. 2007. pp. 68-75. ISSN 1646-6705.

OLEIRO, Manuel Bairrão; Gestão e Museus – Contributo para uma reflexão; museologia.pt (revista); n.º 2, pp. 162-197. ICM. 2008. ISSN 1646-6705.

PORFÍRIO, José Luis e FILIPE, Graça. Museus, um assunto por resolver. Uma conversa com Adília Alarcão; museologia.pt [revista], n.º 1; I.M.C.; 2007. PP. 84-91.

PRIOSTI, Odalice e MATTOS, Yára, Museus e Sociedade: Agarrar a Mudança. Que Acções? Que Pensamento Comum?; Cadernos de Sociomuseologia, n.º 28; Edições Universitárias Lusófonas; 2007.

RICE, Danielle e YENAWINE, Philip; A Conversation on Object-Centered Learning in Art Museums [em linha]. Revista “Curator” (45/4). 2002. p. 289. Disponível em: http://www.vtshome.org/system/resources/0000/0021/conversation_object_ctrld.pdf

SERRA, Filipe N B Mascarenhas, Museus: a gestão de recursos ou a arte de gerir a escassez; museologia.pt [revista], n.º 2. IMC. 2008. pp. 168-179. ISSN 1646-6705.

SIMON, Nina; Discourse in the blogosphere. What Museums Can Learn from Web 2.0 [em linha]. Museum & Social Issues Journal; vol. 2, n.º 2. Left Coast Press Inc. 2007. pp. 257 – 274. Disponível em: http://www.museumtwo.com/publications/MSI_257-274_simon.pdf

DIÁRIO DA REPÚBLICA – decreto de classificação enquanto tesouro nacional do painel de GV e das tapeçarias flamengas

Tese, dissertações e provas académicas

ARAÚJO, Ana Paula.; Áudio.Tour – Museu de Lamego; trabalho realizado no âmbito da disciplina de Projecto II, do 4º ano do Curso de Gestão Turística, Cultural e Patrimonial da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego, sob a orientação da Dra. Isabel Vieira; 2005.

BALTAZAR, Helena Dinamene Duarte Gomes Simões; Os turistas no museu: (dis) ou indispensáveis? O caso do Museu de Alberto Sampaio em Guimarães [em linha]. Dissertação de Mestrado do Curso Integrado de Estudos Pós-Graduados em Museologia, Faculdade de Letras da Universidade do Porto. 2008. Disponível em: <http://www.doxtop.com/browse/e2ae818f/os-turistas-no-museu-dis-ou-indispensáveis-o-caso-do-museu-d.aspx>

BENEDIKTSSON, Gguðbrandur; Museums and Tourism. Stakeholders, resource and sustainable development [em linha]. Master's Dissertation em Internacional Museum Studies, Museion/ Göteborg University. 2004. Disponível em:

TEIXEIRA, David José Varela, O Ecomuseu de Barroso: a nova museologia ao serviço do desenvolvimento local [em linha]. Master thesis. Universidade do Minho. 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/6286>

Partes de teses, dissertações e provas académicas

BELLE, Edgard; Morte e Contemporaneidade in A Discursividade Contemporânea sobre a Morte [em linha]. Dissertação de Mestrado em Letras, Universidade Presbeteriana Mackenzie, São Paulo (Brasil). 2007. Disponível em: http://mx.mackenzie.com.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=793

Material não livro

Amigos Pela Cultura; Templo de Latona [panfleto]. Museu de Lamego. Lamego, (1995).

Glasgow Museums; Visit museums in and around Glasgow 2008/2009. Roteiro. Disponível em: www.glasgowmuseums.com.

Documentos electrónicos

AA, Encourage children today to build audiences for tomorrow. Arts Council England. Março 2009. Disponível em: http://www.artscouncil.org.uk/documents/publications/Encouragechildrentoday_phpXNJHVZ.pdf

CARLIOZ, Remi e PETRIE, Matthew. Integrating Consumer Insights Into Communications [em linha]. Communicating the Museum – the 8th international conference dedicated to museum professionals. 25-28 de Junho de 2008. Veneza. Disponível em: <http://www.communicatingthemuseum.com/2008/medias/Case-Studies/Integrating-Consumer-Insights-Into-Communications.PDF>

CRAWFORD, Paulo, O tempo de Einstein e o Princípio da Relatividade [em linha]. Conferência “Albert Einstein cem anos depois”, Colégio Pio XII, 11 de Maio de 2005. Disponível em: <http://como.fis.fc.ul.pt/~crawford/artigos/0%20temp%20de%20Einstein.pdf>

EUROPEAN TRAVEL & TOURISM ACTION GROUP (ETAG) E EUROPEAN TRAVEL COMMISSION, Tourism Trends for Europe (ETC) [em linha]. Setembro 2006. Disponível em: http://www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC_Tourism_Trends_for_Europe_09-2006_ENG.pdf

FRANCIS, Jennifer. How to run a successful advertising campaign in 5 steps [em linha]. Communicating the Museum – the 8th international conference dedicated to museum professionals. 25-28 de Junho de 2008. Veneza. Disponível em: <http://www.communicatingthemuseum.com/2008/medias/Case-Studies/How-to-run-a-successful-advertising-campaign.PDF>

HOLMES, B. C. The Deleuzian Memory of *Sans Soleil* [em linha]. 2000. Disponível em: <http://www.bcholmes.org/film/sansoleil.html>

HOUSEN, Abigail; Eye of the Beholder: Research, Theory and Practice, texto apresentado na Conferência “Educação Estética e Artística: Abordagens Transdisciplinares”, Fundação Calouste Gulbenkian, de 27 a 29 de Setembro de 1999, Lisboa. Disponível em: http://www.vtshome.org/system/resources/0000/0006/Eye_of_the_Beholder.pdf

ICOM, Declaration of the International Council of Museums (ICOM) and the World Federation of Friends of Museums (WFFM) for worldwide Sustainable Cultural Tourism [em linha]. 2007. Disponível em: http://icom.museum/declaration_tourism_eng.html

ICOM, Proposal for a Charter of Principles for Museums and Cultural Tourism [em linha], 2000. Disponível em: http://icom.museum/prop_tour.html

ICOM. Definição de Museu. Disponível em: <http://www.icom-portugal.org/conteudo.aspx?args=55,conceitos,2,museu>

ICOM. Estatutos do ICOM. Disponível em: <http://icom.museum/statutes.html>

IMC. Estatísticas de visitantes de Museus e Palácios do IMC [em linha]. 2006-2009. Disponível em: <http://www.imc-ip.pt/pt-PT/recursos/estatisticas/ContentDetail.aspx>

MARÃO ONLINE. Lamego: museu vai em breve ser requalificado, anunciou o director [em linha]. 20/3/2008. Disponível em: http://www.maraoonline.com/MARAO/MARAO_online4FF8E75B-CE97-47E9-86B6-E4E57E47E52E.html

MENSAGEIRO NOTÍCIAS. Diocese e museu assinam acordo protocolar [em linha]. 16/4/2008. Disponível em: <http://www.mdb.pt/noticia/259>

MIA – Miniapolis Institute of Art (the Interdivisional Committee on Interpretation), Interpretation at the Miniapolis Institute of Art. Policy and Practice. [em linha]. Disponível em: <http://www.museum-ed.org/content/view/83/86/>

ORNELAS, M., 2008; Promoção dos Museus da Área Metropolitana de Lisboa. In *Actas do 3º Encontro Científico*, ISLA, Santarém.

PEREIRO, Xerardo Pérez. O Turismo como Sistema de Produção de Imagens e de Experiências Rituais. Apontamentos de Turismo Cultural [em linha]. 2006/2007. Disponível em: [http://209.85.229.132/searchq=cache:YGqzEtfKzQgJ:home.utad.pt/~xperez/ficheiros/docencias/manual_de_turismo_cultural_2006_2007/TEMA3\(TC_2006_2007\).doc+turismo+fonte+de+riqueza+e+de+poesia&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt](http://209.85.229.132/searchq=cache:YGqzEtfKzQgJ:home.utad.pt/~xperez/ficheiros/docencias/manual_de_turismo_cultural_2006_2007/TEMA3(TC_2006_2007).doc+turismo+fonte+de+riqueza+e+de+poesia&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt)

PEREIRO, Xerardo Pérez. Do Museu ao Ecomuseu: os novos usos do património cultural [em linha]. 2002. Disponível em: <http://64.233.169.104/search?q=cache:MRDqHQSwwqE0J:www.miranda.utad.pt/~xerardo/PUBLICA%25C7%25D5ES/MUSEUS%2520DE>

%2520ANTROPOLOGIA/DO%2520MUSEU%2520AO
%2520ECOMUSEU.doc+"Ecomuseu"+1970&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=3&gl=us
RÁDIO DOURO-SUL – NOTÍCIAS. Museu de Lamego: obras de ampliação e recuperação em breve [em linha]. 20/3/2008. Disponível em: <http://radiodourosul.blogspot.com/2008/03/museu-de-lamego-obras-de-amplio-e.html>
RICHARSON, Jim. Museum Marketing [em linha]. Blog. Disponível em: <http://www.museummarketing.co.uk>
SUMO. Maximizing your online presence [em linha]. Disponível em: <http://www.sumodesign.co.uk/our-views/maximising-your-online-presence.html>
SALVADOR, Fernando Sanchez e NUNES, Margarida Grácio. Remodelação e ampliação do Museu de Lamego [em linha]. 2002. Disponível em: http://fssmgn.com/projecto/museu_lamego
Turismo de Portugal e Ministério da Economia e da Inovação, Plano Estratégico Nacional de Turismo [em linha]. 2007. Disponível em: <http://194.65.153.232/mei/document/pent2.pdf>
Turismo do Douro – Concelho de Lamego. Disponível em: <http://douro-turismo.pt/concelhos.php?op=lm>
Museu de Lamego, blog. Disponível em: <http://museu-lamego.blogs.sapo.pt/>
UNESCO. Convenção sobre a Protecção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais [em linha]. 2005. Disponível em: <http://www.unesco.pt/pdfs/docs/convdiv.pdf>
UNESCO. Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial [em linha]. 2003. Disponível em: http://www.unesco.pt/cgi-bin/cultura/docs/cul_doc.php?idd=16
YENAWINE, Philip. Further Thoughts on Writing in Museums [em linha]. Disponível em: <http://www.museum-ed.org/content/view/81/86/>
WIKIPÉDIA. Cidadão do Mundo [em linha]. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Cidadão_do_mundo

Sites consultados

CÂMARA MUNICIPAL DE LAMEGO – Disponível em: <http://www.cm-lamego.pt>
ECOMUSEU DE BARROSO – Disponível em: <http://www.ecomuseu.org>
ECOMUSEU DO REDONDO – Disponível em: <http://www.cm-redondo.pt/pt/conteudos/município/Equipamentos/Ecomuseu.htm>
ECOMUSEU DO SEIXAL - EMS – Disponível em: <http://www2.cm-seixal.pt>
ECOMUSEU DO ZÊZERE – Disponível em: <http://www.cm-belmonte.pt/build/paginas/ecomuseu/index.html>
IMC. Museu de Lamego [em linha]. Disponível em: http://www.imc-ip.pt/pt-PT/museus_palacios/ContentDetail.aspx?id=1108
NATURIMONTE. Disponível em: <http://www.naturimont.com>
ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO – OMT. Disponível em: <http://www.unwto.org>
TURISMO DE PORTUGAL. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt>

TURISMO DE PORTUGAL – PORTO E NORTE. Disponível em:
<http://www.visitportoenorte.com>

ANEXOS

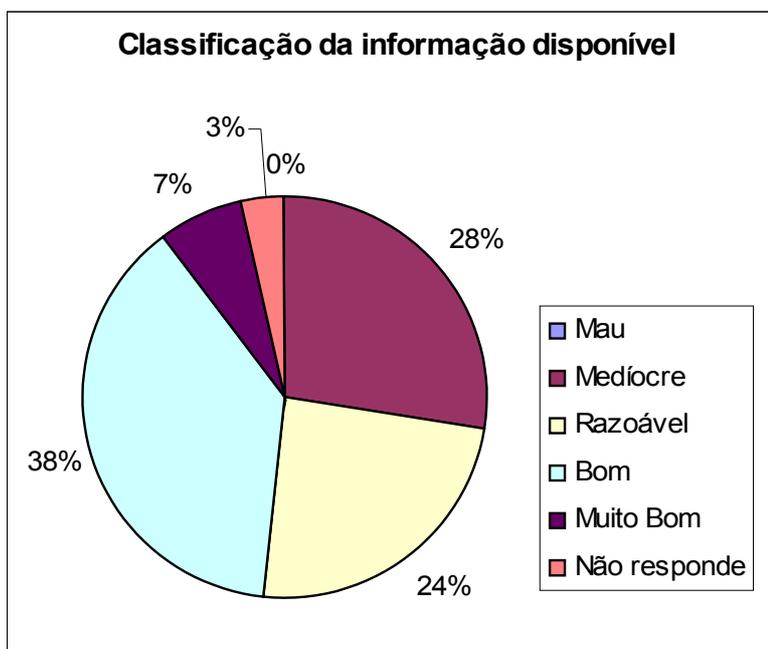
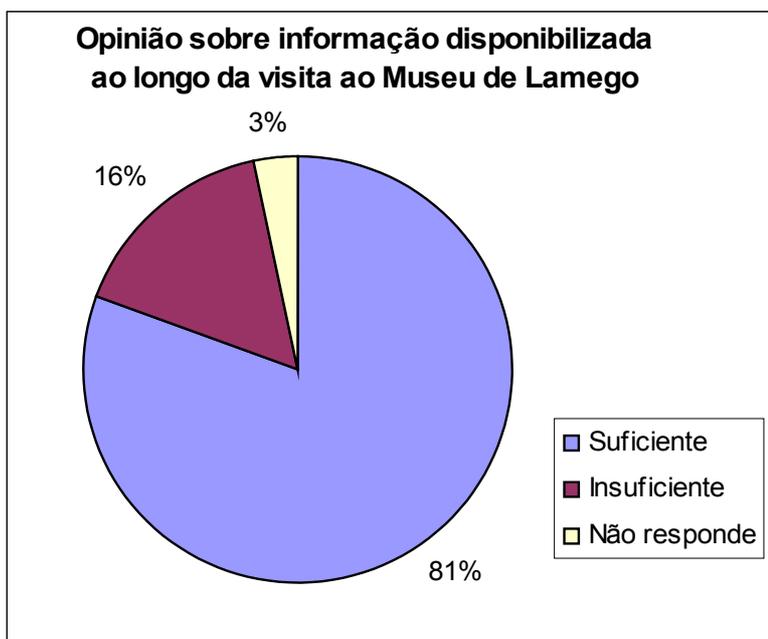
Anexo I – Estatísticas do IMC relativas ao Museu de Lamego durante o Período 2006-2009 (fonte: IMC; em linha).

DADOS GERAIS DO MUSEU DE LAMEGO 2006-2009

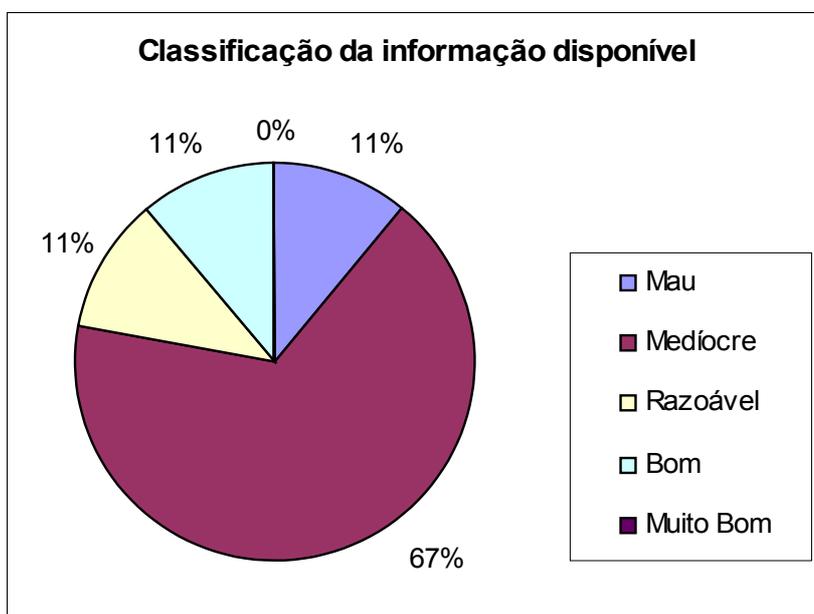
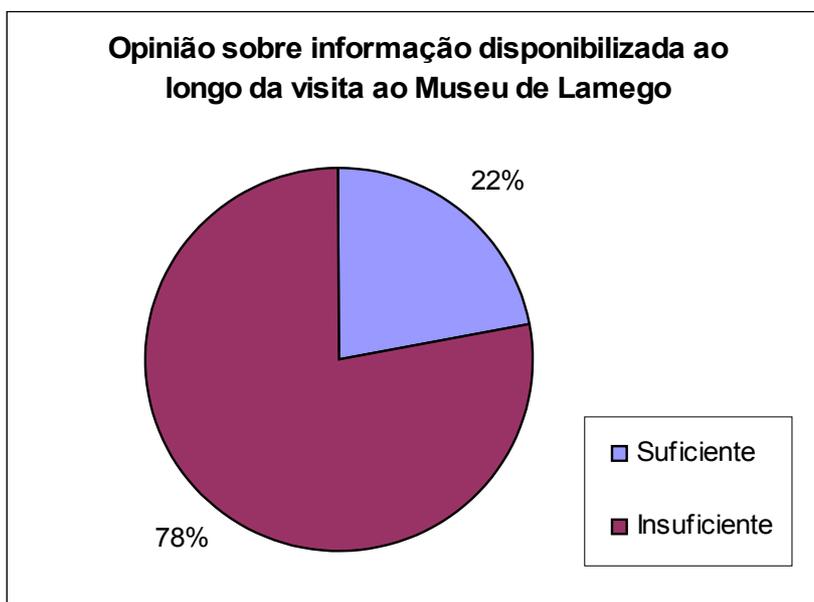
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAIS ANUAIS
2006	807	1676	899	1404	2067	1628	1867	1529	2085	1725	696	1266	17649
2007	465	801	1558	2185	2928	1693	2736	1385	2386	1559	1044	678	19418
2008	1020	881	1196	1743	3427	2691	1783	2356	2367	2527	1551	681	22223
2009	775	1037	871	1694	3051	2528							9956
TOTAIS MENSAIS	3067	4395	4524	7026	11473	8540	39025	5270	6838	12108	3291	2625	69246
MÉDIAS MENSAIS	766,8	1098,8	1131	1756,5	2868,3	2135	2128,67	1756,67	2279,3	1937	1097	875	17311,5

**Anexo II – Estudo dos Visitantes do Museu de Lamego
(fonte: ARAÚJO, Ana Paula; 2005).**

1. – Visitantes nacionais



2. – Visitantes estrangeiros

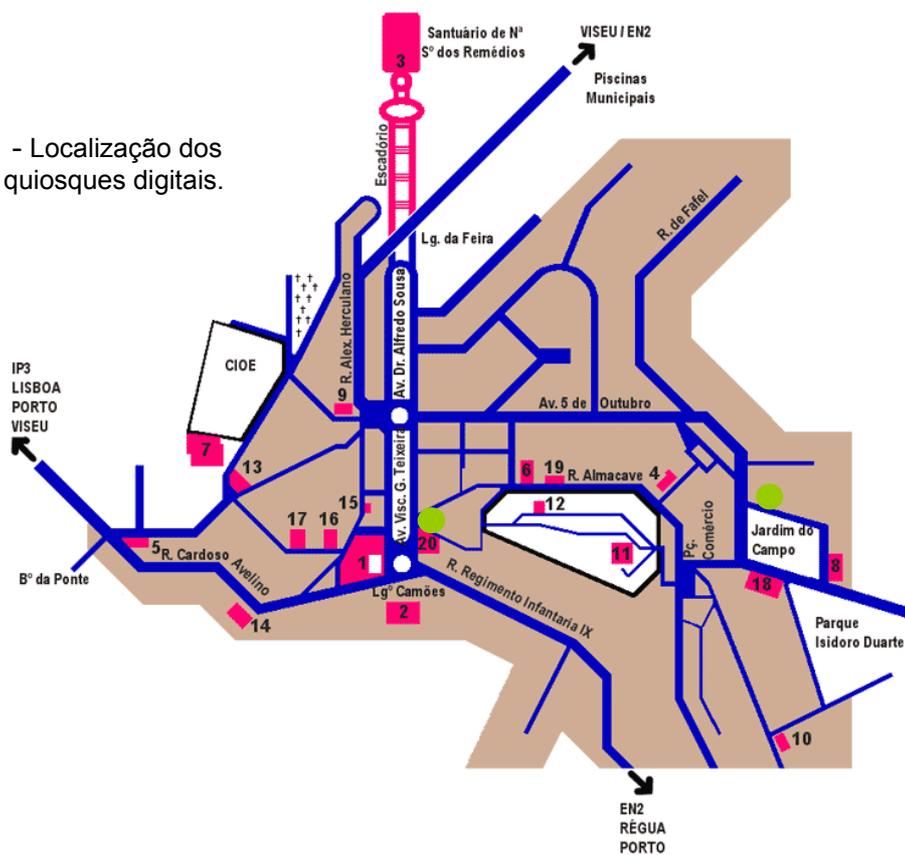


Anexo III – Quiosques digitais em Lamego.



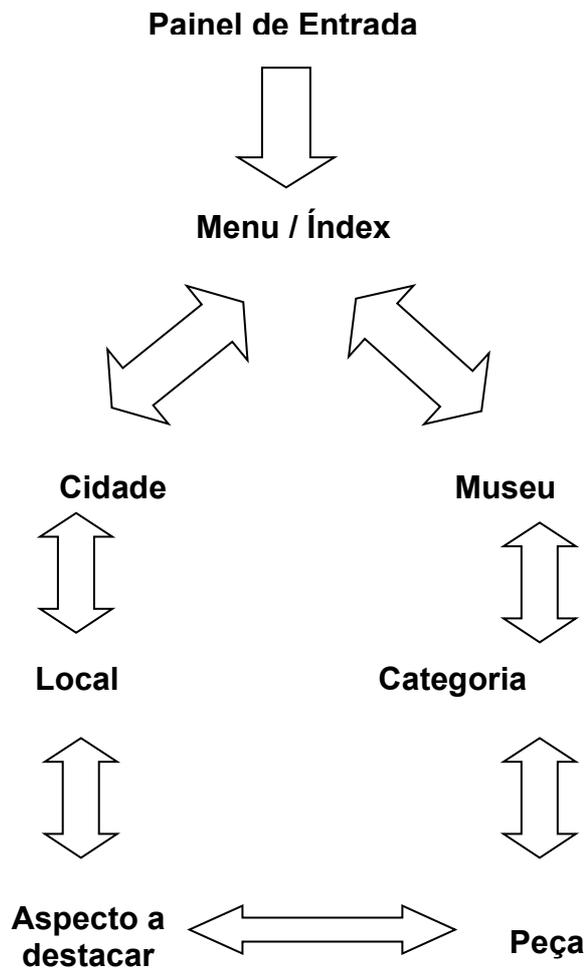
1. – Quiosque digital de Lamego.

- Localização dos quiosques digitais.



2. – Localização dos quiosques digitais de Lamego.
Mapa: CML; em linha.

Anexo IV – Esquema de navegação do modelo de ferramenta digital proposto para a cidade e Museu de Lamego.



Anexo V – Interfaces da ferramenta desenvolvida.



O Museu

Núcleos:

Arqueologia
Escultura
Pintura
Ourivesaria
Paramentaria
Mobiliário

[voltar](#)



O Museu

Arqueologia:

Fragmento de Tímpano
Pórtico
Placa Funerária

[voltar](#)



Arqueologia:

Fragmento de Tímpano

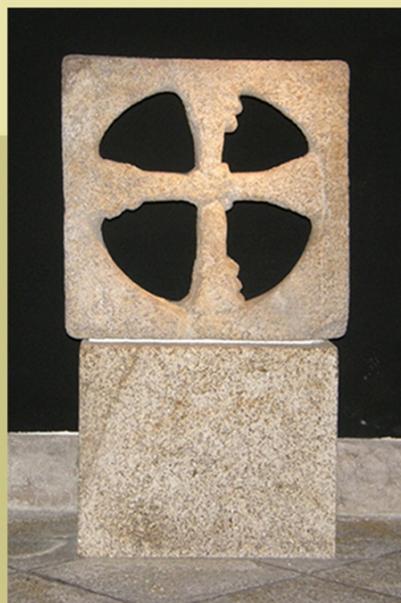
Título: Fragmento de Tímpano
Autor: Desconhecido
Datação: século XII (?)
Técnica: granito de grão médio esculpido
Dimensões:
143,571cm*66cm*15cm
Nº inv.: 583

[imagem](#)
[voltar](#)

Bloco granítico, de formato quadrangular, vazada em cruz pátea, de braços iguais, dois dos quais de extremidade recortada em ondulações. No cruzamento da haste e dos braços saem, timidamente, dois raios de resplendor. No reverso divisa-se a gravação de um quadrado para inscrição do círculo a partir do qual se configurou o elemento cruciforme.

Trata-se de uma peça original do tímpano do portal sul da igreja de Santa Maria de Almacave, em Lamego, que foi refeita, na sua quase totalidade, pelo Ministério das Obras Públicas entre as décadas de 30 e 40 [Laranjo, F. J. Cordeiro, 1996].

Arqueologia: Fragmento de Tímpano



[voltar](#)

Anexo VI - Modelo de ferramenta digital.