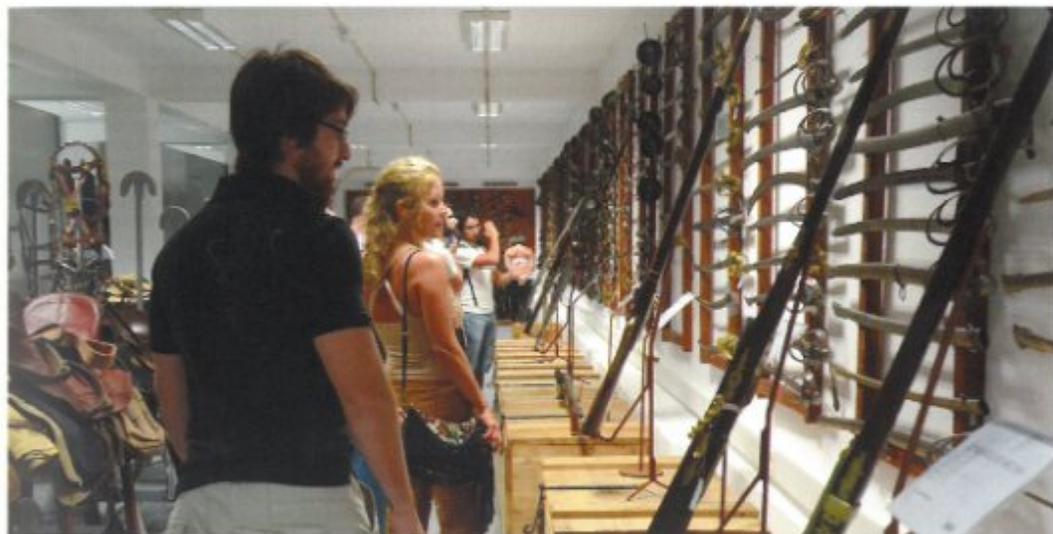


O caso do Museu de Angra do Heroísmo

Museu e Turismo

Em síntese, os museus açorianos são uma componente indispensável e com elevada importância no âmbito da promoção do turismo açoriano. Alguns deles têm uma mais-valia quando se assumem como museus de território, satisfazendo, deste modo, uma necessidade premente em termos do conhecimento que é oferecido a quem visita as ilhas açorianas.

Texto: **Jorge A. Paulus Bruno** | Diretor do Museu de Angra do Heroísmo
Fotos: **Museu de Angra do Heroísmo**



O Museu de Angra do Heroísmo (MAH), para além de ser um museu de território, é um museu de síntese.

1 O Museu de Angra do Heroísmo é um museu georreferenciado, onde os planos local, regional, nacional e mundial se cruzam e completam, pois a localização estratégica e a história inserem as ilhas dos Açores num contexto político global e, dentro deste, a ilha Terceira e a cidade de Angra do Heroísmo, com as suas centralidades.

Daí que o Museu de Angra do Heroísmo, para além de ser um museu de território,

seja, antes de mais, um museu de síntese, onde se procura refletir, ao mesmo tempo, uma história com os seus factos e movimentos político-económicos, marcados pelo domínio do Atlântico, e uma cultura nas suas múltiplas formas e significados gerados e moldados por uma existência insular.

Compreendendo o Edifício de São Francisco (edifício sede) e o Núcleo de História Militar Manuel Coelho Baptista de Lima, a principal característica do seu acervo é a



Nesta e na página seguinte: Núcleo de História Militar Manuel Coelho Baptista de Lima, o mais recente polo do MAH.

diversidade. Nesta reside, em parte, a sua grande riqueza. São notáveis as suas coleções de história militar e de transportes dos séculos XVIII e XIX, que permitem compará-lo a outros museus portugueses; de pintura, de imaginária, de cerâmica e de mobiliário, que o colocam numa posição privilegiada entre outros museus regionais; e de etnografia que o tornam, naturalmente, representativo de outras formas da cultura açoriana. Possui igualmente grande número de exemplares de coleções menos reconhecidas, mas não menos importantes, tais como as de ciência e tecnologia, de traje civil e religioso, de brinquedos e de instrumentos musicais, entre outras, e de entre as quais se destaca a recém-inaugurada de equipamentos de análises laboratoriais da primeira metade do século XX.

É, assim, um museu que responde ao interesse de um vasto leque de públicos que o visita e se insere, quer nos fluxos turísticos regionais e locais, quer na própria comunidade onde o museu se situa.

2. Neste quadro, refletir sobre o papel dos museus açorianos no contexto das dinâmicas relacionadas com o turismo nos Açores obriga-nos a considerar as várias tipologias de

público que estas instituições acolhem e através das quais concretizam uma boa parte da sua missão.

Num museu regional, como é o caso do Museu de Angra do Heroísmo, há que distinguir três tipos de público, consoante a perspetiva com que são acolhidos e em face do que o museu lhes oferece.

Em primeiro lugar, consideremos os visitantes oriundos do exterior, vulgo turistas, nacionais ou estrangeiros, cuja permanência nas instalações pode variar, em média, entre uma hora e meio dia. Percorrem, por regra, todos os espaços expositivos, procurando assimilar os seus conteúdos. Em alguns casos, raros, adquirem na loja, à saída, algum catálogo ou outro material à venda. Esta tipologia de público é relativamente sazonal, variando conforme seja a época alta ou baixa, de acordo com os fluxos turísticos.

Em segundo lugar, consideremos a tipologia de público que corresponde aos habitantes locais. Estes deslocam-se ao Museu, não tanto para uma visita geral aos seus espaços expositivos, mas, essencialmente, no contexto de alguma atividade que é desenvolvida nas instalações ou para a inauguração das exposições temporárias. É um público que afluí ao museu em horários



[...] um museu, como o de Angra do Heroísmo, implementa estratégias de captação de mais visitantes.

determinados, correspondentes às atividades que vem frequentar e a sua presença circunscreve-se normalmente aos respetivos espaços. É em número variável, mas de certo modo constante, durante todo o ano, com exceção do mês de agosto, no qual o Museu, por regra, não desenvolve atividades de dinamização cultural.

Finalmente, consideramos o público que resulta da ação direta do Serviço Educativo do museu para as escolas. Este público, é proveniente, quer dos estabelecimentos de ensino, creches e jardins de infância, quer de outras instituições, como, por exemplo, centros de convívio e lares de idosos. É um público que se desloca ao Museu, tanto para visitar as suas exposições de longa duração ou temporárias, como para participar em ateliês de carácter pedagógico previamente programados e promovidos, no âmbito do programa de dinamização das diferentes exposições.

3 Na presença da identificação destas tipologias de público, necessitamos de nos circunscrever à primeira para avaliarmos o seu impacto nos museus e, face à oferta cultural, que influência podem os museus exercer sobre o mesmo.

No que respeita ao impacto que este público tem nas instalações e exposições que visita, se fivermos em conta o número diário de visitantes turistas, mesmo na época alta, este não é de tal monta que provoque qualquer desgaste nem pressão negativa.

Pelo contrário, um museu, como o de Angra do Heroísmo, implementa estratégias de captação de mais visitantes. É isso que tem feito, lançando mão de algumas oportunidades como, por exemplo, pequenos concertos de órgão, aos domingos de manhã, no período de verão.

Necessário é esclarecer que as estratégias para captação deste público não devem ser conduzidas por qualquer concessão no que respeita aos programas expositivos, mas tão só adequando e acomodando numa programação anual as exposições mais apropriadas para estes visitantes do exterior, ou seja, programando para os meses correspondentes à época alta as exposições temporárias que, sem afastar outras faixas de público, sejam mais apelativas aos turistas.

A par destas estratégias, importa também considerar um plano de comunicação direcionado para este público que, estando de visita, não beneficia dos circuitos normais e usuais de comunicação da



Museus açorianos têm uma mais-valia quando se assumem como museus de território.

instituição. Quer isto dizer que, sendo o correio eletrónico o principal veículo de transmissão da informação sobre as atividades do museu, não podemos contar com este meio para fazer chegar a mensagem a estes visitantes. Para obviar esta dificuldade, é implementada uma difusão de informação pelos principais estabelecimentos hoteleiros da ilha e, naturalmente por muitas outras razões também, coloca-se especial atenção na atualização e correta informação em todas as agendas eletrónicas disponíveis, desde logo as municipais. A colocação de um *roll up* na sala de recolha de bagagens da Aerogare das Lajes é outro expediente que se nos revela eficaz em termos de informação para este público.

Por seu turno, também, um estreitamento de relação com os operadores turísticos é indispensável e produz efeitos que se revelam muito positivos, em termos de maior afluência de público. Outros agentes perante os quais vale a pena manter um canal de comunicação aberto e frequente são os taxistas, que frequentemente orientam os

seus clientes para uma visita ao museu. Por esta razão, estes profissionais foram objeto de uma ação de sensibilização e informação, sobre a oferta cultural em termos expositivos e outros dados de carácter geral.

4. Em síntese, os museus açorianos são uma componente indispensável e com elevada importância no âmbito da promoção do turismo açoriano. Alguns deles têm uma mais-valia quando se assumem como museus de território, satisfazendo, deste modo, uma necessidade premente em termos do conhecimento que é oferecido a quem visita as ilhas açorianas.

Por último, não nos parece que deva ser considerado relevante, no momento, algum impacto eventualmente negativo sobre estas instituições por causa do seu número. As estruturas museológicas açorianas têm ainda condições para ser submetidas a uma maior pressão face à presença dos visitantes. Devem é encontrar meios para aumentar o seu número.