

OBJETOS ETNOGRÁFICOS, DIVERSIDADE CRIATIVA E TURISMO ETHNOGRAPHIC OBJECTS, CREATIVE DIVERSITY AND TOURISM

Eunice Lopes

Resumo

O fenómeno museológico contemporâneo é um elemento privilegiado para os processos de construção de significados, de representação e de consumo cultural. A Organização Mundial do Turismo (OMT), aponta o museu como tendo um papel decisivo na reafirmação das narrativas e significados históricos e culturais a apropriar pelos visitantes dos museus. Estes, ao entrarem em contacto com um acervo de museu optimizam o seu gaze turístico - que, segundo Urry (2002, [1990]), se estende cada vez mais “desdiferenciado”. Centrando-se nos repertórios e nas performances museográficas de um museu que reúne uma vasta coleção de objetos etnográficos oriundos de vários países do mundo, este artigo pretende apresentar as reações/as experiências que esses objetos revelaram suscitar nos visitantes, perante a coexistência de diferentes culturas e na exaltação da diversidade criativa. A metodologia utilizada privilegiou as entrevistas aos visitantes do museu e a análise dos comentários registados pelos visitantes no Livro de Visitas (de 1999 a 2012) do MASE – Museu de Arte Sacra e Etnologia, Fátima, Portugal.

Palavras-chave: Experiências, Museologia, Turismo

Abstract

The contemporary museum phenomenon is a privileged element for the processes of construction of meaning, representation and cultural consumption. The World Tourism Organization (UNWTO), the museum aims to have a decisive role in the reaffirmation of the historical and cultural narratives and to be recognized by visitors of museums meanings. These, when they come into contact with a collection of museum optimize their tourist gaze - which, according to Urry (2002, [1990]), extends increasingly “dedifferentiated”. Focusing on the repertoire and the museographic performances a museum that brings together a vast collection of objects ethnographic from various countries of the world, this paper aims to present the reactions/the experiences revealed that these objects raise the visitors before the coexistence of different cultures and the exaltation of creative diversity. The methodology favored the interviews with museum visitors and the analysis of comments written by visitors/tourists in the guestbook (1999-2012) of the MASE - Museum of Sacred Art and Ethnology, Fatima, Portugal.

Keywords: Experiences, Museology, Tourism

1. INTRODUÇÃO

Perante a banalização contemporânea de produtos, ambientes e serviços, procura-se cada vez mais experiências únicas, novas, pessoais, envolventes ou memoráveis. Nos museus, as experiências são autenticadas pela autoridade material e temporal dos objetos do património (Anico 2005), refletindo-se nas suas formas de apropriação e fruição turística. Para Graburn, o turismo é uma prática ritual moderna e uma invenção cultural associada a uma conceção de lazer, característica do Ocidente industrializado. Trata-se de uma “transposição do quotidiano do turista”, necessária nas sociedades (Graburn 1995 [1977]). O turista é uma pessoa disponível de forma temporária para o lazer, visitando lugares longe de casa com o objetivo de experimentar e viver uma mudança (Smith 1995 [1989]). Por seu lado, MacCannell (1999 [1976]), defende a ideia de que os turistas procuram experiências autênticas nos tempos e lugares fora dos quotidianos das suas vidas, isto é “em outros períodos históricos e em outras culturas, em estilos de vida mais puros e mais simples” (1999 [1976], 3). Mas o que os turistas experienciam são realidades construídas numa “autenticidade encenada” espoletada pelo processo turístico. O turismo é uma forma de fuga e escape à condição alienável da sociedade moderna na procura de uma identidade (Cohen & Taylor 1976).

Olhando os museus na contemporaneidade como espaços sociais e culturais que acompanham as dinâmicas do mundo moderno, eles transportam os visitantes para outros tempos e outras culturas. Enquanto lugares de grande “densidade cultural” os museus converteram-se simultaneamente em lugares de destino turístico (Kirshenblatt-Gimblett 1998). O museu deve ser pensado não só como espaço de exposições, mas como um entreposto de fluxos de pessoas e ideias. A forma de comunicar conteúdos para visitantes/turistas é fundamental para a afirmação dos museus como *performers* de experiências diferenciadoras. A temática que se apresenta pretende, por isso, refletir sobre a relação dos museus com o turismo, onde se destacam as reações que os objetos “etnográficos” suscitam nos visitantes, perante a *coexistência* de diferentes culturas no Museu de Arte Sacra e Etnologia de Fátima (MASE).

Em sentido lato, a designação visitante/turista é utilizada ao longo deste trabalho, partindo-se do conceito de Urry (2002 [1990]), como alguém que sai do seu ritmo/rotina de vida comum e se desloca para um destino diferente do seu local habitual, a fim de encontrar um conjunto de sensações (sensações experimentadas), geradas a partir dos locais visitados.

2. O MUSEU DE ARTE SACRA E ETNOLOGIA (MASE)

O MASE (Figuras 1 e 2) é tutelado pela Delegação Portuguesa do Instituto Missionário da Consolata e encontra-se integrado num território onde a força dos fenómenos de raiz religiosa é marcante. Como se sabe a partir do Santuário Mariano e da rede religiosa global que potencia, em termos da mensagem religiosa, Fátima tornou-se o foco principal religioso no contexto português. Após as Aparições ocorridas em 1917 tornou-se um destino turístico de excelência para vários visitantes mediatizado a uma escala nacional e internacional.

Hoje, à semelhança de outros lugares, Fátima vai ao encontro das formas de religiosidade e espiritualidade contemporâneas, na medida em que se sustenta num lugar multifuncional: religioso, educacional, cultural, turístico e mesmo político. A natureza temática das coleções do MASE permite descobrir o museu a partir de uma cadeia de significação do lugar. As duas coleções do MASE: a de arte sacra e a de objetos etnográficos foram reunidas em contexto de Missão em vários países do mundo por parte dos Missionários da Consolata.

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

É composto por um total de nove espaços. A receção é o espaço dedicado à prestação de informações aos visitantes e registo de entradas. A loja tem à venda produtos relacionados com a temática do museu. A sala da Natividade apresenta uma coleção de presépios e imagens da infância de Jesus (madeira, terracota, marfim e estanho), na sua maioria são esculturas portuguesas e indo-portuguesas do século XVI. A sala da Paixão apresenta um conjunto de figuras relacionadas com a paixão e morte de Cristo de origem portuguesa, *indo e sino portuguesas*, crucifixos dos séculos XIV ao XX e paramentos, alfaias litúrgicas e oratórios. A sala da Missão apresenta objetos de arte, textos, mapas e reproduções fotográficas dos diversos continentes e a sala da Etnologia uma coleção de objetos “etnográficos” de uso quotidiano com quem os missionários tiveram e têm contacto. A sala dos Pastorinhos apresenta objetos pessoais de Jacinta e Francisco Marto. Estes são os cinco espaços dedicados à exposição permanente do MASE. Para além destes espaços, possui também uma sala de exposições temporárias onde se apresentam exposições organizadas pelo MASE e outras exposições de artistas ou entidades externas desde que a temática se enquadre na missão do museu. A capela é um espaço de planta circular aberto ao culto e também a outras atividades (recitais, musicais, concertos, as tardes de

poesia natalícia, quartetos de cordas, guitarra clássica), entre outras. O auditório do MASE tem capacidade para duzentos e dez lugares sentados, onde decorrem atividades desenvolvidas pelo MASE ou outras promovidas por entidades externas que alugam este espaço para o efeito. O pátio/jardim é um espaço exterior ao museu podendo ser utilizado para lanchar, descansar, ler um livro, etc.

O acervo etnográfico do MASE espelha grande diversidade espacial e cultural (Gráfico 1). A intensificação das ações missionárias permitiu aos missionários conhecer diversas culturas e recolher uma diversidade de objetos que são hoje exibidos no museu aos visitantes.

Como se pode observar, o gráfico 1 ilustra o número de objetos que foram agrupados por locais diversos de proveniência. O MASE segue uma lógica de agrupamento desses objetos, para uma compreensão mais clara do contexto de produção e utilização desses objetos. São agrupados em função da origem geográfica, da tipologia, da funcionalidade e dos materiais. Considera-se que o MASE é um espaço que propicia visões sobre “diferentes culturas” e portanto diferentes visões do mundo. A partir de uma base discursiva sobre a qual se desenvolve a construção de identidades e de modalidades de cidadania (Bennett 1995), o museu assume destaque nesse cenário possibilitando aos visitantes ver o mundo à sua volta e também se verem refletidos no mundo nos seus diferentes papéis e identidades multifacetadas. Pensar o acervo e coleções do MASE é estar diante de um universo complexo e heterogéneo, no qual são “manuseados” símbolos e códigos comuns, apesar das diferenças individuais. Onde se estabelecem vínculos afetivos ao compartilhar valores e dimensões simbólicas da vida social, e para os quais, provavelmente, o MASE nunca terá apenas um único significado.

3. OS OBJETOS ETNOGRÁFICOS COMO ATRATIVO TURÍSTICO

Segundo Kirshenblatt-Gimblett (1998), os objetos etnográficos por serem “criados por etnógrafos” tornam-se objetos de “arte etnográfica”. Ao serem coletados e integrados numa coleção etnográfica passam por um processo de desterritorialização e de redefinição (Kirshenblatt-Gimblett 1998, 387). Neste processo de “criação do objeto etnográfico” valoriza-se o objeto pelo que representa e para o que remete. Formas de exibição específicas serão necessárias para contextualizar o objeto pois “o fragmento etnográfico precisa ser resgatado da trivialidade” (Kirshenblatt-Gimblett 1998, 390). O museu como centro de representação e dinamizador de *performances* culturais que cria e coloca em

cena diferentes tipos de património histórico-cultural possibilita a valorização da experiência humana. A propósito Semedo e Lopes (2005) referem: “Os museus não reproduzem meramente a realidade, os museus (re)definem essa mesma realidade no contexto da sua própria ideologia e, por essa razão, devem ser compreendidos como *performers*, criadores de sentido, como práticas de significação” (Semedo e Lopes 2005, 54).

O turismo possibilita a vivência dessa experiência proposta, pois os visitantes/turistas ao entrarem em contacto com o acervo de um museu pretendem otimizar o seu *gaze* turístico que se estende cada vez mais “desdiferenciado” (Urry 2002 [1990]), ultrapassando os limites dos universos clássicos do turismo. O turismo cultural radica nesta apropriação que o turismo faz da cultura em que se desenvolve, no contexto cultural. Enquanto espaço de visitas, as possibilidades de produção de sentido surgidas do contacto do visitante com a materialidade do museu foram observadas. Tentou perceber-se o encontro da memória institucionalizada com a memória dos sujeitos que se deparam com ela.

Ao analisar-se o MASE enquanto espaço de significação, onde os visitantes fruem e concetualizam as suas próprias experiências de visita, recorreu-se às mensagens espontâneas escritas no *Livro de Visitas do MASE*.

O *Livro de Visitas* foi consultado e analisado desde o ano 1999 (ano em que o MASE coloca pela primeira vez à disposição dos visitantes o Livro), até 2012. Para se proceder a esta análise, a obra de Bardin (2011) sobre a análise de conteúdo serviu de base. A análise de conteúdo nesta obra é definida como um método empírico e como um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento que se aplica a discursos (conteúdos) extremamente diversificados (Bardin 2011, 15).

Foi possível verificar que no MASE a visita é realizada individualmente ou em grupo, neste caso, prioritariamente constituído por amigos e ou familiares (membros da família nuclear - cônjuge e filhos). “Foi muito bom visitar este museu com a família” (Livro de Visitas, s/l 2007), “eu e o meu marido apreciamos imenso o museu” (Livro de Visitas, s/l 2010), “tive imenso prazer e gosto dar a conhecer este museu aos meus filhos, pois foi o primeiro museu que visitei com eles” (Livro de Visitas, s/l 2009), “mi familia, nos a gustado mucho” (Livro de Visitas, Espanha 2011) e “junto com mi madre y abuela” (Livro de Visitas, Sevilla s/d). Tais expressões permitem afirmar que o MASE promove a criação de laços familiares. Reforçando-se a função social do museu, no sentido de manutenção

de uma tradição. Um modo particular de construção e articulação do passado na esfera pública – o museu, que se pode traduzir “na ritualização de traços culturais intencionalmente selecionados” (Chase 1994, 47), como forma de justificação das ansiedades do presente. Isso é visível no prazer e gosto de conhecer e dar a conhecer o MASE aos filhos: “uma família mãe filha e avó” e “vim com a minha avó” são expressões que parecem enfatizar a vontade de se fortalecer laços familiares através do convívio concretizado no próprio espaço e percurso expositivo do museu. A convivialidade proporcionada no espaço museológico parece também ser marcante enquanto experiência familiar, pautada pelo diálogo e troca de impressões relacionadas com o que estão a vivenciar em confronto ou articulação com experiências e vivências anteriores e cúmplices, e que pela oportunidade de troca de ideias e experiências, no contexto do lar e da vida quotidiana, poderá não acontecer tão facilmente. Neste contexto, compreende-se o museu como um lugar procurado para um “turismo em família”, onde o espaço diferenciado potencia as interações e as dinâmicas afetivas e relacionais entre os seus membros. Esta é uma das características fundamentais do museu contemporâneo: espaço de entretenimento e educação que une ao ócio a aprendizagem, no que Kotler & Kotler (2004) designaram de “edutainment”. Considerando este conceito, os museus competem com outras opções de lazer. São não só uma opção de educação ou pedagogia, mas também uma opção de entretenimento (Kininmont & Prideux 1999). O papel do museu é reforçado enquanto espaço incitador e fortalecedor de laços de parentalidade e companheirismo. A componente da sociabilidade, o passar algum tempo em família, é frequentemente associada à motivação justificada pelo interesse que o museu pode ter para a família, onde os filhos assumem o principal protagonismo no programa de passeio em família num espaço privilegiado de cumplicidade e de lazer educativo.

Um número significativo de visitantes desloca-se propositadamente ao MASE motivado pelo desejo de melhor o conhecer. Fazem isso repetidamente: “É a quinta ou sexta vez que venho ao museu e sinto que nada vi. Tudo é disposto com harmonia, com clareza, com sentido pedagógico. Há muita espiritualidade no ar que se respira. Há muito para aprender. Virei cá mais vezes para aprender mais” (Livro de Visitas, Crato 2000).

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

personais, sente necessidade de regressar regularmente, fidelizando as suas práticas de fruição superando, inclusivamente, algumas melhorias. O interesse “cultural e etnográfico” do museu é salientado. Diversas alusões positivas foram deixadas escritas tais como, a aquisição de novos conhecimentos e o enriquecimento pessoal. O museu é culturalmente enriquecedor, sendo que a justificação dada pelos visitantes, é que se aprende “muitas coisas novas” que não só “enriquecem, testemunham, como permitem criar interesse pelo tema” (Livro de Visitas, s/l, s/d). Consideram “the visit to the museum is really enriching” (Livro de Visitas, s/l 2008), “ce lieu très enrichissant et cela nous remet les pieds sur terre et j’espère au ciel” (Livro de Visitas, Paris 2004). A visita ao museu trás novos conhecimentos e “reconocimiento de otras culturas y religiones del mundo” (Livro de Visitas, s/l 2005).

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

A propósito da aprendizagem Silva (2003) considera que as experiências de “autenticidade cultural” e a espacialização social para uma parte significativa dos visitantes são consumadas, em primeiro lugar, no ato da aprendizagem. Já no entender de Nora (1993) os museus são “lugares de memória”, “são um conjunto de recordações, conscientes ou não, de uma experiência vivida ou mistificada por uma coletividade de cuja identidade faz parte integrante o sentimento do passado” (Nora 1990 [1984], 451). Neste contexto, “símbolos, memória e simbolismo” são termos utilizados no discurso de alguns visitantes, “todos os símbolos fazem parte da Nossa História, gostei muito de ver” (Livro de Visitas, s/l 2002), “trata-se de uma boa memória para o futuro” (Livro de Visitas, s/l 2002). No MASE a exibição das coleções incentiva o gosto pela herança cultural, fomenta o conhecimento, o respeito e a valorização da diversidade cultural. Os visitantes registam que o museu é “bom para recordar os tempos passados” (Livro de Visitas, s/l 2007), aspeto importante porque no entender de alguns “é

preciso saber respeitar as coisas antigas para um dia poder recordar” (Livro de Visitas, s/l s/d), esperando “que siempre conservem estes recuerdos para futuras geraciones” (Livro de Visitas, s/l 2009). Entende-se dos seus discursos um certo sentimento de nostalgia frequentemente associado a situações de crise ou de ansiedade motivado pela sociedade moderna. Esta ideia remete para Smith (1996) ao referir que um dos paradoxos da sociedade contemporânea é: “O seu desejo pela inovação associado a uma profunda nostalgia pelo passado. Os sentimentos de alienação nas sociedades contemporâneas originam a necessidade de ligação com o passado que se sente distante” (Smith 1996, 174).

Na apreciação que os visitantes fazem do circuito expositivo o valor estético e artístico das coleções é acentuado por alguns. Confluem no espaço museológico experiências cujo relevo é dado à componente religiosa (compreendendo entre outras, as vertentes teológicas, litúrgicas e pastorais) e a componente secular (compreendendo entre outras, as vertentes educativas, históricas e estéticas). Consideram a visita muito proveitosa para “alargar conhecimentos em questão histórica e estética” e “bastante interessante com peças de imensa beleza e qualidade artística” (Livro de Visitas, s/l 2008).

Constatou-se que para muitos que visitam este museu, a diversidade cultural – entendida, como fundamental para a reflexão, para a adaptação, para a construção, para a mudança, fundamentais para a dinâmica da vida - propicia aos visitantes a fruição das expressões culturais que as coleções do MASE exprimem e difundem. A diversidade cultural é associada pelos visitantes aos objetos “etnográficos”. Assume especial relevo a coleção de etnologia, sala dedicada à apresentação de objetos etnográficos recolhidos pelos missionários em contexto de missão. As emoções e a “imaginação” são dimensões essenciais da experiência de visita ao museu (Bagnall 2003; Hooper-Greenhill 1994; Prentice 2001). Nesta sala o visitante consegue ter uma perceção mais abrangente de cidadania já que ao relacionar-se com as coleções do museu, mais facilmente poderá fazer a leitura do mundo que o rodeia.

Conclui-se que esta preferência deve-se também a uma certa curiosidade que os objetos utilizados por diferentes grupos étnicos estimulam. A etnicidade, tal como é usada na Antropologia expressa uma mudança para os contextos multiculturais e interculturais nos quais como referido nos estudos de Cohen (1978), “a atenção é focalizada numa entidade” o grupo étnico “que é marcada por algum grau de comunalidade cultural e social” (Cohen 1978, 386).

A sala/coleção de etnologia para alguns visitantes, proporcionava-lhes uma “pequena viagem a um mundo com que não contactavam” (Livro de Visitas, Lisboa 2006), mas que no entanto estava muito presente através dos objetos etnográficos. Para outros a sala era a mais interessante porque lhes dava a “clara noção de que existem culturas muito diferentes” da sua, no entanto, com as “bases em comum” (Livro de Visitas, Constância 2005). Ainda para outros o interesse baseava-se na “recriação” que conseguiam imaginar através da observação dos objetos apresentados na sala, podendo “contactar com os objetos de uso quotidiano dos indígenas e recriar as suas vidas primitivas” (Livro de Visitas, s/l 2011). Entre os objetos referenciados como mais atrativos foram “o enxota-moscas pertencente ao chefe da tribo, a lança para caçar macacos, o colar da fertilidade e a máscara de iniciados” (Livro de Visitas, s/l 2011).

As entrevistas realizadas aos visitantes permitem também incluir nesta abordagem de articulação dos “objetos etnográficos” com a “fruição turística”, as *motivações dos que procuram o MASE*. Concluindo-se que se pautam por princípios de ordem religiosa. Mas, o motivo da deslocação pode também abarcar uma tripla dimensão: religiosa, lazer e educativa, ou ainda motivadas pela cultura e pela curiosidade.

O mesmo se verificou quando os visitantes foram questionados sobre *como classificavam a prática de visita ao museu?* Embora com maior representatividade os visitantes classificassem a sua prática de visita ligada ao turismo religioso, seguiu-se de perto, a classificação da prática ligada ao turismo cultural. Ainda outras classificações foram referidas, como práticas ligadas à educação, à peregrinação, à curiosidade e ao lazer. O que permite constatar que o MASE e os museus em geral são potenciadores de experiências diferenciadoras. A adoção por parte dos visitantes de uma “liberdade interpretativa” para construir a sua própria narrativa é, neste sentido, valorizada (Dicks 2003). Ainda mais quando os visitantes/turistas procuram experiências que contrastem com o quotidiano. Essa mudança de paradigma acentua a ênfase colocada na promoção e vivência da experiência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos museus é possível documentarem-se transversalmente muitas culturas, não apenas do passado, mas também no presente. Como considerou Bennet (1988) na sua análise sobre o “complexo exibicionário”, reconhece que museus e exposições desempenharam um papel fulcral na ‘formação do Estado moderno’

e são fundamentais para a concepção, entre outras coisas, de um conjunto de “agências civilizadoras e educativas” (Bennet 1988, 338). Os museus marcam por isso, uma alteração constante de paradigma na prática e nas políticas do dar a ver. Por se constituírem lugares privilegiados e evocativos da diversidade cultural humana, aos seus visitantes/turistas é dada não apenas a oportunidade de explorarem a sua identidade, mas também de participarem da sua construção, nomeadamente face a “outras” culturas. Os espaços expositivos compreendem hoje exercícios cívicos de olhar e aprender numa permanente articulação do poder com o conhecimento.

A prática turística que o olhar suscita, passa por rápidas e significativas mudanças. São as singularidades de um lugar que “atraem o olhar” do visitante, por isso a verdadeira experiência em turismo consiste naquela em que o visitante direciona o “seu olhar” para os diferentes cenários culturais que, neste caso concreto, o MASE apresenta. A importância simultaneamente religiosa e cultural das coleções de arte sacra e de etnologia que o museu exhibe, assim como, o interesse e curiosidade que o trabalho missionário estimula, está bem presente nos discursos dos que se deslocam ao MASE. Na sua heterogeneidade os visitantes oscilam entre a curiosidade e o fascínio. “Viajam”, entre “experiências de espiritualidade” e “experiências de diversidade criativa”, conferidas pela “autenticidade sagrada e etnográfica”. Assim, as *performances* materializadas no MASE afirmam a sua relevância para atrair e envolver os visitantes na sua relação com outros modos de ver o mundo, na medida em que, o olhar dos visitantes é, intrinsecamente, parte da experiência contemporânea e nesse sentido, o museu facilmente se converte num lugar potenciador de atratividade turística. Utilizando a argumentação de Kirshenblatt-Gimblet (1998), o museu/os museus encerram potencialidades de uma oferta diferenciada aos visitantes/turistas cada vez mais carentes de lugares de densidade e diversidade cultural/criativa.



Figura 1. MASE. Entrada principal (Lopes, E. 2011)



Figura 2. MASE. Maqueta. Escala 1/50 (Lopes, E. 2011)



Quadro 1. Espaços e salas do museu. Fonte: adaptado de MASE, Roteiro (2011)
 0 Recepção e Loja; 1 Sala da Natividade; 2 Sala da Paixão; 3 Sala da Missão; 4 Sala da Etnologia;
 5 Exposições Temporárias; 6 Capela; 7 Sala dos Pastorinhos; 8 Auditório; 9 Pátio/Jardim

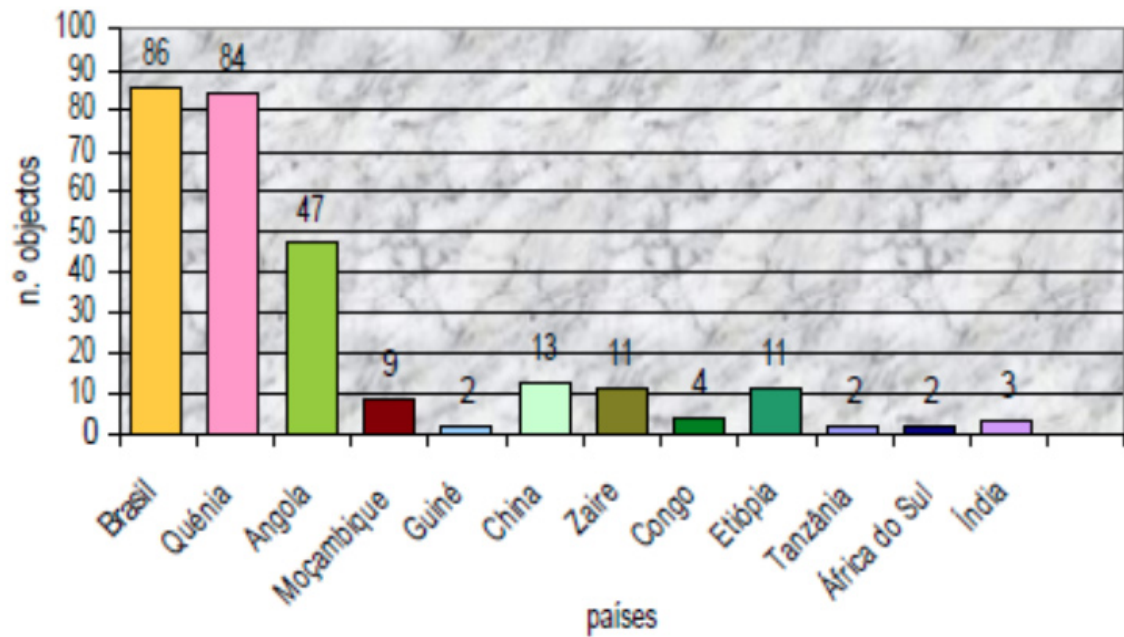


Gráfico 1. Número de objetos agrupados por locais de proveniência (Matias 2007)

BIBLIOGRAFIA

- Anico, Marta. 2005. "A pós-modernização da cultura: património e museus na contemporaneidade". In *Horizontes Antropológicos*, vol. 11, nº 23 (71-86). Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832005000100005&script=sci_arttext&lng=es [Consultado a 16 de fevereiro de 2011].
- Bagnall, Gaynor. 2003. "Performance and performativity at heritage sites". In *Museum and Society*, 1 (2) (87-103).
- Bardin, Laurence. 2011. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Bennett, Tony. 1988. "The Exhibitionary Complex". In *New Formations* (4) (73-102).
- Bennett. 1995. *The Birth of The Museum: history, theory, politics*. Londres/Nova York: Routledge.
- Chase, Anthony. 1994. "Perceptions of the past among north queensland aboriginal people: the intrusion of europeans and consequent social change". In R. Layton, *Who Needs the Past?* London and New York: Routledge.
- Cohen, Ronald. 1978. "Ethnicity: problem and focus in anthropology". In *Annual Review of Anthropology* (7) (379-403).
- Cohen, Stan & Lauri Taylor. 1976. *Escape attempts: the theory and practice of resistance to everyday life*. London: Allen and Lane.
- Dicks, Bella. 2000. *Heritage, place and community*. Cardiff: University of Wales Press.
- Graburn, Nelson. 1995 [1977]. "Tourism: the sacred journey, em Valene SMITH". In *Hosts and Guests: the anthropology of tourism* (2 ed), Philadelphia: University of Pennsylvania Press (22-36).
- Hopper-Greenhill, Eilean. 1994. "A new communication model for museums". In *The educational role of the museum*. London: Leicester. Museum Studies.
- Kininmont, Lee-Jaye e Bruce Prideux. 1999. "Tourism and heritage are not strangers: a study of opportunities for rural heritage museums to maximize tourism visitation". In *Journal of Travel Research*, 37, 3 (299- 304).
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 1998. "Destination Culture". In *Tourism, museums, and heritage*. Berkeley: University of California Press (131-176).
- Kotler, Neil & Philip Kotler. 2004. "Can museums be all things to all people? Missions, goals and marketing's role". In Gail Anderson (Ed.), *Reinventing the Museum: historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers (167-186).
- Maccannell, Dean. 1999 [1976]. *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley: California Press.
- Nora, Pierre. 1990 [1984]. *Les Lieux de mémoire*. Vol. I. Paris, Gallimard.

Nora, 1993. “Entre memória e história: a problemática dos lugares”. In *Projeto História*, São Paulo, n.º 10 (7-28).

Prentice, Richard. 2001. “Experiential cultural tourism: museums & the marketing of the new romanticism of evoked authenticity”. In *Museum management and curatorship*, vol. 19, n.º. 1, Pergamon, Elsevier Science Ltd. (5–26).

Semedo, Alice e Lopes, Teixeira (Coord.). 2005. *Museus, Discursos e Representações*. Porto: ed. Afrontamento (49-59).

Smith, Anthony. 1996. *Nations and nationalism in a global era*. Cambridge: Polity.

Smith, Stephen. 1995 [1989]. *Tourism analysis, a handbook*. 2 Edition. London and New York: Routledge.

Urry, John. 2002 [1990]. *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary society*. London: Sage Publications, (2nd edition).