

*Os fios  
do passado  
a tecer o futuro*

Ana Sofia Marques de Oliveira

**Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior:  
Propostas de Intervenção Museológica**

Relatório de Estágio em Gestão e Programação do Património Cultural, orientado pelo Doutor João Paulo Avelãs Nunes e coorientado pela Dra. Helena Correia, apresentado ao Departamento de História, Arqueologia e Artes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

2014



Faculdade de Letras

Museu de Lanifícios da Universidade da  
Beira Interior: Propostas de Intervenção  
Museológica

**Ficha Técnica:**

<b>Tipo de trabalho</b>	<b>Relatório de estágio</b>
<b>Título</b>	<b>Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior: Propostas de Intervenção Museológica</b>
<b>Autor</b>	<b>Ana Sofia Marques de Oliveira</b>
<b>Orientador</b>	<b>João Paulo Avelãs Nunes</b>
<b>Coorientador</b>	<b>Helena Correia</b>
<b>Júri</b>	<b>Presidente: Doutor José Carlos Costa dos Santos Camponez</b>
	<b>Vogais:</b>
	<b>1. Doutor António Manuel Antunes Rafael Amaro</b>
	<b>2. Doutor João Paulo Avelãs Nunes</b>
<b>Identificação do Curso</b>	<b>2º Ciclo em Gestão e Programação do Património Cultural</b>
<b>Área científica</b>	<b>Gestão e Programação do Património Cultural</b>
<b>Data da defesa</b>	<b>09-10-2014</b>
<b>Classificação</b>	<b>19 valores</b>



## Resumo

Das ruínas das antigas fábricas de lanifícios, reflexos da desindustrialização, despoletou a instituição responsável pelo renascimento da cidade, e que se transformou ela própria uma marca inapagável da história da Covilhã: a Universidade da Beira Interior, que se tornou, ao tomar parte deste património, igualmente, responsável pela história da cidade, assumindo como encargo a salvaguarda e preservação dos vestígios que herdou desta forma de produção têxtil milenar. A UBI teve o mérito de valorizar a Covilhã, criando o Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, responsável pela salvaguarda da área das tinturarias da antiga manufatura de estado, fundada pelo Marquês de Pombal, em 1764.

O Museu garante a preservação, manutenção e divulgação deste património, o instrumento mais eficaz na transmissão da história e dos factos em torno do labor às gerações seguintes, honrando as memórias dos construtores desta indústria e os vários momentos dessa construção. No entanto, nem sempre os mais jovens, temporalmente afastados desta importante indústria, demonstram o interesse que seria esperado pelo Museu, que, para se tornar suficientemente atrativo, carece de uma constante adaptação.

Neste contexto, após uma reflexão sobre a importância da indústria e dos seus vestígios, desenvolveu-se um estudo cujo propósito é contribuir para o aumento do conhecimento do Museu de Lanifícios sobre o público jovem universitário da UBI, a nível dos seus hábitos e motivações culturais. Conhecer o perfil deste público possibilitou o desenvolvimento de estratégias de melhoramento da imagem do Museu, através de ações adaptadas aos seus gostos, ao nível de comunicação e da programação. Através destas propostas, procedeu-se ao desenvolvimento de projetos, que visaram a valorização e rentabilização do património que se encontra sobre a alçada do MUSLAN, assim como a ampliação da sua oferta cultural.

**Palavras-chave:** Património Industrial, Turismo Industrial, Covilhã, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, Gestão e Programação Cultural, Públicos da Cultura, Jovens Universitários

## Abstract

The ancient ruins of the wool factories, triggered the institution responsible for the rebirth of the city itself in a indelible mark in the history of Covilhã: the University of Beira Interior. This, to be part of this heritage, has also become responsible for the city's history, assuming the duty to safeguard and preserve the traces which inherited from this industry. UBI had the merit to value Covilhã, creating the Wool Museum of the University of Beira Interior, responsible for safeguarding the area of the former dye manufacturing state, founded by Marquês de Pombal in 1764.

The MUSLAN ensures the preservation, maintenance and dissemination of this heritage, the most effective tool in conveying the story and the facts surrounding the labor to succeeding generations, honoring the memories of the builders of this industry and the various moments of this construction. However, not always the younger, temporally away from this important industry, demonstrate the interest that would be expected by the Museum, lacking the constant adaptation to become attractive enough.

In this context, after a discussion about the importance of this industry and its traces, a study was developed, whose purpose is to contribute to the increase in knowledge of the Wool Museum on UBI's young audience, regarding their habits and cultural motivations. Knowing the profile of this audience enabled the development of strategies to improve the image of the museum, through actions tailored to their tastes, in the level of communication and programming. Through these proposals, several projects were developed, aimed at the appreciation and profitability of the patrimony which is about the scope of MUSLAN, as well as the expansion of its cultural offerings.

**Keywords:** Industrial Heritage, Industrial Tourism, Covilhã, Wool Museum of the University of Beira Interior, Management and Cultural Programming, Publics, Young University Students

Aos meus avós,  
Estejam onde estiverem, espero que se sintam orgulhosos





## Agradecimentos

*"Cada um que passa em nossa vida, passa sozinho, pois cada pessoa é única e nenhuma substitui outra. Cada um que passa em nossa vida, passa sozinho, mas não vai só nem nos deixa sós. Leva um pouco de nós mesmos, deixa um pouco de si mesmo. Há os que levam muito, mas há os que não levam nada. Essa é a maior responsabilidade de nossa vida, e a prova de que duas almas não se encontram ao acaso."*

Antoine de Saint-Exupéry

Era impossível chegar à reta final deste percurso sem agradecer aqueles, que não só passaram pela minha vida, como a tornaram mais rica.

Aos meus pais, que me deram a oportunidade de ingressar na Universidade;

Ao meu irmão, que muitas vezes foi “sacrificado”;

Aos meus avós, que sempre mostraram preocupação;

Aos meus tios, primos e ao João, por compreenderem a minha ausência;

Ao Jason, que encarou este trabalho como a nossa batalha, enfrentada com grandes doses de paciência, carinho e com a sua psicologia invertida;

À Adriana e ao Pauleta, que mereciam não só um simples agradecimento, mas um pedestral, por toda a paciência, preocupação e amizade;

Aos amigos de Oliveira de Azeméis, por serem amigos para a vida. São eles a Marta, a Manu, a Marisa, a Daniela, o Pardal e a Mariana, a quem agradeço toda a ajuda prestada;

Aos amigos que, gentilmente, Coimbra me concedeu e que, a par da minha família, tornaram-se um dos pilares mais importantes destes últimos 7 anos. São eles a Carlinha, a Cátia, a Cláudia, o David, a Filipa, a Marta, o Micael, a Nicole, a Vânia e o Vinícius;

Aos meus colegas de mestrado, sobretudo à Bárbara, pela partilha de conhecimentos e receios durante estes três anos, mas também por todos os momentos agradáveis que me proporcionaram;

Ao Terceiro Esquerdo, o meu primeiro lar na Covilhã, e aos seus residentes, que bem me acolheram e foram incansáveis na minha adaptação à cidade;

A todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a concretização do estudo de público desenvolvido no presente relatório;

À Sara, a minha companheira de estágio: “Valeu a pena? Tudo vale a pena, se a alma não é pequena”;

Ao Museu de Lanifícios, onde todos os colaboradores, sem exceção, foram sempre extremamente acolhedores, preocupados e atenciosos;

À minha orientadora, pela enorme disponibilidade e amizade demonstrada ao longo do período de estágio;

Ao meu orientador, por toda a atenção, motivação e disponibilidade;

À Covilhã, a encantadora “Cidade Neve”, que facilmente me conquistou;

E a Coimbra, cujas palavras são escassas para agradecer o que me ofereceu durante estes 7 anos.

A todos, e a cada um, o meu eterno **obrigada!**

# Índice

<b>Índice .....</b>	<b>11</b>
<b>Lista de siglas.....</b>	<b>13</b>
<b>Introdução.....</b>	<b>135</b>
<b>Capítulo I - Covilhã: “Uma cidade tecida nos fios do tempo” .....</b>	<b>19</b>
1. Enquadramento.....	20
2. A cidade dos lanifícios .....	22
3. A cidade universitária .....	29
4. Os vestígios de um passado industrial .....	31
4.1 O património tangível.....	32
4.2 Património intangível - Memórias de um antigo operário.....	35
<b>Capítulo II - Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior.....</b>	<b>41</b>
1. Enquadramento.....	42
2. Origem e evolução.....	44
2.1 História .....	44
2.2 O Acervo .....	48
3. Organização e Estratégia .....	54
3.1 Espaços, equipamentos e serviços disponibilizados .....	54
3.2 Atividades de gestão .....	57
3.3 Serviço Educativo e Atividades.....	60
3.4 Comunicação .....	62
4. Público (s) .....	67
<b>Capítulo III - Estudo de Público: Jovens Universitários da UBI .....</b>	<b>69</b>
1. Amostra .....	70
1.1 Dimensão da Amostra Requerida .....	71

2. Metodologia .....	72
4. Discussão dos resultados.....	94
<b>Capítulo IV - Propostas de intervenção .....</b>	<b>99</b>
1. Propostas específicas .....	101
1.2 Aplicação prática das propostas.....	115
1.3 Projetos .....	117
1.3.1 “Há Música no Museu – Comemorações do Dia Internacional da Música”	117
1.3.2 “Celebrações dos 250 anos da Fundação da Real Fábrica de Panos” .....	119
2. Propostas Gerais - Projeto de Turismo Industrial de S. João da Madeira: um exemplo para a Covilhã.....	133
<b>Conclusão.....</b>	<b>141</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>145</b>
<b>Documentação .....</b>	<b>179</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>182</b>
<b>Índice de Tabelas .....</b>	<b>186</b>
<b>Índice de Gráficos .....</b>	<b>187</b>
<b>Índice de Anexos.....</b>	<b>189</b>

## Lista de Siglas

- ANIL – Associação Nacional de antigos Trabalhadores da Indústria de Lanifícios
- CD/ AH – Centro de Documentação/ Arquivo Histórico
- CEE – Comunidade Económica Europeia
- CREA – Centro de Recursos de Ensino e Aprendizagem
- EFTA – Associação Europeia de Comércio Livre
- GPA – Grupo Planeamento e Arquitetura
- ICOM - International Council of Museums
- IPPC - Instituto Português do Património Cultural
- IPC – Instituto Politécnico da Covilhã
- IUBI – Instituto Universitário da Beira Interior
- MUSLAN – Museu de lanifícios da Universidade da Beira Interior
- RFP – Real fábrica de Panos
- RFV – Real Fábrica Veiga
- UBI – Universidade da Beira Interior



## Introdução

Em novembro de 2012 iniciou-se o estágio curricular que se encontra na génese do presente relatório. Este decorreu em dois períodos, o primeiro de novembro a maio e o segundo de abril a junho. A Covilhã foi a cidade escolhida para a sua realização, uma vez que é caracterizada por um forte passado industrial, que a tornou fértil ao nível do património industrial, tanto material, como imaterial. Após a escolha da cidade, desenvolveram-se algumas pesquisas, no sentido de analisar, de forma breve, o que tem sido feito pelas várias entidades do concelho para garantir a salvaguarda, a preservação e a rentabilização desse espólio resultante da desindustrialização, das quais se destacou a Universidade da Beira Interior, pela sua política de património cultural. Esta desenvolveu um projeto pioneiro na reabilitação e reutilização de parte dos edifícios fabris abandonados, que se traduziu na regeneração da cidade aos níveis socioeconómico e cultural. Ao reabilitar os edifícios industriais da cidade, a UBI tornou-se, igualmente, responsável pela preservação da sua história e memória. Para garantir que as estruturas encontradas durante as obras de reconversão dos edifícios em Instituto Politécnico da Covilhã fossem salvaguardadas, essa área foi musealizada, o que deu origem ao atual Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, que devido à sua história e características, foi eleito como entidade de acolhimento para o desenvolvimento do estágio curricular.

O MUSLAN encontra-se sob a tutela da Universidade da Beira interior, apresentando-se à comunidade através de três núcleos e um Centro de Documentação/Arquivo Histórico. A importância da sua criação é inegável, pois garantiu aglomerar num só espaço, o espólio que se encontrava disperso, garantindo que a identidade da cidade fosse preservada e que o esforço daqueles que fizeram dela a “Manchester portuguesa” fosse reconhecido, através da salvaguarda e transmissão das suas memórias às gerações vindouras.

O estágio, assim como o presente relatório, têm como principal meta o desenvolvimento de propostas para o Museu, quer a nível do património, como das valências que este disponibiliza e que são suscetíveis de uma gestão e programação estratégicas, traduzindo-se numa maior potencialização e rentabilização. No entanto, para alcançar o objetivo pretendido, foi crucial o desenvolvimento de um trabalho contínuo, em que se optou metodologicamente por proceder à recolha de informação,

através da consulta de fontes bibliográficas e documentais, à realização de entrevistas (Dra. Helena Correia, gestora do Museu, e a um antigo colaborador do Museu e da indústria de lanifícios), assim como, à realização e distribuição de inquéritos por questionário aos jovens estudantes da UBI, com idades compreendidas entre os 18 e 30 anos. Desta forma, foi possível aprofundar o conhecimento sobre vários conceitos, tais como património industrial, museu e públicos, conhecer interiormente o património passível de gestão e a entidade de acolhimento, assim como a comunidade em que esta se encontra inserida, que devido ao tempo limitado se centra apenas nos jovens universitários.

No desenvolvimento do estágio foram consideradas quatro etapas, que se interligam entre si (anexo I). A primeira etapa desenvolveu-se em duas fases, que dão origem aos dois primeiros capítulos do presente relatório, respetivamente, constituindo um período de enquadramento e de integração na cidade e no Museu de Lanifícios. O primeiro capítulo, relativo à história e património da Covilhã, resulta do levantamento de informações referentes à cidade e ao conceito de património industrial, sendo que os conhecimentos apreendidos foram obtidos não só através de pesquisas bibliográficas, mas também recorrendo a conversas informais com pessoas que nasceram, cresceram e envelheceram na cidade e que a conhecem de forma mais humana. Nesta fase, estão igualmente incluídos os percursos de reconhecimento realizados pela cidade, devido ao seu contributo complementar para a materialização do que foi visto nos livros. O segundo capítulo, por sua vez, resulta da recolha de informação sobre a entidade de acolhimento. Numa fase inicial, o capítulo apresenta a evolução do contexto de museu e contextualiza o aparecimento do Museu de Lanifícios na história da Covilhã, assim como apresenta a evolução histórica e a importância dos seus núcleos para a cidade. Não obstante, esta análise pretende ir além da função tradicional de um museu objetivando a apresentação do MUSLAN como um museu para salvaguardar, preservar, inventariar e colecionar, mas também para investigar, educar, valorizar a sociedade onde se insere, informar e comunicar, tornando-se um espaço promotor e dinamizador de cultura, cujo principal enfoque deve ser público que o visita e o público potencial. Sendo,



de igual forma, necessária a sua análise como uma organização<sup>1</sup>, é, ainda, apresentado como um conjunto de pessoas que se organizam hierarquicamente, cooperando entre si para formar uma estrutura organizada com uma estratégia própria, orientada para alcançar objetivos concretos, sobretudo socioculturais, e que carece de uma gestão eficaz de forma a rentabilizar os seus serviços para obter destes retorno cultural, patrimonial e social.

A segunda etapa do estágio, correspondente ao terceiro capítulo do presente relatório, desponta a partir da análise do total de visitantes do Museu, através da qual se verificou que este número se encontrava aquém do que seria previsível, sobretudo devido ao património, às instalações, às valências e às atividades por ele disponibilizados. Nesse sentido, e tendo em atenção que o Museu se encontra numa sociedade cada vez mais exigente, é imprescindível uma constante adaptação às expetativas dos diferentes públicos, o oposto do que acontecia quando os museus estavam muito centrados nas suas coleções e a preocupação demonstrada para com os públicos era diminuta, sendo a sua comunicação realizada de forma indiferenciada, como se as expetativas em relação aos vários museus fossem as mesmas. Tendo por base esta problemática e que um dos atuais objetivos do Museu de Lanifícios é atrair a si um maior número de público jovem universitário, com quem este partilha instalações, ao longo do estágio foi aprofundado o conhecimento sobre este público. O presente relatório apresenta o estudo realizado através da distribuição inquéritos por questionário, com o objetivo de aferir as várias características dos jovens universitários: os seus hábitos e motivações culturais, a sua relação com museus, no geral, e com o Museu de Lanifícios, em particular. Neste sentido, são desenvolvidas as pesquisas necessárias para a elaboração deste tipo de estudo. Na última parte do capítulo foram expostas as conclusões retiradas da análise dos inquéritos por questionário, que deram origem à terceira fase do estágio.

O estudo minucioso sobre as várias vertentes do Museu e o apuramento das características do público jovem universitário culminaram na terceira etapa do estágio, que deu origem ao quarto e último capítulo, que consistiu na elaboração de propostas de intervenção. Numa primeira fase, são elaboradas propostas específicas objetivando a

---

<sup>1</sup> Segundo a definição apresentada por NESTEL, G., The road to ISO 14000 p.65., Organização é uma companhia, firma, empresa, associação ou qualquer outra instituição operacional, com ou sem fins lucrativos e de carácter público ou provado.

melhoria da comunicação e a dinamização da programação do MUSLAN, pretendendo uma maior rentabilização dos recursos existentes e a melhoria da sua imagem perante o público, através do aperfeiçoamento da forma como comunica. Por sua vez, a segunda parte do capítulo objetiva a apresentação de uma proposta geral para potenciar o património industrial existente na Covilhã e fomentar a união das várias entidades relacionadas com os lanifícios. A proposta tem como modelo o projeto de Turismo Industrial de S. João da Madeira, por ser um exemplo de sucesso ao nível da rentabilização do património industrial, que adaptado às especificidades da cidade serrana poderá ser um motor de desenvolvimento económico, cultural e social, acrescentando valor à indústria de lanifícios. Este último capítulo engloba, ainda, a quinta etapa do estágio, que se realizou posteriormente, durante os meses de maio e junho de 2014, e que teve a importância de complementar as etapas anteriores, assim como, ser um teste à aplicabilidade e à verosimilidade das propostas apresentadas, consistindo na utilização das sugestões expostas, anteriormente, ao Museu. Neste sentido, e devido à importância da data para o Museu e para a própria cidade, foi desenvolvido e aplicado o projeto “Comemorações dos 250 anos da Real Fábrica de Panos”, com atividades direcionadas para os vários públicos, que permitiu colocar em prática as competências de gestão e programação do património cultural apreendidas, assim como, aumentar as de planeamento, organização e execução de projetos culturais.

## **Covilhã: “Uma cidade tecida nos fios do tempo”<sup>22</sup>**

Entender a importância do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior obriga a que se conheça previamente o contexto histórico e patrimonial da cidade onde está inserido, neste caso da Covilhã. Definir os traços identitários e clarificar alguns dos factos mais marcantes da sua história contribuirá para que melhor se compreenda a importância e significado do MUSLAN, principalmente, porque a sua criação permitiu elevar a património as memórias industriais da cidade. Estas, por sua vez, constituem os principais pilares do próprio Museu.

No presente capítulo pretende-se contextualizar a evolução da indústria de lanifícios através da exposição da história, património e cultura da Covilhã, com o objetivo de auxiliar na perceção da razão pela qual uma cidade, anteriormente marcada pelo saber técnico, se reconverteu numa cidade do conhecimento, devido à instalação da Universidade da Beira Interior. Procura-se, também, uma reflexão sobre o verdadeiro valor das ruínas industriais resultantes da desindustrialização e respetiva salvaguarda e preservação.

---

<sup>22</sup> FARIA, Ana (coord.), *Roteiro dos Museus e Espaços Museológicos da Região Centro*, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, 2010.

# I. Enquadramento

O concelho da Covilhã localiza-se no distrito de Castelo Branco, região centro de Portugal, constituindo a par de Belmonte e do Fundão, a sub-região da Cova da Beira. A norte faz fronteira com o distrito da Guarda, confrontando-se com as cidades da Guarda, Manteigas e Seia, a oeste com o distrito de Coimbra, com os concelhos da Pampilhosa da Serra e Arganil, a sul com o concelho do Fundão e a este com o concelho de Belmonte (anexo 2).

O povoamento do território que atualmente pertence ao concelho da Covilhã é bastante antigo, o que pode ser comprovado através dos vestígios encontrados na região, como os castros lusitanos, que provam uma ocupação posterior à romanização. No século XVI, apesar de não se localizar na costa, já era considerada uma das principais vilas do reino, devido ao seu papel nos descobrimentos, pois foi desta cidade e arredores que partiram descobridores importantes, como o Infante D. Henrique, Pêro da Covilhã e Pedro Álvares Cabral. No entanto, o maior reconhecimento que lhe é devido diz respeito ao papel que teve na indústria portuguesa, na qual se destacou de tal forma na região e no país que foi apelidada como a “Manchester portuguesa”<sup>3</sup>.

Segundo Luiz Fernando Carvalho Dias<sup>4</sup>, “na Covilhã concorreram circunstâncias especiais que podemos circunscrever a elementos étnicos - uma importante colónia de cristãos novos; a elementos naturais - as águas e as gredas; a elementos históricos – a tendência dos seus habitantes para esta indústria desde tempos remotos, as correntes dos gados na transumância, quer do norte, quer de Espanha; a situação geográfica de zona fronteira, um comércio desenvolvido. Tudo concorreu para elevar o velho burgo de D. Sancho à grande colmeia dos lanifícios portugueses.”<sup>5</sup> Ao situar-se na encosta

---

<sup>3</sup> Foi na cidade de Manchester (Inglaterra, Reino Unido) que se aplicou pela primeira vez a máquina a vapor, em 1789, tendo um papel primordial na Revolução Industrial. Atualmente é ainda um centro industrial e económico com grandes dimensões e a sede administrativas de muitas companhias.

<sup>4</sup> Luiz Fernando Carvalho Dias (1914-1991) foi um ilustre covilhanense, com formação em Direito, dedicou-se à investigação histórica, compilando, na Torre do Tombo, um vasto número de documentos relativos à história dos lanifícios, tendo resultado na publicação de 6 volumes da "História dos Lanifícios", sobre o período de 1750/1834. Publicou, também, "Heitor Pinto - Novas Achegas para a sua Biografia", Os "Lanifícios na Política Económica do Conde da Ericeira" e "Forais Manuelinos".

<sup>5</sup> Algumas das reflexões não revistas por Luiz Fernando Carvalho Dias sobre temas relacionados com os lanifícios, a Covilhã, mercadores e Cristãos-Novos, que se encontram disponíveis no *blogspot* “Covilhã, subsídios para a sua história”. [Consult. a 10 de novembro de 2012]. Disponível em: [http://covilhasubsidiosparasuahistoria.blogspot.pt/2013\\_07\\_01\\_archive.html](http://covilhasubsidiosparasuahistoria.blogspot.pt/2013_07_01_archive.html)].

nascente da serra da Estrela, a uma altitude entre os 450 a 800m e num espaço rico em diversidade, a Covilhã tornou-se propícia a uma autossustentabilidade garantida pela agropecuária (possibilitada através das abundantes pastagens frescas, perenes e apetecíveis para o gado lanar), pela caça, pela pesca nos rios e ribeiros e pela abertura mercantil. A sua localização geográfica privilegiada permitiu-lhe, igualmente, o fácil acesso à matéria-prima e ao combustível das matas serranas, o que lhe proporcionou as condições necessárias para desenvolvimento da atividade dos lanifícios.

Hidricamente a Covilhã é alimentada por várzeas do rio Zêzere e pelas ribeiras da Goldra, a sul, e da Carpinteira, a norte. Estas últimas descem da Serra da Estrela e delimitam o tecido urbano da cidade, encontrando-se na génese da implantação da indústria de lanifícios, por permitirem as facilidades hídricas necessárias para as diferentes fases dos processos industriais. O tecido urbano da cidade e os seus anéis de crescimento submeteram-se rigorosamente, para que fosse retirado o máximo proveito dos recursos energéticos oferecidos, o que favoreceu o desenvolvimento de uma paisagem industrial ao longo das ribeiras, ainda hoje visível através de um interessante núcleo de arqueologia industrial, constituído por dezenas de edifícios industriais localizado junto a estas ribeiras. Os seus caudais em declive foram aproveitados, desde o século XIX, para a instalação das primeiras rodas de propulsão vertical racionalizadoras de água.

Poucas são as cidades que conseguiram manter uma atividade económica regular durante séculos como a Covilhã. Apesar da acentuada desindustrialização dos anos oitenta ter acelerado a mudança de paradigma em que a cidade se revia para um completamente diferente, em que a maioria dos edifícios fabris foram abandonados e outros deram lugar a uma prestigiada instituição de Ensino Superior, a produção de lanifícios continuou a prosperar, contudo numa escala diferente. Atualmente, a Universidade da Beira Interior é o grande motor de desenvolvimento económico, social e cultural da cidade e a responsável por levar o seu nome a todo o mundo. Não obstante, a Covilhã continua a ter uma forte indústria de lanifícios, o que se pode confirmar através do grupo Paulo de Oliveira, “o maior produtor de lanifícios de Portugal e da Europa”<sup>6</sup>,

---

Disponível em: [http://covilhasubsidiosparasuahistoria.blogspot.pt/2013\\_07\\_01\\_archive.html](http://covilhasubsidiosparasuahistoria.blogspot.pt/2013_07_01_archive.html)].

<sup>6</sup> “Paulo Oliveira aumenta património”, Jornal do Fundão, Edição *Online*. [Consult. 5 de novembro de 2012]. Disponível em:

<http://www.jornaldofundao.pt/noticia.asp?idEdicao=105&id=6637&idSeccao=986&Action=noticia>.

a Penteadora, a Tessimax e a A. Saraiva, fornecedores das grandes marcas têxteis mundiais como a *Hugo Boss*, *Armani*, *Zegna*, *Marks & Spencer*, *Yves St. Laurent*, *Calvin Klein* e *Christian Dior*. Porém, já não mobiliza a comunidade, nem tem o mesmo impacto de outrora.

Existe, em Portugal, a Associação Nacional dos Industriais de Lanifícios (ANIL), que, em 1971, albergava 124 empresas e que, na atualidade, inclui 15 empresas do concelho. As atuais são as que conseguiram transformar as adversidades em oportunidades: menos unidades, de maior dimensão e produtividade acrescida.

## 2. A cidade dos lanifícios

*“A maior casa pertencia, então, ao deus do povoado. Mas, um dia, na Covilhã, ergueu-se uma casa maior do que a do deus. Era a primeira fábrica de tecidos.”*

Ferreira de Castro, *A Lã e a Neve*<sup>7</sup>

Definir uma data para o início da produção laneira na Covilhã é uma tarefa difícil. Desde a Idade Média que o engenho caseiro da lã apresentava alguma prosperidade, o que era visível pela produção de novos produtos, como as baetas<sup>8</sup>, os panos baixos e grossos, os feltros e as mantas da terra, e pela manutenção dos tradicionais, como os buréis<sup>9</sup> e almáfega<sup>10</sup>. Em 1186, foi concedido foral à Vila da Covilhã por D. Sancho I, posteriormente, confirmado por D. Afonso II, um sinal da sua relevância económica. Aos

---

<sup>7</sup>SANTOS, Ana Catarina Santos, *Estudo do tecido operário têxtil da Cova da Beira*. Sindicato dos Trabalhadores do Sector Têxtil da Beira Baixa, 2007, pág. VII.

<sup>8</sup> Trata-se, de acordo com o Dicionário de António de Moraes Silva, de um tipo de tecido de lã grosseiro e felpudo (Silva, 1844:277).

<sup>9</sup> Tratar-se-ia de um tipo de pano grosseiro feito de lã churra, podendo ser branco ou preto e que foi utilizado nas vestes dos frades capuchos (Silva, 1844:340)

<sup>10</sup> Esta designação aplica-se a um tipo de burel branco ou preto que se destinava a cobrir as albardas (Silva, 1844:100).

habitantes da Vila foram atribuídos privilégios<sup>11</sup> para fixar a população e incentivar o comércio<sup>12</sup>.

No Renascimento inicia-se a construção das primeiras oficinas artesanais na ribeira da Goldra, destinadas à lavagem de lãs e ao acabamento dos tecidos, constituídas por lavadouros, tendas, tinturarias e pisões. A divisão do trabalho conduziu, naturalmente, ao aperfeiçoamento da produção de tecidos que, conseqüentemente, originou profissões mais especializadas nas operações de cardação, fiação, tecelagem, apisoamento, tosagem e tinturaria.<sup>13</sup> A partir de 1495, muitos cristãos novos refugiaram-se na Covilhã, que por ser uma zona transfronteiriça e isolada, era um lugar seguro porque os mantinha longe da Inquisição<sup>14</sup>, com a vantagem de se mostrar uma Vila rentável para os negócios. A comercialização e a transformação dos lanifícios encontravam-se, frequentemente, ligadas aos cristãos novos e o fluxo de capitais proveniente destes foi muito importante para o investimento feito ao longo da ribeira da Carpinteira, que viu várias oficinas instalarem-se no seu curso.<sup>15</sup>

O progresso da indústria dos lanifícios, mesmo ainda sendo artesanal, já era referenciado no século XVI. Gil Vicente representou em Coimbra a “Tragicomédia pastoril da Serra da Estrela”, onde é anunciada a chegada do pastor Gonçalo, que trazia presentes das Beiras, alguns deles “os muitos panos finos que se fazem lá”, que viriam a

---

<sup>11</sup> Alguns desse privilégio foram os seguintes: “Os moradores da Covilhã estavam isentos de portagem; Todos os cidadãos ainda escravos, que habitassem a Covilhã, por mais de um ano, ficariam livres, como os seus descendentes e aptos para todas as honrarias; Os cavaleiros, por justiça e dignidade, eram considerados infanções; Todos os moradores não pagavam impostos, senão por fôro da terra; Os homens da Covilhã estavam isentos de préstamos.”

<sup>12</sup> SANTOS, Ana Catarina Santos, *Estudo do tecido operário têxtil da Cova da Beira*. Sindicato dos Trabalhadores do Sector Têxtil da Beira Baixa, 2007, págs. 8 e 9.

<sup>13</sup> SANTOS, Ana Catarina Santos, *Estudo do tecido operário têxtil da Cova da Beira*. Sindicato dos Trabalhadores do Sector Têxtil da Beira Baixa, 2007, págs. 8 e 9.

<sup>14</sup> Com a conversão forçada do fim do séc. XV e o estabelecimento da Inquisição, em 1536, o judaísmo português foi proibido e oprimido. Os judeus passaram a ser Cristãos-Novos. Por causa das perseguições, muitos judeus partiram para países estrangeiros, mas os outros ficaram em Portugal. Destes últimos, uma maioria não abjurou a sua fé judaica mas, como não a podiam professar publicamente, recorreram à ocultação religiosa. Assim nasceu o criptojudaísmo, que manteve vivas as tradições judaicas dos cristãos-novos, descendentes do velho judaísmo português. Ao nível económico e mesmo ideológico, os cristãos-novos constituíram um sector burguês muito saliente em Portugal. Em geral, ocupavam a sua atividade profissional nos diversos ofícios e no comércio. A Inquisição foi extinta em 1821, mas o criptojudaísmo tinha ganho tão arraigado hábito que se manteve aceso em muitas povoações de Trás-os-Montes e da Beira Interior durante todo o séc. XIX, grande parte do séc. XX, e particularmente em Belmonte.

<sup>15</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, *A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade*. Ubimuseum, p. 5.

ser qualificados como “panos covilhães”, por Diogo do Couto (1542-1616) <sup>16</sup>e, igualmente, individualizados por Duarte Nunes de Leão (1528-1608). O culto do trabalho era já uma característica notória nas pessoas da Covilhã, de acordo com José Vicente Milhano, “não é a vontade simples de viver, lutar e trabalhar... mas sim a ânsia de um trabalho perfeito, competitivo, para conseguir melhor que o vizinho”.<sup>17</sup>

Em 1570, a então Vila, recebe o título de “notável”, por D. Sebastião, devido aos serviços prestados ao país. Três anos mais tarde, para alcançar o aperfeiçoamento da indústria têxtil, mas também, a proteção em relação à concorrência estrangeira, o referido rei promulga o Regimento dos Panos. Este fomenta, igualmente, a organização manufatureira do trabalho dos lanifícios na Covilhã, com a criação da designada Fábrica D’ El Rei, o que deu origem à primeira empresa têxtil da Vila e a melhor do reino, onde se fabricavam os padrões primários destinados a outras fábricas, como Portalegre e Estremoz <sup>18</sup>. A organização da mesma previa “elevados níveis de consumo, mas os mesmos não se viriam a constatar”<sup>19</sup>, devido à discriminação dos portugueses em relação à produção nacional e à sua preferência pelos tecidos espanhóis, ingleses e franceses. Até ao reinado de D. João VI, todas as atenções estavam voltadas para os descobrimentos e a produção de lanifícios apenas servia para abastecer as classes menos abastadas.

Em 1677, na ribeira da Carpinteira, é fundada por D. Pedro II a Fábrica de Sarjas e Baetas, uma manufatura régia dotada de pisão. Tinte e prensa, também conhecida como Fábrica Velha. Para essa manufatura foram contratados por cristãos-novos na Irlanda, artesãos especializados, como estambradores, tecelões e fiandeiras para desenvolver a qualidade da produção local. A primeira tentativa de estagnar a excessiva importação dos tecidos estrangeiros que deixava Portugal dependente, surge com o ministro de Estado da altura, o Conde da Ericeira, que ordenou que não se podiam usar outros

---

<sup>16</sup> Diogo Couto (1528-1608), antigo historiador português, usa a expressão no livro Soldado Prático, que pretender ser uma crítica ao sistema administrativo, militar e político da Índia portuguesa de inícios do século XVII.

<sup>17</sup> MILHANO, José Vicente, *Covilhã: Um passado que futuro?* Covilhã, 1992 p. 13.

<sup>18</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, *A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade*. Ubimuseum, p. 5.

<sup>19</sup> SANTOS, Ana Catarina Santos, *Estudo do tecido operário têxtil da Cova da Beira*. Sindicato dos Trabalhadores do Sector Têxtil da Beira Baixa, 2007, pág. 11.



“pannos negros, ou de cor, não sendo fabricados dentro do reino”<sup>20</sup>, a 9 de Agosto de 1686.

Devido a vários fatores, na primeira metade do século XVIII, a indústria covilhanense sofreu uma grave crise de desenvolvimento. Um deles foi a assinatura com Inglaterra, a “velha aliada” e principal fornecedora de panos para Portugal, do Tratado de Methuen, durante o reinado de D. Pedro II, que expôs o país à concorrência estrangeira. No entanto, o que mais contribuiu para a crise que se instalou foram as perseguições feitas por parte da Inquisição, a importantes cristãos novos relacionados com a produção de tecidos. Numa tentativa de contornar a crise que se fazia sentir, em 1710, D. João V, pretendendo o desenvolvimento de uma estratégia de proteção dos panos nacionais, estabeleceu com a Covilhã o contrato de fabrico dos fardamentos para o exército, passando os tecidos covilhanenses a deter o monopólio da produção. Tal é referido e descrito pelo Padre Cabral Pina, em 1734, “Ha nesta Vila o Contrato dos panos, donde vão para todo o Reino, e para a Vestiaria dos Soldados e huma das cousas notavaes deste Povo. Para este contrato ha 65 tiaras, que ocupão 130 pessoas, 15 Pizões nas duas ribeiras, que ocupão mais de 60 pessoas, 14 Tendas de prensar e tozar, que ocupão 50 pessoas, 8 Tintes de varias cores, e dous mais de azul de dornas estes tintes de cores tem hoje menos uso depois que El-Rei ordenou fosse a dita vestiaria somente de cor branca. Tem mais El-Rei na Ribeira da Carpinteira huma fabrica sua com pizão, tinte, e prença que ocupará vinte pessoas. Os officiaes de carda, e mulheres, que fião a lan são innumeraveis”<sup>21</sup>.

Nesta época, já quase toda a população se encontrava envolvida nos diferentes trabalhos relativos à produção de lanifícios, o que deu corpo ao adágio “*se os filhos de Adão pecaram os da Covilhã sempre cardaram*”. Apesar de exagerado, pode mais uma vez verificar-se a importância que os lanifícios tinham para a cidade como fonte de rendimento e trabalho. Corria o reinado de D. José quando foi edificada, por intervenção do seu primeiro-ministro, Marquês de Pombal, com a orientação da Junta do Comércio, a Real Fábrica de Panos. Esta construção teve um importante contributo para a estruturação do tecido urbano, que se alargou às margens da ribeira da Goldra. A área onde foi edificada era bastante ampla, o que permitiu uma construção nova e a integração

---

<sup>20</sup> PEREIRA, Esteves, A Indústria portuguesa – Subsídios para a sua História, Guimarães, Guimarães Ed, 1976, p. 154.

<sup>21</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade. *Ubimuseum*, p.6.

dos edifícios existentes (uma tinturaria e uma Casa da Prensa). A Real Fábrica de Panos detinha as encomendas feitas pela Junta de Arsenal do Exército, mas nem sempre conseguia atender a todas, distribuindo algum trabalho pelas fábricas e oficinas da Covilhã, o que foi benéfico para muitos fabricantes, que viam garantida a laboração das suas unidades. A Real Fábrica dava emprego a 3559 pessoas (2340 pessoas na Covilhã e 1210 no Fundão), além de 2000 em oficinas particulares e outras fábricas.

Ao lado da Real Fábrica de Panos instalaram-se mais três fábricas completas que funcionaram como um grande motor de desenvolvimento da produção. Em 1803, eram já cinco as que se destacavam na Covilhã e que gozavam de privilégios reais. A Fábrica Real era aquela que mais se evidenciava, sendo constituída por três mil trabalhadores. Com menos destaque, mas com relativa importância, seguem-se a Real Fábrica da Viúva Castro, com 85 trabalhadores, a do capitão-mor António José Raposo, na ribeira da Carpinteira, com 268, a do capitão Simão Pereira da Silva, com 119, e a de José Mendes Veiga, com 67. Estas foram as primeiras grandes fábricas que laboraram na cidade usando a energia hidráulica.

Por sua vez, o século XIX, marcado por graves problemas político-militares que atrasaram o desenvolvimento da indústria no país, não foi um século positivo para os lanifícios covilhanenses. As consequências das Invasões Francesas (1807 – 1811), aliadas à liberalização de tecidos ingleses, resultantes da assinatura do tratado de comércio de 1810 com a Inglaterra, e às lutas liberais, arrastaram a indústria nacional para a crise, que incidiu, particularmente, na Covilhã, conduzindo ao encerramento de muitas das suas fábricas. Todavia, o século XIX registou períodos de grande desenvolvimento para a indústria da cidade. Foi a esta crise que se deveu o surto industrial motivado pelas inovações técnicas que se seguiram. Com o fecho das fábricas muitos industriais tiveram de partir para o estrangeiro em busca de melhores condições, o que lhes proporcionou alguma proximidade com os novos processos e equipamentos que surgiam em Inglaterra e França. Esse contacto permitiu-lhes aplicar na Covilhã inovações que desenvolveram a sua indústria.

É, nesta época, que a cidade é designada de “cidade granja/ cidade fábrica” por Manuel Nunes Giraldes<sup>22</sup>. Apesar da paisagem urbana da Covilhã ser extremamente

---

<sup>22</sup> Manuel Nunes Giraldes (1837-1908) foi um notável da Covilhã, professor catedrático na Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra.

industrializada, a dependência em relação à agricultura mantém-se, por ser neste setor que os empresários bem-sucedidos investiam os seus lucros. O processo de estruturação, de 1837 a 1937, da Covilhã como “cidade-fábrica” valeu-lhe o título de “Manchester Portuguesa”. As crianças trabalhavam desde muito cedo nos lanifícios, especializando-se em diversas áreas. Em 1852, é oficializado o ensino técnico por Fontes Pereira de Melo, com o objetivo de formar profissionais nas áreas da indústria, comércio e serviços. Foi com esse propósito que se deu a criação, em 1884, da Escola Industrial da Covilhã. Esta teve um grande impacto para a qualificação dos recursos humanos aplicados na indústria, suprimindo as necessidades de formação de técnicos industriais que se faziam sentir. A relevância que a indústria dos lanifícios tinha para o país justificou que, em 1870, a Covilhã fosse reconhecida como cidade<sup>23</sup>. Esta desenvolveu-se progressivamente até aos finais do século XX, altura em que se assistiu à acentuada desindustrialização da paisagem.

Em 1883, é tomada a importante decisão de se construir a Linha de Caminho de Ferro da Beira Baixa, pelo Presidente do Conselho de Ministros. António Maria de Fontes Pereira de Melo (1819-1887), inaugurada em 1891, trinta e cinco anos depois da inauguração do primeiro troço do país. Como era esperado, o comboio tornou-se um importante marco para toda a região, especialmente, para a Covilhã, que resolveu o problema da falta de transporte para o comércio e indústria. A Covilhã é a cidade que, nesta altura, sofre o maior crescimento demográfico, o que a torna um polo bastante atrativo.

A segunda grande fase de desenvolvimento da indústria dos lanifícios decorreu de 1930 a 1940, em que Portugal beneficiou por não participar diretamente na II Guerra Mundial, o que lhe permitiu exportar para os países beligerantes e passar a fazer parte dos centros industriais mais importantes. No entanto, esta foi a última época de fulgor para a cidade, que viu a segunda metade do século XX marcada por uma profunda mudança estrutural causada pela decadência do modelo de desenvolvimento da indústria local. Numa conjuntura marcada pelo “boom económico do após-guerra”, a Europa industrial desejava mudar a política, ideologias e a sociedade, mas Portugal não esteve à altura desse fervilhar. Porém, foram operadas algumas mudanças, como a sua adesão à

---

<sup>23</sup> Por Decreto de 20 de outubro de 1870. Seguindo-se a Carta régia de D. Luís I, em 16 de janeiro de 1871.

Associação Europeia de Comércio Livre - EFTA, em 1960, que desencadeou a abertura de novas áreas económicas e novos mercados que apostaram na modernização, o que acentuou a perda de competitividade da cidade. Para fazer frente a essa concorrência, era necessário uma resposta pronta no domínio tecnológico, que passava pela renovação e inovação do produto e da gestão empresarial, ultrapassando a esfera familiar a que até agora estava confinada. Ao não conseguirem vencer os obstáculos da reorganização empresarial, muitos empresários refugiaram-se nos mercados coloniais, o que não foi o mais indicado, uma vez que, com a Revolução de 25 de Abril, em 1974, Portugal perdeu as províncias ultramarinas e, conseqüentemente, os mercados onde estes tinham apostado.

A Revolução de Abril despoletou o aumento das greves e trouxe mudanças políticas, sociais, económicas e culturais para o país. Os salários que até então eram contidos, com os novos anos de democracia e com uma nova legislação salarial que introduz os salários mínimos legais, aumentaram significativamente, sobretudo devido às reivindicações por parte dos operários que, salvaguardados pelas recém-criadas comissões de trabalhadores e sindicatos, exigiam o seu aumento. Essas manifestações, a par da crise energética, fizeram estourar uma grave crise estrutural, que arrastou à falência empresas que já se encontravam descapitalizadas e obsoletas, sobrevivendo do baixo preço da mão-de-obra. Algumas delas encontravam-se em fase de reorganização empresarial e em renovação do parque de máquinas, por isso, descapitalizadas. Seguiu-se uma série de falências que transformaram a Covilhã num “espaço social depressivo e sem futuro”<sup>24</sup>. Os amplos e animados espaços industriais que até então fervilhavam de atividade (anexo 3), transformaram-se em espaços fantasmas, sucumbindo a ruínas. A necessidade de sobrevivência conduziu a uma transformação violenta e profunda, que mudou o paradigma social e económico até à altura vigente na cidade.

Atualmente, a Covilhã apresenta-se como o principal polo dinamizador da Cova da Beira, sobrepondo-se às restantes cidades, devido à importância histórica da sua indústria e por se apresentar como um importante centro turístico e universitário. Desenvolve-se em moldes diferentes dos que se desenvolvia no passado, no entanto, a

---

<sup>24</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade. *Ubimuseum*, p. 10.

indústria de lanifícios é agora muito mais produtiva. Esta deslocou-se do centro urbano para os parques industriais da Covilhã e do Tortosendo e adotou um modelo de desenvolvimento apoiado na concentração e verticalização empresarial, na automação e na produção em grande escala.

### 3. A cidade universitária

Numa época em que o futuro da Covilhã era incerto, a esperança renasceu com a instalação de um estabelecimento de ensino superior, em 1973. Com Duarte Simões como primeiro diretor, o Instituto Politécnico da Covilhã (IPC) foi o verdadeiro acelerador da revitalização da cidade, através de uma profunda transformação económica, social e urbana. A instalação do IPC surgiu como a única alternativa para contrariar a tendência de “cidade fantasma” em que a Covilhã se encontrava, tornando-se uma alavanca para um novo ciclo de desenvolvimento.

A Câmara Municipal da Covilhã deliberou, em 1970, que fosse cedido para a instalação do Instituto Politécnico o “conjunto de edifícios e terrenos anexos, tornados devolutos após a extinção do quartel do Batalhão de Caçadores 2”<sup>25</sup>, o edifício que, em tempos, tinha albergado a Real Fábrica de Panos, mandado edificar no reinado de D. José I. Em 1979, foi convertido em Instituto Universitário da Beira Interior (IUBI) e alcançou o estatuto de Universidade da Beira Interior (UBI), em 1986, sendo o seu reitor o Professor Doutor Cândido Manuel Passos Morgado. Segundo José Vicente Milhano, o acontecimento “constituiu, a par da vinda do comboio, o maior melhoramento para a vida da região”<sup>26</sup>.

A desindustrialização conduziu à entrega da paisagem urbana industrial característica da cidade à natureza, que se encarregou de fazer o seu papel, transformando os edifícios industriais em ruínas. A aposta da UBI centrou-se em adaptar

---

<sup>25</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade. *Ubimuseum*, p. 1.

<sup>26</sup> MILHANO, José Vicente - Covilhã: Um passado que futuro? Covilhã: J.V. Milhano, 1992, p. 55.

estes complexos edificados, desvalorizados em termos de cotação comercial, para a instalação de forma concentrada dos seus edifícios universitários, que foram distribuídos pelos Polos I, II, III e, mais tarde, IV. Esta opção de localizar a universidade no tecido urbano da cidade não é única no país, o mesmo já tinha acontecido nas universidades de Coimbra e de Évora, mas de forma gradual, não como na Covilhã onde foi uma alternativa imediata e inevitável. Com os resultados desta transformação a serem visivelmente positivos, após a primeira intervenção na Real Fábrica de Panos, a Autarquia e o Governo apoiaram a continuidade do trabalho, aconselhando a sua implementação também na ribeira da Carpinteira, outro dos antigos núcleos industriais da cidade. Neste cenário, a UBI afirmou-se como um motor de desenvolvimento urbano, comprometendo-se com a missão de manter o prestígio histórico e arquitetónico dos edifícios que ocupa, sem lhes apagar as marcas da identidade industrial que carregam.

Quando grande parte da população se preparava para procurar outras cidades, a universidade apareceu como travão na regressão demográfica e reverteu a situação. Hoje, espaços outrora ocupados por trabalhadores e pelo saber fazer, são ocupados por estudantes qualificados e por um ensino e investigação de qualidade, o que acrescenta uma grande potencialidade de crescimento à Covilhã e à região envolvente. Atualmente, a UBI conta com cerca de 7000 alunos a frequentar licenciaturas, mestrados e doutoramentos, distribuídos pelas faculdades de Artes e Letras, Ciências, Ciências Sociais e Humanas, Ciências da Saúde e Engenharia e dá emprego a centenas de docentes e funcionários. Como confirma Elisa Calado Pinheiro, “a universidade transformou-se num dos principais motores do desenvolvimento local e regional, desempenhando um papel fundamental na criação de novas tecnologias, no encorajamento à criação de empresas e na transferência de conhecimentos aplicados na inovação, a fim de aumentar a competitividade das indústrias locais e nacionais”<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade. *Ubimuseum*, p. 12.

## 4. Os vestígios de um passado industrial

*“Antes que tudo se perca irremediavelmente, salvemos pela descrição e pela estampa, o que ainda resta, dilacerado e partido dos antigos documentos da laboriosidade portuguesa”*

Francisco de Sousa Viterbo, 1896<sup>28</sup>

Nem tudo o que nos foi deixado pelos nossos antepassados chega ao futuro, há uma seleção daquilo a que se reconhece maior valor, através de um rastreio e de várias investigações. Com frequência, as “coisas” perdem o seu significado ou contexto e as suas funções originais, o que as conduz, gradualmente, ao abandono e à destruição. Felizmente, outras são preservadas e a esse legado é atribuído o nome de Património Cultural.<sup>29</sup> Durante muito tempo, o património esteve sobretudo relacionado ao monumental, ao muito antigo e ao que se relacionava com eventos político-militares, o que tornou difícil olhar para os vestígios materiais que possuíam uma função na modelação urbana ou que faziam parte da estrutura económica de uma cidade, como é o caso do património relacionado com a atividade industrial, e identificá-los como Património Cultural.

Como tal, a preocupação com a salvaguarda e preservação deste património é recente, fomentada pela destruição provocada pela II Guerra Mundial e pela aceleração do desenvolvimento tecnológico que se seguiu e que provocou a renovação ou substituição de indústrias em decadência, conduzindo ao rápido desaparecimento de muitos vestígios materiais de mais de século e meio de desenvolvimento económico. Edifícios, máquinas e arquivos precisavam, urgentemente, de ser preservados, o que chamou a atenção de diversos autores que passaram a ter como objeto de estudo o chamado “património industrial”. Nesse sentido, desenvolveu-se uma nova área de investigação dedicada ao estudo e divulgação de vestígios/monumentos industriais: a Arqueologia Industrial, uma atividade científica que compreende a análise histórica, a

---

<sup>28</sup> Em 1896, numa época em que a preocupação com o património deixado pela indústria era nula, o arqueólogo e escritor Francisco de Sousa Viterbo, questionou-se com originalidade sobre uma temática até então desconhecida e que só viria a ser desenvolvida mais tarde: a “arqueologia da indústria”.

<sup>29</sup> Segundo a Lei de Bases do Património Cultural (Lei nº 107/ 2001), Património Cultural são “todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou de cultura portadores de interesse cultural relevante, devam ser objeto de especial proteção e valorização.”

valorização e recuperação dos restos físicos do passado tecnológico e produtivo que, atualmente, vai mais além dos bens físicos móveis e imóveis, abrangendo também vestígios imateriais e memórias que subsistem nas comunidades.<sup>30</sup> Num estudo de Arqueologia Industrial são inseridos como fonte de informação os objetos, as máquinas e aparelhos associados ao processo fabril, tal como os objetos fabricados, mas também, a informação transmitida em texto, fotografia e vídeos. Esta não só chama a atenção para os valores associados ao património industrial, como para o seu potencial, sobretudo no que respeita à sua valorização e reconversão para novas funções.<sup>31 32</sup>

#### **4.1 O património tangível**

A história da produção têxtil tem cerca de 6000 mil anos, sendo a tecelagem da lã já conhecida por volta de 4000 a.C..<sup>33</sup> Segundo José Amado Mendes, é necessário preservar o produto histórico destes milhares de anos, havendo a “obrigação de estudar, valorizar, salvaguardar e transmitir- se possível com valor acrescentado- às gerações vindouras”. Afirma, ainda, que este património “apresenta uma enorme diversidade, pois engloba, entre outras, as seguintes vertentes: saberes-fazer e memórias; culturas técnicas e empresariais; fontes iconográficas, legislativas e documentais; estruturas arquitetónicas e equipamentos tecnológicos; catálogos e amostras de produtos, etc”<sup>34</sup>.

Na Covilhã, a desindustrialização deixou ao abandono centenas de fábricas, dentro dessas fábricas encontrava-se um número infindável de máquinas, de catálogos e amostras, assim como, arquivos de extrema importância para a história da empresa, havendo um conjunto de temáticas que apenas com recurso a esta documentação poderiam ser esclarecidas, como as políticas económicas de várias épocas, o condicionamento industrial durante o Estado-Novo, a evolução tecnológica, os preços

---

<sup>30</sup> TINOCO, Alfredo, *Para uma política de preservação do património industrial em Portugal*. Cadernos de Sociomuseologia nº 42, 2012, p. 28 e 29.

<sup>31</sup> MENDES, José Amado, *O património industrial na museologia contemporânea: o caso português*, Ubimuseum, p. 6

<sup>32</sup> Foram várias as soluções adotadas para dar uma segunda vida aos vestígios industriais e muitos desses edifícios foram transformados em museus, já que a maioria das estruturas fabris é excelente para a exibição de obras de grande porte, que exigem salas de grandes dimensões. Um desses exemplos é o caso do *Tate Modern*, que se alojou numa antiga central termoelétrica.

<sup>33</sup> MENDES, José Amado: *O património da indústria têxtil como fator de desenvolvimento: museologia e turismo cultural*, p. 491.

<sup>34</sup> MENDES, J. M. Amado, *Arquivos empresariais: história, memória e cultura de empresa*, Revista Portuguesa de História, t. XXXV, 2001/2002, p. 376.388.



da matéria-prima e da mão-de-obra, as transformações operadas nos métodos de gestão e de trabalho, questões de contabilidade, o organigrama da empresa, a sua evolução histórica e distância hierárquica<sup>35</sup>. Além de tudo o que restou nas empresas, em casa de cada trabalhador encontravam-se vestígios de um passado ainda muito recente, pelo qual haviam um misto de sentimentos contraditórios (entre o orgulho de ter desenvolvido essa indústria e a amargura pela perda da sua fonte de rendimento), desconhecendo o verdadeiro valor desses vestígios, nem tendo a sensibilidade suficiente para os salvar.

A preservação, manutenção e divulgação deste património é o mais eficaz instrumento de transmissão da história e dos factos em torno do labor para as gerações seguintes, pois mantém viva a lembrança daqueles que participaram na construção da indústria e os momentos em que os factos significativos para essa construção ocorreram.

As intervenções realizadas pela UBI procuraram, acima de tudo, respeitar o passado histórico dos edifícios, mudando o aspeto físico, mas mantendo a identidade que lhes pertence, o que permitiu “conjuguar história e tradição com inovação, modernidade e desenvolvimento”<sup>36</sup>. Os edifícios foram devolvidos à cidade depois de terem sido recuperados, preservados e de estarem prontos para ser reutilizados. Por se encontrar em constante intervenção, a paisagem cultural da Covilhã pode ser considerada uma “paisagem cultural evolutiva”.<sup>37</sup>

O “Atelier GPA – Grupo Planeamento e Arquitetura” foi o mentor do modelo de reabilitação arquitetónico empreendido no Pólo I da universidade, cuja equipa responsável foi liderada pelo arquiteto Bartolomeu da Costa Cabral, que nas suas intervenções procurou valorizar o passado do edifício, articulando-o com as novas construções. Face aos excelentes resultados obtidos nesta experiência piloto, pretendeu-se que as intervenções tivessem continuidade com supervisionamento deste arquiteto, o que aconteceu de 1973 a 2004. Na segunda fase de intervenção, na Real Fábrica de Panos, foram postas a descoberto estruturas arqueológicas pertencentes às

---

<sup>35</sup> MENDES, J. M. Amado, Arquivos empresariais: história, memória e cultura de empresa, Revista Portuguesa de História, t. XXXV, 2001/2002, p. 376.388.

<sup>36</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade. *Ubimuseum*, p. 13.

tinturarias do edifício pombalino ou a uma preexistência anterior. Essas estruturas foram designadas por “poços cilíndricos, fornalhas e caleiras”. Descobriram-se, também, chaminés e arcos de volta perfeita, numa área da sala que passou a ter como designação “Sala dos Arcos”, assim como, a rede de esgotos do edifício e um depósito de água.<sup>38</sup> Nesta fase, a Direção Geral do Património Cultural foi notificada da descoberta destas estruturas com alto valor museológico, sendo solicitado apoio técnico e financeiro para a sua preservação. A Comissão Instaladora do IPC comprometeu-se a não prosseguir as obras nas áreas em causa e a fazer as alterações necessárias no projeto, de forma a preservar as estruturas. Até à atualidade, apenas esse “Conjunto de Fornalhas e Poços Cilíndricos da antiga Tinturaria da Real Fábrica de Panos da Covilhã” obteve a classificação de Imóvel de Interesse Público (Dec. 28/82, DR 47 de 26-02-1982). Em 1986, foi iniciado o processo de musealização dessa área. A reconversão de edifícios iniciou-se no Pólo I, no entanto estendeu-se a outros espaços industriais (anexo 4).

Ao observar-se a cidade percebe-se que existe na sua arquitetura a presença de mais de uma centena de unidades fabris, algumas repletas de arquivos e objetos abandonados, ornamentadas com chaminés que invocam e perpetuam os indivíduos que por lá passaram. O IPC guiou a cidade pelo caminho certo para se reerguer por outra via que não o setor secundário, no entanto, esse caminho ainda não está totalmente percorrido. Hoje em dia, o património que a Covilhã tem classificado é apenas um reflexo turvo do passado, que nem quantitativamente ou qualitativamente, reflete o valor histórico e o peso económico que a indústria de lanifícios teve para a cidade. A necessidade de manter a sua identidade, numa época em que os alicerces identitários desmoronavam e se apostava no sector terciário, em detrimento do secundário, fomentou a importante missão de valorizar o património industrial e de memórias que a cidade possui, valorizando-o como a “referência histórica por excelência da cidade”<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, *A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade*. Ubimuseum, p. 14

<sup>39</sup> PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, *A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade*. Ubimuseum, p. 13

## 4.2 Património intangível - Memórias de um antigo operário

*“Mais importante do que as máquinas, são os Homens e as suas memórias.”*

Elisa Calado Pinheiro <sup>40</sup>

A palavra memória vem do grego “*mnemis*”, ou do latim “*memória*”, denota significado de conservação de uma lembrança. Apesar de se conotar a algo do passado e de se distinguir do presente, é aquilo que o compõe. A vida é um contínuo fazer de memórias, existindo tantos tipos de memórias como de experiências. O sociólogo francês Maurice Halbwachs pesquisou detalhadamente sobre a “estrutura social da memória”, distinguindo a memória individual da memória coletiva, encarando a primeira com a sua natural subjetividade, alheia a grandes linhas interpretativas e integradora da memória coletiva, obedecendo sobretudo à necessidade vital de preservação e transmissão de experiências plurais e únicas. É formada pela coexistência dentro de um grupo, tensional e nem sempre pacífica, de várias memórias (pessoais, familiares, grupais, regionais, nacionais, etc), em permanente construção devido à mudança do presente em passado e às conseqüentes alterações ocorridas no campo das representações do pretérito. A formação do *eu* está dependente da forma como cada indivíduo se relaciona com os valores da sociedade e grupos em que se insere e como, analisando o seu passado, organiza o seu futuro como projeto. Esta é a chamada memória coletiva, caracterizada por um certo simbolismo, pois os dados do passado que o indivíduo escolhe são planeados e os valores e referências sobrepõem-se à procura da verdade do acontecimento.

A memória só pode desempenhar a sua função social através do reavivamento de traços/vestígios do que já não existe, sem eles não há representação memorial. Esta nunca se desenvolverá no interior dos sujeitos, sem suportes materiais, sociais e simbólicos. Por conseguinte, o seu conteúdo é inseparável dos seus campos de objetivação, ou seja, linguagem, imagens, relíquias, lugares e monumentos, e dos ritos que o reproduzem e transmitem. “A memória, compreendemos melhor, elabora-se a

---

<sup>40</sup> FERREIRA, Andreia, O Museu está vivo, *URBI*, junho 2004  
([http://www.urbi.ubi.pt/040615/pdfs/9a\\_sugestoes.pdf](http://www.urbi.ubi.pt/040615/pdfs/9a_sugestoes.pdf))

partir da ausência, e com pé fincado no presente, volta-se para a frente. Nesse terreno, as mais aparentemente insignificantes lembranças são artigos de valor, sendo necessário guardá-las, sabendo do risco que se corre com a perda desse que é o nosso mais valioso e invisível património”, elucida Cristina Freire.<sup>41</sup>

A memória está viva quando se transforma, quando se associa a novos usos e contextos, sendo crucial difundir e transmitir a tradição e saberes associados aos lanifícios. As histórias dos trabalhadores, o saber-fazer, os ritos, as tradições são cruciais para entender a sociedade em que o património material está inserido. Essas memórias estão entranhadas no meio, sedimentadas na saudade e na procura de registos que descrevam aquilo que foi outrora. Muitas são as histórias que os antigos trabalhadores da indústria de lanifícios têm para contar, são elas que efetivam a importância do património material da cidade.

José Manuel Fernandes<sup>42</sup>, de sessenta e dois anos e residente na freguesia de Boidobra, concelho da Covilhã, é um dos muitos operários que dedicou grande parte da sua vida à indústria de lanifícios. Iniciou carreira aos onze anos, depois de acabar a quarta classe, sendo o primeiro de uma família de origens muito pobres a dedicar-se ao trabalho da lã. Inicialmente, trabalhou como “enchedeiro”, cabendo-lhe a tarefa de encher canelas de fios<sup>43</sup>, mas não só: todos os iniciantes nesta indústria começavam por realizar as tarefas menos desejadas, como fazer recados, limpar as máquinas e as casas de banho. Tinham, igualmente, o dever de ajudar os tecelões, que trabalhavam à “tarefa” e quanto mais fizessem mais ganhavam, apesar de terem um salário base, então pediam aos mais novos para efetuarem a limpeza do *stock*, pagando-lhes ao escudo, recordando-se o senhor José de receber, na altura, 7,5 escudos. A estes jovens trabalhadores era dada a possibilidade de, na hora do almoço, desenvolverem outro tipo de tarefas, o que lhes possibilitava aumentar os seus conhecimentos. Segundo este antigo trabalhador, “se a pessoa fosse «vontadeira» havia depois alguém que gostava mais ou menos dessa pessoa, porque ela oferecia-se para fazer coisas e queria apender mais”.

---

<sup>41</sup> FREIRE, Cristina, Além dos mapas: os monumentos no imaginário urbano contemporâneo. Annablume editora.comunicação, S. Paulo, 78 p. 45

<sup>42</sup> Entrevista realizada dia 23 de junho de 2014. O entrevistado autorizou a utilização, divulgação e publicação do seu depoimento para fins académicos e culturais.

Nos anos em que a Covilhã fervilhava de atividade industrial era, extremamente, fácil encontrar trabalho, “se por algum motivo fossem despedidos ou se despedissem, passadas umas horas já estavam a trabalhar noutra firma e, normalmente, a ganhar mais alguns escudos”. O senhor José recorda que, depois da primeira experiência nos lanifícios, foi chamado para trabalhar noutra empresa. Ingressou na firma com a garantia de ser rápido a fazer as teias, uma vez que os seus trabalhadores demoravam cerca de 3h a fazê-las e “se deixassem um fio para traz no fim estava tudo mal”, o que os obrigava a demorar ainda mais tempo. Conta, com orgulho, que conseguiu a proeza de fazer o trabalho em 20 minutos, apesar de lhes terem pedido para fazer em 30 minutos, este último já considerado um tempo excelente. Como havia o costume de se recomendarem uns aos outros, o esforço para que cada um desse o seu melhor era acrescido, de forma a não “deixar ficar mal” quem lhes tinha arranjado o emprego. No entanto, ser um membro novo de uma empresa quase nunca era fácil, segundo o senhor José “faziam-nos mesmo a vida negra”. Inicialmente passavam por vários “testes” por parte dos outros trabalhadores, uma espécie de praxe. “Se nós estivéssemos a ajudar alguém, mandavam-nos ir buscar um objeto muito pesado, quando voltávamos o trabalho já estava feito e assim não aprendíamos”, exemplifica. “Era difícil as pessoas que sabiam transmitir os conhecimentos que tinham” e “os mestres não gostavam muito de ensinar”. No entanto, “se a pessoa aprendia e se desenrascava adquiria outro tipo de respeito pelos trabalhadores”. Passado algum tempo, já se tornavam amigos e passavam algum tempo juntos. Aos domingos, por exemplo, juntavam-se numa garagem ou num largo para fazer bailes com gira-discos.

Relativamente à relação dos operários com os seus superiores, este antigo trabalhador recorda que, os “mais pequenos”, ao chegarem à empresa não falavam com o patrão, muitas vezes nem os conheciam, sobretudo quando era uma empresa grande. Os superiores que trabalhavam nos escritórios, por vezes, falavam com os operários, mas apenas com aqueles com quem trabalhavam diretamente e quando era estritamente necessário. A confiança dos superiores conquistava-se gradualmente, e, a partir dos anos “70 e poucos”, a comunicação entre patrões e colaboradores melhorou, dependendo da satisfação destes para com os trabalhadores. Na firma onde trabalhava, em 1985, essa comunicação entre patrão e operário era maior, pois era crucial resolver os problemas em que a empresa se encontrava.

Por vezes, antes das férias, jantavam juntos, porém a linguagem devia ser cuidada quando se encontrava também o patrão. Antes da obrigatoriedade do subsídio de férias, no Natal, alguns patrões davam tecidos aos seus operários para que estes pudessem fazer roupa.

Durante dois anos o senhor José teve de trabalhar aos sábados e aos domingos, fazia trabalho de tecelão nesses dias, mas, durante a semana, era ajudante de tecelão. Depois desse cargo, passou a desempenhar tarefas de ajudante de afinador e, quando o afinador se reformou, essas funções foram entregues ao senhor José, mas passado um curto espaço de tempo a firma encerrou. Ficou desempregado, mas por pouco tempo, pois abriu uma firma nova, onde trabalhou mais 7 anos, tendo igualmente fechado. Foi para o desemprego, em 2002, que lhe proporcionou mais alguns trabalhos, mas fora da sua área, no parque de campismo e, mais tarde, no Museu de Lanifícios, de onde guarda excelentes recordações.

Relativamente à Revolução de 25 de Abril, recorda que, inicialmente, a mudança foi para melhor. No entanto, a partir daí piorou drasticamente, entrando as empresas em crise. Situação que se agravou, em 1982, quando o patrão aumentou o salário dos seus trabalhadores em 15%. “Na altura não tínhamos conhecimentos do que se passava na empresa”, recorda. Até 1971, não se lembra de assistir a greves, mas depois da revolução de abril despoletaram muitas, “em que os trabalhadores queriam tudo, batiam nos patrões, fechavam-nos”.

Quando questionado sobre as reações dos habitantes da Covilhã ao fecho das várias empresas, o senhor José conta, com alguma mágoa, que as pessoas se sentiram defraudadas e a desilusão era geral. “A Covilhã era a Manchester, onde se produzia tudo do bom e do melhor. O que se produz agora? Nada. As pessoas ficaram desiludidas”, lamenta. As maiores empresas desenvolveram projetos que lhes permitiram receber subsídios da CEE, no entanto, as mais pequenas não tiveram essa capacidade, acabando por fechar pois não conseguiram modernizar-se. Com o desenvolvimento das grandes fábricas e o aumento do seu trabalho, estas começaram a ajudar as fábricas mais pequenas que apesar de sobreviverem, a sua margem de lucro era muito pequena.

Recorda que tinham de trazer comida de casa, uma vez que não tinham cantina: “só que essa comida chamada de requentada faz muito mal ao estômago, então inventaram o banho-maria”. O senhor José Manuel memorizou algumas peripécias

relacionadas com a comida: “Deixávamos lá os tachos enquanto íamos trabalhar e quando tinham oportunidade havia alguns que tiravam um bocadinho de conduto de um e de outro, para ficar com comida melhor. Nós não sabíamos o que levávamos de casa, era a nossa mãe que nos preparava a comida, mas lá se ia descobrindo”. No entanto, conta que nem todos os empregados tiveram sorte, “houve um rapazinho que mandaram para o outro lado, mataram-no. Púnhamos o vinho a refrescar, havia um espertalhão que ia lá, bebia e enchia a garrafa com água. Fazia isto várias vezes, um dia encheram-lhe a garrafa com ácido e ele bebeu”.

Relativamente à igualdade entre homens e mulheres, havia um pouco de discriminação, sendo que o sexo feminino usufruía de uma menor remuneração. Estas “só podiam ir uma de cada vez à casa de banho, não podiam usar saias e se tivessem o cabelo comprido só amarrado”. Recorda que “havia muitas, fiadeiras, urdideiras na Covilhã eram só mulheres, noutras zonas são homens. Na tecelagem eram só homens.”

“Há 50 anos a Covilhã era uma maravilha”, lamenta. Segundo o senhor Fernandes, a cidade não chegou a ficar fantasma, por causa da Universidade. Nessa altura virou uma espécie de moda as pessoas da cidade frequentarem-na. Lembra que a Covilhã era uma cidade muito rica, “tinham pessoas que se davam ao luxo de ir jantar e tomar café a Lisboa, fazendo-o de avião”. Além disso, acrescenta que “havia muita confiança no futuro”, “uma pessoa ganhava um dinheirito durante a semana e no fim-de-semana gastava-o todo, porque sabia que era certo que vinha mais”. “Com 500 escudos jantávamos fora, íamos ao cinema e ainda dava para pagar o táxi”, ri. Devido a essa segurança, quando as fábricas fecharam as pessoas não tinham poupanças. Conta que quem vivia nas redondezas recorria ao que tinha nas suas hortas, mas quem era da cidade sofreu mais porque tinha a necessidade de comprar.

Relativamente à cultura, afirma que a cidade tinha um dos maiores e melhores teatros portugueses, mas que agora precisa de obras e de uma boa programação para voltar a estar no auge. No que diz respeito, ao Museu de Lanifícios, é da opinião que as suas instalações são boas, tem uma parte didática, onde o visitante pode aprender sobre os lanifícios, no entanto, devia ter máquinas “mais avançadas”, uma vez que as existentes já estão ultrapassadas. Salaria que a exposição temporária devia ser renovada, uma vez que não há máquinas dos últimos 20 anos, contudo, sabe que é preciso muito dinheiro para fazê-lo. Afirma, ainda, que o Museu deveria ter máquinas a trabalhar, “Quem

conhece as fábricas vem cá ver as máquinas, mas vê que não há nenhuma a trabalhar”, e “os teares há mais de 30 anos que já não trabalham”, acrescenta.



# Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior

“O museu é uma instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite.”

ICOM, 2007 <sup>44</sup>

A definição de “museu” elaborada pelo ICOM é, desde 1946, uma referência para as diferentes abordagens ao setor. A definição adotada em 2007, em Viena, é o resultado das mutações que se deram ao longo do tempo no conceito de museus, conduzindo-os gradualmente a deixarem de estar voltados para si mesmos, para se preocuparem em melhorar a sua interação com a sociedade. A definição amplia a sua área de intervenção ao estabelecer que, além de conservar, pesquisar, comunicar e exhibir o património tangível, estes também devem valorizar e promover o património intangível que faz parte das formas de expressão, dos costumes, saberes e fazeres dos diferentes grupos sociais. Para acompanhar as mutações da sociedade, o conceito tem sofrido uma evolução de modo a aumentar a sua precisão e abrangência, alcançando um universo cada vez maior. As alterações sofridas entre 1946 e 2007 podem ser sintetizadas e simplificadas em dois pontos: o primeiro refere-se à estabilização da definição de museus e das suas funções museológicas, que se mantêm desde 1974, e o segundo remete para a precisão e alargamento das categorias das instituições abrangidas pela definição de museu <sup>45</sup>.

É legítimo questionar-nos sobre o que é um museu, ou o que é atualmente uma instituição que se apresenta como tal, por não haver um organismo regulador da sua utilização. Além disso, é difícil encontrar uma definição que se adegue a museus com

---

<sup>44</sup> ICOM, Conferência de Viena, Agosto de 2007. [Disponível em: [http://www.icom-portugal.org/documentos\\_def,129,161,lista.aspx](http://www.icom-portugal.org/documentos_def,129,161,lista.aspx)].

<sup>45</sup> Direção-Geral do Património Cultural. 2014. *Panorama Museológico em Portugal (2000-2010)*. Lisboa: Direção-Geral do Património Cultural. p. 20 e 21.

características muito distintas.<sup>46</sup> Se, antigamente, a sua função se baseava em preservar objetos com valor histórico e patrimonial, sendo a coleção o que melhor podia unificar um espaço museológico, atualmente, como afirma Nuno Guina Garcia, “a sua coleção pode ser a base, mas nunca o fim do Museu”<sup>47</sup>, o que significa que esta passa a ser vista como uma parte essencial de um todo cuja complexidade é imensa. Atualmente, são várias as definições emanadas dos diferentes organismos competentes a nível nacional e internacional, o que demonstra uma tendência evolutiva para o alargamento do significado de museu e um incentivo à crítica em torno dos conceitos, no entanto, a do ICOM é das que mais reúne consenso.

## I. Enquadramento

Dos escombros das antigas fábricas de lanifícios emergiu a instituição responsável pelo renascimento da cidade, e que se transformou ela própria uma marca indelével da história da Covilhã: a Universidade da Beira Interior. Ao ocupar parte do património industrial tornou-se, também, responsável pela história da cidade, assumindo uma obrigação na salvaguarda e preservação dos vestígios legados pela secularmente pela produção de lanifícios. A UBI teve o mérito de valorizar a Covilhã com a criação do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, cujo objetivo primordial foi o de salvaguardar a área das tinturarias da antiga manufatura de estado, fundada pelo Marquês de Pombal, em 1764. Por se encontrar inserido no ambiente universitário, o visitante do Museu tem oportunidade de se cruzar com professores e estudantes à medida que percorre os “corredores das fornalhas”, o que o torna por excelência o local onde o passado e o presente da cidade se cruzam.

O Museu de Lanifícios é de constituição polinucleada e tem como missão “a salvaguarda e a conservação ativa do património industrial têxtil, assim como a investigação e a divulgação da tecnologia associadas tanto à manufatura como à industrialização dos lanifícios. O Museu procura apreender o contexto territorial e

---

<sup>46</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p. 19.

<sup>47</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p. 20.

organizacional desta atividade numa vasta área que tem por matriz a Serra da Estrela e por centro histórico a cidade da Covilhã, tendo ainda em conta as dimensões antropológica, económico-social, cultural, político-constitucional e ambiental que aquela atividade envolve.”<sup>48</sup> Resulta de uma preservação *in situ* e está enquadrado desde o início na tipologia dos Museus de Ciência e de Técnica. A sua sede encontra-se nas instalações da Universidade da Beira Interior e, em termos orgânicos, é considerado uma instalação interdepartamental da mesma: um organismo com autonomia administrativa e financeira, atualmente, sob a tutela do Ministério da Educação e Ciência (anexo 5). A sua primeira diretora foi Elisa Calado Pinheiro, até 2011, ano em que tomou posse o atual diretor, António dos Santos Pereira, professor catedrático da UBI. Foi inaugurado em 1992 e, desde 2002, integra a Rede Portuguesa de Museus, ano em que obteve o prémio de Melhor Museu do Ano para o triénio de 1999-2001.

---

<sup>48</sup> Regulamento do Museu de Lanifícios: Capítulo I Disposições Gerais, artigo 4º.

## 2. Origem e evolução

### 2.1 História

Apesar dos museus serem, por excelência, os guardadores das histórias e memórias que devem ser transmitidas às gerações futuras, têm igualmente a sua própria história, que pode estar ou não associada à temática do museu. Neste caso específico, a história do Museu de Lanifícios e dos seus edifícios cruza-se em todos os aspetos com a da cidade e do espólio que alberga. Entender o MUSLAN, como objeto de estudo, implica um enquadramento histórico, benéfico para se entender a importância dos espaços onde estão instalados os seus três núcleos, sendo eles próprios uma importante parte do passado e do presente da Covilhã.

Ao serem descobertas estruturas arqueológicas nas obras de reconversão em instalação de ensino superior da Real Fábrica de Panos (anexo 6), posteriormente, classificadas como Imóvel de Interesse Público, em 1982<sup>49</sup>, tornou-se imperativo criar uma instituição museológica que se encarregasse de recuperar e preservar essas estruturas, tarefa que ficou incumbida ao Museu de Lanifícios. A descoberta deu início à musealização do “conjunto de fornalhas e poços cilíndricos provenientes da antiga tinturaria da Real Fábrica de Panos Covilhã”, cujo projeto procurou articular informações relativas às tecnologias associadas aos lanifícios, como fabrico e tingimento dos panos, nos períodos pré e proto industrial, e à história e arqueologia, encontrando-se ainda hoje patentes no MUSLAN, as estruturas originais da antiga Real Fábrica de Panos. Estas intervenções e as seguintes consolidaram o que viria a ser o lema do Museu de Lanifícios: “os fios do passado a tecer o futuro”.

Inicialmente, apresentava-se ao público através de um núcleo, no entanto, para responder às suas necessidades e às da comunidade, o MUSLAN, a partir de 1997, foi ampliado, apresentando-se atualmente ao público através de três núcleos, num dos quais se localiza o Centro de Documentação/ Arquivo Histórico. Estes encontram-se dispersos pela cidade e pretendem mostrar de forma autêntica e singular, os testemunhos de uma das mais antigas indústrias.

---

<sup>49</sup> Decreto-lei n.º 28/82 de 26 de Fevereiro, em <http://www.dre.pt/pdf1s/1982/02/04700/04240430.pdf>, [Visualizado dia 7 de outubro, às 10:30].

### **Real Fábrica de Panos**

A Real Fábrica de Panos (anexo 7) foi o primeiro núcleo do MUSLAN a ser criado e o seu foco é o período pré e proto industrial (séc. XVIII). Inaugurado em 1992, situa-se no Pólo I da Universidade da Beira Interior, junto à Ribeira da Goldra, e ocupa o espaço das antigas tinturarias, das quais fazem parte do Museu, as salas de tinturaria dos Panos de Lã, das Lãs em Meada e das Dornas, o Tanque de Água e os Corredores das fornalhas. Estes espaços pertenciam à antiga manufatura edificada por Marquês de Pombal, a 26 de junho 1764, por Provisão Régia de D. José I, no âmbito da política de fomento industrial. A antiga manufatura, de caráter monumental, foi construída de raiz com pedras que desmoronaram da muralha medieval da cidade, durante o terramoto de 1755 e ocupava uma área global de seis mil metros quadrados, tendo sido musealizada apenas uma área correspondente a setecentos e cinquenta metros quadrados.

O objetivo da edificação desta fábrica no reinado de D. José I era apoiar os fabricantes locais, sobretudo no que diz respeito à sua organização e nas operações de tinturaria e acabamentos dos tecidos, assim como, certificar a qualidade da produção local. A RFP funcionou, igualmente, como escola de aprendizagem para crianças órfãs e abandonadas entre os oito e doze anos que, neste espaço, aprendiam um ofício e constituíam mão-de-obra disponível.<sup>50</sup> O seu funcionamento como manufatura régia decorreu até ao final do século XIX quando, em 1885, o edifício foi adquirido pela Câmara Municipal da Covilhã. A autarquia cedeu este edifício para instalações do Regimento de Infantaria 21, ao qual se seguiu o Batalhão de Caçadores 2, até 1959. Até 1973, albergou a Repartição de Finanças da Covilhã, tendo sido posteriormente reconvertida num estabelecimento de Ensino Superior.

Em 1975, durante a segunda fase das obras de requalificação deste edifício para a instalação do Instituto Politécnico da Covilhã, foram descobertas as estruturas arqueológicas pertencentes às tinturarias da Real Fábrica de Panos que se encontravam soterradas. Iniciaram-se duas campanhas de intervenção arqueológica que serviram de base e acompanhamento à realização de um projeto de recuperação, restauro e

---

<sup>50</sup> “História do Edifício”, site Museu de Lanifícios da UBI: <http://www.museu.ubi.pt/?cix=3045&lang=1> [visualizado dia 30 de janeiro de 2012, às 13:30].

musealização elaborado pela Associação Portuguesa de Arqueologia Industrial, uma obra que, em 1985, foi considerada pioneira no domínio da arqueologia industrial.

A classificação como imóvel de interesse público, em 1986, deu início ao processo de musealização e marcou toda a política de reconversão arquitetónica dos edifícios industriais, que se iniciou no Pólo I da UBI e para os restantes espaços industriais que vieram a ser adquiridos para instalações universitárias. O projeto de musealização, além dos objetivos didáticos, teve como finalidade “a reconstituição do espaço e das estruturas de apoio a uma tinturaria manufatureira do séc. XVIII”, mas também a recolha e organização da informação sobre a evolução dos lanifícios, na cidade e na região, assim como, a salvaguarda das matérias-primas e instrumentos de trabalho e a identificação das fontes de energia, o inventário das estruturas fabris e dos seus produtos, amostras e anúncios. Procurou, também, apoiar a atividade industrial, facultando a consulta de amostras, patentes, debuxos e experiências, e prestar apoio a eventuais núcleos museológicos locais.

### **Râmolas de Sol**

O núcleo das Râmolas de Sol (anexo 8) é o maior exemplo de que os testemunhos da história podem, igualmente, ser apreciados fora do espaço restrito de um museu. Inaugurado a 30 de Abril de 1998, é constituído por um conjunto de râmolas de sol<sup>51</sup> e por um estenderouro de lã<sup>52</sup>, conservados e preservados *in situ*, resultantes da laboração, entre 1910 e 1939, da firma de Ignácio da Silva Fiadeiro. Localiza-se junto à Ribeira da Carpinteira, no lugar do Sineiro, junto às antigas instalações da empresa Ernesto Cruz, atual Pólo IV da Universidade da Beira Interior, onde funciona a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, e é parte integrante de um espaço adquirido pela instituição para parque de estacionamento, numa área musealizada de 652,7 metros

---

<sup>51</sup> “Râmolas de Sol – Equipamentos destinados à secagem e estiragem ao ar livre dos panos de lã, após estes saírem molhados dos lavadouros, dos pisões e dos tintes. As râmolas eram formadas por barras com pregos, que serviam para prender e esticar os "cortes de tecido", sendo montadas sobre muretes de granito. Na Covilhã, estes eram construídos em socalco, de forma a aproveitar quer os desníveis naturais de uma cidade de encosta, quer a melhor exposição ao sol. As barras, inicialmente construídas em madeira, passaram, durante o séc. XIX, a ser de ferro. Este tipo de equipamento foi utilizado até meados do séc. XX, altura em que se deixou de adotar este método natural de secagem da lã em prol da mecanização desse mesmo trabalho.” Em: página web do Museu de Lanifícios [Visualizado dia 7 de outubro, às 10:45].

<sup>52</sup> “Estendedouros de lã – Espaços abertos que resultavam do aproveitamento de um terreno com um pavimento relativamente inclinado e lajeado, onde a lã em rama era espalhada para secar ao sol, depois de ter sido lavada.” Em: página web do Museu de Lanifícios [Visualizado dia 7 de outubro, às 10:50].

quadrados. A criação deste núcleo valoriza a relação entre o património industrial e natural, uma vez que apresenta paisagens culturais inseridas na vertente ecológica do património.

### **Real Fábrica Veiga e Centro de Documentação/ Arquivo Histórico**

O complexo edificado deste núcleo (anexo 9), com cerca 12.000 metros quadrados, situado junto à Ribeira da Goldra, foi inaugurado a 30 de Abril de 2005, porém, a sua inauguração oficial, após a conclusão do projeto museológico e programa museográfico, ocorreu apenas em Maio de 2011, data em que abriu ao público. A intervenção arquitetónica foi financiada com fundos comunitários, nomeadamente, pelo Programa Operacional POCentro – AIBT/ Serra da Estrela, e as intervenções museográficas e museológicas com financiamento dos projetos TRANSLANA I e II do Programa INTERREG III A. Atualmente é a sede do MUSLAN e o seu núcleo mais importante, devido a todas as valências que reúne: espaços administrativos, o Centro de Documentação/ Arquivo Histórico dos Lanifícios, um núcleo museológico sobre a Industrialização dos Lanifícios, um Centro de Interpretação da Rota da Lã, e as bases de bens têxteis ARQUEOTEX e de Bens Museológicos MUSLAN. O principal objetivo da sua criação foi “contribuir para a salvaguarda da memória da indústria de lanifícios e de apoiar o desenvolvimento da investigação, particularmente nos domínios da história empresarial e industrial dos lanifícios, de âmbito local, regional e nacional”<sup>53</sup>, o que tornou este núcleo um autêntico laboratório de investigação das Ciências Sociais e Humanas. A musealização do complexo industrial permitiu transformar o Museu num centro de memória e conhecimento, assumindo-se como um sistema de informação têxtil que apresenta a evolução tecnológica relativa aos lanifícios nos séculos XIX e XX, no qual se pode encontrar um significativo acervo fabril, reflexo fiel da grandeza desta indústria.

O edifício foi construído para albergar uma empresa de lanifícios, fundada, em 1784, por José Mendes Veiga, que lhe deu o nome. O local escolhido para a sua instalação deveu-se à influência da intervenção pombalina realizada na Real Fábrica de Panos, ambas localizadas junto à ribeira da Goldra. Inicialmente, tratava-se de uma primitiva instalação

---

<sup>53</sup> No site do Museu de Lanifícios: <http://www.museu.ubi.pt/?cix=3099&lang=1> [Visualizado dia 8 de outubro, às 10:50]

destinada a uma tinturaria que, desde 1784 até 1834, foi sofrendo várias ampliações até ser constituída uma fábrica completa. Foi a sede de um conjunto empresarial que no seu período áureo, entre 1835 e 1891, abrangia cerca de vinte unidades fabris, assim como, escolas de fição dentro da cidade e no Fundão. A partir de 1916 são alojadas outras firmas, distintas e independentes desta unidade, o que resultou na evolução do edificado, sobretudo no que diz respeito à tecnologia. No final do século XIX, devido a um inverno rigoroso, as águas da ribeira da Goldra destruíram as construções primitivas da empresa e, no início dos anos 90, sofreu um grande incêndio que pôs fim a todo o interior do corpo norte, do qual restou apenas as fachadas em cantaria de granito.

O projeto arquitetónico do edifício, realizado em 2001, concebido por Bartolomeu Alburquerque da Costa Cabral, constitui um paradigma de aproveitamento e recuperação do património proveniente da indústria. Além de preservar os elementos construtivos mais importantes, procurou harmonizar a utilização de materiais e soluções arquitetónicas com as pré-existências. Para tal, foi exigida uma minuciosa seleção de espólio têxtil, que adveio de doações e aquisições, originando uma coleção já bastante representativa das diversas operações pelas quais a lã passa até se transformar em tecido. O projeto teve em atenção que além da máquina existe “o homem, a comunidade e o ambiente natural envolvente”<sup>54</sup>. Nesse sentido, “o museu, mais do que um mostruário de objetos e máquinas bem encenados, deverá contribuir para projetar a compreensão de toda a ambiência que rodeia uma cidade de mono-indústria e uma região industrial”<sup>55</sup>.

## 2.2 O Acervo

O que diferencia um museu de qualquer outra instituição cultural é o facto de este ter um acervo, uma coleção, objetos e ferramentas que constituem a memória coletiva de uma comunidade. Ao ler a literatura atual, pode ficar-se com a sensação que a coleção é “o maior entrave ao desenvolvimento de uma nova museologia, mais apelativa, interativa, educativa e centrada no visitante e na comunidade”<sup>56</sup>, essa ideia

---

<sup>54</sup> No site do Museu de Lanifícios: <http://www.museu.ubi.pt/?cix=3099&lang=1> [Visualizado dia 8 de outubro, às 10:55]

<sup>55</sup> No site do Museu de Lanifícios: <http://www.museu.ubi.pt/?cix=3099&lang=1> [Visualizado dia 8 de outubro, às 11:20]

<sup>56</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p. 65.



resulta de durante muitos anos os diretores dos museus terem concentrado os seus esforços apenas no estudo e conservação das coleções que tinham disponíveis, descurando a comunicação com o público. No entanto, apesar de haver uma maior preocupação em aumentar a oferta do museu, com os seus serviços e comunicação, é inegável que as coleções são, ainda hoje, o maior atrativo dos museus, o que se comprova através dos museus que procuram constantemente enriquecer as suas coleções, garantindo a repetição de visitas por parte dos seus públicos. Na generalidade, são os museus que exibem as coleções mais ricas que apresentam um maior sucesso quanto ao número de visitantes<sup>57</sup>.

O acervo do Museu de Lanifícios é constituído por bens móveis, como máquinas, equipamentos, documentos textuais, cartográficos e iconográficos, utensílios e produtos têxteis como lã, fios, amostras, tecidos e peças de vestuário, mas também bens imóveis, cujo interesse é relevante para a interpretação dos lanifícios, como a área das Tinturarias da Real Fábrica de Panos, a Real Fábrica Veiga e as Râmolas de Sol. De acordo com vários fatores, como a cronologia, a natureza, a função e a relevância patrimonial, os bens recolhidos encontram-se agrupados pelas diferentes áreas do Museu.

A área de exposição permanente das Tinturarias da Real Fábrica de Panos (750m<sup>2</sup>) abarca o período pré e proto industrial, até aos finais do séc. XVIII, procurando recriar o ambiente manufactureiro. Os bens que aqui se encontram estão, sobretudo, relacionados com o processo de tingimento das lãs e dos panos e da transformação da matéria-prima em tecido. Apesar das origens diversas desta coleção, a parte mais significativa deriva dos achados provenientes das intervenções arqueológicas a que a área foi sujeita. A sua exposição permanente organiza-se em três salas (anexo 10), são elas a Tinturaria dos Panos de Lã, onde se pretende salientar a importância histórica do trabalho dos lanifícios na Covilhã e clarificar algumas operações como a cardação, a fiação, a tecelagem e a tinturaria, a Tinturaria das Lãs em Meada, que pretende comprovar a estreita relação entre o trabalho desenvolvido numa manufatura de Estado e o que continuava a ser feito em regime doméstico, e a Tinturaria das Dornas, onde ainda se encontram preservados os poços cilíndricos, estruturas de assentamento das caldeiras de cobre e das dornas de madeira, cuja principal finalidade era permitir o

---

<sup>57</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p. 67.

tingimento dos panos com pastel ou anil, através da fermentação. Além destas salas, existe um tanque de água, que anteriormente abastecia e distribuía a água interna pelas oficinas, e duas galerias de exposições, localizadas nos antigos corredores das fornalhas, que se situavam próximos da antiga Casa da Lenha, o que demonstra a funcionalidade com que este edifício foi planeado: apenas um só fornalheiro conseguia controlar as 10 fornalhas existentes em toda a área. Um desses corredores encontra-se numa área de circulação interna da Universidade, o que permite uma maior interação entre os estudantes e o passado do edifício.

Entre máquinas, equipamentos, utensílios de madeira, ligas metálicas, têxteis, plásticos, couro, assim como documentos, iconografia, produtos orgânicos, materiais pétreos e vidros, a Real Fábrica de Panos apresenta 332 bens na sua exposição. Relativamente a esta exposição “cerca de 45% foi incorporado por compra, 30% deu entrada em regime de depósito por tempo indeterminado, com o apoio do extinto Instituto Português do Património Cultural, IPPC, 20% são achados arqueológicos (em cerâmica, vidro e ferro) descobertos no decurso das três intervenções arqueológicas a que a área das tinturarias da Real Fábrica de Panos foi sujeita, entre 1986 e 1989, e os restantes 15% resultaram de doações particulares.”<sup>58</sup> Encontram-se, ainda, em reserva específica cerca de 6.883 achados, resultantes das escavações arqueológicas.

Por sua vez, a área de exposição permanente do Núcleo Museológico da Real Fábrica Veiga/ Centro de Interpretação dos Lanifícios abarca o período industrial, entre finais do século XVIII até à atualidade (anexo II). Encontram-se expostos bens relacionados com os processos mecânicos e automáticos das operações ligadas à recolha e transformação da matéria-prima em tecido. A sua exposição permanente exhibe a preparação, fiação, tecelagem e ultimação dos lanifícios, mostrando evolução tecnológica. Reúne, portanto, máquinas e equipamentos ligados à indústria têxtil dos séculos XIX e XX, dos quais se destaca a máquina a vapor do século XIX, a sua peça mais emblemática. O percurso museológico deste núcleo inicia-se no piso 0 (entrada), onde o visitante é contextualizado relativamente à distribuição geográfica da produção e transformação da lã a nível mundial, assim como, da indústria de lanifícios e do seu mundo empresarial. O percurso continua com a visita ao piso -I, onde visitante se

---

<sup>58</sup> Disponível no *site* do Museu de Lanifícios, em: <http://www.museu.ubi.pt/?cix=3026&lang=1> [Visualizado a 13 de janeiro de 2012].

depara imediatamente com a máquina a vapor que integra o tema da energia e dos combustíveis. Na ala mais sul, o visitante encontra uma área exterior relativa à Educação Ambiental, destinada a valorização dos recursos hídricos (ribeira da Goldra) e onde se podia encontrar um redil com duas ovelhas. Existe, ainda, o espaço designado de vestiário dos operários, que contextualiza o papel do Homem, outro espaço sobre os transportes e o escoamento da produção, e um dedicado aos processos de tinturaria e ultimação. Por sua vez, no corpo norte encontra-se uma área arqueológica musealizada *in situ* com as estruturas de assentamento das caldeiras primitivas, terminando com uma área onde são explicados os processos de tratamento da lã para a fiação, cardação e penteação. A viagem pelos lanifícios prossegue no piso I, onde estão representadas as operações de fiação, da tecelagem e da sua preparação, os Acabamentos e o Armazém das Fazendas.

Neste núcleo encontram-se cerca de 6.593 bens “provenientes quer de aquisições (19%) a empresas, empresários, técnicos e vendedores de máquinas em segunda-mão, quer de doações de cerca de 200 particulares (80%), antigos empresários, técnicos e operários da indústria têxtil, quer de depósitos (1%) provenientes de uma instituição local, a Escola Secundária Campos Melo (sucessora da Escola Industrial e Comercial Campos Melo, fundada no séc. XIX, na Covilhã)”<sup>59</sup>.

Todos os bens que possuem alto valor patrimonial, mas que por razões de falta de espaço nas áreas de exposição e com objetivo da sua salvaguarda e conservação, não podem estar expostos, encontram-se nas áreas de Reservas Gerais. Estas possuem um espólio muito diversificado e um grande número de máquinas que, além de estarem salvaguardadas, darão um elevado contributo para a atualização das exposições permanentes e para a realização de exposições temporárias próprias ou de entidades terceiras.

### **Centro de Documentação/ Arquivo Histórico**

Os bens documentais, documentos textuais manuscritos e impressos, documentação técnica, iconográfica, cartográfica e têxtil, devido às suas necessidades de preservação, encontram-se em depósitos convenientemente equipados e climatizados

---

<sup>59</sup> Disponível no *site* do Museu de Lanifícios, em: <http://www.museu.ubi.pt/?cix=3108&lang=1> [Visualizado a 13 de janeiro de 2012].

no Centro de Documentação/ Arquivo Histórico (CD/AH). Este recurso foi criado, em 1997, no âmbito do projeto ARQUEOTEX<sup>60</sup>, o que possibilitou ao Museu dar início “a uma primeira intervenção de incorporação e conservação de arquivos empresariais, através da salvaguarda de fontes documentais sobre a atividade dos lanifícios, que sobreviveram ao desaparecimento de algumas das mais significativas empresas de lanifícios covilhanenses e instituições e associações têxteis de âmbito local e nacional, após a acentuada e brusca reconversão sofrida pela indústria de lanifícios, nas décadas de 80 e 90 do séc. XX.”<sup>61</sup> O CD/AH ficou responsável pela “aquisição conservação, organização e comunicação de documentos, com origem em diversas entidades públicas e privadas (empresas, associações, empresários, técnicos e operários), ligados ao setor da indústria têxtil”.<sup>62</sup>

Com as primeiras recolhas dos arquivos empresariais que se encontravam em risco de perda (Empresa Transformadora de Lãs, Lda., da Francisco Mendes Alçada, da José Henriques da Fonseca, da Jerónimo da Costa Sena e da Fábrica Alçada), outros empresários consciencializaram-se para a importância de “preservar as memórias vivas de uma cidade e de uma região que viveu em função do trabalho exclusivo e especializado da lã”<sup>63</sup> e doaram ao Museu peças e arquivos industriais. A dimensão do seu espólio aumentou de tal forma, que foi necessário uma mudança para novas instalações e, em 2004, passou a fazer parte do Núcleo da Real Fábrica Veiga. No Centro de Documentação/ Arquivo Histórico estão disponíveis as Bases de Dados de gestão e acesso a informação sobre o espólio com as categorias Bens Museológicos e Têxteis. São elas as bases de dados MUSLAN<sup>64</sup> e ARQUEOTEX<sup>65</sup>, sendo que, esta última permite ao utilizador, através de registo livre, ter acesso à sua coleção de imagens de amostras têxteis. A ARQUEOTEX encontra-se acessível por meio de um *thesaurus*, divididos por

---

<sup>60</sup> Financiado pelo FEDER – Vertente Cultura

<sup>61</sup> Visualizado no site do Museu de Lanifícios: <http://www.museu.ubi.pt/?cix=3099&lang=1>, dia 10 de outubro, pelas 10:30.

<sup>62</sup> PINHEIRO, Elisa Calado, *Rota da lã TRANSLANA – Percursos e marcas de um território de fronteira: Beira Interior (Portugal), comarca Tajo-Salor-Almonte (Espanha). Vol I e II*, Museu de Lanifícios da UBI. Covilhã, 2008, p. 11.

<sup>63</sup> Visualizado no site do Museu de Lanifícios: <http://www.museu.ubi.pt/?cix=3099&lang=1>, dia 10 de outubro, pelas 10:35.

<sup>64</sup> “Gestão de Bens Museológicos custodiados pelo Museu e integrados nas exposições permanentes e em reserva”.

<sup>65</sup> “Gestão de Bens Têxteis para apoio de investigadores, designers e estilistas de moda, assim como empresários e técnicos têxteis, para além de museus e centros de documentação congéneres.”

categorias que vão da coleção à cor, passando pela decoração, estilo, matéria, técnica e utilização, que permite a pesquisa e recuperação de imagens através de cerca de 500 descritores. O utilizador tem o benefício de poder realizar encomendas *online*, com custos previamente definidos, caso pretenda imagens alteradas ou melhoradas.

A área de Gestão de Coleções do Serviço Educativo superintende a salvaguarda de forma correta e eficaz as coleções museológicas e documentais, devendo conservar, inventariar e estudar as peças e gerir os fundos e as coleções do Centro de Documentação/Arquivo-Histórico, assim como, prestar apoio no desenvolvimento de exposições<sup>66</sup>.

---

<sup>66</sup> Artigo nº 12 do Regulamento do Museu de Lanifícios.

### 3. Organização e Estratégia

Durante um longo período de tempo, as instituições museológicas encontravam-se algo distanciadas do resto da sociedade, que tinha uma intervenção reduzida no destino dos Museus. Reservavam, em si, a tarefa de preservar a memória coletiva da nação e eram encarados como organizações de estatuto especial, financiadas “em troca do cumprimento de uma missão mais ou menos nobre que ninguém se dava verdadeiramente ao trabalho de questionar ou avaliar em termos de eficácia”<sup>67</sup> Estas características conduziam a uma visão organizacional diferente da das outras instituições, sobretudo das de carácter empresarial.<sup>68</sup> Porém, devido a várias mutações, os museus passam a ser encarados como verdadeiras organizações, com uma estrutura, recursos humanos e financeiros, normas operacionais, procedimentos e uma cultura organizacional, mais ou menos, definida<sup>69</sup>. A sociedade atual está repleta de ameaças e oportunidades e os museus encontram-se num mercado extremamente competitivo, que os obriga a adotar um modelo de gestão definido e eficaz que se adapte às suas especificidades e que garanta o seu sucesso, a longo prazo, justificando o investimento por parte da tutela.<sup>70</sup>

#### 3.1 Espaços, equipamentos e serviços disponibilizados

Além dos espaços ocupados pelas exposições permanentes, o Museu de Lanifícios disponibiliza outras áreas e serviços, com o objetivo de incrementar a aproximação dos seus visitantes, garantindo-lhes uma boa experiência museológica, imprescindível para que estes regressem.

Para atrair o visitante e facilitar a sua perceção da existência do Museu, na fachada da Real Fábrica de Panos, igualmente entrada principal deste museu encontra-se uma

---

<sup>67</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p.121.

<sup>68</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p.124.

<sup>69</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p.121.

<sup>70</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p.123.

faixa de lona (*banner*) com a identificação do “Museu de Lanifícios”, reforçada ainda por uma vitrina parietal exterior. No entanto, apesar de ser o núcleo com maior visibilidade, devido à sua localização, não existe nada que informe o visitante que aquele é o Núcleo da Real Fábrica de Panos e que o Museu é de constituição polinucleada. A entrada é pouco atrativa: o expositor com informação do Museu encontra-se ligeiramente degradado, o logótipo exposto no cartaz e na faixa encontra-se desatualizado, assim como, as imagens de promoção do mesmo disponíveis em cartazes nesse núcleo (anexo I2). Por sua vez, ao aproximar-se da Real Fábrica Veiga, o visitante encontra uma imagem mais cuidada: uma faixa de lona (*banner*) que identifica o núcleo e um expositor exterior com os contactos, horários de abertura e logotipo. Na entrada depara-se, imediatamente, com um painel com cartazes de divulgação, quer das atividades realizadas pelo Museu, quer de outras entidades relacionadas, encontrando-se normalmente atualizado.

O MUSLAN garante ao público duas receções, localizadas nos seus núcleos principais, cuja função é acolher os visitantes e proceder, resumidamente, à apresentação do seu programa museológico. Em ambas, o visitante pode encontrar duas lojas, com *merchandising* relativo ao Museu e produtos editoriais. Nestes espaços, pode ainda ter acesso às condições de ingresso, ao organigrama atualizado do Museu, à sua missão e política de qualidade, a uma caixa de sugestões, a um inquérito de satisfação do utilizador e a uma ficha de contacto, na qual o visitante pode deixar o seu nome, morada, código postal e outros contactos para integrar a *mailing list* do Museu.

Ao entrar na RFV, o visitante encontra, igualmente, um mural de madeira com o nome de todos aqueles que deram um contributo especial para o Museu, e expositores com peças de roupa feita com lã, como casacos e cachecóis, livros e alguns teares. Neste local, o visitante encontra *flyers*, a planta da exposição permanente, em português e inglês, e informações sobre a Rota da Lã, em português, inglês e espanhol, podendo ter acesso a um bengaleiro para deixar os seus pertences, caso o deseje. Este núcleo tem disponível um auditório com capacidade para 50 pessoas, equipado com um projetor multimédia, sistema de som e registo áudio e vídeo, uma sala de projeção com espaço para 10 lugares sentados, com uma TV/LCD, e disponibiliza uma cafetaria e uma esplanada ao ar livre, sendo que a primeira é gerida pelos SASUBI e, atualmente, não se encontra a funcionar de forma regular, apenas realizando almoços e *catering* por

marcação prévia (mais de quatro pessoas). O MUSLAN oferece uma oficina têxtil, onde se pode encontrar modelos de equipamentos têxteis, como teares e rodas de fiar, uma zona de *atelier* para crianças do ensino pré-escolar e básico, assim como, uma sala de extensão a essa oficina, que pode ser usada para fins educativos. Este núcleo contempla, ainda, uma área polivalente, destinada à realização de vários eventos culturais, desde concertos, teatro, desfiles, entre outros, e uma sala de leitura, localizada no CD/AH, com capacidade para 10 pessoas que podem consultar presencialmente documentos de arquivo e ter acesso às Bases de Dados Têxteis – ARQUEOTEX - e Museológicas – MUSLAN.

O Museu dispõe, também, um Serviço Educativo, um serviço de reprodução fotográfica, cinematográfica, entre outros, para vários fins, mediante o cumprimento de algumas normas, e encontra-se disponível para facultar informação a investigadores, para acolher estagiários, para realizar visitas orientadas e para prestar serviço de consultoria por meio de solicitação a projetos da sua área e missão. Apesar das suas peças não poderem, na sua maioria, ser cedidas, devido às suas grandes dimensões e peso, por integrarem as exposições permanentes e estudo (como os documentos textuais e iconográficos), existem casos excecionais em que o Museu faculta empréstimos, como por exemplo, para uma exposição que lhe demonstre particular interesse.

À partida, ao longo do percurso museológico, o visitante teria acesso a uma rede de *wifi* gratuita, no entanto, esta, atualmente, não se encontra a funcionar corretamente. Por razões de segurança, dispõe de um sistema de videovigilância central que mantém câmaras de segurança localizadas nos seus dois núcleos principais. Garante ainda a igualdade de acesso ao Museu, por pessoas de mobilidade reduzida, na Real fábrica de Panos, por meio de uma rampa, para circulação entre a receção e a Sala da Tinturaria dos Panos de Lã, e de uma cadeira elevatória, para acesso ao Corredor das Fornalhas II à Sala da Tinturaria das Dornas; e o núcleo da Real Fábrica Veiga, de um elevador que permite a circulação dos visitantes entre os três pisos do edifício (pisos 0, -1 e 1). No entanto, o acesso ao núcleo da Real Fábrica Veiga não está à altura do que um espaço desta envergadura merece, sobretudo para idosos e outras pessoas com mobilidade reduzida, tornando-se perigoso devido a fatores como a reduzida largura da rua, a inclinação e o tipo de pavimento e o tráfego rodoviário.



### 3.2 Atividades de gestão

Desde a sua criação que a principal função dos museus é guardar, conservar e recriar a história dos objetos e da sociedade onde estão inseridos. Não obstante, o que dita a diferença entre os vários museus é o contexto da sua criação, os meios utilizados e os modelos de gestão que estão na origem das suas diferentes missões. Independentemente da tutela, para uma instituição museológica atingir o sucesso pretendido é essencial definir o seu propósito, os valores orientadores das suas atividades e uma missão que deve ser partilhada por todos os colaboradores. O que, de acordo com Guina Garcia, “cria um forte sentimento de identidade e uma linha de continuidade que a ajuda a enfrentar um mundo em constante mudança e encoraja pessoas a experimentar, aprender e a superar desafios, fazendo da melhoria continua uma espécie de «estilo de vida»”<sup>71</sup>.

O Museu de Lanifícios definiu como missão, “a salvaguarda e a conservação ativa do património industrial têxtil, assim como a investigação e divulgação da tecnologia associadas tanto à manufatura como à industrialização dos lanifícios”, que deve ser alcançada “através da prossecução de um conjunto de objetivos estratégicos, gerais e específicos que orientarão a sua linha de Ação”.<sup>72</sup> Para o cumprimento da mesma, este apresenta diferentes áreas de ação: conservação, investigação, educação, organização de exposições e outras atividades, visitas guiadas e acompanhamento de visitantes e apoio administrativo. Para executar essas tarefas tem ao seu dispor oito colaboradores com as qualificações previstas na lei, para o seu desempenho (anexo I3). O número reduzido de recursos humanos, sobretudo devido a restrições financeiras, exige que o mesmo funcionário acumule mais que uma função, o que tendencialmente canaliza os colaboradores para tarefas que exigem um maior contacto com o público, ficando para segundo plano outras funções, como o trabalho de conservação. É o caso do Centro de Documentação/ Arquivo Histórico, que vê a sua responsável delegada para diversas tarefas e os restantes colaboradores destacados para as receções dos núcleos e para a orientação de visitas a grupos, o que invalida a prossecução contínua de outras tarefas.

---

<sup>71</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*. Edições IPC, 2003, p. 130.

<sup>72</sup> Artigo n.º 6.º, Regulamento do Museu de Lanifícios.

Segundo a Dra. Helena Correia<sup>73</sup>, a instituição carece de “uma visão estratégica que envolva todos os funcionários e que todos saibam o que fazer”. “Havendo falta recursos humanos, estes deveriam ser melhor geridos, de acordo com os objetivos e prioridades a definir”, acrescenta. A gestora do Museu é, em paralelo, a responsável pelo Centro de Documentação/ Arquivo Histórico, o que demonstra “uma visão desatualizada e certamente menos eficaz em termos de estrutura e gestão organizacional”<sup>74</sup>.

A concretização dos objetivos a que a missão se propôs acarreta custos que cabe à direção gerir. A UBI garante o pagamento das despesas de funcionamento do MUSLAN: os vencimentos do pessoal adstrito ao Museu, a água, a eletricidade, o gás, as despesas de economato e relativas à manutenção das instalações, limpeza, entre outras. Ao Museu, cabe um orçamento para despesas extraordinárias que se situa nos 5.000,00€, mas que até 2012 se aproximava dos 7.500,00€. Este dinheiro é gasto com produtos de conservação e restauro, aquisições de peças (como livros) e de equipamentos informáticos e audiovisuais, assim como, para o serviço educativo, exposições e outros eventos. Como o orçamento disponível tem sofrido reduções progressivas, o MUSLAN necessita de criar estratégias de organização e gestão que lhe permita adquirir receitas extras que impeçam que a falta de financiamento coloque em causa a sua missão.

O Museu não tem transporte próprio para as deslocações necessárias, porém, tem à sua disposição transporte da UBI. Ao ser um departamento da Universidade, este recebe ainda outros apoios internos, que passam pela reitoria, administração e assessoria jurídica. É-lhe, igualmente, concedido apoio por parte do Centro de Informática, do Centro de Recursos de Ensino e Aprendizagem, dos Departamentos de Ciência e Tecnologia Têxteis, Comunicação e Artes, Engenharia Civil e Arquitetura e Letras, assim como, dos Gabinetes de Comunicação e Imagem, de Apoio a Projetos e Promoção da Investigação e de Gestão de Programas e Projetos, dos Serviços Gráficos e dos Serviços Técnicos,

---

<sup>73</sup> Entrevista realizada dia 19 de maio de 2014 à Dra. Helena Correia, gestora do Museu e responsável pelo CD/ AH. A entrevistada autorizou a utilização, divulgação e publicação do seu depoimento para fins académicos e culturais, sendo utilizada durante o presente capítulo.

<sup>74</sup> GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003, p.122.

No que diz respeito ao horário de funcionamento, o MUSLAN encontra-se aberto ao público de terça a domingo, no período da manhã das 9.30h às 12.00h e na tarde das 14.30 às 18.00h. Encerrado ao público todas as 2<sup>a</sup> feiras e nos dias 1 de Janeiro, 1 de Maio e 25 de Dezembro. Por sua vez, o Centro de Documentação/Arquivo Histórico encontra-se aberto de 2<sup>a</sup> feira a 6<sup>a</sup> feira, das 9.30h às 12.30h e 14.00 às 17.00h, estando encerrado ao fins-de-semana e feriados. Por ser um núcleo ao ar livre as Râmolas de Sol não têm restrição de horário, nem de preço. Relativamente ao ingresso, estão contemplados três tipos de bilhetes: 2€ (Real fábrica de Panos), 4€ (Rela fábrica Veiga) e 5€ (Real Fábrica de Panos e Real Fábrica Veiga). Além do preço normal, são praticados descontos de 50% sobre o bilhete e a gratuidade de ingresso, mediante a condição do visitante. Tanto as condições de horário como de ingresso estão perfeitamente enquadradas naquilo que o Museu tem para oferecer.

No âmbito do Sistema Interno de Garantia de Qualidade da UBI, no qual o Museu de Lanifícios se insere, encontram-se disponíveis nas duas receções dos dois núcleos do MUSLAN um inquérito de Avaliação da Satisfação do Utilizador que proporciona ao público visitante uma oportunidade para avaliar o Museu e identificar/sugerir os aspetos passíveis de melhoria. Estes inquéritos são posteriormente avaliados pelo Serviço de Qualidade da UBI e pelas auditorias internas e externas. Além destes inquéritos, o próprio Museu disponibiliza uma caixa de sugestões onde o visitante pode deixar a sua opinião sobre os vários aspetos da instituição. Estas avaliações são fulcrais para aumentar a qualidade do Museu e daquilo que ele tem para oferecer ao público, por lhe permitirem uma melhoria contínua e, conseqüentemente, o aumento do grau de satisfação do visitante.

Relativamente à direção do Museu, esta é algo ausente, uma vez que o diretor, apesar de assumir a responsabilidade da direção, alia a este cargo, enquanto Professor Catedrático da UBI, as funções de docência e de investigação. O diretor mantém uma certa dependência do Reitor, uma vez que existem decisões que não podem ser tomadas por este. Por exemplo: para o Museu proceder às alterações das condições de ingresso para que os domingos à tarde fossem gratuitos, o diretor necessitou de pedir a autorização ao reitor.

### 3.3 Serviço Educativo e Atividades

Nas duas últimas décadas, com o objetivo de “descodificar as mensagens contidas nos discursos expositivos e promover ações de animação que permitam ao visitante atingir facilmente os objetivos "educacionais" da exposição”<sup>75</sup>, os museus procederam à criação de Serviços Educativos e a contratações de técnicos com formação pedagógica. Desde a sua criação, que o Museu de Lanifícios teve consciência da importância do Serviço Educativo, criando um que tinha como objetivo “a divulgação do património têxtil nele incorporado, nomeadamente os acervos de natureza técnica, como equipamentos, modelos, bem como a informação documental e fotográfica, contribuindo para sensibilizar o público escolar para a importância da história, da cultura, da ciência e da técnica associadas à indústria de lanifícios”. Apesar de encarar este setor como privilegiado, por ser o responsável pelo contacto direto com os diferentes públicos que o visitam ou pretendem visitar, após a contratação de uma técnica em 2011 para gerir este serviço, há cerca de um ano a tutela transferiu-a para outro serviço da UBI, não contando, de momento, com um responsável por este setor. Atualmente, o MUSLAN conta com o apoio da doutora Madalena Sena, com formação em *Design Gráfico*, *Design de Moda* e doutorada em Ciências da Comunicação, no entanto, esta pertence ao quadro da UBI, mais concretamente aos Serviços Gráficos, desempenhando outras funções que não lhe permitem focar-se, integralmente, ao Museu. Neste novo cenário, a execução das funções anteriormente entregues ao Serviço Educativo, passam a estar dividida pelos restantes colaboradores. Segundo Helena Correia, “tiraram-nos um elemento fundamental, agora temos duas situações: ou deixamos de fazer as coisas ou fazemo-las, mas isso significa que conseguimos fazer mesmo sem essa pessoa.” Os colaboradores esforçam-se para que o Museu continue a ser ativo e divulgado, contudo, têm noção que lhes falta formação para o fazerem com a qualidade devida.

Anteriormente, o Museu procurava fazer uma intervenção ativa e regular junto das escolas, através da produção, divulgação e execução de um plano educativo anual nos estabelecimentos de ensino dos concelhos da Covilhã, Fundão e Belmonte, com o

---

<sup>75</sup> TINOCO, Alfredo, “Para uma política de preservação do património industrial em Portugal”, *Cadernos de Sociomuseologia* n.º 42, 2012.  
Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/252/161>.  
[Visualizado dia 30 de novembro de 2012, às 11:44]

objetivo de complementar os programas escolares.<sup>76</sup> Atualmente, não tem recursos humanos suficientes, nem habilitados para o fazer, porém, para continuar a intervir junto do público escolar, e tendo consciência da importância que tem para as crianças o contacto com a lã e com os lanifícios, procede à realização de algumas atividades Educativo-Pedagógicas, mediante requisição por parte das escolas.

Ao pretender ser um espaço de aprendizagem e de saber-fazer, promove visitas guiadas através de marcação, aos dois principais núcleos, iniciando a experiência museológica com o visionamento de um filme de cerca de 15 minutos, que resume a história a indústria de lanifícios na Covilhã e dos aspetos tecnológicos que lhe estão associados. Até à abertura ao público do núcleo da Real Fábrica Veiga, o Museu tinha ao seu dispor três colaboradores habilitados para realizar visitas guiadas a todos os visitantes que ingressavam no núcleo da Real Fábrica de Panos, cuja formação foi obtida através do acompanhamento das visitas efetuadas pela doutora Elisa Calado Pinheiro, na altura diretora do Museu e uma das pessoas que acompanhou de perto as obras da Real Fábrica de Panos, a criação do Museu e coordenou o seu desenvolvimento e ampliação em mais dois núcleos. Com a abertura do núcleo da Real Fábrica Veiga passou a dispor de um quarto elemento, que acompanhou os restantes guias até obter a formação necessária para realizar visitas orientadas, que, a partir deste momento, passaram a ser efetuadas por marcação mediante pagamento. Este último colaborador foi um profissional da indústria de lanifícios, o que lhe proporcionou um grande leque de conhecimentos na área, tornando-se uma mais-valia para o MUSLAN. Todos os guias tiveram acesso a um guião com o espólio do Museu, que os habilitou à execução de visitas contínuas a ambos os núcleos. Estas podem ser realizadas em português, espanhol, inglês e francês. Em 2011, de forma a prestar um melhor serviço aos visitantes de outras nacionalidades, foi traduzido para francês um Guião de visitas orientadas. A Dra. Helena Correia afirma que para as visitas orientadas melhorarem “faz falta um Serviço Educativo que acompanhasse e reunisse de forma sistemática o grupo de guias de forma a verificarem todos juntos os aspetos a melhorar”. Para a responsável seria de extrema

---

<sup>76</sup> Deste plano podem salientar-se a título de exemplo as atividades “Da ovelhinha ao casaquinho”, “A Tosquia” e “A Mala Pedagógica”, cujo propósito é proporcionar às crianças um contato mais próximo com as várias fases de transformação da lã, dirigindo-se ao ensino pré-escolar e primeiro ciclo do ensino básico.

importância, que estes se reunirem para discutir as diferentes situações ocorrentes durante as visitas, para atingirem uma melhoria contínua. “Inicialmente existe a preocupação em saber a estrutura da visita, depois de estar consolidada é preciso evoluir”.

No desenvolvimento das atividades do Serviço Educativo organizam-se ateliês nas Oficina Têxtil do MUSLAN, uma área de experimentação artesanal que dá lugar a formações, estágios e ateliês relacionados com o têxtil. O ateliê abre-se ao público com o tema “A Arte de Fiar e Tecer – aprendizagem das técnicas artesanais do trabalho da lã”, mediante marcação, possibilitando o manuseamento de instrumentos de cardação, fiação e tecelagem. Realiza, igualmente, *workshops* de tecelagem artesanal para grupos, em que o participante aprende sobre cardação, penteação, fiação, tecelagem e debuxo.

O setor educativo incumbe a tarefa de organizar atividades de animação sociocultural, como conferências e debates da área da arqueologia industrial, promover iniciativas que divulguem o património que se encontra à sua guarda e organizar e montar exposições temporárias, assim como, os trabalhos de edição de guias, inventários, catálogos, fontes documentais e trabalhos de investigação na área do património industrial. Atualmente, o Museu promove a iniciativa “Tardes de Quinta no Museu”, na qual, todas as últimas quintas-feiras do mês, há uma palestra subordinada a temas relacionados com o património e cultura, museologia e com região e os lanifícios.

### **3.4 Comunicação**

É através da comunicação que as organizações moldam a sua imagem para que esta se enquadre na realidade. Apesar dos colaboradores do MUSLAN terem essa consciência, a instituição não conta com um responsável pela área, visto que quem acumulava esta função era o Serviço Educativo e o seu representante fora transferido. Atualmente, essas tarefas encontram-se divididas pela Dra. Helena Correia, que redige as notas de imprensa, e pela secretária do Museu, Andreia Alves, responsável pela produção e envio dos convites, assim como a restante comunicação com o exterior, sendo frequente não existirem colaboradores disponíveis para proceder à distribuição de cartazes e *flyers*, devido a fatores como o cumprimento de horários nas portarias e a falta de transporte.

Para promover a sua identidade no exterior, o MUSLAN, desenvolveu uma imagem gráfica (anexo I4) e um *slogan*: “Os Fios do Passado a Tecer o Futuro”. Procede à edição de artigos científicos, presta apoio à comunidade sempre que lhe é solicitado, como acontece com os alunos de Ciências da Comunicação, a quem faculta entrevistas e documentação para o jornal *urbi@orbi*, lança desde 2009 uma *newsletter* mensal<sup>77</sup> e, anualmente, a revista *online*, a “*ubimuseum*”<sup>78</sup>, que se assume como um espaço de divulgação técnico-científico, abordando temas relacionados com os lanifícios e o património cultural associado, e editou o livro “Rota da Lã TRANSLANA, percursos e marcas de um território de fronteira: Beira Interior (Portugal) e Comarca Tajo-Salor-Alomonte (Espanha)”.

O Museu dispõe de uma página *web*, desde 1998, atualmente, dirigida pela Dra. Helena Correia, sofrendo ao longo dos anos algumas remodelações para suportar as bases de dados das amostras têxteis. Ao aceder a <http://www.museu.ubi.pt/>, o utilizador encontra uma página de *design* e manuseamento simples e com conteúdos bastante organizados e completos, o que espelha a sua política de transparência. No topo da página é dado destaque ao seu logótipo e a um *banner* com imagens relacionadas com a temática, logo abaixo surge um menu com nove separadores:

- “Museu” que tem como objetivo apresentar a instituição, disponibilizando para esse fim a sua missão, regulamento, organigrama e história;
- “Núcleos Museológicos” no qual o visitante tem acesso às informações mais importantes sobre cada núcleo, desde a história do edifício, à sua recuperação e respetiva musealização, assim a descrição da sua exposição permanente;
- “Coleções” em que é apresentada a coleção museológica constituinte do Museu;
- “Centro de Documentação” que descreve o historial e atribuições desta valência, assim como as coleção documentais disponíveis e o funcionamento do acesso a estas;
- “Rota da Lã TRANSLANA” que apresenta este projeto, os seus objetivos e a importância da lã e do património industrial constituinte da rota;

---

<sup>77</sup> A *newsletter* mensal disponibiliza a sistematização das atividades a realizar nesse período, fortalecendo dessa forma a ligação com o público e Amigos do Museu, assim como com o público interessado pela instituição e as suas atividades, disponibilizando informação sobre incorporação de novos bens patrimoniais, à sua conservação, valorização e divulgação, à edição de novas publicações e ainda muitas outras atividades de âmbito patrimonial e cultural.

<sup>78</sup> A revista encontra-se disponível em: <http://www.ubimuseum.ubi.pt/>.

- “Atividades Culturais” que descreve as atividades realizadas pelo Museu, discriminando os eventos e as exposições temporárias desenvolvidas desde 1997;
- “Serviços”, que expõe as valências disponibilizadas, que vão desde o Catálogo têxtil, à consultoria, passando pelas oficinas têxteis, *ateliers*, leitura e referência, serviços de reprodução, pesquisa, estágios e, ainda, formação, visitas de estudo, empréstimo de peças e disponibilização de espaços;
- “Loja”, onde o cibernauta tem acesso às edições técnico-científicas do Museu de Lanifícios, da UBI e de outras entidades, assim como aos catálogos de exposições temporárias, a materiais informativos de distribuição gratuita disponibilizados nas suas duas lojas;
- “Informações”, onde o utilizador se pode inteirar sobre o horário de funcionamento do Museu, localização, ingressos, cafetaria e restaurante, lojas, acessibilidades e normas de conduta.

Na parte central da página encontra-se informação, em constante atualização, sobre as suas atividades externas e internas. Do lado esquerdo da página, o utilizador um menu lateral com ligações para o mapa do site, marcação de visitas, para uma caixa de sugestões, para os contactos do Museu e sua ficha técnica, assim como *link's* relacionados. A página *web* disponibiliza a revista *online*, “*ubimuseum*”, as suas *newsletters* mensais, desde 2011, e um espaço onde o visitante pode deixar o seu *email* para a receção da revista, assim como, uma galeria de fotos. Na parte inferior da página são referenciados os projetos nos quais o Museu se encontra inserido, assim como, a sua integração na Rede Portuguesa de Museus e na Associação Portuguesa de Museologia e informação sobre os prémios vencidos<sup>79</sup>. A restante informação da página encontra-se traduzida em inglês, o que reflete a preocupação do Museu com os turistas estrangeiros.

O Museu dispõe de uma página de *Facebook*<sup>80</sup>, criada, em 2011, quando a secretária Andreia Alves ingressou neste, e mais tarde, delegada para o Serviço Educativo, até ao despedimento da sua responsável, em 2012. A partir dessa data, a sua gestão ficou a cargo da doutora Madalena Sena e delegada a uma nova estagiária do

<sup>79</sup> “Prémio Melhor Museu Português dos Prémios APOM 1999-2001 da Associação Portuguesa de Museologia”.

<sup>80</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/museu.delanifícios?fref=ts>.



Museu, que procedeu à posterior transformação em página institucional, responsabilizando-se pela sua atualização diária.

Além da atualização da página web e do Facebook, o Museu promove-se junto dos estabelecimentos de ensino e das empresas de hotelaria e restauração, agências, postos de turismo e comércio de artesanato, através do envio por correio e em forma digital das suas atividades educativas, dos *flyers* e das condições de ingresso. A divulgação junto do público é feita, essencialmente, a nível local através de *flyers*, cartazes e de convites enviados para a *mailing list*. Anteriormente, os convites eram enviados por correio, mas com o cortes efetuados pela UBI passou a ser exclusivamente por *email*, o que diminuiu o alcance da divulgação dos eventos junto da comunidade onde o Museu se insere, uma vez que a maioria das pessoas idosas, inclusive os doadores do Museu, não têm acesso à internet. Os convites para eventos são, também, enviados para a Rede Portuguesa de Museus, assim como para Museus Regionais e locais, pertencentes ou não à RPM, e para Museus com a mesma temática. O MUSLAN mantém contacto com os meios de comunicação social locais, regionais e internos da UBI, assim como, procede ao envio de trabalhos de promoção e divulgação em jornais de âmbito local, regional e nacional, em revistas internacionais e em programas de televisão. Divulga notas de imprensa, convites para iniciativas e responde a solicitações para entrevistas e depoimentos.

Relativamente à Comunicação Interna, o MUSLAN não dispõe de um responsável ou Gabinete que garanta a comunicação entre colaboradores. Como todos estão juntos frequentemente, a troca de informação entre estes e a direção é feita informalmente e de forma oral, recorrendo-se a reuniões, quando surge um imprevisto ou algum projeto que necessite da distribuição de tarefas, como um evento ou uma feira temática. Contudo, essas reuniões nunca contam com a presença de todos os colaboradores devido ao cumprimento de horários na receção e às folgas semanais. Além da comunicação informal, o *email* é utilizado pela secretária do Museu, Andreia Alves, para informar os colaboradores sobre o escalonamento das receções aos fins-de-semana (pessoal mínimo) e as visitas que estão marcadas e quem as irá realizar. Na opinião da Dra. Helena Correia, esta forma de comunicação interna é bastante eficiente e, apesar de reconhecer a importância de um Gabinete de Comunicação Interna, afirma que só se justificaria a sua criação a partir de determinado número de colaboradores, além de que seria extremamente difícil manter o gabinete devido aos escassos recursos humanos

disponíveis. Como foi possível observar durante o período de estágio, a relação entre os colaboradores é bastante cordial, assim como a sua relação com a direção. Apesar de ser benéfica para o ambiente de trabalho, essa proximidade pode ser negativa quando as críticas construtivas de trabalho são encaradas de forma pessoal. Para promover a união e a criação de laços, sempre que os colaboradores e estagiários tomam café no Museu colocam 0,20€ numa caixa, e esse dinheiro é utilizado para “oferecer” um almoço de Natal, garantindo assim a presença de todos. A média de idades dos colaboradores encontra-se entre os 50 e 60 anos, e a UBI não tem recursos financeiros para novas contratações, o que torna o futuro do Museu bastante cinzento e incerto neste aspeto.

Como o MUSLAN faz parte de uma estrutura maior, a UBI, é imprescindível analisar o funcionamento da sua comunicação interna. Quando os superiores hierárquicos (reitor e administrador) têm necessidade de comunicar alguma informação, esta é enviada para o Gabinete de Relações Públicas da UBI, que a divulga através do *email* para os departamentos ou diretamente para o *email* atribuído a cada funcionário (inclusive aos do Museu). Porém, quando se trata de uma comunicação direcionada em específico para o MUSLAN, como informar sobre a realização de um evento nas suas instalações, é utilizado o telefone, através da linha interna que a UBI disponibiliza. Encontra-se, igualmente, disponível uma plataforma na qual o Museu informa a UBI sobre os problemas técnicos existentes para que esta os possa resolver.

No que diz respeito à comunicação museológica esta apenas é disponibilizada em português.

Em 2012 foram gastos 1768,79 € em atividades de Divulgação/ Comunicação, como o aluguer de um *stand* na Bolsa de Turismo de Seia, um anúncio publicitário no Jornal do fundão, em feiras e no porto de honra do lançamento da revista digital “*ubimuseum*”.

## 4. Público (s)

Ano	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nº de visitantes	9.914	7.772	8.682	11.042	11.865	12.199

Tabela 1: Número de visitantes por ano de 2008 a 2013

Relativamente aos visitantes do Museu, vamos utilizar como referência para análise o ano de 2012, uma vez que não foi possível ter acesso aos dados completos de 2013 até ao final do período de estágio. No ano de 2012, o MUSLAN registou um total de 11.865 visitantes, desses ingressos apenas 4.251 foram pagos (+6,8% que 2011), sofrendo um acréscimo de 823 visitantes relativamente ao ano anterior, ou seja, o número de visitantes de ambos os núcleos do Museu aumentou em 7,5%, número mais elevado do que os 5% que MUSLAN expectava. Os visitantes dirigiram-se ao Museu para visitar as exposições permanentes dos núcleos museológicos ou para participar nas atividades educativas e culturais promovidas pelo mesmo. Este número de visitantes é o mais elevado desde 1996, ano em que se deu a abertura do primeiro núcleo com um horário alargado e regular. Este número de visitantes é muito mais elevado do que os dois museus municipais da Covilhã, registando o Museu Arte e Cultura desde 2008, ano da sua abertura, 1.761 pessoas e o Museu Arte Sacra, desde 2011, 1.122 pessoas.<sup>81</sup>

No ano em análise, a Real Fábrica Veiga foi o núcleo que registou mais visitantes (7.208), tendo a Real Fábrica de Panos registado um decréscimo (4.650). Este aumento de visitantes na RFV tem como principal motivo o aumento do número de eventos culturais e atividades educativo-pedagógicas gratuitas realizadas neste núcleo. Por sua vez, a RFP, graças à localização privilegiada que lhe dá uma visibilidade acrescida para os transeuntes, é o núcleo em que se verifica um número de ingressos para a exposição permanente constante. A Real Fábrica Veiga ao mostrar-se como um projeto museológico tão ambicioso, deveria registar um número maior de visitantes individuais e de grupos turísticos. Porém, este núcleo sofre de vários condicionalismos que

---

<sup>81</sup> Dados cedidos por *email* pela responsável do Departamento de Cultura, Juventude e Desporto da Câmara Municipal da Covilhã, Telma Madaleno.

dificultam o alcance do sucesso merecido: difícil acesso, falta de estacionamento, pouca visibilidade pública e sinalética exterior existente, mas insuficiente.

O tipo de ingresso mais frequente no Museu de Lanifícios, durante 2012, foi o das visitas escolares, seguido do ingresso normal (5€) e do público participante em eventos e em ateliês/ oficinas. Segue-se a categoria Especial Desconto, o público de Entrada Livre, a categoria UBI<sup>82</sup>, Professores, Escolas com Descontos, Jovens 16- 25, a Protocolo<sup>83</sup> e, em último, a categoria Centro de Documentação/ Arquivo Histórico. Comparativamente a 2011, verifica-se que se registou um decréscimo de 8,8% ingressos na categoria UBI, o que já tinha sido detetado no ano anterior. O que suscita alguma estranheza, uma vez que este grupo, além de ter ingresso gratuito, encontra-se muito próximo das infraestruturas do Museu, sendo igualmente parte integrante da instituição a que pertencem. A categoria Entrada Livre (772 ingressos), que inclui visitantes das exposições temporárias, grupos de visitantes que obtiveram gratuidade no acesso ao museu e de Eventos (total de 1499) regista habitualmente um número acrescido nos meses em que se realizam iniciativas mais apelativas ao público, como “Os dias da UBI”, o “Dia Internacional dos Monumentos e Sítios” e “Dia Internacional dos Museus”.

Relativamente ao número das visitas guiadas houve uma diminuição, sobretudo desde o 2º semestre de 2011, altura em que as visitas guiadas começaram a ser pagas. Em 2012, registaram-se 67 visitas guiadas, sendo 40 pagas e 27 gratuitas. A maioria dos visitantes são portugueses e adultos, sendo o público idoso o que menos o visita.

Com estes resultados comprova-se o que o principal foco do Museu é o público escolar (grupos do ensino pré-escolar e básico) e que as ações de divulgação do plano educativo anual junto das escolas está a funcionar, pois a obrigatoriedade das visitas pelos professores, assim o exige. O MUSLAN oferece um *flyer* informativo sobre o Museu e um *voucher* de uma entrada gratuita a cada criança, para que esta entregue ao seu encarregado de educação, promovendo e divulgando a instituição.

---

<sup>82</sup> Engloba os convidados oficiais, docentes, estudantes e funcionários.

<sup>83</sup> Visitantes individuais ou em grupo afetos a instituições com as quais o MUSLAN estabeleceu protocolos de cooperação.

# Estudo de Público: Jovens Universitários da UBI

“Ao nível dos Museus, conhecer os seus públicos, ao propiciar um melhor conhecimento desta prática cultural, permite também dotar os seus responsáveis de uma fonte de conhecimento e interpretação que os ajuda a conceber, orientar, verificar e eventualmente reelaborar os seus projetos e as suas ações tendo em vista a melhoria da comunicação entre os visitantes e as suas obras. (*Lehalle, 1993:99*)” Santos e Neves

Desde a segunda metade do século XX que os responsáveis dos Museus se aperceberam que precisavam ter as suas galerias cheias de visitantes, o que lhes despertou novas preocupações para fazer face à concorrência com outros espaços museológicos, culturais e de lazer. Segundo Nuno Guina Garcia, “a mudança essencial que se verificou (e está a verificar) na instituição é precisamente a da transferência do enfoque sobre o objeto museológico para o público”<sup>84</sup>. Quando o Museu se encontrava ainda muito centrado nas coleções, não havia preocupação em relação à comunicação, que era feita de forma indiferenciada, como se as expectativas do público real e potencial fossem as mesmas. Atualmente, os museus tentam integrar nas suas equipas profissionais com a função de estudar estes públicos de forma a desenvolver mecanismos que facilitem a comunicação nos dois sentidos.

Para que a comunicação do Museu funcione com sucesso, é cada vez mais importante conhecer o perfil dos públicos, reais e potenciais, e esmiuçar as suas preferências e os seus hábitos culturais. Conhecer o público profundamente auxilia na conceção da mensagem e na escolha da forma de transmissão indicada. Em Portugal, surge cada vez mais informação sobre os públicos da cultura aparecendo, atualmente, inúmeros estudos relacionados com essa matéria. Tendo como ponto de partida as

---

<sup>84</sup> GARCIA, Nuno Guina. *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*. Edições IPC, 2003, p.124.

definições de públicos da cultura, apresentadas por vários autores, num encontro organizado pelo Observatório das Atividades Culturais, pode concluir-se que não existe uma única definição de público da cultura, uma vez que não é um conceito estático. Este depende de vários fatores que variam em espaço, tempo e condições socioeconómicas. No geral, podemos considerar como público da cultura todos os possíveis consumidores culturais<sup>85</sup>.

O MUSLAN, ao pretender alcançar o público jovem, precisa de ouvir a sua voz. Para isso, é imperativo conhecer primeiramente o perfil do segmento, saber quais são os seus hábitos e motivações culturais, assim como, os seus gostos e expectativas em relação ao espaço museológico. Por este motivo, desenvolveu-se o seguinte estudo, cujos resultados e conclusões contribuíram para uma reflexão sobre as necessidades culturais dos jovens universitários, que permitiu delinear uma estratégia de comunicação e programação que alcançasse este público específico.

## **I. Amostra**

Como foi referido anteriormente, é impossível desenvolver uma estratégia concertada e eficiente sem conhecermos o público com o qual trabalhamos, tal como, o público a que pretendemos chegar. Sendo que, o objetivo final do estágio era delinear estratégias que aproximassem o público jovem ao Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, optou-se por inquirir uma amostra relativamente homogénea de jovens: os estudantes universitários da Universidade da Beira Interior, com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos.

Os alunos inquiridos foram escolhidos aleatoriamente entre as faculdades de Artes e Letras, Ciências, Ciências da Saúde, Ciências Sociais e Humanas e Engenharia. As faculdades que compõem esta Universidade são bastante distintas, formando um grupo heterogéneo de alunos ligados a áreas académicas diferentes.

---

<sup>85</sup> AAVV, Públicos da Cultura: Actas do Encontro organizado pelo Observatório das Atividades Culturais no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Lisboa, 24 e 25 de Novembro de 2003.

À semelhança do que acontece no resto do país, nos Censos de 2011 constatou-se que há uma diminuição dos habitantes na Cova da Beira e, estes, estão cada vez mais envelhecidos. Segundo dados no INE, a região onde a Covilhã está inserida tinha menos 6,1% habitantes do que em 2001 (5710), sendo que houve uma diminuição na faixa etária dos 0 aos 14 anos (18,5%), assim como na faixa dos 15 aos 24 anos (30,8%) e na dos 25 aos 65 anos (3,5%). Apenas se registando um aumento na faixa etária com 65 ou mais anos (mais 9,9%).<sup>86</sup>

### Censos 2011 - População - Cova da Beira

Concelho	Total de habitantes		0 - 14 anos		15 - 24 anos		25 - 64 anos		65 e mais anos	
	2001	2011	2001	2011	2001	2011	2001	2011	2001	2011
Belmonte	7592	6859	1106	808	925	677	3760	3536	1801	1838
Covilhã	54505	51797	7540	6369	7432	5013	28967	28166	10566	12249
Fundão	31482	29213	4381	3434	4066	2906	15420	14780	7615	8093
<b>Total</b>	<b>93579</b>	<b>87869</b>	<b>13027</b>	<b>10611</b>	<b>12423</b>	<b>8596</b>	<b>48147</b>	<b>46482</b>	<b>19982</b>	<b>22180</b>

Fonte: INE

Tabela 2 População por faixa etária na Cova da Beira nos Censos 2011

Este aumento das faixas etárias mais velhas e a diminuição das faixas mais jovens conduzem a uma diminuição da população em idade ativa. Uma cidade do interior do país, como a Covilhã, deve tornar-se suficientemente atrativa, não só no que diz respeito à economia, mas também no campo da cultura e do lazer. Desta forma, evitará a fuga dos jovens covilhanenses, mas também reunirá as condições necessárias para que os jovens universitários a vejam como uma cidade com potencial para iniciarem a sua vida profissional.

#### 1.1 Dimensão da Amostra Requerida

No ano letivo de 2012/2013, entre licenciaturas, licenciaturas com mestrado integrado, mestrados e doutoramentos, a Universidade da Beira Interior albergava 7051 mil alunos. A fim de obter uma amostra significativa, entendeu-se que seria ideal analisar uma amostra de 250 alunos, para que, as características da população em causa pudessem ser inferidas.

<sup>86</sup>O Interior. (2012). *População diminui acentuadamente e está mais idosa* [Em linha]. Disponível em <http://www.ointerior.pt/noticia.asp?idEdicao=682&id=37727&idSeccao=8919&Action=noticia>. [consult. 4-05-2013].

## 2. Metodologia

Com base em vários estudos sobre a caracterização de públicos e inquéritos por questionário previamente realizados<sup>87</sup> desenvolveu-se e aplicou-se um questionário aos estudantes universitários da Universidade da Beira Interior (anexo 15). Optou-se por apresentar o questionário em papel e *online*, de forma a abranger um número mais diversificado de estudantes, sendo este, constituído por questões de resposta aberta, semiaberta e múltipla.

Antes da sua aplicação os questionários foram testados por cinco estudantes, o que permitiu ter a perceção do tempo que, em média, demorariam a ser preenchidos e, sobretudo, ter um *feedback* sobre a estrutura, clareza e pertinência das questões. Essas informações foram recolhidas através de um pequeno questionário entregue aquando do preenchimento dos inquéritos<sup>88</sup>. Com esses dados procedeu-se a alterações que tornaram o inquérito final mais rápido e funcional. Para manter a imparcialidade e validade dos questionários foi mantido o anonimato dos inquiridos. A sua distribuição foi feita com o auxílio de alguns colegas universitários, de colaboradores do Museu e de funcionários de diferentes setores da Universidade, que prontamente se disponibilizaram. Para que, a população tivesse conhecimento do estudo que o Museu estava a efetuar, a realização do inquérito foi divulgada na *newsletter* de fevereiro de 2013 (anexo 16).

Constituem o inquérito 32 questões, divididas por quatro grupos distintos: caracterização sociodemográfica (I), lazer, distração e cultura (II), Museus (III) e Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior (IV). Cada grupo pressupõe o cumprimento dos seguintes objetivos:

---

<sup>87</sup> “Inquérito aos Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado” e o “Inquérito Sobre a Satisfação dos Públicos do Centro Cultural de Belém”, que foi concebido numa tese de mestrado, com o objetivo de medir a satisfação do público do Centro Cultural de Belém.

<sup>88</sup> O questionário apresentava as seguintes questões: 1. Quanto tempo levou a completar o inquérito? 2. As instruções eram claras? 3. Achou alguma questão pouco clara ou ambigua? Se sim qual (ais), e porquê? 4. Opôs-se a responder a alguma questão? 5. Na sua opinião foi omitido algum tópico importante? 6. Considerou o formato do questionário claro/ atraente? 7. Tem algum comentário a fazer?



### **Grupo I**

- Caracterizar a amostra inquirida em relação ao género, idade, faculdade, situação profissional e área de residência;

### **Grupo II**

- Compreender os hábitos culturais e de tempos livres dos estudantes universitários;
- Identificar a frequência mensal com que desfrutam de atividades culturais;
- Aferir as suas atividades culturais e formas de arte preferidas;
- Identificar os espaços culturais e de lazer que os estudantes consideram mais importantes na cidade da Covilhã;

### **Grupo III**

- Conhecer as suas preferências em relação às várias tipologias de museus;
- Identificar a frequência com que visitaram museus no último ano;

### **Grupo IV**

- Analisar os conhecimentos e opiniões sobre o MUSLAN e a importância que estes lhes atribuem;
- Analisar a opinião dos estudantes sobre a forma como o Museu comunica;
- Confirmar se já o visitaram ou não e o número de vezes que o fizeram;
- Analisar as razões pelas quais aqueles que não foram ainda não o fizeram;
- Aferir os principais motivos que os levaram a visitar o MUSLAN;
- Perceber quais são os meios de divulgação que melhor funcionam na difusão de informação museológica;
- Conhecer as atividades e o tipo de exposições que gostariam de ver realizadas na instituição museológica;
- Perceber se concordam com a cooperação entre o Museu e outras entidades.

Além destes quatro grupos, o inquérito é constituído por um espaço aberto, no qual, os estudantes podem apresentar as suas críticas e sugestões relativamente ao

MUSLAN, com o objetivo de auxiliar na elaboração de um plano de ação e comunicação. E, também, por um espaço onde estes podem deixar o seu *correio eletrônico* que lhes permita a receção da *newsletter* eletrônica do Museu, o que aumentará o número de jovens na sua *mailing list*, iniciando-se imediatamente o estreitamento de laços.

O inquérito foi distribuído em espaços de aulas e de lazer frequentados pelos estudantes e, quando possível, foram explicados os seus objetivos, a relevância do seu preenchimento e importância da sinceridade das respostas.

### 3. Análise dos resultados obtidos

Neste capítulo serão apresentados os gráficos estatísticos que resumem as respostas recolhidas no inquérito, sendo respeitada a sua ordem de apresentação. No entanto, não foi elaborado um gráfico estatístico para a questão 27<sup>89</sup>, nem para a questão opcional da pergunta 32<sup>90</sup>, assim como para a opção “outra(s)”, encontrada como resposta a várias questões, uma vez que o objetivo destas perguntas, em específico, foi auxiliar na elaboração das propostas apresentadas no próximo capítulo (IV).

---

<sup>89</sup> “Qual a sua opinião sobre a página *web* e/ ou o *Facebook* do Museu? O que pode ser melhorado?”

<sup>90</sup> “Acha que seria benéfico haver cooperação entre entidades como o poder local, organizações associativas e sindicais da região, empresas de lanifícios ativas, ou até mesmo a ANIL, e o Museu de Lanifícios da UBI? Porquê? (Opcional).”

## Grupo I – Caracterização Sociodemográfica

### 1. Género

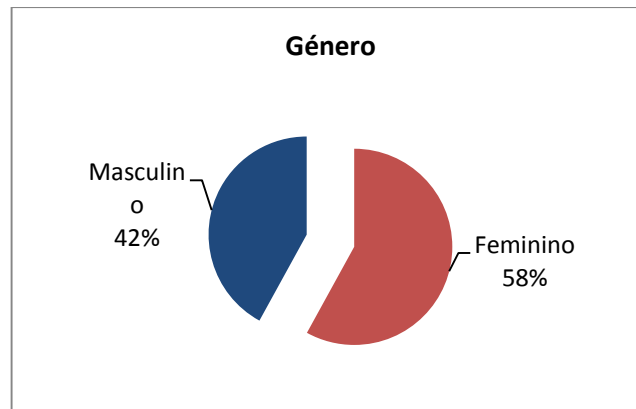


Gráfico 1: Distribuição dos inquiridos por género

A maioria dos estudantes que responderam a este inquérito são do sexo feminino (58%).

### 2. Idade

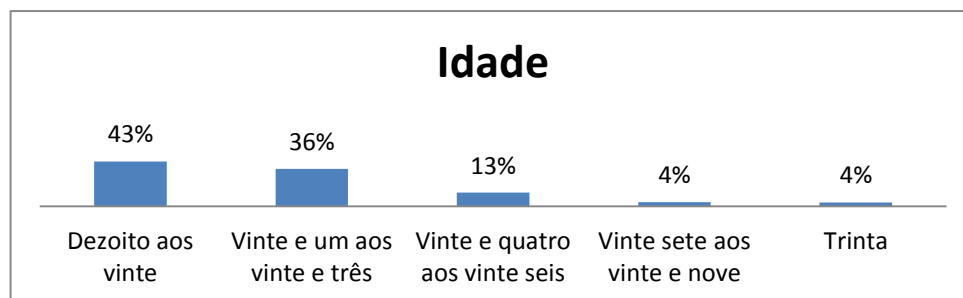


Gráfico 2: Distribuição dos inquiridos por idade

No que diz respeito à idade, o questionário foi efetuado a indivíduos com idades compreendidas entre os 18 e 30 anos. Para tornar a análise mais fácil, as idades foram agrupadas em intervalos etários de 3 anos (apenas os 30 anos ficaram isolados). Verificou-se que o intervalo etário dos 18 aos 20 anos é o que tem mais peso, com 43% do total, seguindo-se o intervalo dos 21 aos 23 anos, com 36%, o dos 24 aos 26, com 13%, e o dos 27 aos 29 e 30, ambos com 4%. Estes dados demonstram que a maioria da amostra tem entre os 18 e os 23 anos.

### 3. Faculdade

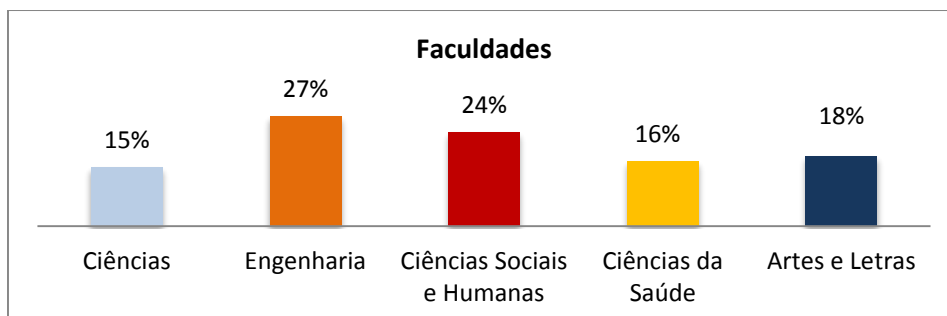


Gráfico 3: Distribuição dos inquiridos por Faculdade

O presente gráfico representa a distribuição dos alunos inquiridos pelas faculdades da UBI. A maioria frequenta a faculdade de Engenharia (27%), seguindo-se as faculdades de Ciências Sociais e Humanas (24%), Artes e Letras (18%), Ciências da Saúde (16%) e, por último, a Faculdade de Ciências (15%).

### 4. Grau de ensino

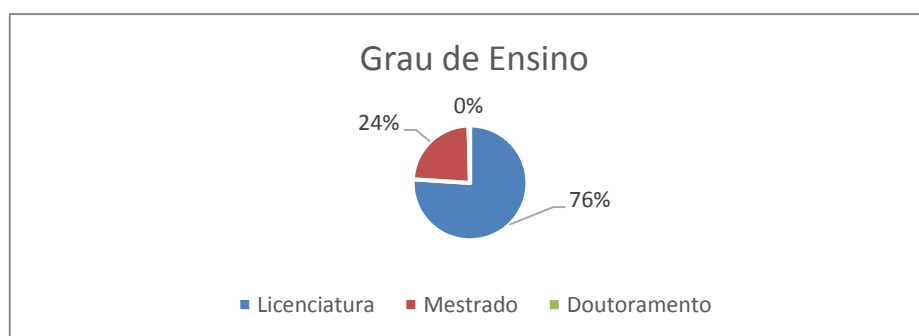


Gráfico 4: Grau de ensino frequentado pelos inquiridos

Constata-se que a maioria da amostra, 76%, está a frequentar uma Licenciatura, por sua vez, 24% frequenta um Mestrado. Junto dos alunos de doutoramento não se verificou representação significativa. Em comparação com o gráfico 2, pode concluir-se que a maioria dos estudantes estão no grau de ensino que, à partida, corresponde à sua idade.

## 5. Ano que frequenta

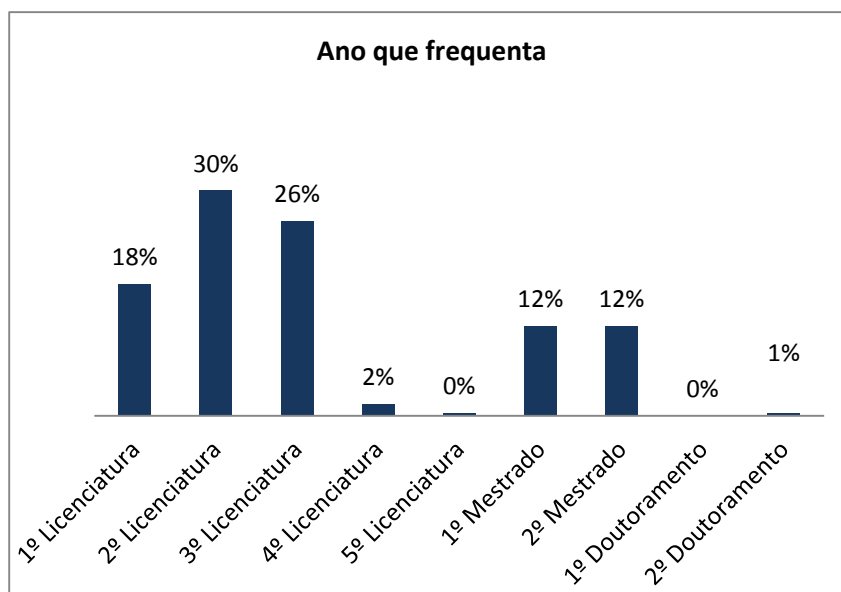


Gráfico 4: Distribuição dos inquiridos por anos de ensino

No presente gráfico, constatou-se que a maioria dos estudantes frequenta o 2º ano da licenciatura (30%).

## 6. Situação profissional

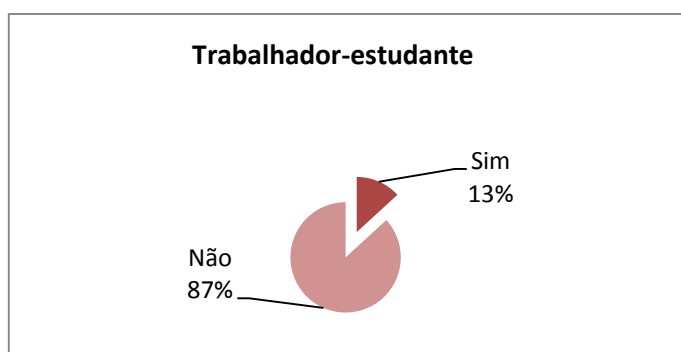


Gráfico 6: Percentagem de trabalhadores-estudantes

Relativamente à situação profissional dos inquiridos verifica-se que a esmagadora maioria não é trabalhador-estudante (87%), sendo que apenas 13% dos inquiridos além de estudar tem uma ocupação remunerada.

## 7. Estado Civil

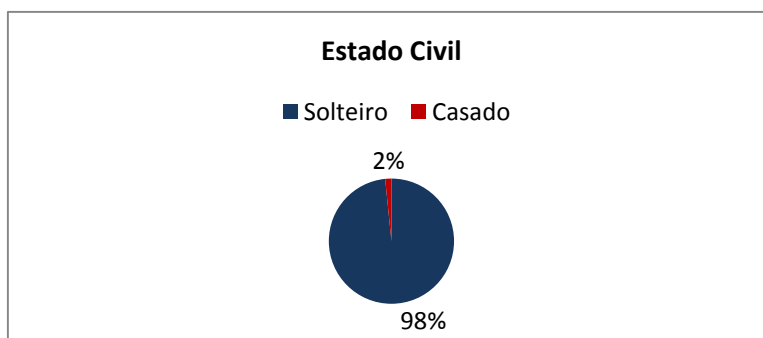


Gráfico 7: Estado civil dos inquiridos

Relativamente à sua situação conjugal, observa-se que apenas 2% são casados, sendo a esmagadora maioria solteiros, 98%. Uma vez que, atualmente, os jovens se casam mais tarde, estes resultados já eram previsíveis.

## 8. Área de residência

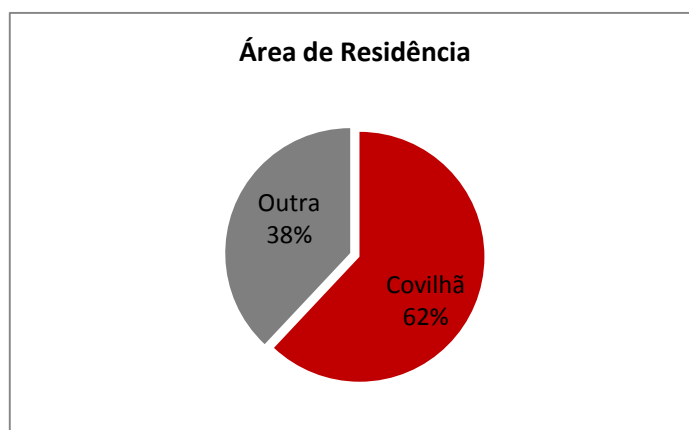


Gráfico 8: Área de residência dos inquiridos

Podemos observar que relativamente à área de residência, 62% dos inquiridos reside na Covilhã. Apenas 38% tem como área de residência outros pontos do país.

## Grupo II – Lazer, Distração e Cultura

### 9. Indique as suas ocupações de tempos livres favoritas:

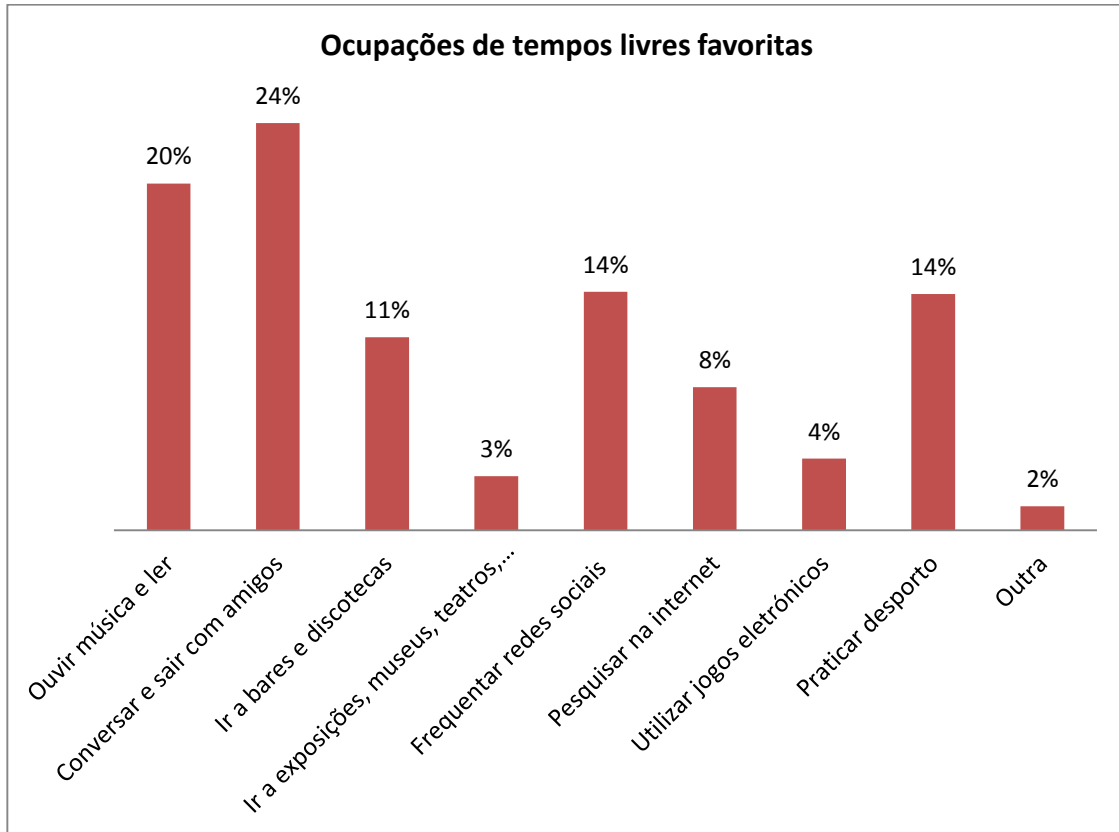
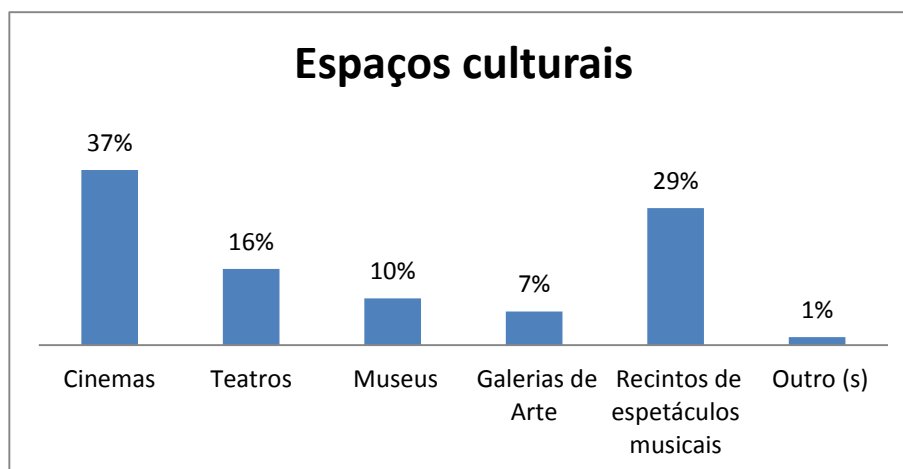


Gráfico 9: Distribuição das ocupações de tempos livres preferidas pelos inquiridos

Pela observação do gráfico, conclui-se que a maioria da amostra inquirida prefere ocupar os seus tempos livres a conversar e sair com amigos (24%). Ouvir música e ler é a opção seguinte com 20%, no mesmo patamar de preferência encontram-se a prática de desporto e as redes sociais (14%), seguidos de ir a bares e discotecas (11%), pesquisar na internet (8%) e utilizar jogos eletrónicos (4%). Como penúltima opção, e só ultrapassada pela opção “outra” (2%), aparece ir a exposições, museus, teatros, bibliotecas com apenas 3%. Conclui-se que, excluindo a música e a leitura, os inquiridos não têm como preferência ocupar os seus tempos livres com atividades culturais, preferindo outro tipo de atividades.

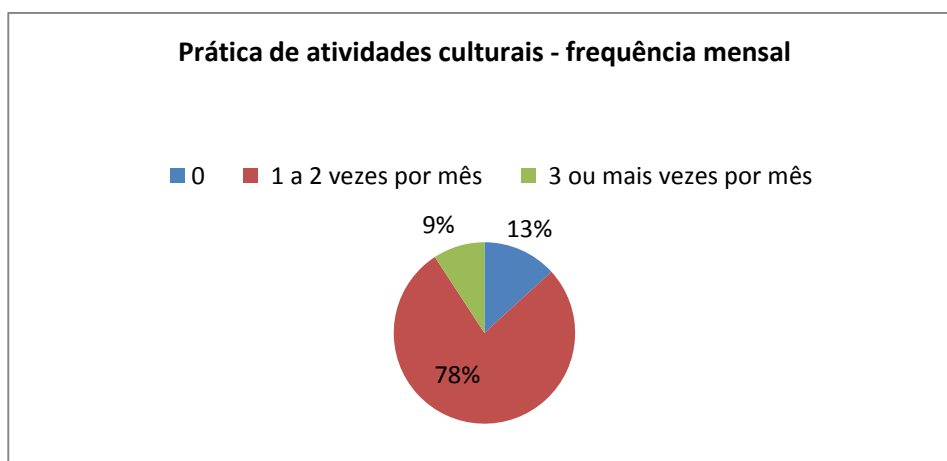
**10. Indique os espaços culturais que visita com maior frequência:**



**Gráfico 10: Distribuição dos inquiridos por espaços culturais que visitam com maior frequência**

Quanto aos espaços culturais que os inquiridos visitam com maior frequência, podemos observar que os cinemas (37%) e os recintos de espetáculos musicais (29%) são os espaços mais visitados. De seguida, os teatros (16%), os museus (10%) e as galerias de arte (7%) são locais menos frequentados.

**11. Indique com que frequência mensal desfruta de atividades culturais:**



**Gráfico 11: Frequência mensal com que o inquirido desfruta de atividades culturais**

Verifica-se que a larga maioria desfruta de atividades culturais uma a duas vezes por mês (78%), existindo quem mensalmente não tenha o hábito de praticar atividades culturais (13%).



## 12. Indique as formas de arte que prefere:

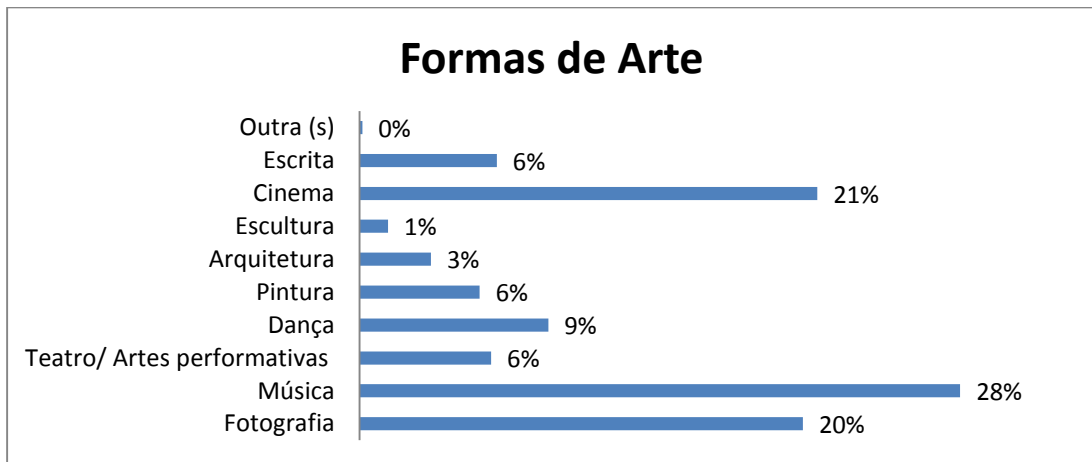
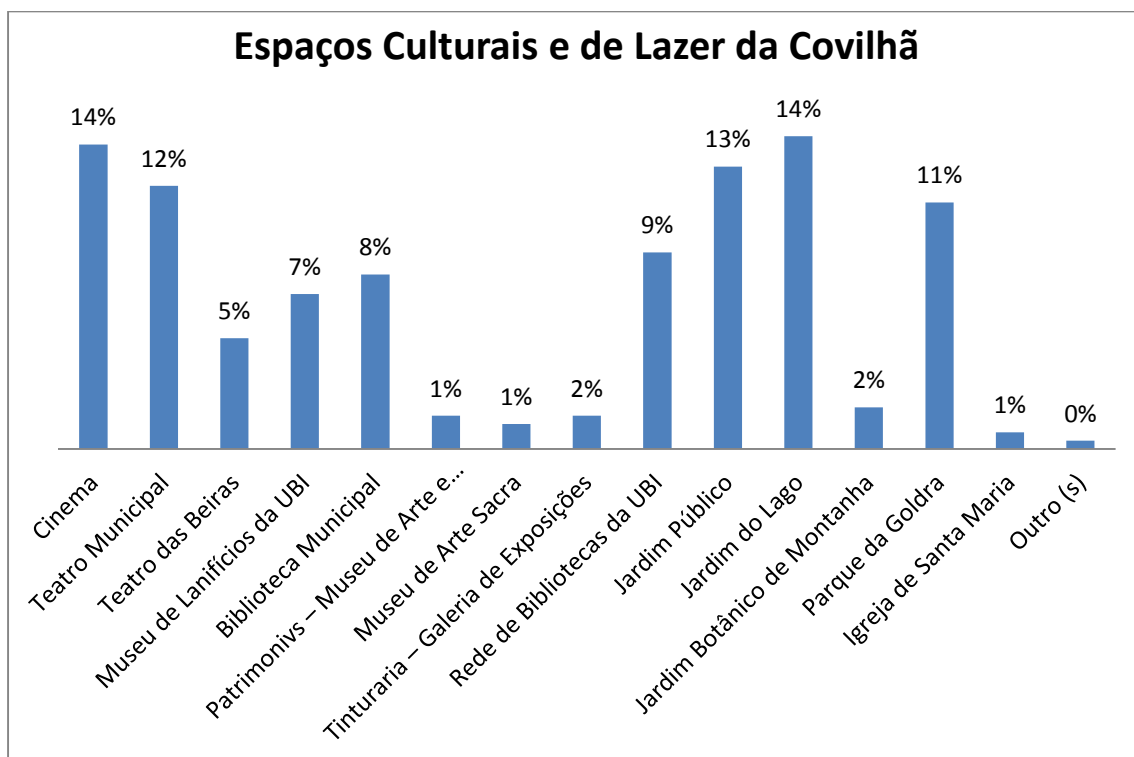


Gráfico 12: Formas de arte preferidas pelos inquiridos

Como podemos observar, as formas de arte favoritas da amostra inquirida são a música (28%) e o cinema (21%), seguindo-se a fotografia (20%) e com menos destaque a dança (9%). No mesmo patamar de preferência aparece a pintura, as artes performativas e a escrita (todas com 6%), sucedendo-lhe a arquitetura (3%) e, a menos preferida, a escultura.

**13. Indique os espaços culturais e de lazer que considera mais importantes na cidade da Covilhã:**



**Gráfico 13: Espaços culturais e de lazer mais importantes da Covilhã para os inquiridos**

Dentro da cidade da Covilhã, o Cinema e o Jardim do Lago são os espaços de cultura e lazer que os inquiridos consideram mais importantes (14% ambos), imediatamente seguidos pelo Jardim Público (13%), o Teatro Municipal (12%) e o Parque da Goldra (11%). Com menos alguns pontos percentuais, encontra-se a Rede de Bibliotecas da UBI (9%), a Biblioteca Municipal (8%), o Museu de Lanifícios da UBI (7%), o Teatro das Beiras (5%) e Tinturaria – Galeria de Exposições (2%). O Patrimónivs – Museu de Arte e Cultura, o Museu de Arte Sacra e a igreja de Santa Maria, foram os que tiveram uma percentagem de escolha menor (1%).

## Grupo III – Museus

### 14. Indique a tipologia de museus que prefere visitar:

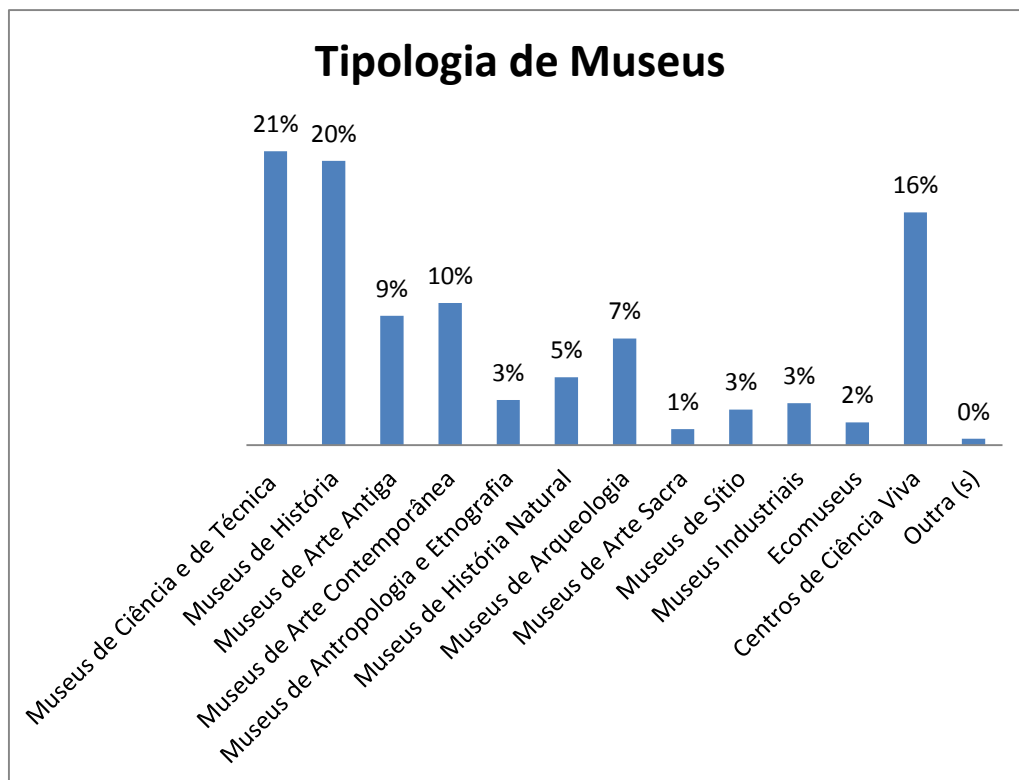


Gráfico 14: Tipologia de museus preferida pelos inquiridos

Como se pode observar no presente gráfico, a tipologia de museus preferida pelos estudantes são os Museus de Ciência e de Técnica (21%), encontrando-se ligeiramente abaixo os Museus de História (20%). Seguem-se os Centros de Ciência Viva (16%), os Museus de Arte Contemporânea (10%), Museus de Arte Antiga (9%), Museus de Arqueologia (7%) e Museus de História Natural (5%). No mesmo patamar relativamente ao número de inquiridos que os escolheram como preferidos, encontram-se os Museus de Antropologia e Etnografia, Museus de Sítio e Museus Industriais (cada um com 3%). Por fim, encontram-se os Ecomuseus (2%) e os Museus de Arte Sacra (1%).

**15. Indique o número de vezes que visitou Museus no último ano:**

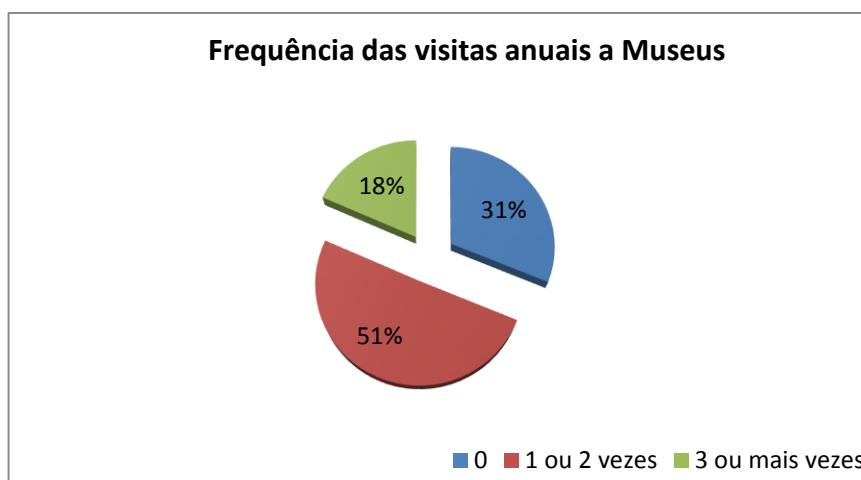


Gráfico 15: Frequência anual das visitas dos inquiridos a museus

Observando o gráfico, pode constatar-se que a frequência com que a maioria dos inquiridos visitou museus no último ano situou-se entre 1 a 2 vezes (51%). No entanto, existe ainda um número significativo de inquiridos que durante o ano transato não visitou museus (31%).

## Grupo IV- Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior

### 16. Antes de iniciar este inquérito tinha conhecimento da existência do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior?



Gráfico 16: Conhecimento dos inquiridos sobre a existência do MUSLAN previamente ao preenchimento do inquérito

Quando questionados sobre o conhecimento, prévio ao inquérito, acerca da existência do MUSLAN, 91% respondeu de forma afirmativa, sendo que apenas 9% respondeu que não sabia da existência de um museu de lanifícios na sua universidade.

### 17. Tem conhecimento que o ingresso no Museu de Lanifícios é gratuito para os estudantes da UBI?

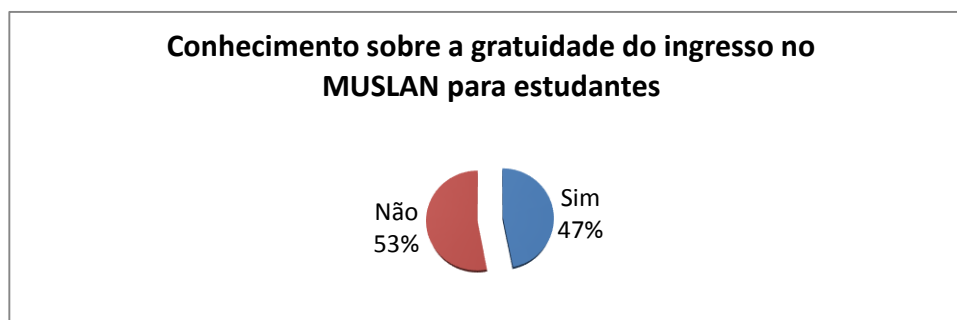


Gráfico 17: Conhecimento da gratuidade do ingresso no MUSLAN para estudantes da UBI

No que diz respeito ao conhecimento da gratuidade do ingresso no MUSLAN para estudantes universitários, as respostas foram bastante equilibradas: 47% sabia deste facto, enquanto 53% desconhecia que tinha direito ingresso gratuito no MUSLAN.

**18. Tem conhecimento que o Museu de Lanifícios da UBI é constituído por três Núcleos (Real Fábrica de Panos, Real Fábrica Veiga e Râmolas de Sol) e por um Centro de Documentação/ Arquivo Histórico?**



Gráfico 18: Conhecimento sobre a constituição do MUSLAN por parte dos inquiridos

Como se verificou com a análise do gráfico, 18, 81% dos inquiridos desconhece a constituição do MUSLAN, sendo que apenas 19% sabe que este é um Museu polinucleado que agrega também um Centro de Documentação/ Arquivo Histórico.

**19. Já visitou algum dos núcleos do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior ou o Centro de Documentação / Arquivo Histórico?**

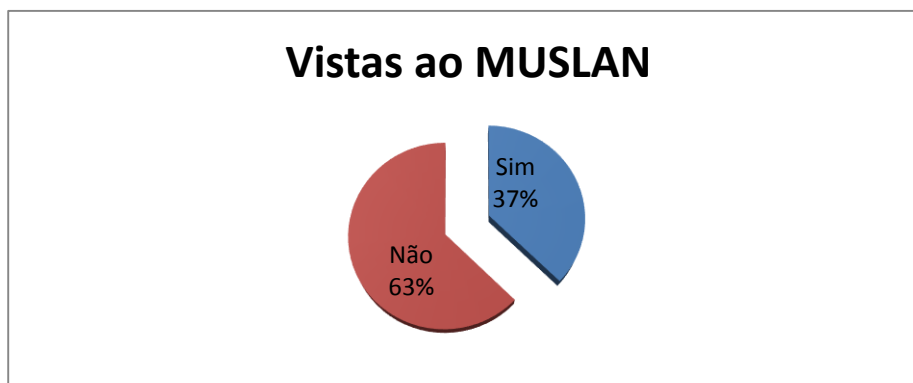


Gráfico 19: Frequência dos inquiridos que já visitou o MUSLAN

Quando questionados sobre se já tinham visitado o MUSLAN, apenas 37% afirmaram já o ter feito, contra 63% que nunca visitou o museu.

## 20. Indique o número de vezes que já visitou o Museu:

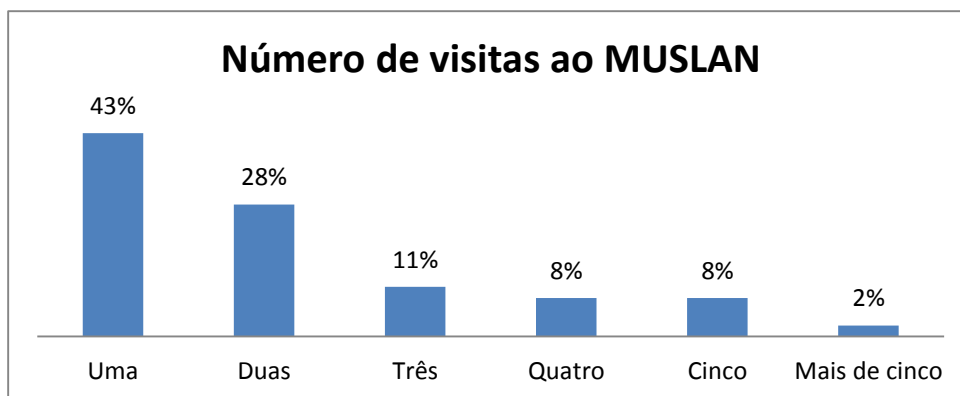


Gráfico 20: Frequência com que os inquiridos já visitaram o MUSLAN

Dos 37% inquiridos que já visitou o MUSLAN, 43% fê-lo apenas uma vez, 28% fê-lo 2 vezes, 11% 3 vezes, 8% tanto 4 como 5 vezes, enquanto apenas 2% fê-lo mais de 5 vezes.

## 21. Indique os motivos que o (a) levaram a visitar o Museu:

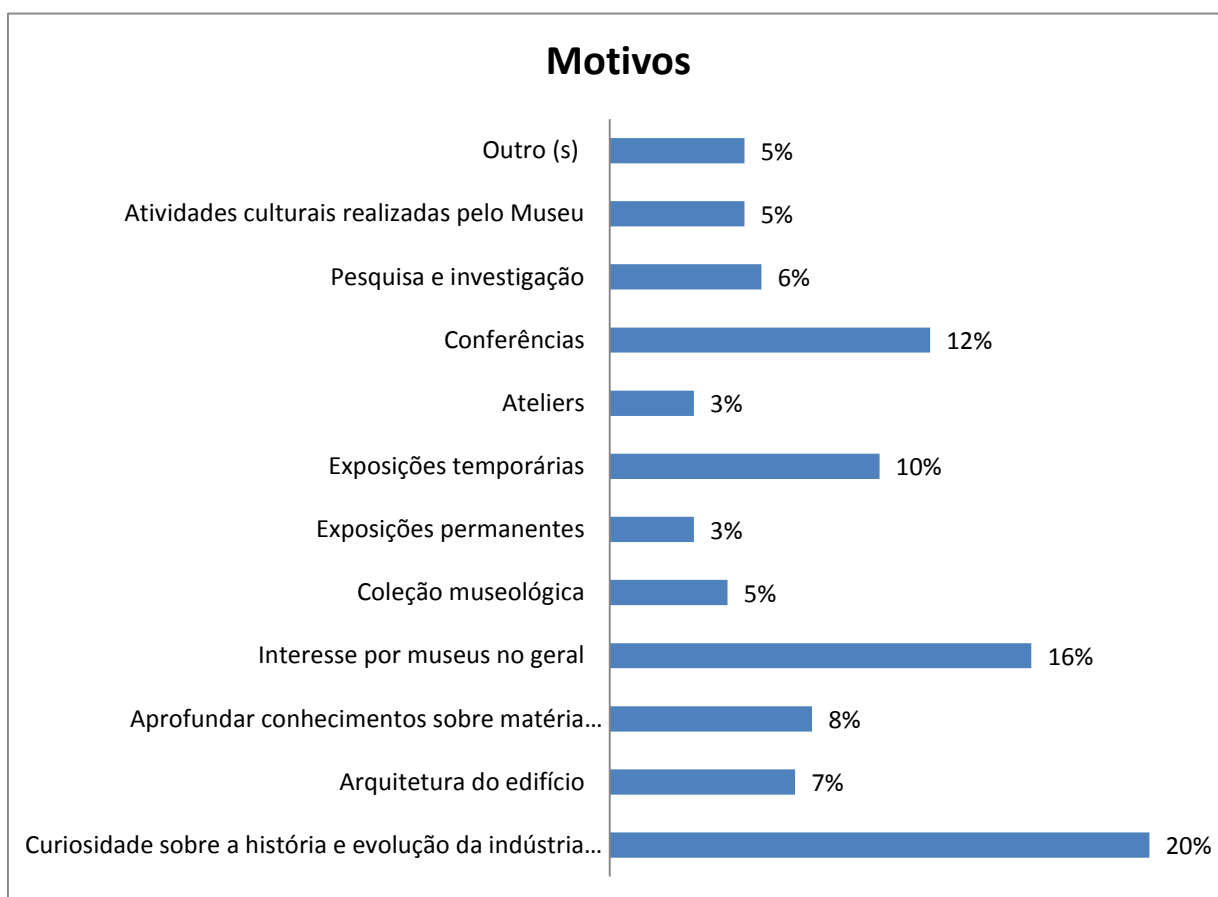


Gráfico 21: Motivos que levaram os inquiridos que já visitaram o MUSLAN a fazê-lo  
Em relação aos motivos que levaram os inquiridos que já visitaram o MUSLAN a fazê-lo, 20% respondeu que o fez devido à sua curiosidade sobre a história e evolução

da indústria de lanifícios, 16% respondeu que foi devido ao seu interesse por museus no geral, 12% por causa das conferências realizadas no museu, 10% para visitar exposições temporárias, 8% para aprofundar conhecimentos sobre matéria lecionada nas aulas, 7% devido à arquitetura do edifício e 6% para efetuar pesquisas e investigação. Aparecem de seguida os inquiridos que visitaram o museu para ver a sua coleção museológica, para participar em atividades culturais realizadas pelo museu e também por outro (s) motivo (s), todos com a mesma percentagem, 5%. Apenas 3% estiveram no museu para visitar exposições permanentes e *ateliers* têxteis.

## 22. Indique quando foi a última vez que visitou o Museu

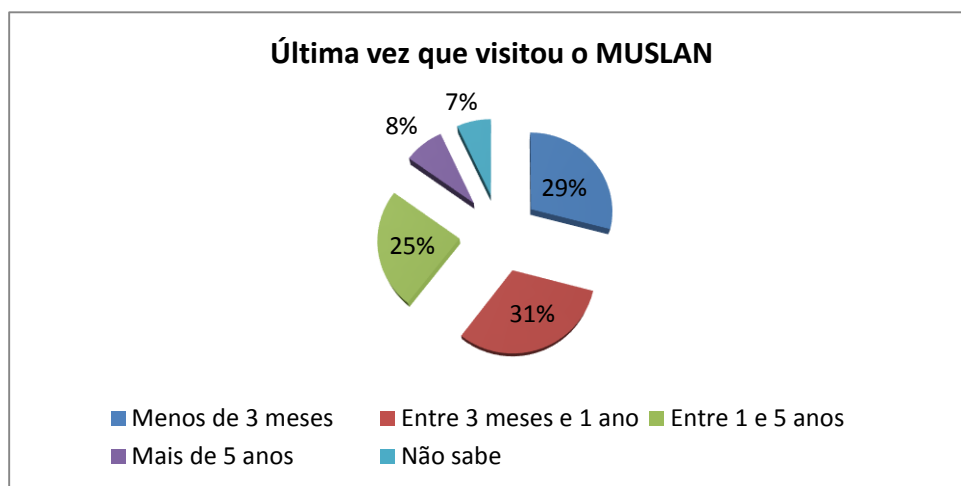


Gráfico 22: Última vez que visitou o MUSLAN

Pode observar-se neste gráfico que para 31% dos inquiridos a última vez que visitou o Museu foi entre 3 meses e 1 ano. Para 29% foi há menos de 3 meses, para 25% há entre 1 e 5 anos, para 8% há mais de 5 anos e 7% não sabe quando foi a última vez que o visitou.



### 23. Indique como teve conhecimento da existência do Museu:

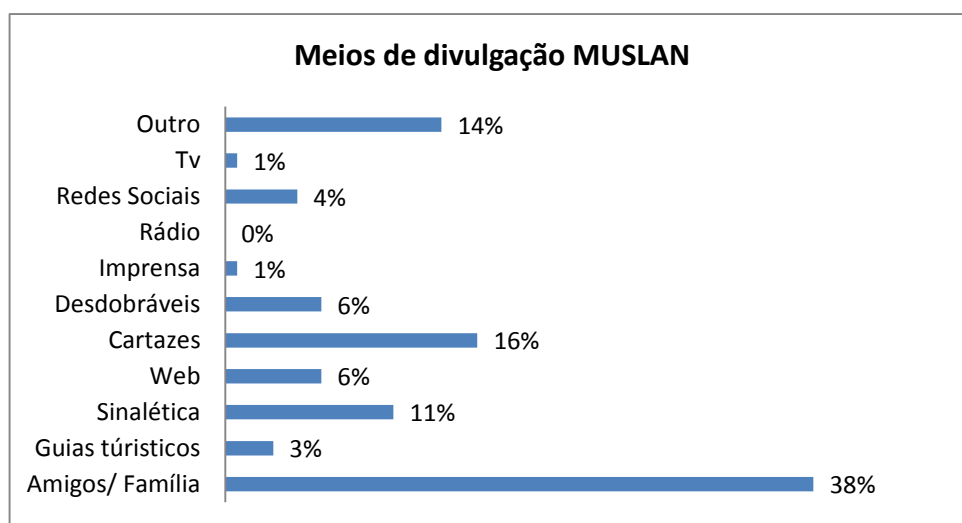


Gráfico 23: Meios pelos quais os inquiridos tiveram conhecimento do MUSLAN

Como se verifica neste gráfico, 38% dos inquiridos obteve conhecimento da existência do Museu por meio de amigos ou familiares, 16% através de cartazes, 14% por outros meios | 11% pela sinalética, 6% por desdobráveis e web, 4% pelas redes sociais, 3% através de guias turísticos, 1% por meio da TV e imprensa.

### 24. Indique as razões pelas quais ainda não visitou o Museu:



Gráfico 24: Razões pelas quais os inquiridos ainda não visitaram o MUSLAN

Relativamente às razões pelas quais os inquiridos ainda não visitaram o MUSLAN, 28% respondeu que não o fez por falta de tempo, 23% por desconhecer as atividades realizadas, 19% pelo facto de desconhecer a coleção disponível, 15% devido à falta de

divulgação e 11% por falta de interesse. Por fim, 3% responderam que se deve ao desconhecimento sobre a localização e 1% devido ao preço do ingresso.

**25. Acha que o Museu de Lanifícios tem feito um bom trabalho de divulgação das suas atividades?**

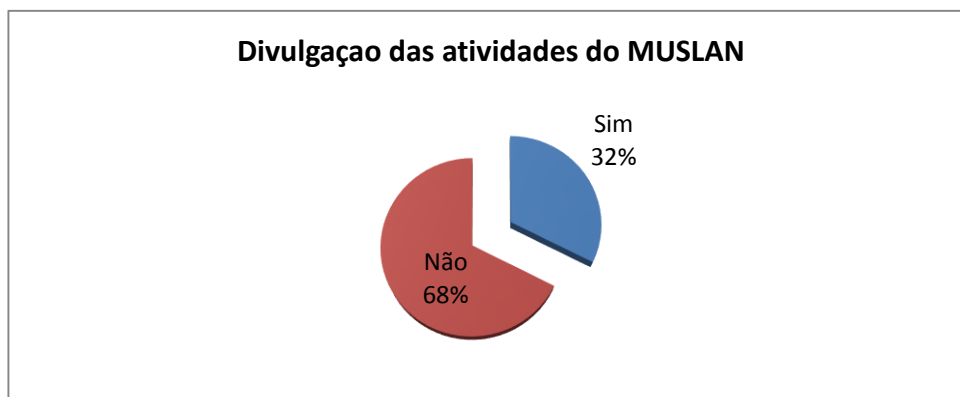


Gráfico 25: Opinião dos inquiridos sobre o trabalho de divulgação das atividades do MUSLAN

Quando questionados sobre as estratégias de comunicação que o MUSLAN tem desenvolvido relativamente à divulgação das atividades que realiza, 68% dos inquiridos considera que este não tem feito um bom trabalho. No entanto, 32% acha que esse trabalho tem sido bom.

**26. Já alguma vez visitou a página web do Museu de Lanifícios e/ou o seu Facebook?**

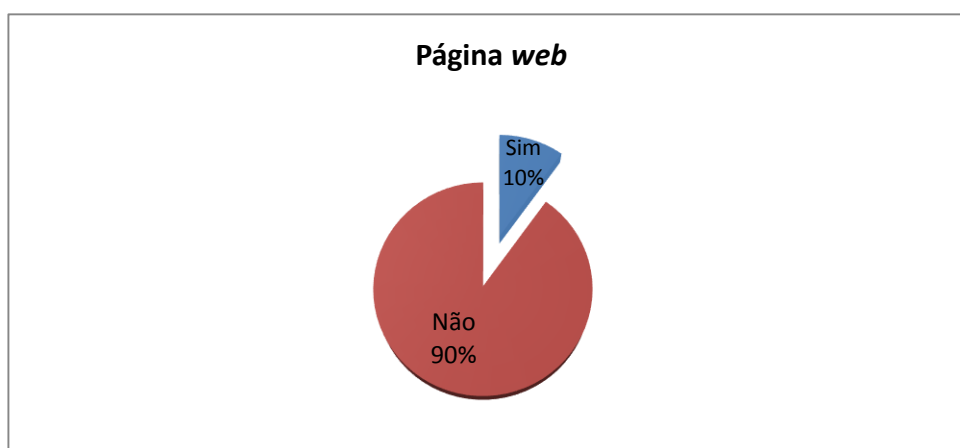
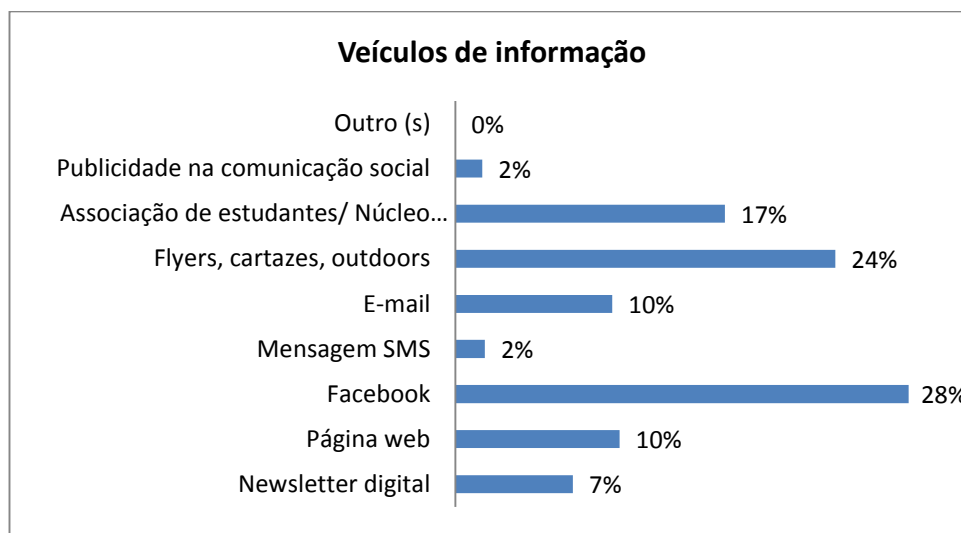


Gráfico 26: Frequência de inquiridos que já visitou a página web do MUSLAN

Como se observa no gráfico 26, a maioria dos inquiridos (90%) nunca visitou a página web do MUSLAN, enquanto 10% já o fez.

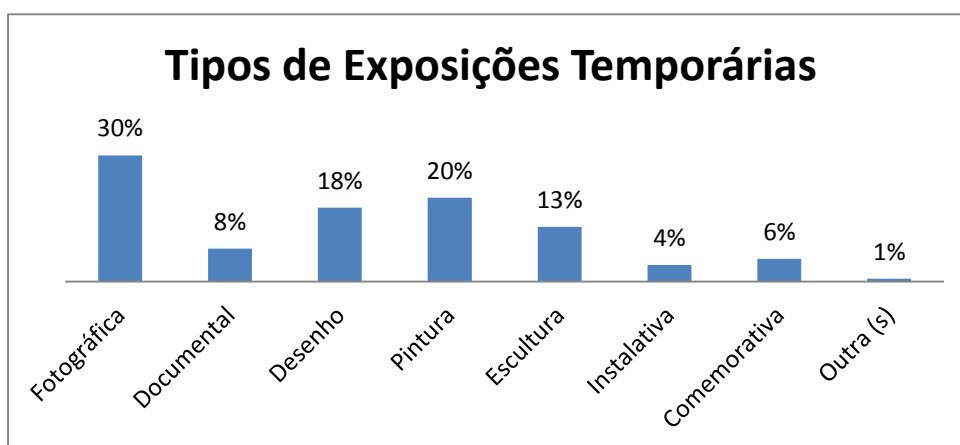
**28. Indique quais são, na sua opinião, os veículos de comunicação mais adequados para que a informação do Museu chegue até a si:**



**Gráfico 27: Meios de divulgação que, segundo os inquiridos, são os mais adequados à divulgação de informação sobre o MUSLAN**

Segundo os inquiridos, os veículos mais adequados para que a informação sobre o Museu chegue até eles são o Facebook (28%), *flyers*, cartazes e *outdoors* (24%), a Associação de estudantes/ Núcleo de estudantes (17%), *email* e *página web* (ambos com 10%), *newsletter digital* (7%), publicidade na comunicação social e mensagem SMS (ambos com 2%).

**29. Indique os tipos de exposições temporárias que gostaria de ver no Museu:**



**Gráfico 28: Tipo de exposições temporárias preferidas pelos inquiridos**

Como se pode observar no gráfico, o tipo de exposições temporárias preferido pelos inquiridos é a fotográfica (30%), seguindo-se a pintura (20%), o desenho (18%), a escultura (13%), a documental (8%), a comemorativa (6%) e a instalativa (4%).

**30. Indique as atividades que gostaria de ver desenvolvidas no Museu de Lanifícios:**

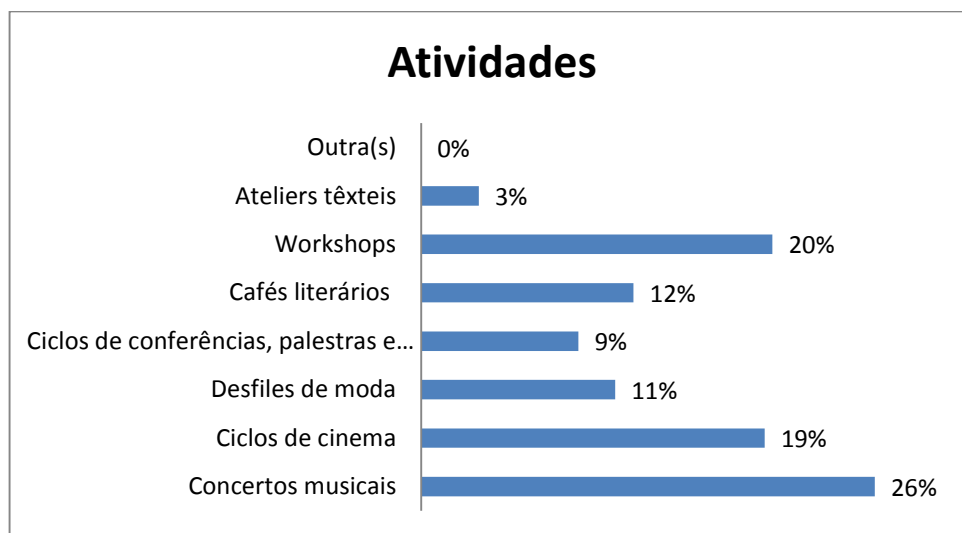


Gráfico 29: Atividades os inquiridos gostariam de ver desenvolvidas no MUSLAN

Por ordem de percentagem da mais escolhida para a menos escolhida, com o gráfico conclui-se que as atividades que os inquiridos gostariam de ver realizadas no MUSLAN são as seguintes: concertos musicais (26%), *workshops* (20%), ciclos de cinema (19%), cafés literários (12%), desfiles de moda (11%), ciclos de conferências, palestras e seminários (9%) e *ateliers têxteis* (3%).

**31. Como classificaria o Museu de Lanifícios em termos de importância no quadro das instituições culturais da cidade?**

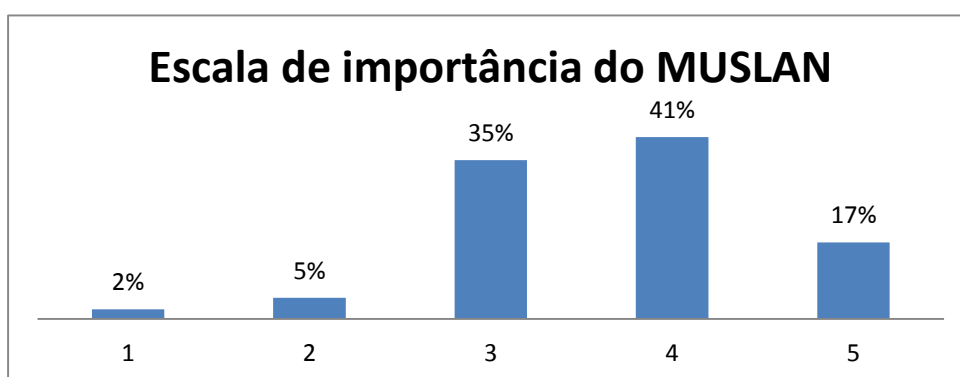


Gráfico 30: Importância dada pelos inquiridos ao MUSLAN numa escala de 1 a 5

(sendo que 1 é o menos importante e 5 o mais importante)

Pelo gráfico observa-se que numa escala de 1 a 5 (1- Nada importante, 2 – Pouco importante, 3- Relativamente importante, 4- Importante, 5 – Muito importante) que,

41% dos inquiridos considera o MUSLAN importante, 35% é da opinião de que o museu é relativamente importante e 17% descreveram-no como muito importante.

**32. Acha que seria benéfico haver cooperação entre entidades como o poder local, organizações associativas e sindicais da região, empresas de lanifícios ativas, ou até mesmo a ANIL (Associação Nacional de Industriais de Lanifícios), e o Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior?**

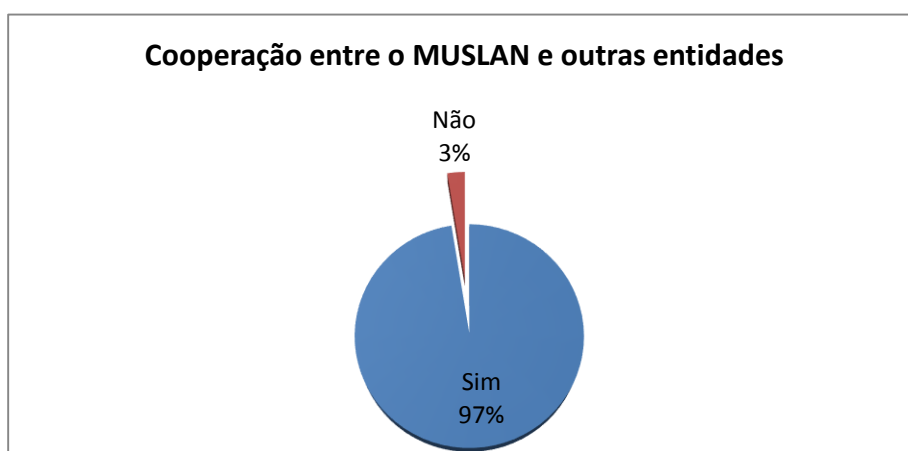


Gráfico 31: Opinião dos inquiridos sobre se deve haver ou não cooperação entre o MUSLAN e outras entidades

Podemos observar que 97%, ou seja, a esmagadora maioria dos estudantes inquiridos, acha que é benéfico haver cooperação entre as diferentes entidades da cidade e o MUSLAN, sendo que apenas 3% acha que não deve haver cooperação

## 4. Discussão dos resultados

Tendo em conta os resultados obtidos no grupo I, poderá supor-se que, em média, um dos jovens estudantes que fazem parte da amostra é alguém do sexo feminino, entre os 18 e os 23 anos, que se encontra a frequentar uma licenciatura, que é residente na Covilhã, solteiro e não trabalha, pelo que à partida terá mais tempo para desfrutar de atividades culturais e de lazer.

Portanto, estamos perante um indivíduo que reúne condições suficientes para ser um público assíduo da cultura e, neste caso, do Museu de Lanifícios da UBI.

Como o ingresso no Museu de Lanifícios é gratuito, o fator monetário à partida não é relevante para uma possível visita ao espaço museológico em questão, assim não se revelou importante analisar a situação económica dos estudantes. Concluiu-se, desta forma, que apesar possuírem o capital educacional que lhes deveria conferir interesses e hábitos para serem públicos assíduos de cultura, os jovens estudantes da Universidade da Beira Interior não desfrutam de eventos e espaços culturais quanto seria exetável.

Tornou-se evidente, a partir deste estudo, que a cultura não faz parte das ocupações de tempos livres preferidas pelos estudantes, e aqueles que fazem da cultura uma atividade nos seus tempos livres, não têm os museus como espaço cultural predileto. Há preferência pelos recintos de espetáculos musicais e cinemas, em detrimento de museus, galerias de arte e teatros. No que diz respeito às ocupações de tempos livres preferidas pelos inquiridos, era espectável que a opção recintos de espetáculos musicais tivesse uma percentagem elevada, uma vez que “ouvir música e ler” é uma das atividades preferidas pela amostra, com 20% da preferência dos inquiridos. Espaços como os teatros, museus e galerias de artes obtiveram menores percentagens de resposta, dado o reduzido número de inquiridos que tem como atividade predileta ir a exposições, museus, teatros, bibliotecas (3%). Tendo em conta a informação aferida nos gráficos 9 e 10, supõe-se que as vezes que os inquiridos desfrutaram de atividades culturais tenha sido para ir ao cinema e a concertos musicais.

Ao longo do estudo verificou-se uma lacuna na elaboração do inquérito, uma vez que deveria ter como opção de resposta à questão número 9, relativamente às ocupações de tempos livres favoritas pelos estudantes, “ir ao cinema”. Considerando as questões em que o cinema, quer como forma de arte quer como espaço cultural, esteve sempre no topo das escolhas dos inquiridos, caso esta se encontrasse como opção,

estaria certamente nas preferências das ocupações dos estudantes. Refere-se, igualmente, este assunto devido ao facto de durante a elaboração do inquérito as únicas salas de cinema existentes terem sido encerradas, ficando a cidade sem cinema regular. Apesar deste fecho, decidiu manter-se a opção “Cinema” na questão 14, relativa aos espaços culturais e de lazer que os estudantes consideram mais importantes na cidade da Covilhã, de modo a compreender a relevância que os mesmos atribuem a este espaço. Verificou-se que o cinema é muito importante para a cultura da cidade, no entanto, pelo que se apurou, este foi o terceiro encerramento de salas de cinema na Covilhã. O primeiro foi o cinema Monteverde, transformado em restaurante, depois o Cine-Centro, transformado em auditório para a Assembleia Municipal.

No caso dos museus, o afastamento poderá relacionar-se com o facto de ainda se manter ligeiramente a ideia que estes são espaços elitistas, aborrecidos, estáticos e com exclusiva ligação ao passado, ao contrário dos recintos de espetáculos musicais e cinemas que são, facilmente, associados à cultura de massas. No entanto, mais do que ir ver um filme ou assistir a um concerto, os jovens valorizam frequentar espaços ao ar livre.

Verifica-se com o estudo efetuado que para a maioria dos inquiridos (38%) os espaços ao ar livre disponíveis na cidade, como o Jardim do Lago, Jardim Municipal e Parque da Goldra são mais importantes do que os espaços culturais. Estes últimos, excluindo apenas o cinema, a rede de bibliotecas da UBI e a Biblioteca Municipal (espaços que os alunos têm necessidade de frequentar para realizar trabalhos académicos), obtiveram percentagens relativamente baixas. No que diz respeito ao Museu de Lanifícios, verificou-se que apenas 7% dos inquiridos é da opinião que este é um dos espaços fundamentais para a cidade. Apesar desta baixa percentagem, em relação aos outros dois museus da cidade (Arte Sacra e Patrimónivs – Museu de Arte e Cultura), foi ao MUSLAN que os estudantes atribuíram maior importância<sup>91</sup>.

Relativamente ao Museu de Lanifícios, apesar de reconhecerem a sua importância para a cidade, talvez pelo facto de o conhecerem superficialmente ou pelo que ouvem dizer, o número de estudantes que já o visitou é reduzido e a esmagadora maioria apresenta um grande desconhecimento sobre o espaço museológico, que a sua

---

<sup>91</sup> Questão 13 do questionário: “Hábitos e motivações culturais dos estudantes da UBI”.

Universidade alberga. Existe um lapso no que diz respeito à comunicação entre este e os jovens estudantes, a quem não chega a informação necessária sobre a constituição e localização dos núcleos museológicos e sobre o ingresso gratuito para os estudantes da UBI no MUSLAN. Este desconhecimento pode ser um entrave às visitas ao Museu por parte dos estudantes, uma vez que estes à partida têm um fraco poder monetário. Em conversas informais com alguns estudantes concluiu-se que muitos estudantes apenas conhece o núcleo da Real Fábrica de Panos, por este se localizar em instalações da Universidade e numa área privilegiada da cidade. Por sua vez, os restantes núcleos situam-se em locais menos centrais. Apesar da percentagem elevada de alunos que já ouviu falar do Museu, é curioso ainda existirem estudantes que desconhecem a existência do MUSLAN na UBI. Além de fazer parte do estabelecimento de ensino que frequentam, encontra-se integrado nas suas instalações e sinalizado.

O estudante “tipo” do presente estudo poderá ser alguém que nunca visitou nenhum dos seus núcleos museológicos, sendo os principais motivos dessa ausência a falta de tempo, a falta de conhecimento sobre a coleção disponível e as atividades que o Museu desenvolve.

Além disso, desconhecem as atividades desenvolvidas e a coleção disponível, o que pode influenciar o sucesso dos eventos realizados. Os estudantes foram perentórios ao afirmar que julgavam que o trabalho desenvolvido pelo Museu, na divulgação das suas atividades, podia ser melhorado, desconhecendo a existência da sua página *web* e do seu *Facebook*, locais onde estão disponíveis todas as informações necessárias sobre o MUSLAN e as suas atividades. No entanto, elegeram o *Facebook* como o meio pelo qual os inquiridos preferem receber informação sobre o MUSLAN. Este facto é algo curioso, uma vez que numa época em que as redes sociais “dominam” a comunicação, pode supor-se que a forma como o Museu manuseia as redes sociais, nomeadamente o *Facebook*, necessita de ser melhorada.

A falta de divulgação é um dos fatores responsáveis pelos facto de os estudantes não frequentarem o Museu, é por isso uma das áreas que merece destaque e maior atenção, por parte dos seus responsáveis. O MUSLAN já realiza com alguma frequência exposições temporárias de fotografia e pintura. Neste caso, o problema da falta de adesão pode dever-se a uma deficiente divulgação por parte do Museu ou simplesmente à falta de vontade ou disponibilidade para as visitarem.



Será apenas culpa do MUSLAN, ou são também os estudantes que não estão atentos à informação existente? Depois de analisados todos os dados pode arriscar-se concluir que o problema não surge apenas da comunicação pouco eficiente, por parte do MUSLAN, mas também se deve a alguma falta de interesse da amostra por este tipo de espaços culturais.

Em suma, os jovens estudantes preferem atividades culturais diferentes das realizadas convencionalmente pelo Museu (exposições). Como tal, este necessita adaptar-se às suas preferências, ampliando as atividades culturais que realiza e retirando partido dos diversos espaços que possui para a realização de eventos como concertos, ciclos de cinema, *workshops*, desfiles de moda, entre outros, desmitificando, assim, a velha ideia de museu. Ao se entrar num espaço museológico, mesmo que não seja com o objetivo de conhecer a coleção disponível, há de certa forma contacto com ela. Neste caso, estes eventos poderão despertar a curiosidade sobre a história da Covilhã e da indústria de lanifícios, o que os levará a visitar a exposição permanente.

Verificou-se, através da aplicação dos questionários, que os estudantes que visitaram o museu o fizeram apenas uma vez, pelo que poderá supor-se, que como a principal motivação foi a “curiosidade sobre a história e evolução dos lanifícios” e o “interesse por Museus no geral”, a maioria dos universitários só o tenha visitado uma vez para satisfazer a sua curiosidade.

O trabalho de comunicação do MUSLAN para captar um público que é exigente será maior do que para qualquer outro. O estudante “tipo”, de acordo com o que se observa no estudo, considera que o MUSLAN não tem vindo a desempenhar um bom papel na divulgação das suas atividades, nunca tendo visitado a sua página *web*. Os meios pelos quais preferia receber informação sobre o Museu, são o *Facebook* e/ ou através de *flyers*, cartazes, *outdoors*. De forma a atingir esse objetivo, é necessário retirar o máximo partido das redes sociais, proceder-se à elaboração de *flyers*, cartazes e *outdoors* criativos, recorrer-se a órgãos que estejam mais próximos dos jovens universitários, como a Associação de Estudantes e Núcleo de Estudantes. É crucial que os estudantes oiçam falar do Museu, seja por pequenos ou grandes motivos, e a simples distribuição e respetivo preenchimento destes inquéritos, já contribuiu para que 250 estudantes refletissem sobre o MUSLAN e contribuíssem para a melhoria do seu desempenho. O estudante “tipo” reconhece a importância do Museu no quadro das instituições culturais

da cidade, concordando que deve haver cooperação entre este e outras entidades locais. Teve conhecimento do Museu através de familiares e amigos, destacando-se aqui a importância do “passa a palavra”.

Deste grupo conclui-se que o inquirido “tipo” seria alguém que visita Museus uma ou duas vezes por ano, preferindo visitar Museus de Ciência e de Técnica. Curiosamente, a tipologia preferida pelos inquiridos coincide com a tipologia do MUSLAN. No entanto, presume-se que a maioria não tenha conhecimento sobre a sua tipologia.

### Propostas de intervenção

*“Não se deve perguntar qual é o património de um Museu, mas o que um Museu faz com aquilo que dispõe.”*

José Amado Mendes<sup>92</sup>

É inegável a crescente noção por parte museus de que a gestão estratégica do seu património pode resultar em maiores e melhores resultados, tanto para a sua conservação, como para que este se reabilite, seja conhecido e desfrutado pela comunidade, tornando-se igualmente um elemento de desenvolvimento económico e social. Como tal, além das etapas tradicionais pelas quais os objetos museológicos passam, em que são reunidos, estudados, inventariados e colecionados, outras alcançam gradualmente mais importância, sobretudo as de dinamização cultural, comunicação e educação. A maior distinção que existe, atualmente, entre os museus e outros equipamentos culturais é a dinâmica existente entre a sua oferta e o público e respetivos gostos culturais, já que “sem o público, os museus manter-se-iam como meros depósitos, organizados unicamente para o deleite dos seus técnicos, que sentiriam ter cumprido o dever de manter a sua «casa» mais ou menos conservada e cuidada”<sup>93</sup>.

É ao Gestor do Património Cultural, que cabe a função gerir os recursos patrimoniais disponíveis. Este deve construir um percurso onde o património do passado e do presente possam conviver e, acima de tudo, se completarem, dando lugar a uma continuidade da história. No entanto, esta não é uma tarefa fácil, pois trabalhar memórias exige que se tenha em consideração vários fatores, como a sua materialidade e

---

<sup>92</sup> MENDES, J. Amado. *Estudos do Património. Museus e Educação*, Imprensa da Universidade de Coimbra, 2009, p 23.

<sup>93</sup> FILIPE, Graça, et al, *I Jornadas de Museologia: O meu avô nunca saía à rua de cabeça descoberta*, Câmara Municipal de São João da Madeira e Museu da Chapelaria, 2002, p. 137.

imaterialidade. Exige-se deste profissional aptidão para funções transversais, que vão desde o conhecimento na área do património que se encontra a gerir, a uma panóplia de saberes na área do marketing cultural, gestão de recursos humanos e administração.

Após conhecer o funcionamento e gestão do Museu de Lanifícios, assim como os recursos disponíveis e a opinião crítica do público jovem universitário sobre ele, tornou-se imperativo o desenvolvimento de estratégias programáticas, para que este alcance uma gestão eficaz dos recursos que tem disponíveis.<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup> Associação Portuguesa de Gestores do Património Cultural. Disponível em: <http://www.museusportugal.org/apgpc/> [Visualizado a 30 de março de 2013, pelas 17:13]

## **I. Propostas específicas**

As seguintes propostas de ação, programação e comunicação foram, maioritariamente, desenvolvidas durante o período de estágio para responder a alguns aspetos menos positivos encontrados na relação entre o Museu de Lanifícios da UBI e o público jovem universitário. A sua produção baseou-se em dois elementos essenciais: as conclusões retiradas da análise dos questionários sobre os hábitos e as motivações culturais dos estudantes da UBI, apresentadas no capítulo anterior, e o contacto informal mantido com os estudantes ao longo da sua distribuição. Não basta concluir que alguns aspetos do Museu carecem de modificações e melhoramentos, é necessário apresentar as áreas passíveis de sofrer intervenções, assim como ações concretas de gestão, programação, comunicação e sensibilização do público universitário da Covilhã. Isto é, fornecer ações para melhorar a imagem do Museu junto dos estudantes, com o claro intuito de melhorar constantemente e de forma dinâmica a relação entre ambos.

### **Imagem**

Peter Lewis, antigo diretor e mecenas do Guggenheim, afirma que “todos os museus têm a sua própria personalidade. Se é positiva deve ser fomentada; se é negativa, deveria ser alterada” e, felizmente, encontra-se em crescimento o número de museus cujas preocupações vão além da salvaguarda e preservação do seu espólio. Ao ter consciência da existência de uma imagem associada à instituição, que pode muitas vezes estar desenquadrada da realidade, reconhece-se a importância da construção de uma imagem de marca. Isto exige muito cuidado com o discurso utilizado, já que este tem o poder de enriquecer ou denegrir a forma como a instituição é vista. É importante, também, haver o cuidado com a transmissão de falsas expectativas e com promessas que não se podem cumprir. Ademais, estando o mercado da cultura em franco aumento de competitividade, ter uma identidade claramente definida e desenvolver uma imagem e mensagem positivas é crucial para facilitar a “venda” do seu produto.

Para captar o público jovem universitário, o Museu de Lanifícios deve partilhar uma identidade com a qual este se identifique. É imperativo transmitir a imagem de um

local agradável, aberto a todos e que proporciona ótimas experiências culturais, contrariando a antiga imagem do museu como um espaço estático, aborrecido, solene e elitista, que constitui uma barreira à captação deste público. Uma identidade bem definida vai trazer vários benefícios ao Museu, como permitir que este ocupe com facilidade um lugar na mente do público jovem e que seja mais simples a identificação das atividades que irá realizar quando exposto à concorrência. Com esse objetivo, constrói-se uma imagem, recorrendo a um *slogan* e a uma identidade gráfica, assim como à utilização de uma linguagem adaptada ao público-alvo a atingir.

O Museu de Lanifícios tem a sua personalidade que o individualiza dos outros, por isso, é necessário comunicar essa individualidade de uma forma próxima e o menos formal possível, para que os jovens se identifiquem com este espaço. É imprescindível prestar uma atenção especial à forma como o atendimento é prestado, às atividades desenvolvidas, à decoração dos espaços e aos edifícios. Ou seja, é necessário ter atenção a tudo o que entra em contato com o público e que pode denegrir ou melhorar a imagem da instituição. Há, igualmente, a preocupação com a disponibilização e dinamização de uma página na *internet*, com a renovação do guarda-roupa dos assistentes e seguranças, e, sobretudo, com a divulgação eficaz das suas atividades.

O Museu já tem um logótipo próprio que espelha aquilo que ele é: um espaço que reúne em si tradição e modernidade. É simples, não contém nenhum elemento que se destaque e a sua composição é harmoniosa e de cores contrastantes (vermelho - muito usado na UBI). Como não compreende em si nenhuma simbologia referente à origem do Museu, propõe-se a inserção de um elemento simbólico que, além de permitir que a atenção do público seja facilmente captada e que haja uma imediata associação à instituição, auxiliará na definição de “lanifícios”. Esta proposta surge após algumas conversas com estudantes da UBI, em que se verificou a existência de várias dúvidas relativas ao teor do Museu. “O que são lanifícios?” e “o museu está relacionado com leite e queijo?” foram questões, surpreendentemente, colocadas durante a distribuição dos questionários. Portanto, esse elemento simbólico deverá ser facilmente relacionável com os lanifícios e facilitador da associação do nome do Museu ao seu conteúdo: um novelo de lã, um tear, uma ovelha ou algum objeto da coleção museológica.

Outro elemento com relativa importância na construção da imagem de marca de uma instituição é o *slogan*. O seu objetivo é “invadir-nos” a mente e colocar o nome da

instituição à frente na nossa escolha quando exposto a concorrência. “Os fios do passado a tecer o futuro” é o *slogan* adotado pelo MUSLAN. Como é de fácil memorização, cumpre o papel fundamental de passar a imagem de que o Museu “defende uma «conservação ativa» do património que tem à sua guarda”<sup>95</sup>. Transmite, igualmente, a ideia de que este é um espaço virado para o futuro, que deve ter como base a importância que a indústria de lanifícios teve para a cidade. Ao fazer alusão aos fios de lã e à arte de tecer, sugere-se que seja ainda mais explorado para que, assim como logótipo, auxilie na resolução do problema relativo ao significado da palavra “lanifícios”. Deve, por exemplo, fazer parte dos *flyers*, cartazes e *outdors* de divulgação, assim como ser utilizado com frequência no *Facebook* e *Página Web*.

## Internet/ TIC

Apesar de haver alguma desconfiança e preocupação em relação às novas tecnologias de informação e comunicação, poucos duvidam que, atualmente, esta constitui uma necessidade, e é inegável o seu potencial na troca de informação de forma rápida e eficaz, além de ser de fácil atualização. Devido à crescente importância das TIC, atualmente, o que não tem espaço na internet é como se praticamente não existisse. Dentro de algum tempo, a maioria dos visitantes do museu será constituída por pessoas bastante familiarizadas com as novas tecnologias, que utilizarão no seu dia-a-dia sofisticados telemóveis, GPS, simuladores virtuais, navegarão na internet e comunicarão *online* para todo o mundo. Surge uma geração com diferentes necessidades e valores, muito mais centrada na transmissão visual. Por isso, os museus necessitam de banalizar e desdramatizar as novas tecnologias, encarando-as como um veículo de comunicação, tal como uma etiqueta, um quadro explicativo ou um catálogo, mas com a vantagem de permitirem possibilidades quase ilimitadas na utilização dos recursos do museu.

É imprescindível para uma instituição museológica ter uma página web apelativa, porque no confronto com outras instituições, a sua qualidade pode ditar a preferência dos visitantes. No entanto, não é apenas por esta existir que vai conquistar grandes quantidades de público, já que a internet não é um veículo direto de promoção. Quem visita a página web de determinado museu fá-lo porque já colocou em hipótese ir visitá-

---

<sup>95</sup>Universidade da Beira Interior. Museu de Lanifícios. Disponível em: [https://www.ubi.pt/Entidade.aspx?id=Museu\\_de\\_Lanifícios](https://www.ubi.pt/Entidade.aspx?id=Museu_de_Lanifícios) [consult. 7-4-2013].

lo, ou porque se interessa por este tipo de instituição. O Museu de Lanifícios apresenta uma página web bastante completa onde disponibiliza informações sobre a sua história, coleções, rotas, atividades culturais, núcleos museológicos, publicações, missão, valores, serviços disponíveis, loja e informações gerais. No entanto, segundo os inquéritos realizados aos jovens universitários da UBI, são poucos aqueles que já visitaram a sua página web, talvez porque o seu interesse pelo espaço museológico ainda não foi fomentado. Alguns dos que já a visitaram referem que é necessário proceder à sua reestruturação de forma a torná-la esteticamente mais apelativa.

A inserção de *hiperlinks* do site do MUSLAN em sites relacionados com os jovens pode ser uma mais-valia para que este chegue ao público universitário. Apesar do seu *hiperlink* já estar inserido na página da Universidade da Beira Interior, não tem sido suficiente. Visando aumentar a visibilidade do site do Museu, sugere-se o estabelecimento de parcerias com a Associação Académica da Universidade da Beira Interior para que se proceda à inserção do *link* da página web do Museu na sua página, utilizando o separador “cultura”.

Para auxiliar na perceção imediata da programação do MUSLAN propõe-se a criação de uma agenda cultural mensal, onde estará integrada a informação sobre os vários eventos programados e o público-alvo a que cada um se dirige, facilitando aos diversos públicos o reconhecimento da programação que lhes é direcionada. Também a inserção de visitas virtuais na página web seria uma mais-valia para o Museu, porque estas ultrapassam barreiras físicas e permitem ao utilizador o contacto com a instituição e com os seus serviços. Um dos motivos que os jovens apontaram como razão para ainda não terem visitado o Museu foi o desconhecimento sobre a coleção disponível, assim sendo, as visitas virtuais dariam-lhes a conhecer a coleção, o que estimularia a sua curiosidade para uma visita ao museu físico. Desta forma, e ao contrário do que se possa pensar, o museu virtual não funciona como rival do museu tradicional, mas como uma ferramenta complementar.

Sugere-se, ainda, o desenvolvimento de códigos QR, um tipo de código de barras que permite apresentar informação tais como ligações a páginas web ou texto simples, num formato que posteriormente pode ser lido por um *smartphone*. A implementação destes códigos no Museu permitiria criar um método alternativo de acesso a informação por parte dos visitantes, tais como horários e locais do museu, bastando para isso o



visitante efetuar a leitura de um código QR exposto no Museu, ou mesmo no seu exterior, para poder aceder e levar consigo essa mesma informação. Outra possível utilização seria anexar códigos QR individualmente às peças expostas, conseguindo ser, igualmente, criada uma aplicação móvel que utilizaria este formato para a apresentação automática de informação a respeito da peça à qual o código está associado.

Relativamente às redes sociais, o *Facebook* e o *Twitter* são, evidentemente, importantes ferramentas de divulgação e interação entre qualquer instituição e o seu público real e potencial. Estes permitem um contacto direto entre o museu e o seu público habitual, mas também com o público potencial. Desde 2012 que o Museu de Lanifícios dispõe de uma página de *Facebook*, devidamente atualizada, e que apresenta uma breve descrição dos espaços que o integram, dos serviços que oferece e os seus contactos. Nesta, são divulgadas as atividades a realizar e partilhadas as fotografias das que já foram realizadas e é também o espaço onde os visitantes, futuros visitantes ou, simplesmente curiosos têm voz, sendo possível deixar opiniões e esclarecer dúvidas sobre vários aspetos relacionados com o Museu, obtendo-se uma resposta quase imediata por parte deste, caso a pergunta tenha sido colocada em horário útil. No entanto, o MUSLAN apresenta como debilidade ter mais que uma página de *Facebook* e, apenas, atualizar a página pessoal, ao invés da página institucional, onde basta clicar “gosto” para, automaticamente, se receber no *feed* de notícias as respetivas atualizações. Atualmente, os cibernautas preferem seguir a página institucional do que a página pessoal, uma vez que a primeira não necessita de aceitação por parte da entidade. A página institucional, ao existir e não estar atualizada, transmite a ideia de que o Museu não é ativo e dinâmico e que não desenvolve atividades.

Como uma página dinâmica transparece que a instituição também o é, propõe-se a escolha e divulgação semanal no *Facebook* de uma peça da exposição permanente com uma breve descrição histórica, para que assim o público tenha conhecimento sobre coleção disponível e se sinta curioso para a ver ao vivo. Outra das ações de dinamização que pode ser levada a cabo nesta rede social é a publicação de curiosidades relacionadas com a cidade e o seu passado industrial. Ao interessar-se pela curiosidade publicada, o visitante da página acaba por partilhá-la no seu mural, o que se torna publicidade para o Museu. Exemplo: Hoje faz X anos que faleceu X, um importante X para a cidade, devido a X.

## **Programação**

Um museu que queira transmitir uma imagem adequada necessita também de ser o mais ativo possível e desenvolver uma programação diversificada e adequada aos gostos e necessidades do público-alvo que pretende atingir, apostando sempre na qualidade do que oferece. Se o MUSLAN pretende chegar ao público jovem, necessita de desenvolver uma programação que seduza este segmento. As seguintes propostas de programação basearam-se na análise das preferências dos estudantes inquiridos.

### **Música**

A música é, sem dúvida, uma das formas de arte que mais interessa à maioria dos estudantes universitários. Tendo esse facto como base, propôs-se a celebração do Dia Internacional da Música, com vários eventos que objetivam o entrelaçamento da música com o património.<sup>96</sup> Sugere-se, também, a realização de *JAM sessions*<sup>97</sup> na Real Fábrica de Panos, no primeiro sábado de cada mês, ao fim da tarde ou ao início da noite, em diferentes espaços do núcleo da Real Fábrica Veiga. O objetivo deste projeto é tornar o MUSLAN um ponto de encontro dos jovens talentos musicais que a cidade dispõe e que precisam de espaços para expor o seu talento, encontrando nesta instituição um espaço democrático onde o podem fazer.

### **Cinema**

A seguir à música, o cinema é a forma de arte que os jovens estudantes da UBI preferem usufruir. Portanto, propõe-se a realização de ciclos de cinema com diferentes temáticas que poderão ser posto em prática mediante parcerias com o EYE – Núcleo de Cinema da UBI. As temáticas escolhidas poderão abranger temas relacionados com a indústria e desindustrialização, assim como, com a classe operária e a pastorícia, mas também com outros temas aleatórios, como os seguintes exemplos:

“O filme da minha vida”, em que em cada sessão alguém relacionado com a UBI (diretor, professores, funcionários, membros dos núcleos de estudantes e da AAUBI)

---

<sup>96</sup> Este projeto será aprofundado no próximo ano.

<sup>97</sup> Ato musical em que os músicos se juntam e começam a improvisar sem qualquer preparação, sem nada planeado. Inicialmente usado no *jazz*, com a popularização do termo, passou a ser utilizado noutros tipos de música, como por exemplo, no *Rock*. Uma das características atraentes deste género de atuação, quando utilizado no *Jazz*, é a informalidade do mesmo perante o público.

escolheria o filme que mais marcou a sua vida e apresentaria resumidamente as razões da sua preferência;

“Este filme dava uma música”, em cada sessão seria exibido um filme mudo acompanhado de uma *performance* musical adequada ao filme e preparada por um artista da UBI.

### **Desporto**

Como seria de esperar, os estudantes universitários não dispensam a prática desporto nos seus tempos livres. Fazê-lo num espaço como um museu não é fácil, no entanto, não é impossível, basta ser um desporto simples e que a sua realização não exija equipamentos complexos. Sugere-se a prática de *yoga* no Museu, uma vez que este desporto se faz em silêncio, por meio de respirações e movimentos suaves e relaxantes que procuram a harmonia e a revitalização da mente e do corpo. É uma prática cada vez mais habitual em espaços museológicos, por não exigir muito espaço, nem equipamentos complexos. O próprio Museu é um espaço que reúne em si misticismo e harmonia, o que o torna perfeito para esta prática.

### **Concursos**

O principal objetivo dos concursos, além de expor o que a UBI tem de melhor nas várias áreas artísticas, é envolver a população estudantil com o Museu. Neste sentido, sugere-se a realização de um concurso de talentos, aberto a todos os estudantes da UBI com alguma aptidão artística que gostassem de partilhar com a comunidade, sendo dada a oportunidade aos mais talentosos de exporem o seu trabalho no Museu. Além de divulgar talentos da UBI, o concurso auxiliará na criação de uma base de dados com contactos, que poderão ser úteis para eventos futuros (como por exemplo, a celebração do Dia Internacional da Música). Outro concurso sugerido teria como título “dar vida a espaços mortos” e consistiria na apresentação de projetos que desenvolvessem soluções para dar uma nova vida aos antigos espaços industriais da cidade que se encontram abandonados. Propõe-se, ainda, a realização de um concurso literário, cujas palavras-chave dos textos a apresentar seriam “Covilhã”, “Indústria de Lanifícios”, “Cultura” e “Futuro”. Os textos inscritos no concurso serão posteriormente

apresentados pelo seu autor, ou por alguém que este proponha para tal, num Café Literário, onde o público votará no seu favorito.

### **Teatro/ Artes Performativas**

Por vezes torna-se complicado imaginar, sem divagações e sem confusões, como tudo era antigamente. No caso específico da Covilhã, nem sempre é fácil para os jovens imaginar o dia-a-dia da cidade e dos seus habitantes antes da desindustrialização. O Teatro, aliado à História, pode ser uma mais-valia para retratar esses tempos cronologicamente já algo distantes dos dias atuais. Nesse sentido, seria benéfica uma parceria do MUSLAN com o TeatrUBI<sup>98</sup>, para que fossem escritas e representadas cenas do dia de labor de um operário, recorrendo para isso à ajuda de idosos que viveram na Covilhã de outros tempos. A peça será representada ao ar livre, no Núcleo das Râmolas de Sol, de forma a dinamizar e a sensibilizar os estudantes para a sua existência e necessidade de preservação, sobretudo porque este é o núcleo mais desprezado pela comunidade.

### **Conferências/ Workshops**

Além de conferências e *workshops* relacionados com temas envolventes ao Museu, podem desenvolver-se outros temas mais aliciantes para os jovens. Mais uma vez, de forma a envolver e a retirar o máximo partido dos recursos da UBI, propõe-se a abordagem de temas referentes aos diferentes cursos e que se efetue uma partilha de conhecimentos dos alunos que dominem determinado assunto com os colegas e com a comunidade no geral. Os temas dessas conferências e *workshops* poderiam estar relacionados, por exemplo, com a música (*workshops* de vários instrumentos), a fotografia (*Photoshop*, fotografia de moda, fotografia em museus, fotojornalismo), o cinema (história e estética do cinema), a escrita criativa, a culinária (doçaria regional), o *design*, o desenho, a conservação e restauro, a moda (moda criativa), a gestão e realização de eventos culturais e a organização de exposições.

---

<sup>98</sup> É um grupo de teatro amador da Universidade da Beira Interior, cuja missão é promover o teatro e a cultura.

## Exposições

As exposições são um elemento constante em todos os Museus e excelentes meios de comunicação e de aprendizagem. O seu principal fim é expor uma coleção e esmiuçar vários aspetos relativos ao seu tema. Estas procuram comunicar com o público, pretendendo que este se depare, através de métodos visuais e multimédia, com informação, ideias e emoções que digam respeito a evidências materiais do ser humano e do seu meio. Como tal, através da estimulação dos seus sentidos, a exposição proporcionam várias experiências ao visitante e, além da evasão e do lazer, faculta novos conhecimentos e interpretações.

Michael Belcher<sup>99</sup> refere que existem dois tipos principais de exposições, que diferem entre si, sobretudo no tempo de duração. As exposições permanentes são planeadas para um longo período de tempo, no mínimo 10 anos, sendo como tal necessário utilizar materiais que preservem a sua coleção. O outro tipo de exposições são as temporárias, que por sua vez tem uma duração estipulada e limitada. Em ambos os casos, estas são meios de comunicação por excelência, pois transmitem de ideias e criam um ambiente de partilha de conhecimentos e interpretações. As exposições reúnem em si diversas disciplinas, que envolvem a estética, a investigação, a escrita e a interpretação, sendo a sua preparação uma tarefa bastante exigente.

De forma a melhorar continuamente as suas exposições permanentes e a fomentar a ligação do visitante com a indústria de lanifícios, sugere-se que o Museu de Lanifícios reúna os esforços necessários para apresentar pelo menos uma das suas máquinas a funcionar, assim como um tear, o que tornaria a exposição mais interessante e dinâmica. Propõe-se, similarmemente, a realização e inserção pequenos documentários feitos a antigos trabalhadores, na sala de projeção, uma vez que essas memórias são o verdadeiro sentido das máquinas e dos objetos expostos. Para acrescentar valor ao percurso museológico, sugere-se, igualmente, que o Museu disponha durante todo o ano, no espaço pastoril junto à ribeira da Goldra, algumas ovelhas a pastar, para dar ao visitante a oportunidade de ver e tocar na lã, uma experiência extremamente enriquecedora, sobretudo porque alguns pertencem a outras cidades distantes da Covilhã e apenas conhecem a lã já transformada. Durante dois anos, desde a Primavera

---

<sup>99</sup> CURY, Maria Xavier, *Exposição, Conceção, Montagem e Avaliação*, S. Paulo, Annablume, 2005, p. 132.

ao Outono, o Museu tinha na sua zona pastoril duas ovelhas da Lamiagro, que se propôs a oferecer a comida aos dois animais, cabendo ao Museu a função de alimentá-las. No entanto, a Lamiagro deixou de ter o transporte necessário para o fazer, o que se tornou impeditivo da sua continuidade.

Relativamente ao espaço dedicado às exposições temporárias, seria ideal que os alunos dos diversos cursos da UBI pudessem dar o seu contributo, dinamizando-os, sobretudo aqueles que frequentam licenciaturas ligadas às áreas criativas, como é o caso das Licenciaturas em *Design* e Multimédia, *Design* de Moda e *Design* Industrial, com a realização de exposições relacionadas com a indústria de lanifícios em conjunto com o responsável do Museu pela gestão de coleções. Poderiam ser abordados vários temas relacionados com os lanifícios e Covilhã, desde que usufríssem de uma estrutura bem definida e uma adequação perceptível. Por exemplo, uma exposição com incidência na evolução do *marketing* e da comunicação nas diversas fábricas, incluindo os seus *slogans* e logótipos, que poderia ser executada pelos alunos dos cursos de *Design* e Multimédia, *Marketing*, Ciências da Cultura, Comunicação Estratégicas e Ciências da Comunicação. Para ser bem-sucedida, a exposição deverá ser planeada de forma cuidada e rigorosa, sendo crucial a existência de uma direção presente e capaz de uma orientação permanente e de uma execução final eficiente e correta. Seria uma forma de valorizar o património documental existente no CD/AH, desenvolvendo-o como dinamizador de cultura, atraindo novos públicos à instituição, aos quais seria incutida a ideia de que é fundamental preservar o património da cidade, assim como as suas memórias.

## **Meios de Comunicação**

O trabalho com os meios de comunicação com ligação à Universidade e aos jovens é de extrema importância para a divulgação do Museu e dos eventos relacionados no meio estudantil, como por exemplo, o Urbi@Orbi, o jornal *online* da UBI <sup>100</sup>. Uma parceria do MUSLAN com este meio de comunicação de forma a torná-lo o seu *média partner* oficial será importante para que todas as atividades realizadas sejam devidamente divulgadas e acompanhadas pelo jornal, chegando mais rapidamente ao público.

---

<sup>100</sup> Projeto criado para servir de apoio à licenciatura em Ciências da Comunicação, mas desde logo tomou maiores proporções. O seu principal objetivo é divulgar notícias da UBI, da região e do mundo.

## Publicidade

Ao estarem inseridos numa sociedade de consumo e de informação, os museus precisam estar preparados para difundir a sua mensagem de forma rápida e cativante. Como já foi visto anteriormente, existem vários meios de promoção de um museu, no entanto, a publicidade é o instrumento de excelência para a divulgação da instituição e das atividades que realiza, sobretudo devido à necessidade de chegar rapidamente a novas e variadas audiências. A publicidade tem como função divulgar ideias, produtos, serviços, entre outros. Esta pode ser eficaz no crescimento de uma determinada marca ou produto e, quando bem trabalhada, confere-lhe personalidade, diferenciando-a das restantes. Através da publicidade gerada pelos museus, estes podem promover a sua imagem nos jornais e nas revistas, na rádio e na televisão, mas também através da edição de brochuras, panfletos, boletins informativos, *posters*, entre outros. Tem, igualmente, o benefício de divulgar as suas atividades, exposições, coleções ou serviços, assim como promover campanhas. A principal vantagem da publicidade, além de abranger um público alargado, é o controlo sobre o conteúdo da mensagem passada, assim como o meio pelo qual se quer transmitir. No entanto, nem sempre os museus de pequena dimensão têm recursos para investir na comunicação, o que interessa é que tenham consciência da importância da publicidade para a divulgação das suas ações. As instituições com pequeno orçamento podem, e devem, contornar a falta de financiamento recorrendo a apoios de patrocinadores e através da criatividade, de modo a melhorar a sua publicidade.

Os *flyers* e cartazes são o material promocional que chega de forma mais rápida e eficaz perto do público. Sugere-se que o Museu disponha de mais do que um modelo de *flyers* e cartazes direcionados para cada público que se pretende atingir. Aqueles que serão destinados ao público jovem, devem ser o mais criativos possível, adaptados às diferentes situações e devem ser distribuídos de forma original para que a atenção dos jovens seja captada. Para a divulgação dos eventos realizados pelo MUSLAN, devem ser enviados convites para os vários departamentos da UBI, para a AAUBI e vários Núcleos de Estudantes, para associações relacionadas com jovens e para a *mailing-list* do Museu.

## **Sinalética**

Após a conclusão do trabalho de divulgação, é necessário proporcionar fáceis condições de acesso à instituição e garantir e simplificar a percepção da sua localização. Como se trata de um Museu polinucleado, cujos núcleos se encontram dispersos pela cidade, é necessário garantir a existência de sinalética nas suas vias de acesso para facilitar a chegada até eles. Sugere-se, antes de mais, que os núcleos estejam devidamente assinalados com o respetivos nomes e que todos tenham um mapa com a sinalização dos restantes. Esses mapas, assim como a informação de como chegar até eles e os meios de transportes disponíveis, deverão estar afixados à entrada da cidade, na estação de caminhos-de-ferro, na rodoviária, em paragens de autocarros estratégicas e em cada núcleo. Propõe-se a personalização de paragens de autocarros com o nome e logótipo do Museu, a sua localização polinucleada, os seus horários e contactos.

A página *web* do Museu deve, igualmente, apresentar mais informações sobre como chegar às suas instalações a partir dos vários meios de transporte. A informação apresentada no *Google Maps* é somente relativa à localização da Real Fábrica de Panos, que no *site* se apresenta como “Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior”, devendo esta informação ser atualizada, garantindo a correta esclarecimento sobre o acesso aos diferentes núcleos.

## **Outras sugestões**

- *Stand* do Museu na fila das matrículas

O ato das matrículas é o primeiro contato que os novos estudantes têm com a universidade e com a sua nova cidade, o que torna esta época a mais propícia para lhes dar a conhecer a história e a cultura da Covilhã, assim como os espaços que tem para lhes oferecer. O Museu de Lanifícios, o mais fiel depositário da história e património da cidade, deverá tirar partido desta altura para se mostrar. Com esse intuito, propõe-se que o MUSLAN se faça representar com uma banca/ *stand* na fila das matrículas, onde além da distribuição de um vale com o desconto de 50% para a sua família, será mencionada a íntima relação da cidade com indústria de lanifícios assim como o facto de o MUSLAN ser um Museu de Ciência e Técnica, tirando proveito desta ser a tipologia de museus que os jovens preferem. É crucial a distribuição de mapas que apontem para



a constituição polinucleada do museu e a localização desses núcleos e focar a gratuidade do ingresso no museu para os estudantes universitários. Os colaboradores presentes nesse *stand* devem ser o espelho da abertura do Museu ao voluntariado, no qual os jovens têm a oportunidade de participar na elaboração e preparação de eventos, assim como em outras áreas, o que será benéfico para o envolvimento da comunidade jovem com esta entidade museológica.

### **Dinamização da esplanada do Núcleo da Real Fábrica Veiga**

Com a análise dos inquéritos concluiu-se que os estudantes universitários colocam os espaços ao ar livre no topo das suas preferências. Como forma de retirar vantagens dos espaços que o Museu tem ao ar livre, sugere-se a dinamização da sua esplanada, a qual poderá ser palco de cafés literários, concertos e convívios, ou simplesmente como sala de estudo ao ar livre.

### **Caixas temáticas de sugestões**

Sugere-se a colocação estratégica de caixas de sugestões junto aos bares dos diferentes polos e departamentos, por serem locais de circulação de alunos e funcionários. Estas serão benéficas para que todos tenham oportunidade de dar sugestões para o Museu e a direção terá a oportunidade de ler essas críticas e tê-las em consideração. As maiores vantagens desta distribuição estratégica são a aproximação do Museu aos estudantes que podem dar o seu contributo para a melhoria deste sem terem que sair do seu departamento e o envolvimento da comunidade estudantil nas suas ações. Nelas podem surgir ideias originais e interessantes para a instituição e fáceis de colocar em prática, assim como as críticas construtivas podem ser benéficas para o melhoramento o que já existe. As caixas de sugestões poderão ter uma temática mensal, que deverá ser divulgada no Faceou, assim como as suas localizações, para fomentar a participação dos estudantes. Por exemplo: “Tema de Janeiro - Como pode o Museu inovar em tempos de crise?”

## **Investigação**

A investigação é, sem sombra de dúvidas, uma das funções centrais da prática de museologia. Esta encontra-se relacionada com o estudo, interpretação e divulgação dos acervos e coleções que um museu incorpora e conserva, sendo esse conhecimento produzido posteriormente difundido. A investigação foi, desde a sua criação, um dos pilares mais importantes do Museu de Lanifícios, proporcionando o desenvolvimento do seu projeto. Para o cumprimento do objetivo de “promover e contribuir para o desenvolvimento da investigação científica na área da história da industrialização dos lanifícios, do património e da arqueologia industrial”, foi criado o CD/AH, uma infraestrutura fundamental para o desenvolvimento da investigação. No sentido de continuar a fomentar a investigação realizada pelo MUSLAN é crucial proceder à investigação de temas relacionados aos lanifícios que ainda não foram suficientemente aprofundados. Nesse sentido, propõe-se o desenvolvimento de uma investigação relativa aos donos das empresas, que muitas vezes são colocados em segundo plano, estando o foco maioritariamente apontado para os operários, sobretudo porque muitos deles foram vistos como os “maus da fita” aquando o encerramento das firmas. Tendo como base as pistas de investigação dadas por José Amado Mendes, na conferência das “Tardes de quinta no Museu”, relativa às comemorações dos 250 anos da Real Fábrica de Panos, seria, seria interessante investigar a forma como a formação dos empresários evoluiu ao longo dos tempos e a forma como estes adquiriam conhecimento, assim como analisar as estratégias que adotavam para que a empresa continuasse dentro da família de geração em geração.

## **Desenvolvimento de parcerias**

Com a conjuntura económica atual, os orçamentos dos museus quase não chegam para cobrir as despesas com o pessoal e o que resta é muito pouco para as outras funções básicas que este deve desempenhar. A solução que aparece como viável é a colaboração entre o Museu e a comunidade onde este se encontra inserido. A criação de parcerias com a comunidade local, não só garante uma maior independência face à tutela, como a promoção do espaço museológico, mas também desenvolve a integração da comunidade no museu. Neste caso em específico, são inúmeros os benefícios que o MUSLAN terá se desenvolver parcerias com os diversos organismos relacionados com

o público jovem universitário existente na UBI: mais divulgação, financiamento para projetos, descontos em restaurantes e hotéis, concertos, etc. Para tal, sugere-se a título de exemplo parcerias com a Associação de Estudantes da Universidade da Beira Interior e Núcleos de Estudantes, TeatrUBI, EYE I – Núcleo de Cinema da UBI, *Expand Your Mind*, licenciatura de Ciências da Cultura, IPJ e com o Departamento de Informática da UBI.

## **1.2 Aplicação prática das propostas**

Um primeiro esboço do plano de ação e comunicação, onde se encontravam condensadas as propostas anteriores, foi entregue no Museu no final do primeiro período de estágio, em Maio de 2013. Este foi utilizado pela doutora Madalena Sena, colaboradora da UBI, para realizar uma apresentação aos alunos da unidade curricular Oficina de Redação e Criatividade Publicitária, lecionada no mestrado de Comunicação Estratégica: Relações Públicas e Publicidade. A esses estudantes foi sugerida a criação de projetos que visassem o aumento das visitas ao Museu por parte da comunidade e, apesar de abrangerem a comunidade covilhanense, a escolha e desenvolvimento dos projetos teve na sua génese o presente estudo de público e as propostas de ação e comunicação direcionadas para o público jovem universitário. Dessa apresentação resultáramos seguintes grupos:

1) Noite no Museu, baseado na proposta de dinamização das esplanadas do MUSLAN. Seria uma noite que contaria com as atuações do Grupo de Fados da UBI e da Desertuna e com a inauguração de uma exposição de fotografia de Pedro Lopes e João Pedro Jesus. No entanto, o grupo que se propôs a realizar o evento desistiu, ficando a produção a cargo dos colaboradores do Museu, celebrando-se nos moldes propostos na Noite Europeia dos Museus (17 de maio), com o nome “Música ao Luar no museu”. O evento contou, ainda, com a atuação dos alunos da Academia de Música e Dança do Fundão e da Santa Casa da Misericórdia do Fundão e com a inauguração da exposição de fotografia.

2) *Stand* do Museu de Lanifícios no *Expand Your Mind*, baseado na proposta da parceria entre o MUSLAN e o movimento universitário *Expand Your Mind*, que se encontra em franco aumento de notoriedade a nível local, regional e nacional. Neste *stand* estaria disponível material de marketing do Museu, assim como peças alusivas à sua temática;

3) Parceria entre o Museu e o restaurante Piornos, no Hotel Turismo da Covilhã, em que os visitantes do Museu seriam presenteados com uma percentagem de desconto no restaurante Piornos, assim como os clientes do restaurante no Museu. A proposta será colocada em prática em breve.

A versão final deste estudo de público e das propostas de ação e comunicação elaboradas foi de igual forma apresentada aos colaboradores e à direção do Museu de Lanifícios, no dia 29 de maio de 2014, no auditório da Real Fábrica Veiga, e teve a duração de aproximadamente 50 minutos. Na plateia estavam presentes o diretor do Museu, respetivos colaboradores e estagiários, numa assistência total de dez pessoas. Pretendia-se que, de certa forma, a apresentação fosse útil para consolidar junto destes a importância da caracterização dos diferentes públicos que se deseja cativar. Ao tornar óbvio que cada público tem exigências diferentes relativamente à cultura e às instituições culturais, espera-se que se dê a assimilação de que não basta seguir um padrão comunicativo e programático geral, é necessário desenvolver ações específicas baseadas nos seus gostos e motivações culturais. Para facilitar o acesso ao documento, este pode ser consultado por qualquer pessoa, tendo o papel de guia programático e de comunicação para auxiliar na aproximação do Museu ao público jovem. Segundo o professor António dos Santos Pereira, diretor do Museu, o trabalho desenvolvido e respetiva apresentação foram muito benéficos para a instituição, sobretudo por relembrar a necessidade de comunicar e inovar, uma vez que atualmente “temos de ser ousados” (anexo 17).

Consciente da necessidade de adaptação constante ao meio onde se encontra inserido e de forma a melhorar o seu desempenho e prestígio, o Museu já conseguiu passar da teoria, à prática, algumas das soluções propostas. No início do ano letivo 2013/14, durante o ato das matrículas dos alunos do primeiro ano, para os quais a

Covilhã é uma cidade desconhecida em todos os aspetos, o Museu de Lanifícios apresentou-se através de um *flyer*, cujo objetivo se centrava na divulgação da gratuidade do ingresso para estudantes universitários. “Sabias que... a entrada para estudantes universitários é livre?”

Em Abril de 2014, o Museu de Lanifícios recebeu uma estagiária da Licenciatura de Relações Públicas e Publicidade, cujas funções atribuídas diziam respeito à gestão da página institucional do *Facebook*. Esta adquiriu a responsabilidade temporária de atualizar e dinamizar, diariamente, a página e, tendo igualmente noção da crescente importância das redes sociais, focou-se na angariação de novos seguidores, sobretudo jovens, utilizadores assíduos das novas tecnologias, para aumentar o número de pessoas alcançadas pela informação partilhada. O seu objetivo foi atingido: quando iniciou a gestão da página, no dia 5 de Maio, o Museu apresentava 2438 seguidores no *Facebook*, no final do estágio, no dia 27 de Junho, já contava com 2753, o que significa que mais 315 pessoas têm acesso às atualizações do MUSLAN.

## **1.3 Projetos**

A partir das propostas apresentadas, foram desenvolvidos dois projetos de dinamização e ampliação da programação cultural do Museu e respetiva comunicação. Desses projetos, até à data, apenas o relativo às “comemorações dos 250 anos da Real Fábrica de Panos” teve uma aplicação prática, sobretudo devido à importância da data a comemorar. O projeto “Há Música no Museu – Comemorações do Dia Internacional da Música” ainda não foi implementado, no entanto, sugere-se que no futuro isso venha a acontecer, pois será uma mais-valia para o enriquecimento da programação do MUSLAN, atraindo, sobretudo, mais jovens às suas instalações, devido ao seu interesse por música.

### **1.3.1 “Há Música no Museu – Comemorações do Dia Internacional da Música”**

Para materializar as propostas apresentadas no plano de ação e comunicação foi desenvolvido um projeto que pretende alcançar a dinamização e ampliação da programação cultural destinada ao público jovem universitário. Este consiste na

celebração do dia Internacional da Música, celebrado a 1 de outubro, através da realização de vários eventos a acontecer durante dez horas, que pretendem entrelaçar música, história e património industrial, objetivando a dinamização da programação do Museu direcionada para o público jovem universitário da UBI. Pretende-se dar-lhes a conhecer o Museu e o Património Industrial da cidade, fomentando o seu envolvimento nas atividades realizadas, já que que eles próprios podem inscrever-se e fazer parte da programação, o que lhes permitirá mostrar o seu talento musical nas celebrações.

Toda a programação terá como pano de fundo os três núcleos museológicos (Râmolas de Sol, Real Fábrica Veiga e Real Fábrica de Panos), que albergarão vários eventos cujo tema central será a música: concertos, *workshops*, conferências e concursos. A escolha dos três núcleos, e não apenas um, acontece por ser benéfica a descentralização dos eventos realizados no Museu, que acontecem maioritariamente na Real Fábrica Veiga, e pela necessidade destes núcleos se darem a conhecer. Pretende-se que a deslocação do público entre os núcleos seja feita a pé, seguindo um percurso programado, que incluirá a passagem por alguns dos espaços mais emblemáticos da cidade, na sua maioria moribundos. O roteiro deverá ser estrategicamente delineado para que o público passe por locais chave da história industrial da Covilhã que se encontrem no inventário elaborado no livro “Rota da Lã – Translana: percursos e marcas de um território de fronteira – volume 2”. Estes locais deverão apresentar-se com a devida sinalização, no entanto, haverá também um guia físico que os acompanhará durante o percurso e apresentará brevemente esses pontos estratégicos e os respetivos núcleos museológicos.

Para conforto do público, é imprescindível haver alguma distância temporal entre os eventos, devido à distância física entre os núcleos, sobretudo entre as Râmolas de Sol e os restantes núcleos. Os eventos finais devem ser realizados na Real Fábrica Veiga, núcleo para onde o público deve confluir depois de ter atravessado caminhos cheios de história e património industrial. Deverá ser uma espécie de convívio, onde se poderá desenvolver conversas informais sobre o património industrial abandonado e possíveis utilizações.

Ao apresentar-se como um projeto original e ousado, *Há Música no Museu* refletirá o Museu de Lanifícios como um espaço moderno, com programação dinâmica e excelente para a fruição cultural. O MUSLAN melhora a sua imagem e passa a ocupar

na mente da comunidade um lugar positivo, “aberto” e de espírito jovem, apetecível para projetos culturais diversos. Certamente os laços entre os estudantes e o MUSLAN se estreitarão e progressivamente este pode tornar-se um projeto contínuo de promoção da cultura da cidade.

### **1.3.2 “Celebrações dos 250 anos da Fundação da Real Fábrica de Panos”**

*A Covilhã tem imensos motivos de comemorar os seus principais edifícios. A Fábrica Real dos Panos é, porventura, o edifício histórico com maior dimensão e com maior significado para a vida da cidade da Covilhã. (...) Essa fábrica foi decidida em 1764 e comemora, portanto, este ano os 250 anos.* Santos Pereira, atual diretor do Museu de Lanifícios<sup>101</sup>

Em conversa com a nova estagiária do Museu, Sara Lopes, e com a Dra. Helena Correia, surgiu a oportunidade de se desenvolver as comemorações do aniversário dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos que, como já foi referido no capítulo II, aconteceu em junho de 1764, por decreto Régio do Marquês de Pombal. Até essa conversa, as atividades que o Museu previa para assinalar a data passavam apenas pelo lançamento da *newsletter* n°37, dedicada aos 250 anos da fundação da RFP, e uma conferência das “Tardes de Quinta no Museu”<sup>102</sup>, que deveria acontecer dia 26 de junho, na qual seria, igualmente, abordado o tema em questão. A contenção nas celebrações não se deviam à falta de reconhecimento por parte do MUSLAN da importância da data, porém, como foi referido anteriormente, a escassez de recursos humanos é uma realidade que impossibilita a canalização de colaboradores para a projeção e execução de eventos de maior dimensão. Nesse sentido foi elaborado um projeto que pretendia elevar o seu prestígio ao nível que um importante edifício, como a Real Fábrica de Panos merece. A posterior execução foi aceite pela direção, cabendo à Dra. Helena Correia supervisionar o projeto.

---

<sup>101</sup> Depoimento dado pelo professor António dos Santos Pereira, diretor do Museu de Lanifícios, sobre os 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos, o primeiro núcleo musealizado do Museu. Este foi gravado e editado durante o estágio, com a colaboração da estagiária Sara Lopes. Pode ser encontrado no Facebook e no canal do Museu no *Youtube*.

<sup>102</sup> “Tardes de Quinta no Museu” é uma atividade desenvolvida pelo Museu, onde todas as últimas quintas-feiras do mês acontecem várias conferências relacionados com a temática dos Lanifícios e da região.

Criou-se, assim, o projeto das “Comemorações dos 250 anos da Real Fábrica de Panos” (anexo 18), que visou o desenvolvimento de um conjunto de atividades educativas e culturais, com a finalidade de enaltecer a importância da criação da fábrica para o desenvolvimento da Covilhã e para valorizar a memória deste património. Desta forma, previu-se a ampliação das atividades a realizar ao longo do mês de junho, com ações direcionadas para vários públicos, esperando atrair mais pessoas ao Museu. Apesar da consciência partilhada por todos sobre a importância do estudo prévio dos vários públicos a atingir, o facto do tempo para elaboração e execução do projeto estar limitado a duas semanas, tornou impossível aprofundar as características específicas de cada um. Apenas o público jovem universitário passou por um estudo minucioso, como foi visto no capítulo III, sendo algumas das propostas apresentadas adaptáveis com relativa facilidade a outros públicos.

A principal missão do projeto consistiu na aproximação da comunidade ao Museu e à sua história, que também lhe pertence, e envolve-la mais ativamente nos projetos culturais desenvolvidos. Pretendeu-se, igualmente, o reconhecimento do público sobre o valor histórico e cultural do espaço que estava a pisar e das paredes que o rodeavam, sensibilizando-os para a salvaguarda do património da cidade. Para esse fim realizaram-se cerca de dezena de atividades divididas pelas quatro semanas de junho, cujo mote principal foi a história e património da Real Fábrica de Panos.

O projeto objetivava, em específico, os seguintes pontos:

- Atrair mais visitantes aos núcleos do museu;
- Trazer de novo os que já o conhecem;
- Recordar e celebrar a História e o Património Cultural;
- Sensibilizar os vários públicos para a importância do Museu na cidade;
- Dinamizar e ampliar a programação cultural do Museu e da cidade;
- Atrair a atenção de possíveis patrocinadores;
- Atrair a atenção dos meios de comunicação social para as atividades realizadas pelo Museu;
- Criar um sentimento de proximidade entre o Museu e a comunidade;
- Envolver os públicos na programação cultural do Museu;



## **Produção, estratégias e recursos do projeto**

Tendo consciência do peso que tem para o sucesso de qualquer projeto, o envolvimento na sua execução de todos os colaboradores, no dia 26 de Maio, realizou-se uma reunião com a maioria dos colaboradores para apresentar o projeto. Estes, assim como aqueles que por algum motivo não puderam estar presentes na reunião, receberam, de igual forma, o projeto nas suas caixas de correio eletrónico, havendo disponibilidade para que sempre que surgisse alguma dúvida relativa ao projeto proceder à sua explicação e, caso fosse necessário, alterá-lo. O objetivo desta reunião era informar todos sobre as várias atividades, mas também ouvir as suas opiniões e sugestões de forma a melhorar aspetos menos bem concebidos, uma vez que são estes que melhor conhecem o Museu e os seus recursos. Depois do espírito de equipa estar desenvolvido e de todos estarem mobilizados e motivados, tornou-se mais fácil seguir em frente e atingir os objetivos pretendidos.

### **Atividade I - “A Tosquia” (3 de junho)**

Nos últimos anos tem sido hábito o Museu de Lanifícios realizar uma atividade no dia Mundial das Crianças, chamada *A Tosquia*, dirigida aos alunos da pré-primária e da primária e às respetivas escolas. O seu objetivo é ensinar às crianças o que é uma tosquia e a sua função, e também, fomentar desde cedo o contacto com as suas raízes históricas e patrimoniais, sendo educadas desde pequenas a manifestar interesse por atividades culturais. Como esta atividade se realizava no primeiro dia do mês de junho foi decidido adaptá-la e integrá-la nas Comemorações dos 250 anos, passando de dia 1 para dia 3 de junho, uma vez que coincidia com o fim-de-semana, em que as escolas estão fechadas.

De forma a adaptar a atividade às Comemorações, além da habitual tosquia, elaborou-se um pequeno conto ilustrado, onde se falava da Serra e dos seus recursos, e onde estavam incluídos o Marquês de Pombal, as duas ovelhas que iriam ser tosquiadas (Lâzinha e Estrelinha), um cão da Serra (Mondego) e o pastor que as ia tosquiar (Sr. Daniel) (anexo 19). No conto oferecido havia ainda um quadradinho, no topo, onde cada criança poderia agrafar um pedaço de lã resultante da tosquia, sendo ainda oferecido a cada criança um autocolante com a ilustração das personagens do conto e com o texto “Museu de Lanifícios - Tosquia 2014”, um desenho de uma ovelha com um casaquinho

para, posteriormente, o pintarem e, caso o desejassem, colar o pedaço de lã que levaram para casa. Para que o Museu fosse, igualmente, divulgado junto das suas famílias cada um levou também um *flyer* com informação sobre este.

A atividade iniciou-se, após a receção das crianças, com a colagem dos autocolantes em cada criança e com a distribuição e leitura deste conto, relacionado com a história do museu e de linguagem simples e de fácil entendimento. Logo após este momento que serviu de certa forma como contextualização do que se ia passar a seguir e quebra-gelo entre o responsável e o público-alvo, as crianças foram acompanhadas até à área pastoril, onde se encontravam a “Lãzinha” e a “Estrelinha” prontas a ser tosquiadas. Nesta segunda parte da atividade, as crianças tiveram a oportunidade de assistir ao vivo a uma tosquia e de manter um contacto mais próximo com a lã.

Estiveram presentes vinte e oito alunos do infantário da Santa Casa da Misericórdia da Covilhã, acompanhados por duas professoras, e contou ainda com a presença de um cão da Serra da Confraria do Cão da Serra, utilizado pelos pastores para guardar os rebanhos. O *feedback* obtido permitiu-nos concluir que a atividade foi um sucesso: as educadoras, assim como as crianças participantes mostraram-se bastante satisfeitas com o desenrolar da atividade. Estes últimos afirmaram mesmo querer repetir a experiência no próximo ano.

## **Atividade 2 – “Visita Musical” (14 e junho)**

Esta foi uma atividade dirigida sobretudo aos jovens adultos com gosto pela nova música que se faz em Portugal, mas também pela dança contemporânea. Os seus objetivos foram: atrair ao Museu os jovens da Covilhã, residentes ou temporários, assim como inculcar-lhes o gosto pela cultura e pela necessidade de preservar o património da cidade e, numa época em que o “boca a orelha” tem tanto peso, transformá-los num importante veículo de promoção e divulgação do Museu e das suas atividades, melhorando a imagem do Museu junto destes.

A primeira parte da atividade decorreu na Real Fábrica de Panos. De forma a contextualizar os participantes sobre a relevância deste edifício para a cidade e respetiva história, realizou-se uma visita guiada, cuja abertura foi realizada pelo professor e diretor do Museu, António dos Santos Pereira, que elucidou os presentes sobre a importância de celebrar o seu passado do edifício. Para animar a visita introduziram-se dois

momentos de dança contemporânea, pela bailarina Sara Alves, com acompanhamento musical, pelo músico “O Colosso”. De forma a controlar os participantes na visita, foi pedida uma inscrição prévia, na qual participaram 20 pessoas, sendo o limite por grupo de 30 pessoas. Nem todos os inscritos estiveram presentes, porém, essas “faltas” foram colmatadas por outras pessoas que tiveram acesso à informação sobre o evento no *Facebook* e nos *flyers* distribuídos previamente. A todos os presentes foi distribuído material promocional das Comemorações e foi-lhes pedido o contacto de correio eletrónico para que se pudesse posteriormente proceder à elaboração de uma base de dados para divulgação de eventos futuros. Na sua maioria, o público mostrou-se bastante interessado pela visita guiada e as atuações dos artistas foram muito aplaudidas, o que nos permitiu concluir que a fusão da história com música e dança foi muito bem aceite e é uma atividade a repetir.

Seguidamente o público presente foi convidado a continuar nessa noite musical, sendo encaminhados até à esplanada do Núcleo da Real Fábrica Veiga, que devido às suas excelentes condições foi escolhido como palco para o concerto da banda “*Hope Killers Cult*”. Naquela agradável noite quente de Verão, não descurando a qualidade da banda apresentada, todos os holofotes apontaram para o público, ao qual foi oferecido pelo Museu e seus respetivos colaboradores uma mesa de petiscos, bolos e biscoitos, assim como, bebidas que incluíam sangria, sumos e água e cada mesa da esplanada tinha um pires com amendoins. Como se esperava um público maioritariamente jovem, adepto das novas tecnologias, foi criada no *Spotify*<sup>103</sup>, uma *playlist* colaborativa com o nome “Noite no Museu”<sup>104</sup>, posteriormente divulgada no *Facebook*, onde se solicitou a colaboração de todos seguidores para a elaboração da mesma. Esta *playlist* foi usada como música ambiente antes do concerto começar e no fim, uma vez que o final do concerto não significou o encerramento do atividade, mantendo-se muito público até cerca de uma hora depois deste ter acabado, à hora em que o Museu fechou portas.

---

<sup>103</sup> Utilizado em Portugal desde maio de 2013, é um dos maiores aplicativos do mercado para a reproduzir músicas através de *streaming*, tanto em computadores como em dispositivos móveis. Através dele é possível pesquisar, ouvir e comprar músicas, criar-se *playlists* de reprodução e ainda torná-las colaborativas, em que se pode convidar amigos para adicionar músicas e diversificar o conteúdo, entre outras funcionalidades.

<sup>104</sup> Disponível para audição em:

<http://open.spotify.com/user/1166858842/playlist/3ai36ufgkAoSGMKZiFfRiu>.

A esplanada estava repleta de jovens e cheia como nunca antes tinha estado, acolhendo cerca de 50 pessoas, que tiveram conhecimento sobre o evento através da informação partilhada no *Facebook*, pelos cartazes e *flyers* afixados pela cidade e pelos meios de comunicação. No entanto, outras chegaram apenas pela curiosidade de saber de onde vinha a boa música, que se fazia ouvir na zona envolvente à Universidade. Foi gratificante ouvir comentários bastante positivos por parte do público, tanto sobre a qualidade do Museu e da música, como da forma como foram recebidos. Alguns jovens mostravam interesse em saber quem tinha organizado a iniciativa e para parabenizar pela excelente iniciativa, que esperavam vir a repetir-se mais vezes. Tal como se previa, a curiosidade sobre a coleção do MUSLAN foi fomentada e vários jovens mostraram interesse em regressar, brevemente, à instituição para visitar o seu acervo. A maioria dos jovens desconhecia o espaço do núcleo da Real Fábrica Veiga, no entanto, foi notória a admiração geral pelas excelentes instalações do Museu (anexo 20).

Apesar dos seus estilos distintos, as atividades superaram as expectativas programadas para a noite musical. Com a adesão verificada, e sobretudo devido aos jovens que chegaram ao Museu apenas seguindo a música, sem qualquer informação prévia sobre o evento, confirma-se que a programação foi bem delineada, e que a música é, de facto, a forma de arte que os jovens estudantes, maioritariamente, apreciam. De forma a tirar partido dos vários talentos que a UBI tem, todos os artistas que atuaram durante os vários eventos são alunos da universidade, que viram no Museu um espaço de excelência para mostrarem o seu talento à comunidade. A estes artistas foi fornecido o material necessário para o espetáculo, cedido a título de empréstimo pelo CREA - Centro de Recursos de Ensino e Aprendizagem da UBI (colunas, focos de luz, extensões), à banda foi ainda oferecido um cartaz em tamanho A1, com o seu logótipo para que fosse facilmente identificado durante o espetáculo e todos os artistas tiveram acesso a uma senha de alimentação para jantar, gratuitamente, na cantina da Universidade.

As atividades foram ainda benéficas para que o MUSLAN iniciasse uma base de dados com jovens artistas a que pode recorrer no futuro. Provavelmente estas foram as atividades mais exigentes, sobretudo a nível da divulgação, devido às características deste público já referidas no capítulo III, porém os resultados foram bastante positivos, o que confirma que uma aposta neste tipo de eventos traria enormes benefícios para o Museu

e para a dinamização da sua programação. O evento foi um sucesso, cumprindo-se o objetivo de trazer jovens ao Museu e de melhorar a sua imagem junto destes.

### **Atividade 3 – “Tecer Memórias” (20 de junho)**

A atividade “Tecer Memórias” contou com cerca de vinte participantes. Esta foi dirigida ao público idoso, mais precisamente aos antigos trabalhadores da indústria de lanifícios, pois são eles que “diminuem” a distância temporal entre a Covilhã dos nossos dias e a Covilhã industrial. Estes melhor que ninguém conhecem a cidade que outrora fervilhou de atividade industrial. O evento realizou-se no núcleo da Real Fábrica Veiga, que apresenta a evolução tecnológica da indústria dos lanifícios, reunindo em si um importante espólio fabril, no qual alguns dos presentes trabalhou no passado.

Além da informação divulgada no *Facebook* e dos *flyers* distribuídos, como a maioria deste público não tem contacto com essas vias de divulgação, optou-se por contactar diretamente com alguns antigos trabalhadores, pedindo-lhes também para trazer conhecidos que partilhem o mesmo amor pelos lanifícios, sendo também enviados *emails* para a Associação Nacional de Industriais dos Lanifícios e para a lista de contactos do Museu.

A primeira parte do evento teve início com algumas palavras proferidas pelo diretor do Museu, que salientou a importância da atividade e do testemunho de cada um dos participantes. Segundo ele, este evento atinge “o objetivo de cumprirmos a nossa missão que é fazer um Museu vivo, um Museu virado para a cidade, um Museu que faz lembrar aos que hoje estão na força da vida que se quiserem ser empreendedores que o sejam”. Após as palavras introdutórias de António dos Santos Pereira, iniciou-se a atividade pretendida que consistiu numa visita guiada, realizada pelos antigos operários da indústria de lanifícios, que ao passarem pelas máquinas das diferentes seções onde tinham trabalhado, e que tão bem conheciam, testemunhavam sobre o seu funcionamento e sobre as recordações que guardavam da função que desempenharam (anexo 21). Apesar de ser previsível que a conversa se estenderia por várias horas, elaborou-se uma lista de tópicos que seria interessante também abordar.

O objetivo da atividade, como frisou António dos Santos Pereira, era “um recordar e é depois a vossa memória que transformamos em património”. Para tal, previa-se condensar os testemunhos num pequeno documentário que iria enriquecer o

património imaterial do Museu. Dado que aos poucos estas pessoas vão desaparecendo, surge portanto a necessidade de guardar para a eternidade as suas tão importantes memórias. Porém, esse propósito inicial não foi cumprido devido a problemas técnicos com a máquina de filmar, ficando apenas registado para a posterioridade um pequeno vídeo com o nome “Tecer Memórias”, disponível no canal do MUSLAN no *Youtube*<sup>105</sup>. O evento culminou num lanche na esplanada da RFP, onde se continuou, de forma ainda mais informal, a troca de experiências sobre a atividade dos lanifícios.

Apesar de durante a atividade se terem formado alguns grupos de conversa que desviavam a atenção da pessoa que estava a dar o testemunho e dificultavam a audição, no decorrer do evento foi notória a satisfação dos presentes por estarem a dar os seus testemunhos sobre as suas vidas dedicadas aos lanifícios, o que nos permitiu concluir que o evento teve uma aceitação muito positiva entre os participantes<sup>106</sup>. A RTP e o jornal Notícias da Covilhã também estiveram presentes, o que reflete a pertinência e importância de eventos do género para a região e para o país (anexo 22). Durante a atividade foram pedidos os contactos aos participantes, com os quais se elaborou uma base de dados que mais tarde poderá ser utilizada pelo Museu em eventos futuros.

#### **Atividade 4 – “Tardes de quinta no Museu”**

No dia 26 de junho, realizou-se mais uma conferência das “Tardes de Quinta no Museu” com o tema subordinado às comemorações dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos, na qual se pretendia uma reflexão sobre o processo de implantação da indústria de lanifícios na Covilhã. Nessa última quinta-feira do mês de junho, data exata da Provisão Régia do Marquês de Pombal que fundou a Real Fábrica de Panos, o auditório da Real Fábrica Veiga apresentava-se praticamente cheio. O primeiro a dar o seu contributo foi o diretor do Museu, António dos Santos Pereira, que abriu a sessão ressaltando mais uma vez sobre o significado de comemorar a fundação da Real Fábrica de Panos, o edifício mais monumental da cidade. Seguiram-se algumas palavras do excelentíssimo reitor da Universidade da Beira Interior, José Fidalgo, que igualmente

---

<sup>105</sup> Vídeo “Tecer Memórias” disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=a2GzWtRoXdk>.

enalteceu a importância da Real Fábrica de Panos, edifício que atualmente alberga o Museu, mas também a Faculdade de Artes e Letras (anexo 23).

Como conferencistas convidados, o MUSLAN recebeu José Amado Mendes, catedrático aposentado da Universidade de Coimbra e especialista da História da Indústria Portuguesa, cujo título da apresentação foi “A indústria em Portugal de Pombal à I República: revolução industrial ou industrialização?” e a doutora Elisa Calado Pinheiro, Diretora aposentada do MUSLAN, que continuou a reflexão na perspetiva da evolução da cidade através da Real Fábrica de Panos, desenvolvendo o tema “A Real Fábrica de Panos, uma marca histórica na paisagem industrial e cultural da Covilhã”. Todos os presentes na conferência demonstraram um enorme interesse, sobretudo por ser inegável a importância destes conferencistas, duas figuras de vulto na área do património industrial.

Após as conferências foi apresentado publicamente o livro “Fábricas da Covilhã: Fotocronologia”, de António Garcia Borges, seguindo-se um pequeno lanche com champanhe e um bolo de aniversário para que todos pudessem cantar os parabéns à Real Fábrica de Panos. Neste dia, para terminar o mês de comemorações em beleza, foi ainda oferecido um presente ao público: a partir de dia 29 de junho todos os domingos passaram a ser de entrada livre no Museu para que todos possam ter acesso às memórias da cidade. Como foi referido anteriormente, esta atividade já se encontrava planeada pelo Museu antes do projeto das Comemorações dos 250 anos da Real Fábrica de Panos ser delineado, no entanto foi igualmente inserida neste, uma vez que todas as atividades se complementavam entre si.

### **Ações de divulgação**

Na primeira semana do mês, foi lançada a *Newsletter* nº 37, relativa ao mês de junho e dedicada aos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos do Museu de Lanifícios, onde foi de igual forma anunciada a presença dos oradores presentes nas “Tardes de Quinta”. Nesta mesma semana, e de modo a fomentar a proximidade do público às comemorações, foi exposto um painel junto à entrada da Real Fábrica de Panos, onde se lia a frase “Uma palavra pelo Museu”, para que todos tivessem a oportunidade de escrever uma mensagem de aniversário, ou simplesmente deixar a sua

opinião sobre o Museu. O painel foi elaborado com a colaboração do estagiário Gonçalo Barbas, estudante do ensino secundário em Design Industrial, a quem foi apresentado o projeto para que também pudesse ser integrado nas Comemorações, responsabilizando-se, com supervisão, pelo *design* do painel, que ficou exposto durante todo o mês de junho, reunindo cerca de 7 mensagens.

Para retirar partido do *display* eletrónico da Câmara Municipal da Covilhã, localizado na Praça do Município, foi estabelecido contacto com a Câmara, para que o cartaz das Comemorações fosse exposto no mesmo. Tal aconteceu durante todo o mês de junho e foi uma mais-valia para a divulgação dos eventos, devido à sua localização central (anexo 24).

Foi realizado um vídeo promocional para o Museu, no formato de *VOX POP*, que pretendia ser dinâmico para que o visualizador não perdesse o interesse e o visualizasse até ao fim (anexo 25). Os escassos conhecimentos relativos à gravação e edição de vídeo foram colmatados através de uma espécie de aula com um dos responsáveis pelo CREA, que também cedeu ao Museu o material necessário. O vídeo foi gravado nas ruas da Covilhã, onde as pessoas foram abordadas de modo a deixarem pequenas mensagens de aniversário para o MUSLAN. Durante a abordagem tentou-se, sempre que possível, fomentar a vontade de visitar a instituição naqueles que nunca o fizeram, sobretudo nos mais jovens. A maior parte dos entrevistados mostraram um carinho especial pelo Museu e pelos lanifícios, e mesmo aqueles que nunca visitaram a instituição mostraram muita vontade de o fazer. O vídeo foi posteriormente publicado na página do *Facebook* do MUSLAN, atingindo em apenas uma semana 4.500 visualizações e 70 partilhas, um record nunca antes alcançado pelo Museu.

Além do *VOX POP*, foram realizados mais dois vídeos: um depoimento do professor António dos Santos Pereira, diretor do Museu, sobre a importância da Real Fábrica de Panos para a Covilhã<sup>107</sup>; e um pequeno apontamento da atividade “Tecer Memórias”. Para que estes vídeos não se perdessem e para que qualquer pessoa a qualquer momento possa aceder facilmente a estes, foi criado um canal no *youtube* onde os vídeos se encontram depositados<sup>108</sup>. Para dinamizar a página de *Facebook* do MUSLAN

---

<sup>107</sup> Depoimento do diretor do Museu, professor António dos Santos Pereira. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SRe3R5QYocl>

<sup>108</sup> Canal do Museu de Lanifícios, disponível em: [https://www.youtube.com/channel/UCnkyXJBZ\\_YOqUEqRtnQz6bQ](https://www.youtube.com/channel/UCnkyXJBZ_YOqUEqRtnQz6bQ)



foi elaborada uma lista com curiosidades relacionadas com as comemorações, que posteriormente foram partilhadas, algumas delas com imagem suporte. Muitas delas tinham como finalidade auxiliar os seguidores na compreensão do principal motivo das comemorações de forma simples, sem cair na exaustão (anexo 26). Decorreu também o um concurso *slogan* na página de *Facebook*, para fomentar a curiosidade e envolvimento dos seguidores do Museu e a comunidade nas celebrações <sup>109</sup>. Pretendia-se encontrar uma frase que se enquadrasse nas Comemorações, sendo escolhido o *slogan* “Construir o Futuro, celebrando o Passado”. Apesar da adesão por parte dos seguidores ter sido pouco significativa, foi possível atingir o objetivo de encontrar uma frase que fosse de encontro ao que se pretendia e que espelhasse igualmente o lema do Museu (“Os fios do Passado a construir o Futuro”).

Para divulgar a alteração das condições de ingresso do Museu, que passou a ser gratuito para todos os visitantes aos domingos à tarde, delineou-se uma estratégia, em que se procedeu à criação do *slogan* “Porque as memórias não têm preço!”, que pretendia resumir numa frase a essência e os objetivos da campanha, que contemplou uma fase *teasing*, que compreendeu a colocação apenas do *slogan* no *display* eletrónico da Câmara, para incrementar a curiosidade junto da população, que ficaria na expectativa sobre a origem do *slogan* e sobre o seu significado. Na semana anterior à alteração do ingresso, a informação foi divulgada em meios de comunicação regional, na página *web* do MUSLAN e da UBI, na página de *Facebook*, em cartazes e em vários pontos da cidade, assim como no *display* eletrónico disponibilizado pela Câmara Municipal. Com esta alteração de ingresso o Museu mostrou a sua aposta numa política de portas abertas, pretendendo atrair mais visitantes, regionais, nacionais e estrangeiros e tornar o Museu num espaço para a família e atrativo para os jovens, assim como dinamizar a programação cultural dos fins-de-semana na cidade.

---

<sup>109</sup> Texto de divulgação do concurso de *slogans* publicado na página de *Facebook*: “- Sabia que o núcleo da Real Fábrica de Panos comemora 250 anos de existência? Pois, comemora, e para assinalar esta data o Museu de Lanifícios vai lançar uma série de atividades no próximo mês de junho. Desta forma, lançamos aqui o desafio para nos brindarem com as vossas propostas de *slogans* para a campanha promocional. A proposta com mais “gostos” será levada a aprovação e utilizada no material de promoção e divulgação. Envie-nos as suas propostas até ao dia 28 de maio e revele o seu lado mais criativo!”

### **Apreciação crítica do trabalho realizado**

A oportunidade de desenvolver um projeto com o objetivo de enaltecer e elevar as comemorações dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos surgiu tardiamente, o que diminuiu drasticamente o tempo que seria necessário para que um projeto com as exigências do realizado atingisse a maturação necessária. Além da carência de tempo, também a conjuntura económica e financeira poderia ter sido um entrave, no entanto, tal não se verificou. É inegável que tudo teria sido mais fácil se assim não fosse, mas tempos de crise obrigam-nos a ser ousados e a apostar em ideias criativas e originais. Essas ideias permitiram que todas as atividades previstas fossem cumpridas quase sem custos e obedecessem a um cronograma previamente definido, o que resultou num sucesso ainda maior do que era esperado.

No projeto inicial constava uma atividade de artes espontâneas, a realizar durante a primeira semana de junho, que previa dança e música à porta do núcleo da Real Fábrica de Panos, com o principal intuito de focar todas as atenções para o edifício, que efetivamente comemorava 250 anos, e para o programa cultural das comemorações da sua fundação. Para tal, contactou-se a Banda da Covilhã e a EPABI - Escola Profissional de Artes da Covilhã, esperando que fossem disponibilizados alguns dos seus alunos durante, no máximo, uma hora diária, para uma pequena atuação paralela à distribuição de *flyers* promocionais com a programação das atividades do mês de junho. No entanto, da primeira não foi obtida qualquer resposta, enquanto que a segunda, através de correio eletrónico, afirmou que “é importante que estes contatos sejam feitos com a devida antecedência, de forma a podermos corresponder às muitas solicitações culturais que nos são dirigidas e o compromisso com a função educativa e curricular que temos que cumprir”, o que impossibilitou a realização das “Artes Espontâneas”. Também a conferência de imprensa sofreu com a limitação de tempo: a dificuldade de conciliá-la na semana prevista com a disponibilidade do diretor do Museu impossibilitou a sua realização.

Outras atividades sofreram também algumas alterações, porém essas mutações foram benéficas e não se afastaram em qualquer momento do objetivo central do projeto, a atividade “Tecer Memórias” foi um desses exemplos. Inicialmente, previa-se um convívio informal, uma espécie de conversa de café acompanhada por um lanche, em que haveria troca de experiências e memórias sobre a indústria de lanifícios e sobre a

Covilhã de antigamente. Numa atmosfera descontraída seriam mostrados aos antigos operários documentos e fotografias de forma a dar mote à conversa e dinamizá-la. É inegável que as alterações foram introduzidas de forma bastante satisfatória e tornaram a atividade ainda mais dinâmica<sup>110</sup>. Tendo o evento decorrido de forma positiva, seria uma mais-valia para o MUSLAN, e para o seu património imaterial, continuar a realização do evento transformando-o no “I Tecer Memórias – Encontro anual de antigos operários da indústria de Lanifícios”, um evento anual. Aos presentes seria pedido para que trouxessem objetos, documentos e fotografias antigas pertinentes para a ocasião, que poderiam ser digitalizados ou cedidos ao Museu, enriquecendo o seu Centro de Documentação/ Arquivo Histórico. A continuidade desta atividade estreitaria ainda mais os laços entre os antigos operários dos lanifícios e o Museu, a instituição que conta a história da sua profissão.

Apesar da conferência de imprensa não ter sido realizada, o programa das comemorações foi enviado para a comunicação social, tendo sido divulgado em vários meios de comunicação. A atividade “Tecer Memórias” contou com a presença do jornal Notícias da Covilhã e da RTP1, o que de certa maneira prova a pertinência da programação realizada. Relativamente ao trabalho efetuado nas redes sociais, este decorreu como o previsto: a dinamização da página de *Facebook* com as curiosidades sobre a Real Fábrica de Panos, a publicação do vídeo *VOX-POP* e do apontamento do evento “Tecer Memórias”, assim como o depoimento do professor António dos Santos Pereira, aumentaram o número de seguidores, sobretudo nos dias dos eventos realizados; As fotografias tiradas durante todos os eventos e partilhadas no *Facebook* receberam mais *gostos* do que as publicações anteriores às Comemorações.

Analisando mais especificamente o evento “Visita Musical”, que se destinava sobretudo ao público jovem, objeto de estudo no capítulo IV, pode concluir-se que as propostas de ação e comunicação apresentadas anteriormente são exequíveis e percíveis de alcançar bons resultados. Isto significa significa que se o Museu realmente

---

<sup>110</sup> Palavras de Adélia Mineiro enviadas por *email* para o Museu: “Gostei muito de estar presente no «Tecer Memórias». Realmente, resultou à maravilha, essa estratégia de o testemunho ser dado junto da máquina que o operário utilizou ao longo da sua vida de trabalho. Os meus Parabéns. Sugiro que se continue. Foi uma tarde bem passada.” Adélia Mineiro é licenciada em História pela Faculdade de Letras da Universidade e é Doutorada em História Contemporânea pela Universidade de Salamanca.

pretende continuar a estreitar laços com o público jovem, necessita de desenvolver uma programação e divulgação nos mesmos moldes da “Visita Musical”.

O trabalho desenvolvido em parceria com a estagiária Sara Lopes foi visto por todos os colaboradores do Museu como um trabalho muito profissional e de excelência, que dignificou a todos os níveis a Real Fábrica de Panos e o Museu de Lanifícios. Segundo o diretor do Museu no último evento realizado, “elas (as estagiárias) pegaram num simples acontecimento e transformaram-no num evento de sucesso com grande impacto para a comunidade e para o Museu”.

## 2. Propostas Gerais - Projeto de Turismo Industrial de S. João da Madeira: um exemplo para a Covilhã

Áreas que noutros tempos se apresentavam com vigorosas indústrias, com a desindustrialização tornaram-se espaços “mortos” e sem qualquer dinâmica, em contraste com os tempos áureos em que fervilhavam de atividade. As antigas paisagens industriais transformaram-se em locais disformes, sujos e desmerecedores de atenção, encontrando-se a maioria dos edifícios fabris em vias de serem demolidos, enquanto outros se encontram apenas em pé enquanto a natureza faz o seu papel. Segundo José Amado Mendes, “há que saber reutilizar muitos deles, dando-lhes como que uma «segunda vida» e valorizando-os, cultural e economicamente”<sup>111</sup>. É, portanto, essencial desenvolver a consciência de que este património pode, e deve, ser conservado, preservado e, especialmente, recuperado, dando-lhe sempre que possível uma nova utilização que dignifique o seu passado. Nesse sentido, o património resultante da atividade industrial carece de uma exploração inovadora e criativa, para que se adapte à realidade atual.

Apesar do património industrial já ser aproveitado em alguns países do centro e norte da Europa, foi, em 1987, com o lançamento por parte do Conselho da Europa do Programa dos “Itinerários Culturais Europeus” que surgiu, ainda que de forma pouco definida, o turismo industrial. Este aparece como uma das alternativas mais interessantes e viáveis para potenciar o património resultante da atividade industrial. O interesse por este tem sido crescente em vários países, o que se reflete nos inúmeros projetos desenvolvidos que resultaram em rotas e itinerários com grande influência na economia das regiões onde estão implementados, sobretudo por diminuírem a pesada perda causada pela desindustrialização<sup>112</sup>. Porém, nem sempre é fácil desenvolver atividades que garantam na perfeição a salvaguarda do espólio industrial e, em paralelo, a promoção e desenvolvimento social e económico da região em que este se encontra, o que resulta em projetos falhados, “precisamente por não saberem levar em consideração as

---

<sup>111</sup> MENDES, J. Amado. *Estudos do Património. Museus e Educação*, Imprensa da Universidade de Coimbra, 2009, p.185.

<sup>112</sup> CORDEIRO, José Manuel Lopes, “Oportunidades e Fragilidades do Turismo Industrial”, *Turismo & Desenvolvimento*, 2, 2012, p. 10.

especificidades que a utilização deste património requer”.<sup>113</sup> Ao analisarmos o que é feito neste sentido a nível nacional, os nossos olhos são imediatamente direcionados para S. João da Madeira. Este município é, sem dúvida, um exemplo de sucesso no que diz respeito à gestão e programação do património industrial que deve ser estudado por outras cidades.

Até ao século XIX, S. João da Madeira passou despercebida, no entanto, a partir da revolução industrial registou um enorme crescimento que a tornou um dos principais focos industriais do país. Inicialmente, a indústria chapeleira foi a grande responsável por esse crescimento devido à construção, em 1804, de uma fábrica de chapéus de grandes dimensões e totalmente mecanizada. Este momento de empreendedorismo foi ainda potenciado com a inauguração do caminho-de-ferro, em 1908. O crescimento económico repercutiu-se no aumento demográfico e, a então aldeia de S. João da Madeira, rapidamente superou as cidades vizinhas em número de habitantes, o que conduziu ao desmembramento de Oliveira de Azeméis, adquirindo o estatuto de vila, em 1926.

Durante a segunda Guerra Mundial a indústria do feltro sofre uma subida abismal responsável, em 1943, pela centralização da indústria de pêlo e de feltro na Cortadoria Nacional do Pêlo<sup>114</sup>, a única fábrica do país que trabalhava os pêlos. Nas décadas seguintes a indústria chapeleira sofreu uma queda acentuada enquanto a recente indústria de calçado se encontrava em ascensão, tornando-se no atual grande motor económico da cidade que é considerada a “capital do calçado”.

S. João da Madeira reconhece de tal forma o peso que a indústria teve, e continua a ter, para o seu desenvolvimento, que adotou como lema “Labor – cidade do trabalho”.

---

<sup>113</sup> Idem

<sup>114</sup> “A recolha, conservação e classificação das peles nacionais fazia-se, até à década de 40, com deficiências, acrescidas pela falta de infraestruturas e meios, que o método de preparação do pelo exigia. No sentido de colmatar esta lacuna, constituiu-se, em 1943, a Cortadoria Nacional de Pêlo, que resultou da união das 24 unidades existentes até então. A empresa dedica-se à preparação do pêlo de coelho, lebre e castor para a indústria da chapelaria e lanifícios. Em 1960, sob a alçada de António Oliveira Figueiredo, gerente da sociedade, foi inaugurado o edifício fabril onde a empresa continua a laborar até aos dias de hoje. Aquando do lançamento da primeira pedra da construção, em 1957, foi colocado nas fundações um vaso de vidro com moedas da época, para eternizar a memória do acontecimento.” Disponível, em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3402/economia/cortadoria-a-unica-fabrica-nacional-do-sector-lidera-mercado-mundial.html>

Contudo, o reconhecimento do legado deixado pelos “unhas negras”<sup>115</sup>, que tanto contribuíram para a criação de grande parte da riqueza da cidade, não se esgota aqui. Em 2005, foi inaugurado, numa fábrica recuperada, o Museu da Chapelaria, único na Península Ibérica, com o objetivo de ser um elo de ligação entre o passado e o presente, recriando a produção de chapéus, mas também enaltecendo a importância que a chapelaria tem para esta comunidade, tanto a nível económico como social e cultural.

Esta instituição museológica é um dos parceiros do ambicioso e inovador projeto de turismo industrial que o Município iniciou, em 2009, após uma alargada observação e análise sobre as fraquezas e oportunidades que o município apresentava. Depois de dois anos de reflexão, a Câmara Municipal concluiu que para a cidade apresentar um desenvolvimento inovador e competitivo precisava de desenvolver o seu potencial turístico e fomentar a união entre as várias entidades participantes, o que conduziria a uma partilha de conhecimento e cooperação entre estas. Tornou-se igualmente imperativo conceber mais e melhores infraestruturas e serviços de apoio turístico, assim como desenvolver uma rede local de turismo através da criação de parcerias.

O projeto adotou como missão a “promoção e consolidação da sua dimensão turística ligada à indústria, potenciando o desenvolvimento económico e social na cidade, projetando-a nacional e internacionalmente”<sup>116</sup>. Para possibilitar a execução do projeto, a Câmara Municipal candidatou-se a fundos europeus, mais precisamente ao programa ON.2 – Património Cultural<sup>117</sup>, do qual obteve financiamento para 85% dos 600.000€ investidos, que, segundo o vereador da cultura, foram “aplicados em promoção e divulgação, em sinalética e em meios audiovisuais, nomeadamente guias áudio e *iPods* para os turistas utilizarem enquanto visitam as empresas, com informações acerca de cada uma delas”<sup>118</sup>. Como parceiros a visitar, o projeto conta com a VIARCO, a

---

<sup>115</sup> Expressão utilizada para designar os operários da indústria dos chapéus que, em virtude do árduo trabalho em caldeiras de vapores designadas de fulas, ficavam com as unhas deterioradas e tingidas de preto. Ainda hoje os habitantes da cidade são conhecidos como “unhas negras”.

<sup>116</sup> Informação disponível no site do *Turismo Industrial de S. João da Madeira*, em: <http://www.turismoindustrial.cm-sjm.pt/contents/view/17> [Consultado a 13 de maio de 2014, pelas 13:45].

<sup>117</sup> O ON.2 - O Novo Norte (Programa Operacional Regional do Norte 2007/2013) é um instrumento financeiro de apoio ao desenvolvimento regional do Norte de Portugal (NUTS II), integrado no Quadro de Referência Estratégico Nacional 2007/2013 (QREN) e no novo ciclo de fundos estruturais da União Europeia destinados a Portugal.”

Disponível em: <http://www.novonorte.qren.pt/pt/press-room/apresentacao/#sthash.lBouIjzj.dpuf>

<sup>118</sup> ESTEVES, Tiago da Cunha, “Turismo industrial potencia empresas de S. João da Madeira”, *Plubituris*, 2012 (<http://www.publituris.pt/2012/01/22/turismo-industrial-potencia-empresas-de-s-joao-da-madeira/>) [consultado a 13 de maio de 2014, pelas 17:37].

Cortadoria Nacional de Pêlo SA, a FEPSA, a Helsar, a Evereste e a Heliotêxtil, e ainda como parceiros institucionais com o Museu da Chapelaria, como foi referido anteriormente, o Centro de Formação do Calçado, o Centro Tecnológico de Portugal e o Hotel WR.

Para apoiar o turismo industrial foi criado um *Welcome Center* e Central de Reservas na Torre da Oliva<sup>119</sup>, onde se encontra disponível uma equipa que ajudará o visitante no esclarecimento de dúvidas, nas reservas de visitas às fábricas e nas marcações de *workshops*. É, da mesma forma, facultado neste edifício o serviço de um guia turístico real ou multimédia dos parceiros que o turista pretende visitar, podendo também consultar uma mesa interativa com informações sobre o circuito e a história dos locais que irá visitar. A oferta multimédia do Turismo Industrial contempla, igualmente, áudio guias, *iPods* com conteúdos dos circuitos e *spots* promocionais do projeto e de cada parceiro envolvido. Apresenta uma página *web* bastante completa, onde em qualquer dispositivo com ligação à *Internet* o futuro visitante pode esclarecer todas as dúvidas relacionada com o projeto, assim como aceder a informações complementares sobre outras ofertas da cidade.

É inegável que este projeto já se encontra num elevado nível de consolidação, confirmado através dos 44.000 turistas que efetuaram visitas até Março de 2014. Segundo Ricardo Figueiredo, atual presidente da Câmara, “as empresas não esperam um impacto quantificável, porque é algo que faz parte da sua responsabilidade social. Há, todavia, vantagens, como o facto de aumentar a autoestima das empresas e estimular os seus trabalhadores”, contribuindo para que a empresa apresente uma cultura organizacional mais coesa e que se mantenha em constante inovação e renovação. Contudo, não são apenas as empresas que “ganham”: o turismo transformou-se numa autêntica roda-viva para a cidade, que viu ganhar hotéis com quartos temáticos relativos ao turismo industrial e eventos culturais realizados nas fábricas, como poesia, teatro e concertos, entre outros.

Este projeto, nascido em São João da Madeira, é a prova viva de que o turismo industrial pode afirmar-se como um produto repleto de valor para a economia e cultura

---

<sup>119</sup> Uma das mais importantes fábricas da história industrial do país e um dos principais edifícios de São João da Madeira. Pertenceu à já desativada metalúrgica Oliva, sendo posteriormente adquirido pela Câmara Municipal que o recuperou.



da região onde se insere, com a vantagem dos turistas não só conhecerem as empresas em atividade, mas reviverem igualmente as atividades de outrora e visitarem espaços museológicos <sup>120</sup>. É um projeto que deve ser tido em atenção pelos municípios, porque pelo país são vários os setores de atividade que necessitam de ser potenciados turisticamente, como a cortiça, a metalurgia e os lanifícios. Segundo José Amado Mendes, “nem se trata, sequer, de inventar novos procedimentos, mas tão-só de levar a cabo um maior número e iniciativas semelhantes a outras já ensaiadas”<sup>121</sup>.

Apesar de atualmente a indústria covilhanense se encontrar longe do fervilhar da indústria sanjoanense, esta é inegavelmente uma das cidades que mais se destacou no panorama industrial, não é por acaso que outrora foi apelidada de “Manchester portuguesa”. No entanto, como se observou no capítulo I, foi também uma das que mais sofreu com o processo de desindustrialização, que a obrigou a uma brusca reconversão da sua economia. Apesar do excelente trabalho realizado pela Universidade da Beira Interior, tanto economicamente como na preservação e reutilização dos espaços fabris que se encontravam ao abandono, muito mais pode ainda ser feito para elevar a cidade na vertente económica, social e cultural ao patamar que merece.

Basta uma breve reflexão para se concluir que a Covilhã ficaria fortalecida se desenvolvesse um modelo semelhante ao utilizado em S. João da Madeira, que procurasse o desenvolvimento de um turismo consistente, baseado na indústria tradicional, passada e presente, e nas novas tecnologias e indústrias criativas. À semelhança do que acontece em S. João da Madeira com a indústria chapeleira, a Covilhã tem no Museu de Lanifícios uma homenagem aqueles que tornaram a sua indústria umas das maiores da história do país, no entanto, este deve ser apenas as portas de um projeto maior de Turismo Industrial, capaz de dinamizar toda a região e contribuir para o desenvolvimento económico da comunidade e das empresas. Esse projeto deverá explorar o potencial industrial que a cidade reúne, não só pelos vestígios industriais, como fábricas desativadas, máquinas, caldeiras a vapor, tanques de tinturarias, fiações, testemunhos pessoais e tradições, mas também toda a cadeia produtiva dos lanifícios, desde os rebanhos à confeção, passando pela transformação da lã em fios, tecelagem,

---

<sup>120</sup> ESTEVES, Tiago da Cunha, “Turismo industrial potencia empresas de S. João da Madeira”, *Plubituris*, 2012 (<http://www.publituris.pt/2012/01/22/turismo-industrial-potencia-empresas-de-s-joao-da-madeira/>).

<sup>121</sup> MENDES, J. Amado. *Estudos do Património. Museus e Educação*, Imprensa da Universidade de Coimbra, 2009.

tinturaria, acabamento e os desenhos de padrões, assim como a forma de comercialização e transformação em vestuário.

Analisando o que foi feito em S. João da Madeira, conclui-se que para a Covilhã desenvolver um turismo inovador e competitivo e ao mesmo tempo valorizar e dinamizar o seu potencial é necessária a concretização de vários aspetos. Um deles é a união entre todos os envolvidos para que se alcance a cooperação indispensável no cumprimento da missão do projeto. É também de extrema importância desenvolver uma rede local de parceiros turísticos e criar mais equipamentos e serviços de apoio ao turismo, como postos de turismo, uma infraestrutura que a cidade ainda não dispõe, e de uma sede do turismo industrial, onde seria disponibilizado todo o material necessário para o turista poder escolher, reservar e se informar sobre os circuitos que poderá realizar. Este último poderia ser sediado no Museu de Lanifícios, sendo contudo crucial aumentar os recursos humanos da instituição.

Para comunicar o projeto ao futuro visitante é necessário um grande trabalho na produção de material promocional, como *spots* publicitários, a criação de uma página *web* o mais completa possível sobre o turismo industrial, mas também sobre a cidade, facilitando a estadia do turista e para que haja um desenvolvimento sincronizado de toda a zona envolvente ao projeto. Como foi visto em S. João da Madeira, é fundamental uma grande aposta relativamente ao multimédia, como áudio-guias e o desenvolvimento de uma mesa interativa com informação sobre os circuitos e a história da cidade.

Apesar de serem vários os aspetos semelhantes entre a Covilhã e S. João da Madeira, a primeira apresenta algumas especificidades que é necessário ter em atenção. A cidade da Cova da Beira, além de não possuir tanta diversidade de setores com S. João da Madeira, tem, atualmente, uma indústria bastante mais reduzida, encontrando-se poucas fábricas a laborar. Assim sendo, a sua rota não poderia centrar-se com a mesma intensidade na indústria em laboração.

O projeto de Turismo Industrial da Covilhã ficaria a cargo da Câmara Municipal, a entidade que tem o dever de apostar na dinamização da cidade. Inicialmente, sugere-se o seguinte roteiro:

- Acolhimento no Museu de Lanifícios, onde os visitantes seriam recebidos e lhes seria explicados os circuitos e seria feita uma breve visita guiada para fazer um enquadramento da história da cidade e do seu património;

- Visita à ribeira da Goldra, onde seria exposta a importância dos recursos hídricos para a implementação dos lanifícios na Covilhã;
- Visita a uma fábrica abandonada, exatamente como ela se encontra, mas num estado de conservação que garanta a segurança do visitante, para o turista ter uma noção mais alargada das consequências da desindustrialização e do abandono das empresas, sensibilizando-o, sobretudo, para o espólio empresarial, como arquivos;
- Visita ao polo de Engenharia, a antiga Empresa Transformadora de Lã Lda., para o visitante ver o que foi, e pode ser, feito em termos de reconversão de edifícios industriais;
- Visita à empresa Paulo Oliveira SA., a maior produtora de tecidos da península Ibérica, a laborar desde 1936, detentora de uma das mais modernas unidades de produção no Mundo, com avançada tecnologia, e uma das únicas que fez frente à desindustrialização. Nesta visita, seria mostrado um *spot* promocional previamente realizado, onde seria mostrada a história e evolução da empresa e seriam focados os motivos pelos quais conseguiu superar as crises pelas quais passou. Além disso, este poderia ver em tempo real como funciona a fábrica e os processos produtivos;
- Visita ao Departamento de Ciência e Tecnologias Têxteis da UBI, onde foi ministrado o primeiro curso do Instituto Politécnico da Covilhã, em 1975, e que atualmente apoia a licenciatura de Design de Moda e desenvolve investigação nas áreas da ciência e tecnologia têxteis, integrada na Unidade de I&D “Materiais Têxteis e Papeleiros”, mantém relações com as empresas do setor têxtil e promove estágios aos recém-licenciados e projetos comuns de âmbito tecnológico e de formação profissional;
- ANIL – Associação dos Industriais de Lanifícios;

Este é apenas o exemplo de um roteiro e de possíveis parceiros, existindo muitos outros que podem reforçar o conhecimento de toda a cadeia produtiva dos lanifícios, desde os rebanhos, transformação da lã em fio, tecelagem, tinturaria, acabamento,

desenho de padrões, temas que adicionam conhecimento e potenciam um projeto deste tipo. O Turismo Industrial poderá realizar da mesma forma uma parceria com o projeto a rota da Lã-Translana, inserindo e revitalizando o percurso dos negociantes da lã, desde o século XVII até ao século XX<sup>122</sup>. Além de dinamizar ainda mais o Museu de Lanifícios e aumentar a interação do público com a lã, poderia garantir que o Museu tivesse nas suas instalações ovelhas durante todo o ano, assim como um pastor e um cão Serra da Estrela. A médio prazo, o projeto poderia agregar mais empresas relacionadas com os lanifícios e o têxtil, mas também com a moda.

Ao integrarem uma rede organizada de promoção de turismo industrial, as empresas estão a contribuir para o seu próprio desenvolvimento e crescimento, assim como a contribuir para que a sua região alcance sustentabilidade económica e social. A integração nesta rede de turismo iria, certamente, melhorar a sua imagem perante a comunidade e torna-las mais dinâmicas, levando-as a procurar constantemente a inovação e as boas práticas sociais.

---

<sup>122</sup> Esta rota parte do Lavadero de Lanas de Malpartida, de onde era conduzida a lã até ao seu destino final, a Covilhã.

## Conclusão

Com o decorrer do presente relatório, torna-se inegável que a Covilhã herdou do seu passado industrial um extraordinário legado, que define a sua identidade e a torna uma cidade única no país. Pode concluir-se que esse património, frequentemente subestimado, tem as características necessárias para promover diversas transformações económicas, culturais e sociais, facto que foi se confirma com o exemplo da Universidade da Beira Interior e do respetivo Museu de Lanifícios. O MUSLAN é prova de que a aposta no património pode traduzir-se, de forma relevante, nos vários campos da investigação, preservação, divulgação e rentabilização cultural.

Ao terminar este relatório, baseado no estágio desenvolvido no Museu de Lanifícios, e tudo o que nele está implícito, encerra-se uma etapa de ampliação constante de conhecimentos na área da Gestão e Programação do Património Cultural. Como afirma Albert Camus, “não se pode criar experiência, é preciso passar por ela” e, neste sentido, o estágio possibilitou a materialização dos conteúdos teóricos apreendidos durante o mestrado, alargando os conhecimentos a outras áreas.

Esta primeira experiência prática, para a qual as “Comemorações dos 250 anos da Real Fábrica de Panos” tiveram uma importância acrescida, confirmou que, efetivamente, a área de abrangência do Gestor e Programador do Património Cultural não se esgota no aprofundamento de conhecimentos, relativos ao património que administra e na, posterior, gestão e programação, implicando o desenvolvimento de uma panóplia de saberes em diferentes áreas. Por conseguinte, durante o período de estágio, além do trabalho de investigação, crucial para um conhecimento mais aprofundado do património a gerir, foi exigido o desenvolvimento de saberes e aptidões transversais a várias áreas, que passaram pela estatística, pela organização e produção de eventos, pelo acolhimento e receção de visitantes, passando pela produção, realização e edição de conteúdos multimédia, pela gestão de tempo, assim como, de recursos humanos e financeiros. Tendo por base a premissa de que comunicar é, de igual forma, preservar e salvaguardar, foram desenvolvidas ações que exigiram o aperfeiçoamento de competências na área da comunicação estratégica, das relações públicas e do marketing cultural. A experiência foi extremamente enriquecedora a todos os níveis, principalmente a nível profissional, uma vez que possibilitou a compreensão do

funcionamento de uma instituição museológica e a proximidade a profissionais de diferentes áreas, assim como, a compreensão da complexidade da gestão e programação do património cultural.

A instituição de acolhimento permitiu a construção e o desenrolar de um processo de investigação, sendo, simultaneamente, um local que disponibilizou todas as condições necessárias para a descodificação da cultura operária da Covilhã e do seu reflexo, na singularidade do seu legado patrimonial, características que permitem ao Museu de Lanifícios ser um museu único no país.

O MUSLAN é, atualmente, o grande responsável pela transmissão da história e do património resultante da indústria têxtil, às gerações que não tiveram um contacto direto com o seu passado industrial, apresentando-se como um espaço moderno e com ótimas condições para a prática museológica. Na sua programação cultural, procura chegar aos vários tipos de público, descodificando e simplificando a sua história e da cidade da Covilhã, através das suas exposições permanentes, centrando-se, sobretudo, nas crianças, para lhes proporcionar um contacto com o património e com a lã, desde cedo, e desta forma cativá-las a elas e provocar curiosidade a outros públicos como, por exemplo, os seus encarregados de educação. Além da programação, é inegável a preocupação demonstrada pelo Museu, relativamente às questões museológicas, o que o torna bastante completo. Com todas as suas indiscutíveis qualidades, seria de esperar que o MUSLAN abrangesse um número maior de visitantes, sobretudo jovens universitários, uma vez que este é parte integrante da sua Universidade, partilhando as suas instalações. No entanto, a sua má localização, apresenta-se como um desafio constante, pois para além de escondido, o Museu tem maus acessos, facto que poderia ser atenuado, caso a sua divulgação e sinalética fossem uma aposta com maior enfoque.

Dada a escassez de tempo e recursos suficientes para analisar as expectativas em relação ao Museu por parte de toda a comunidade, optou-se por analisar apenas os hábitos e motivações culturais dos jovens estudantes da Universidade da Beira Interior, a instituição que tutela o Museu. Neste contexto, desenvolveu-se o estudo sobre os hábitos e as motivações culturais do público jovem universitário da UBI, tendo por objetivo a reflexão sobre a importância da análise do perfil de um determinado público para o desenvolvimento de ações e programação mais eficazes. Foi possível concluir-se que existe uma grande barreira entre o Museu de Lanifícios e o público jovem, que

demonstra um enorme desconhecimento sobre a sua existência e gratuidade (para os estudantes da UBI) e sobre as atividades que desenvolve. Contudo, este afastamento dos jovens estudantes não acontece apenas em relação ao Museu de Lanifícios, mas também em relação a outras instituições culturais. Estes eventos de cultura erudita são colocados em segundo plano, sendo os preferidos dos jovens estudantes os espaços de lazer ao ar livre, os espetáculos musicais e cinema, por conseguinte, há uma preferência pela cultura de massas. Pelo capital educacional que os jovens universitários possuem seria espectável que fosse mais fácil atrair jovens a instituições culturais, porém verifica-se que apesar de ser uma mais-valia, o capital educacional não é suficiente para o consumo de cultura museológica. Este capital educacional necessita de ser fomentado para a cultura, não apenas nas escolas e nas faculdades, mas também, desde cedo, em casa.

Este estudo permitiu concretizar o principal objetivo do estágio e, conseqüentemente, deste relatório: apresentar propostas para o Museu, a nível do património e das valências que este disponibiliza e que são passíveis de uma gestão e programação estratégicas, para atingir uma maior potencialização e rentabilização. Tendo por base as conclusões do estudo, foram desenvolvidas propostas de melhoramento e aproximação do Museu da comunidade em geral, dando um ênfase especial aos jovens universitários, desenvolvendo uma comunicação e programação adaptada aos seus gostos. A maioria das sugestões apresentadas foram colocadas em prática, outras estão a ser aprofundadas e preparadas para que isso aconteça, o que demonstra a sua pertinência e aplicabilidade. Ao apresentar as propostas aos colaboradores e direção do Museu espera-se, igualmente, que estes compreendam a importância de uma gestão estratégica para o património que têm à sua guarda e uma aposta na programação direcionada aos gostos e expectativas dos diferentes públicos. Por exemplo: não se pode esperar que um concerto de música erudita no Museu esteja repleto de jovens estudantes, se a sua maioria não teve educação musical, para tal. Assim como, à partida, um concerto de *indie rock* não estará repleto de pessoas idosas, uma vez que é um estilo musical recente. Neste caso, é indiscutível que não é o tipo de evento que vai ditar o sucesso da atividade, mas sim uma organização competente e a qualidade dos artistas convidados. Espera-se, ainda, que os colaboradores comuniquem

devidamente a instituição, assim como a UBI e seus núcleos, uma vez que são os principais mediadores entre a instituição e o público.

Em todas as propostas e ações realizadas, foi constante a preocupação em não prejudicar os testemunhos do passado.

Será importante continuar a colocar-se questões relativas ao património que a cidade dispõe, ao seu significado e à sua utilidade, porque apesar dos esforços para preservar e recuperar os edifícios industriais referidos anteriormente, existem ainda inúmeros espaços com valor patrimonial que se encontram obsoletos e ameaçados pela destruição. Estes podem dar lugar a bibliotecas, cinemas, centros culturais, recorrendo a eles em vez de se construir prédios completamente desfasados do contexto da cidade, pois são eles que *“representam a memória da cidade e o seu carácter original, a marca da sua história e da sua especificidade única, o seu carácter interessante”*.<sup>123</sup> É essencial insistir-se no desenvolvimento de projetos de regeneração dos edifícios, para potenciá-los de diferentes formas, como foi feito em S. João da Madeira.

---

<sup>123</sup> VAZ, Domingos Martins, *Património Urbano Serrano: Urbanismo Tradicional e Cultura Operária na Covilhã (Portugal)*, Ciudades 13, 2010, p. 204



## Anexos

### Anexo I - Etapas do Estágio

Etapa 1 – Recolha de Informação	Levantamento bibliográfico relativo à Covilhã;	Capítulo I
	Pesquisa relativa à entidade de acolhimento;	Capítulo II
	Inventariação das atividades realizadas pelo Museu – 2008 a 2012;	
	Entrevistas;	
Etapa 2 – Estudo de Público	Pesquisas relativas à realização de inquéritos;	Capítulo III
	Teste aos Inquéritos;	
	Lançamento;	
	Análise e conclusões;	
Etapa 5 - Propostas	Elaboração de propostas específicas e gerais de rentabilização patrimonial;	Capítulo IV
Etapa 4 – Aplicação	<p><b>Projetos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ “Há Música no Museu”;</li> <li>▪ Comemorações dos 250 anos da Real Fábrica de Panos”.</li> </ul>	

Autor: Sofia Oliveira

## Anexo 2 – Localização do concelho da Covilhã



Fonte: <http://www.mapadeportugal.net/distrito.asp?n=castelobranco>

## Anexo 3 – Lanofabril, Lda



Fonte: Resto de Coleção (<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2013/11/lanofabril.html>).

A Lanofabril, Lda, foi uma das maiores fábricas a laboral na Covilhã, até 1974, onde trabalhavam cerca de 410 pessoas, segundo um relatório do “Grémio dos Industriais de Lanifícios da Covilhã”, realizado em 1972. Na atualidade, ocupando parte deste a edifícios, localiza-se a “Lokimat, Importação e Comércio, Lda”, dedicada à venda de materiais de bricolage, segurança, entre outros.

## **Anexo 4 - Intervenções realizadas pela UBI**

### **Intervenções na ribeira da Goldra:**

Esta zona é caracterizada pela elevada concentração de edifícios fabris de valor histórico e patrimonial, que vieram a dar origem a várias instalações universitárias:

- Fábrica José Mendes Veiga - Real Fábrica Veiga/ Francisco Roque da Costa Júnior - Departamento de Química e Centro de Informática;
- Antiga fábrica de Sebastião da Costa Rato - Departamento de Matemática da Faculdade de Ciências;
- Escritório e armazéns da Real Fábrica Veiga - Instalações da Faculdade de Ciências da Saúde;
- Real fábrica Veiga - Núcleo da Industrialização do Museu de Lanifícios e parque de estacionamento;
- Convento de Santo António parte integrante da Fábrica de Buréis - sede Serviços de Ação Social da UBI;
- José Paulo de Oliveira Júnior fábrica e escritórios da empresa - Faculdade de Engenharia, os espaços de Arquitetura e Centro de investigação em Ciência e Tecnologia do Papel;
- Fábrica de Manuel Maria Antunes Júnior - Serviços Técnicos;
- Empresa Transformadora de Lãs - complexo da Faculdade de Engenharia;
- Fábrica de José Nunes Jacinto/ Cristiano Cabral Nunes – Cantina da Boavista.

### **Intervenções realizadas na ribeira da Carpinteira:**

- Conjunto das râmolas de sol e do estendedor de lãs - Parque de estacionamento e núcleo de ar livre do Museu de Lanifícios;
- Empresa Ernesto Cruz - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas;
- Empresa João Roque Cabral - residência universitária Pedro Álvares Cabral.

### **Intervenções realizadas em antigas residências de empresários covilhanenses:**

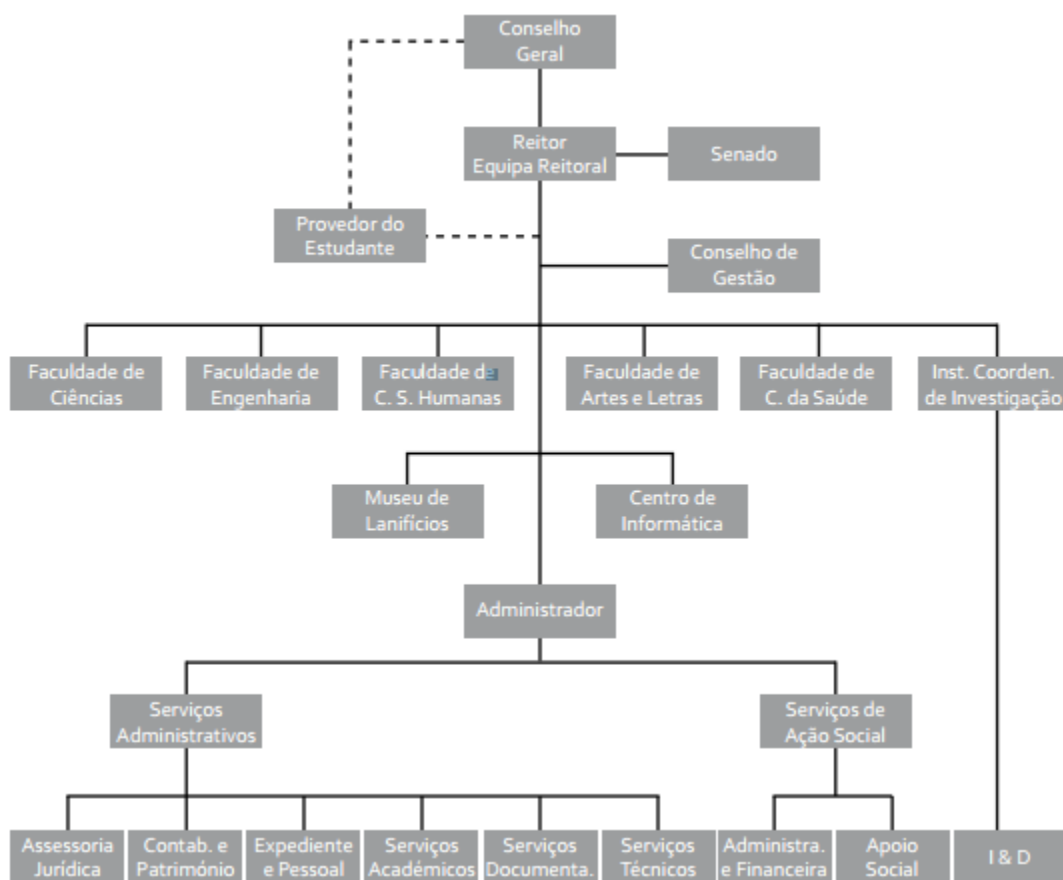
- Melo e Castro – Centro de Seminários, Colóquios e Conferências;
- José Mendes Veiga e Menezes - Biblioteca Geral da UBI.

## Intervenções realizadas por outras instituições entidades particulares

De forma a preservar e salvaguardar as memórias do glorioso passado industrial da cidade, também outras instituições e entidades particulares deram início à reutilização de imóveis industriais com diversas finalidades:

- Fábrica de José Monteiro Grilo/J. C. Saraiva - Lar para idosos (Associação de Socorros Mútuos da Covilhã);
- Fábrica Vitorino Duarte Moreno/Aníbal Pereira Nina – atividades desportivas;
- Fábricas Ignácio da Silva Fiadeiro/Fitecom e Joseph Bouhon/Álvaro Paulo Rato – Residências Universitárias (Firma Sineiro Residence).

## Anexo 5 – Organigrama da UBI



Fonte: Relatório de Contas da UBI 2011

## Anexo 6 – Estruturas arqueológicas da antiga Real Fábrica de Panos



Fonte: Covilhã – Subsídios para a sua história

## Anexo 7 – Núcleo da Real Fábrica de Panos



Autor: Sofia Oliveira

## Anexo 8 – Núcleo das Râmolas de Sol



Fonte: Museu de Lanifícios da UBI

## Anexo 9 – Núcleo Real Fábrica Veiga



Fonte: Museu de Lanifícios da UBI

## Anexo 10 – Exposição Permanente da Real Fábrica de Panos



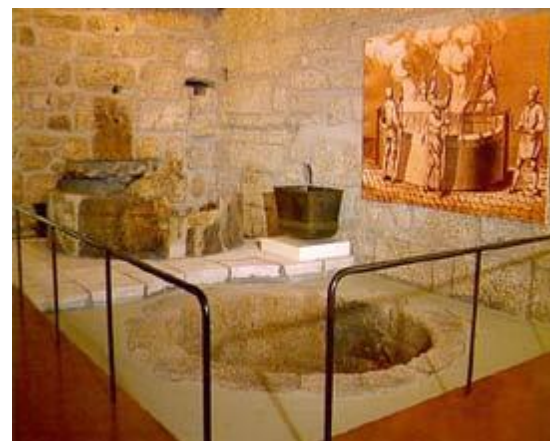
Fonte: Museu de Lanifícios da UBI

**Corredor das Fornalhas**



Fonte: Museu de Lanifícios da UBI

Tinturaria das Dornas



Fonte: Museu de Lanifícios da UBI

Tinturaria das Lãs em Meada

## Anexo II – Real Fábrica Veiga



Autor: Sofia Oliveira

Caldeira a vapor do século XIX



Autor: Sofia Oliveira

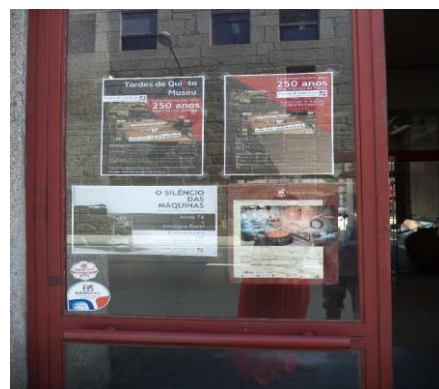
Ruínas arqueológicas da antiga RFV

## Anexo I2 – Entrada Real Fábrica de Panos



Autor: Sofia Oliveira

Vitrina parietal



Autor: Sofia Oliveira

Cartazes com as atividades a realizar





Autor: Sofia Oliveira

*Banner com logótipo do Museu desatualizado*

## **Anexo 13 - Organigrama do Museu de Lanifícios**

### **DIREÇÃO DO MUSEU DE LANIFÍCIOS**

António dos Santos Pereira, Professor Catedrático da UBI

### **SECRETARIADO**

**Marcação de Visitas | Lojas do Museu**

Andreia Alves

### **INVESTIGAÇÃO | PROJECTOS (Património e arqueologia industrial)**

António dos Santos Pereira

Helena Correia

### **COLEÇÕES**

**Incorporações | Conservação | Descrição/Inventário**

António dos Santos Pereira

Helena Correia

Amélia Santos Marques

Joaquim Madeira Vicente

João Lázaro

## **SERVIÇO EDUCATIVO**

**Visitas Orientadas | Atividades educativo-pedagógicas | Guardaria |  
Formação Têxtil**

Madalena Sena

Carlos Valente

João Lázaro

Joaquim Vicente

José Manuel Gaspar

Fonte: Museu de Lanifícios da UBI

### **Anexo I4: Logótipo do Museu de Lanifícios da UBI**



Fonte: Museu de Lanifícios da UBI

# Museu de Lanifícios

Universidade da Beira Interior 

## Inquérito por Questionário

O presente inquérito foi criado no âmbito do estágio curricular do 2º ciclo em Gestão e Programação do Património Cultural, lecionado na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, que estou a desenvolver no Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior. Destina-se aos estudantes da Universidade da Beira Interior com idades compreendidas entre os 18 e os 30 anos.

Para a sua concretização, agradeço a sua colaboração no preenchimento deste questionário. O inquérito é anónimo e todas as informações recolhidas são estritamente confidenciais.

Espero que este estudo permita ao Museu de Lanifícios saber mais sobre os hábitos e motivações culturais dos estudantes da Universidade da Beira Interior, para assim poder desenvolver estratégias que fomentem a aproximação deste público a este espaço cultural.

Este inquérito está impresso frente e verso.

### Grupo I – Caracterização Socio-Demográfica

1. **Sexo:** Feminino  Masculino
2. **Idade:** \_\_\_\_\_
3. **Curso que frequenta:** \_\_\_\_\_
4. **Grau de ensino que frequenta:**  
Licenciatura  Licenciatura com Mestrado Integrado   
Mestrado  Doutoramento
5. **Ano que frequenta:** \_\_\_\_\_
6. **É trabalhador-estudante?** Sim  Não
7. **Estado civil:** Solteiro (a)  Casado (a)  Divorciado (a)   
Viúvo (a)  União de facto
8. **Área de residência:** Covilhã  Outra Qual? \_\_\_\_\_

## Grupo II – Lazer, Distração e Cultura

### 9. Indique as suas ocupações de tempos livres favoritas:

(Escolha apenas três opções)

- Ouvir música e ler
- Conversar e sair com amigos
- Ir a bares e discotecas
- Ir a exposições, museus, teatros, bibliotecas
- Frequentar redes sociais
- Pesquisar na internet
- Utilizar jogos eletrónicos
- Praticar desporto
- Outra (s). Qual (is)? \_\_\_\_\_

### 10. Indique os espaços culturais que visita com maior frequência:

(Escolha apenas três opções)

- Cinemas
- Teatros
- Museus
- Galerias de Arte
- Recintos de espetáculos musicais
- Outro (s)  Qual(is)? \_\_\_\_\_

### 11. Indique com que frequência mensal disfruta de atividades culturais:

- 0
- 1 a 2 vezes por mês
- 3 ou mais vezes por mês

**12. Indique as formas de arte que prefere:**

(Escolha apenas três opções)

- |                             |                          |                  |
|-----------------------------|--------------------------|------------------|
| Fotografia                  | <input type="checkbox"/> |                  |
| Música                      | <input type="checkbox"/> |                  |
| Teatro/ Artes performativas | <input type="checkbox"/> |                  |
| Dança                       | <input type="checkbox"/> |                  |
| Pintura                     | <input type="checkbox"/> |                  |
| Arquitetura                 | <input type="checkbox"/> |                  |
| Escultura                   | <input type="checkbox"/> |                  |
| Cinema                      | <input type="checkbox"/> |                  |
| Escrita                     | <input type="checkbox"/> |                  |
| Outra (s)                   | <input type="checkbox"/> | Qual (is)? _____ |

**13. Indique os espaços culturais e de lazer que considera mais importantes na cidade da Covilhã:**

(Escolha apenas três opções)

- |                                       |                          |                 |
|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|
| Cinema                                | <input type="checkbox"/> |                 |
| Teatro Municipal                      | <input type="checkbox"/> |                 |
| Teatro das Beiras                     | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museu de Lanifícios da UBI            | <input type="checkbox"/> |                 |
| Biblioteca Municipal                  | <input type="checkbox"/> |                 |
| Patrimónios – Museu de Arte e Cultura | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museu de Arte Sacra                   | <input type="checkbox"/> |                 |
| Tinturaria – Galeria de Exposições    | <input type="checkbox"/> |                 |
| Rede de Bibliotecas da UBI            | <input type="checkbox"/> |                 |
| Jardim Público                        | <input type="checkbox"/> |                 |
| Jardim do Lago                        | <input type="checkbox"/> |                 |
| Jardim Botânico de Montanha           | <input type="checkbox"/> |                 |
| Parque da Goldra                      | <input type="checkbox"/> |                 |
| Igreja de Santa Maria                 | <input type="checkbox"/> |                 |
| Outro (s)                             | <input type="checkbox"/> | Qual(is)? _____ |

### Grupo III – Museus

14. Indique a tipologia de Museus que prefere visitar:

- |                                     |                          |                 |
|-------------------------------------|--------------------------|-----------------|
| Museus de Ciência e de Técnica      | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus de História                  | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus de Arte Antiga               | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus de Arte Contemporânea        | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus de Antropologia e Etnografia | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus de História Natural          | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus de Arqueologia               | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus de Arte Sacra                | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus de Sítio                     | <input type="checkbox"/> |                 |
| Museus Industriais                  | <input type="checkbox"/> |                 |
| Ecomuseus                           | <input type="checkbox"/> |                 |
| Centros de Ciência Viva             | <input type="checkbox"/> |                 |
| Outra (s)                           | <input type="checkbox"/> | Qual(is)? _____ |

15. Indique o número de vezes que visitou Museus no último ano:

- |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| 0               | <input type="checkbox"/> |
| 1 ou 2 vezes    | <input type="checkbox"/> |
| 3 ou mais vezes | <input type="checkbox"/> |

### Grupo IV- Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior

16. Antes de iniciar este inquérito tinha conhecimento da existência do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior? Sim  Não

Se a sua resposta foi **não**, responda apenas às questões 28, 29 e 30.

17. Tem conhecimento que o ingresso no Museu de Lanifícios é gratuito para os estudantes da UBI? Sim  Não

18. Tem conhecimento que o Museu de Lanifícios da UBI é constituído por três Núcleos (Real Fábrica de Panos, Real Fábrica Veiga e Râmolas de Sol) e por um Centro de Documentação/ Arquivo Histórico? Sim  Não

**19. Já visitou algum dos núcleos do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior ou o Centro de Documentação / Arquivo Histórico?**

Sim  Não

Se respondeu **sim** a esta pergunta, por favor, **não responda à questão 24.**

Se respondeu **não**, **não responda às questões 20, 21, 22 e 23.**

**20. Indique o número de vezes que já visitou o Museu: \_\_\_\_\_**

**21. Indique os motivos que o (a) levaram a visitar o Museu:**

Curiosidade sobre a história e evolução da indústria de lanifícios

Arquitetura do edifício

Aprofundar conhecimentos sobre matéria lecionada nas aulas

Interesse por museus no geral

Coleção museológica

Exposições permanentes

Exposições temporárias

Ateliers

Conferências

Pesquisa e investigação

Atividades culturais realizadas pelo Museu

Outro (s) Qual (is)? \_\_\_\_\_

**22. Indique quando foi a última vez que visitou o Museu:**

Menos de 3 meses

Entre 3 meses e 1 ano

Entre 1 e 5 anos

Mais de 5 anos

Não sabe

**23. Indique como teve conhecimento da existência do Museu:**

Amigos/ Família

Cartazes

Rádio

Guias turísticos

Desdobráveis

Redes Sociais

Sinalética

Imprensa

Tv

Web

Outro

Qual? \_\_\_\_\_

**24. Indique as razões pelas quais ainda não visitou o Museu:**

(Escolha apenas 3 opções)

Falta de interesse

Desconhecimento sobre a coleção disponível

Desconhecimento sobre as atividades realizadas no Museu

Falta de tempo

Falta de divulgação

Desconhecimento da localização

Preço do ingresso

Outra (s). Qual (is)? \_\_\_\_\_

**25. Acha que o Museu de Lanifícios tem feito um bom trabalho de divulgação das suas atividades? Sim Não**

**26. Já alguma vez visitou a página web do Museu de Lanifícios e/ou o seu Facebook? Sim Não**

Se respondeu não, não responda à pergunta seguinte.

**27. Qual a sua opinião sobre a página web e/ou o Facebook do Museu? O que pode ser melhorado?**

---

---

**28. Indique quais são, na sua opinião, os veículos de comunicação mais adequados para que a informação do Museu chegue até a si:**

(Escolha apenas 3 opções)

Newsletter digital

Página web

Facebook

Mensagem SMS

E-mail

Flyers, cartazes, outdoors

Associação de estudantes/ Núcleo de estudantes

Publicidade na comunicação social

Outro (s). Qual (is)? \_\_\_\_\_



**29. Indique os tipos de exposições temporárias que gostaria de ver no Museu:**

(Escolha apenas 3 opções)

Fotográfica

Documental

Desenho

Pintura

Escultura

Instalativa

Comemorativa

Outra (s) Qual(ais)? \_\_\_\_\_

**30. Indique as atividades que gostaria de ver desenvolvidas no Museu de Lanifícios:**

(Escolha apenas três opções)

Concertos musicais

Ciclos de cinema

Desfiles de moda

Ciclos de conferências, palestras e seminários

Cafés literários

Workshops

Ateliers têxteis

Outra(s). Qual (is)?

**31. Como classificaria o Museu de Lanifícios em termos de importância no quadro das instituições culturais da cidade?**

1      2      3      4      5      → Muito importante

**32. Acha que seria benéfico haver cooperação entre entidades como o poder local, organizações associativas e sindicais da região, empresas de lanifícios ativas, ou até mesmo a ANIL (Associação Nacional de Industriais de Lanifícios), e o Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior?**

Sim                      Não

**Porquê?(Opcional)**

---

---

- **Críticas/ Sugestões**

(Tutela, administração, financiamento, tipo de exposições, espólio, atividade museológica, workshops, concertos musicais, ciclos de cinema, Centro de Documentação/ Arquivo Histórico, programação cultural, acessos, divulgação, etc)

Terminou o preenchimento deste inquérito. **Obrigada pela colaboração.**

Caso deseje receber a newsletter eletrónica do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, deixe aqui o seu *e-mail*:

---

Autor: Sofia Oliveira

## Anexo 16 - Divulgação ao público da distribuição dos inquéritos por questionário

**Museu de Lanifícios**   
Universidade da Beira Interior 

**Newsletter**  
n.º 22 · fevereiro · 2013



**Inquérito por questionário sobre o Museu**  
No âmbito do 2º ciclo de estudos em Gestão e Programação do Património Cultural da Universidade de Coimbra está a ser levada a cabo uma investigação que prevê conhecer os hábitos e as motivações culturais dos estudantes da UBI. Para o efeito será, em breve, distribuído um inquérito à comunidade estudantil. A análise dos resultados daquele poderá tornar-se útil no desenvolvimento de estratégias que promovam a aproximação deste público ao Museu de Lanifícios. Agradecemos a colaboração de todos.

Fonte: *Newsletter n.º 22 – fevereiro de 2014*

“No âmbito do 2º ciclo de estudos em Gestão e Programação do Património Cultural da Universidade de Coimbra está a ser levada a cabo uma investigação que prevê conhecer os hábitos e as motivações culturais dos estudantes da UBI. Para o efeito será, em breve, distribuído um inquérito à comunidade estudantil. A análise dos resultados daquele poderá tornar-se útil no desenvolvimento de estratégias que promovam a aproximação deste público ao Museu de Lanifícios. Agradecemos a colaboração de todos.”

## **Anexo 17 - Apresentação das conclusões estudo de público e do plano de ação, comunicação e programação**



Autora: Sara Lopes



Autora: Sara Lopes

# **Anexo 18- Projeto “Comemorações dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos”**

## **Projeto cultural de atividades no âmbito das Comemorações dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos**

- Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior  
Covilhã  
2014

### **Introdução**

O projeto cultural desenvolvido por Sara Lopes e Sofia Oliveira, estagiárias do Museu de Lanifícios, que passamos a apresentar, surgiu com a oportunidade de assinalar as comemorações dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos pelo Marquês de Pombal em junho de 1764. Com a aproximação da data de comemoração do aniversário do primeiro núcleo museológico do Museu de Lanifícios, visamos desenvolver um conjunto de atividades educativas e culturais que enalteçam a importância da criação desta fábrica para o desenvolvimento das manufaturas na cidade da Covilhã e valorizem a memória de tão importante património. Assim, prevemos o desenvolvimento dessas atividades ao longo de todo o mês de junho, com ações direcionadas para vários públicos, esperando atrair mais pessoas ao museu.

### **1. Missão e objetivos**

O presente projeto consiste nas celebrações dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos através da realização de vários eventos e atividades direcionadas aos vários públicos, durante todo o mês de Junho. Mais especificamente, haverá dezena de atividades divididas pelas quatro semanas e que terão como mote principal a história da Real Fábrica de Panos. Pretendemos que as pessoas se aproximem mais do Museu e da sua história, que, no fundo, também lhes pertence e que se envolvam mais ativamente nos projetos culturais desenvolvidos pelo Museu, não descurando as suas raízes. Queremos que o público reconheça o valor histórico e cultural do espaço que está a pisar e das paredes que o rodeiam, estando sensibilizados para a salvaguarda do património da cidade.

Com isto, os objetivos específicos deste projeto passam por:

- Atrair mais visitantes aos núcleos do museu;
- Trazer de novo os que já o conhecem;
- Recordar e celebrar a História e o Património Cultural;
- Sensibilizar os vários públicos para a importância do Museu na cidade;
- Dinamizar e ampliar a programação cultural do Museu e da cidade;
- Atrair a atenção de possíveis patrocinadores;
- Atrair a atenção dos meios de comunicação social para as atividades realizadas pelo Museu;
- Criar um sentimento de proximidade entre o Museu e a comunidade;
- Envolver os públicos na programação cultural do Museu;

### **2. Produção, estratégias e recursos do projeto**

## 2.1. Atividade nº 1

Esta atividade é dirigida a crianças da pré-primária e da primária e às respetivas escolas que frequentam. O objetivo é que as crianças tenham, desde cedo, contacto com as suas raízes históricas e patrimoniais e que sejam educadas desde pequenas a manifestar interesse por atividades culturais.

Neste sentido, propomos uma atividade em que as crianças tenham contacto direto com a lã e com os lanifícios e as respetivas etapas de produção – desde a sua extração até ao produto final.

A atividade começará com a leitura de um conto, relacionado com a história do museu, mas adaptada às crianças, com uma linguagem simples e de fácil entendimento. Na impossibilidade de ser contada a história, seria realizada uma pequena visita guiada ao núcleo da Real Fábrica de Panos.

A segunda parte da atividade teria como objetivo o contacto das crianças com a lã. Propomos a atividade “Tosquia no Museu”, que consiste na mostra da tosquia das ovelhas às crianças, onde elas podem ver todo o processo e técnicas, bem como tocar na lã. Se esta atividade não for realizada, será substituída por uma atividade de demonstração do tingimento manual da lã e em seguida será dado a cada criança um desenho de uma ovelhinha, onde terão de colocar a lã natural no corpo da ovelhinha e a lã tingida num casaquinho. Esta atividade já é realizada no Museu, e dá pelo nome: “Da ovelhinha ao casaquinho”.

Pensamos que a atividade de tingimento de lã é a ideal, uma vez que a Real Fábrica de Panos tinha como principal função a tinturaria das lãs e, assim, a atividade estaria relacionada com o trabalho que se realizava na antiga manufatura.

### 2.1.1. Estratégias

Propomos como estratégias:

- Divulgação junto das escolas pré-primárias e primárias da região da Covilhã;
- Contacto telefónico direto com os responsáveis (professores, docentes, educadores);
- Oferecer, a cada um, um voucher com uma entrada gratuita para um adulto, na próxima visita ao Museu ou no próximo evento relacionado com as comemorações;

### 2.1.2. Recursos

- Uma pessoa para contar e redigir a história;
- Um guia disponível para realizar a visita guiada;
- Tosquiador e ovelhas;
- Uma pessoa que exemplifique o processo de tingimento da lã;

## 2.2. Atividade nº2

A segunda atividade proposta – Visita Musical - é dirigida ao público em geral, mas mais especificamente, é dirigida ao público jovem-adulto, com gosto pela música e pelas artes. Queremos atrair os jovens da cidade da Covilhã e incutir-lhes o gosto pela cultura e que estes se tornem num veículo de divulgação do museu e das suas atividades.

Uma vez que os jovens são mais dotados de capital educacional, do que as restantes faixas etárias, urge que compreendam que a cultura e o património são essenciais para o seu desenvolvimento como seres humanos e é importante que sejam sensibilizados para a conservação e preservação das estruturas culturais (formais e informais) da sociedade.

A atividade terá como pano de fundo a Real Fábrica de Panos e consiste na realização de uma visita guiada pelo espaço, com inscrições limitadas a um grupo de 30 pessoas, que seriam efetuadas por *e-mail* ou nos balcões dos dois núcleos. Durante a visita, haverá músicos, com vários instrumentos em espaços diferentes ao longo do percurso. No final da visita, as pessoas serão encaminhadas para o Núcleo da Real Fábrica Veiga, onde a atividade culminará com o concerto de encerramento de uma banda ou alunos de uma escola de música.

#### 2.2.1. Estratégias

- Divulgação através de cartazes e *flyers* distribuídos pela cidade;
- Redação de comunicados de imprensa;
- Cartazes, *flyers*, *website* e página de *facebook* do museu;

#### 2.2.2. Recursos

- Músicos: podemos recorrer a alunos da UBI que toquem um instrumento ou contactar escolas de música como a EPABI ou a Academia de Música e Dança do Fundão;
- Patrocinadores;
- Banda para realizar o concerto no final;
- Material técnico (microfones, extensões, colunas de som);
- Guia para realizar a visita guiada.

### 2.3. Atividade nº3

A última atividade proposta dá pelo nome de Troca de Experiências de Lã e é dirigida ao público idoso. Durante uma tarde, pretende-se que haja uma troca de experiências, uma conversa informal, sobre a história da cidade e dos lanifícios, integrando o museu e as suas memórias, criando um debate amigável, onde haja chá e biscoitos, numa atmosfera descontraída e animada.

Ao longo da tarde, poderiam ser apresentadas fotografias ou documentos históricos, relacionados com o museu e a sua história que trouxessem memórias do passado e assim incentivar ao diálogo e lançar o debate.

Com esta atividade pretende-se que os participantes deem a sua opinião sobre como renovar espaços degradados da cidade e façam propostas sobre como dinamizar o museu.

#### 2.3.1. Estratégias

- Os idosos presentes poderão ser de lares ou de centros de dia, devendo ser contactados os responsáveis ou os mesmos interessados na atividade;
- Deve ser providenciada a forma do transporte dos idosos;
- A divulgação será feita através de cartazes, *flyers*, no *website* e na página do *facebook*;
- Envio de *e-mails* para os lares/centros de dia;
- Procurar trabalhadores que estiveram ou estão ligados aos lanifícios;

#### 2.3.2. Recursos

- Biscoitos e chá;

- Fotografias antigas;
- Documentos antigos.

### 3. Ações de divulgação

As ações descritas a seguir têm como objetivo principal a divulgação do museu e também do conjunto das comemorações que vão acontecer ao longo de todo o mês.

3.1. Lançamento da Newsletter do mês de junho com um texto sobre os 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos do Museu de Lanifícios.

3.2. Conferência de Imprensa

Propomos a realização de uma conferência de imprensa, onde seriam convidados jornalistas da imprensa local e regional a fim de apresentar o programa das comemorações e proceder à abertura oficial das mesmas, seguida de um pequeno Porto de Honra oferecido aos jornalistas.

3.3. Arte Espontânea

Durante a primeira semana do mês de junho, o objetivo seria estar alguém caracterizado, a dançar ou a tocar um instrumento à porta do núcleo da Real Fábrica de Panos com o principal intuito de chamar a atenção para o edifício, pois é este que comemora 250 anos de existência. Queremos ainda que seja chamada a atenção para o programa cultural das comemorações do aniversário da fundação da Real Fábrica de Panos. Em simultâneo, deve proceder-se à distribuição de flyers promocionais com a programação das atividades do mês de junho.

3.4. *Outdoor* eletrónico

Outra das propostas consistirá em divulgar o programa do evento no *outdoor* disponibilizado pela câmara municipal em uma campanha que terá a duração de um mês, tal como as comemorações.

3.5. *Spot* Promocional

Propomos a realização de um vídeo promocional onde gravaríamos várias pessoas ligadas ao museu e à universidade que dariam os parabéns à Real Fábrica de Panos. O vídeo seria posteriormente colocado na página de facebook do museu e no *youtube*.

3.6. Uma palavra pelo Museu

Durante o mês de junho, estaria colocado, num dos espaços do museu, um cartaz gigante, onde as pessoas poderiam escrever os seus desejos sobre o museu relacionados com os 250 anos da fábrica, ou outro assunto relacionado com o museu, como, por exemplo, o que acham do mesmo, se gostaram, como foi a experiência de visitar o museu, entre outros.

3.7. Redes sociais

Para o mês de junho, as nossas propostas serão: 1) todos os dias, seria interessante colocar uma curiosidade sobre o núcleo da Real Fábrica de Panos e sua história, desde a fundação até aos dias de hoje; 2) Abrir um concurso no facebook para encontrar um *slogan* para o mês das comemorações (ver anexo II – imagem associada ao concurso). As pessoas colocariam a sua proposta no facebook e a que tivesse mais “gostos” seria a vencedora e seria colocada em todo o material promocional. Esta é uma forma também de envolver a comunidade nas celebrações



e de a integrar nas atividades do museu. O texto para colocar no facebook a anunciar o lançamento do concurso será o que deixamos de imediato destacado:

- Sabia que o núcleo da Real Fábrica de Panos comemora 250 anos de existência? Pois, comemora, e para assinalar esta data o Museu de Lanifícios vai lançar uma série de atividades no próximo mês de junho. Desta forma, lançamos aqui o desafio para nos brindarem com as vossas propostas de *slogans* para a campanha promocional. A proposta com mais “gostos” será levada a aprovação e utilizada no material de promoção e divulgação. Envie-nos as suas propostas até ao dia X de maio e revele o seu lado mais criativo!

#### **4. Campanha domingos à tarde gratuitos**

No âmbito das comemorações dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos, será lançada a campanha de ingressos gratuitos no Museu nas tardes de domingo para todos os visitantes, de modo a torna-lo num espaço onde as famílias possam fruir de uma tarde agradável ou onde os turistas aprendam um pouco mais sobre a cidade e o seu património.

Os objetivos desta campanha seriam:

- Dar ao Museu uma política de portas abertas;
- Atrair mais visitantes, regionais, nacionais e estrangeiros;
- Tornar o Museu num espaço para a família;
- Tornar o Museu um espaço atrativo para os jovens;
- Dinamizar a programação cultural dos fins-de-semana na cidade;

Para o lançamento da campanha, o *slogan* escolhido foi:

#### **Porque as memórias não têm preço!**

A intenção é resumir numa frase a essência e os objetivos da campanha e que a mensagem seja transmitida de forma eficaz, ou seja, que tenha um elo de ligação entre as características do museu, as memórias, e o objetivo principal: trazer mais visitantes ao Museu.

As estratégias de comunicação passarão pela divulgação nos jornais locais e regionais, no *website*, na página de *facebook*, cartazes em vários pontos da cidade, no *outdoor* disponibilizado pela câmara municipal, *website* da UBI e no *website* da Câmara Municipal da Covilhã. A campanha proposta contempla uma fase *teasing* que consiste na colocação apenas do *slogan* em vários pontos da cidade e do Museu, nas plataformas web (site e página de *facebook*) e em outros materiais promocionais. Pretende-se causar curiosidade junto da população e deixar as pessoas na expectativa sobre a origem do *slogan* e sobre o que significará.

## 5. Cronograma de ações

Ações	Semanas			
	Semana de 26 a 30 Mai;	Semana de 2 a 6 Jun.;	Semana de 9 a 13 Jun.;	Semana de 16 a 20 Jun.;
Buscar patrocínios	X			
Buscar músicos	X			
Visitar escolas de música	X			
Evento do Concurso para <i>slogan</i> no facebook	X			
Evento com ex-trabalhadores da indústria dos lanifícios	X			
Evento com escolas primárias	X			
Entrevistar os colaboradores para averiguar disponibilidade	X			
Visitar lares/centros de dia	X			
Realização da campanha das tardes de domingo gratuitas	X	X	X	X
Evento da campanha das tardes de domingo gratuitas				
Atualização no <i>website</i> e facebook	X	X	X	X
Elaboração e envio de comunicado de imprensa local	X			
Gravação do <i>spot</i> promocional	X			
Realização do <i>spot</i>		X	X	X
Entrega de todo o material promocional (outdoor)	X			
Entrevista aos jornalistas para conferência de imprensa	X			
Realização do mural “uma palavra pelo museu”		X		
Exposição “Uma palavra pelo museu”		X	X	X
Exposição de fotografias e documentos antigos		X		
Realização de apresentação do programa das tardes		X		
Realização através de “Artes espontâneas”		X		
Evento “Tosquia no Museu”		X		
Evento da <i>newsletter</i> de junho		X		
Envio de material técnico	X	X	X	X
Realização das inscrições para a visita musical		X	X	
Realização de “Visita Musical”			X	
Realização de “Troca de experiências de lã”				X

## 6. Avaliação

Todos os eventos no final devem ser avaliados em todos os aspetos, de modo a perceber o que correu bem e se pode repetir e o que correu menos bem e que se deve resolver num próximo evento. A avaliação é também uma forma de garantir que os objetivos propostos são cumpridos e que existe uma gestão adequada do projeto, sendo

que os critérios devem se definidos desde o início, permitindo também uma avaliação contínua do mesmo.

Os indicadores têm como função a comparação dos resultados previstos, com os resultados reais obtidos, permitindo avaliar o sucesso e impacto do evento.

## 1.2 Critérios de avaliação

### 1.2.1 Critérios qualitativos

- ✓ Comentários deixados nas redes sociais sobre o evento;
- ✓ O tipo de informação divulgada nas várias plataformas web e na imprensa;
- ✓ Cumprimento do cronograma de ações;
- ✓ Interesse dos patrocinadores no evento;
- ✓ Desempenho da equipa de colaboradores envolvidos;
- ✓ Interesse e curiosidade das pessoas que passam junto ao núcleo da Real Fábrica de Panos durante a demonstração das artes espontâneas;
- ✓ Perceber se os documentos históricos escolhidos para mostrar na atividade “Troca de Experiências de Lã” incentivaram ao debate e à permuta de ideias e histórias;

### 1.2.2 Critérios quantitativos

- ✓ Número de publicações na internet e imprensa sobre o evento, noticiadas pelos órgãos de comunicação social;
- ✓ Número de “gostos” e de visualizações nas publicações sobre o evento na página de facebook do museu;
- ✓ Número de pessoas que aderiram e participaram nas atividades;
- ✓ Quantidade de material promocional distribuído;
- ✓ Número de partilhas das publicações nas redes sociais;
- ✓ Número de participações no concurso para o *slogan* da campanha das comemorações;
- ✓ Averiguar se o número de vouchers distribuídos às crianças, na atividade da “Tosquia no Museu”, têm retorno, ou seja, se todos os encarregados de educação que recebem o voucher vêm efetivamente ao Museu;
- ✓ Número de patrocinadores envolvidos;
- ✓ Número de inscritos para a visita guiada ao Museu, na atividade “Visita Musical”;
- ✓ Número de pessoas que vêm ao concerto de encerramento da atividade “Visita Musical”;
- ✓ Adesão dos jornalistas à conferência de imprensa de apresentação do programa das comemorações dos 250 anos da fundação da fábrica;
- ✓ Número de “gostos” e partilhas do vídeo promocional na página de facebook e número de visualizações no canal do youtube;

Autoras: Sofia de Oliveira e Sara Lopes

## Anexo 19 - Atividade “A Tosquia”



Autor: Sofia Oliveira



Autor: Sofia Oliveira



Autor: Sofia Oliveira

## Anexo 20- Atividade “Visita Musical”



Autor: Sofia Oliveira

Atuação da bailarina Sara Alves e do músico “O Colosso”, na RFP.



Autor: Sofia Oliveira

Atuação da banda “Hope Killers Cult”

## Anexo 21 - Atividade “Tecer Memórias”



Autor: Sofia Oliveira



Autor: Sofia Oliveira

## Anexo 22- Divulgação nos meios de comunicação



Fonte: RTP 1

### Museu dos Lanifícios organizou encontro entre as máquinas e quem trabalhou nelas

2014-06-26



Objectivo é "Teecer Memórias". Ouvir as experiências, vivências e recolher informações dos amigos operários das fábricas da Covilhã, para fazer delas património

Fonte: Jornal Notícias da Covilhã



Fonte: Jornal do Fundão

## Anexo 23 - Atividade “Tardes de quinta no Museu”



Autor: Sofia Oliveira



Autor: Sofia Oliveira



## Anexo 24 - Informação sobre o Museu no *display* eletrónico da Câmara Municipal da Covilhã



Autor: Sofia Oliveira

## Anexo 25 - Vox- Pop



Fonte: RTP1

## Anexo 26 - Facebook: curiosidades



A black and white engraving of a man with long, curly hair, wearing a dark coat with a high collar and a large pocket. He is holding a document or book in his lap.

**Museu de Lanifícios**  
Gostei · 4/6

Sabia que...

...A Real Fábrica de Panos foi fundada por Provisão Régia de D. José I, em 26 de Junho de 1764, no âmbito da política de fomento industrial do Marquês de Pombal?

Gosto · Comentar · Partilhar

Sara Lopes, Paula Fernandes e 5 outras pessoas gostam disto.

Escreve um comentário...

Patrocinado

criar anúncio

MANGO Promoções  
shop.mango.com

**MANGO**  
PROMOÇÕES  
ATE -50%  
COMPRAR>

Comprar agora na mango.com

Autor: Sofia Oliveira

# Documentação

## Documentação oral

Entrevista efetuada à Dra. Helena Correia, gestora do Museu de Lanifícios e responsável pelo respetivo Centro de Documentação/ Arquivo Histórico, realizada no dia 19 de maio de 2014.

Entrevista ao senhor José Manuel Fernandes, antigo operário da indústria de lanifícios, realizada no dia 23 de junho de 2014.

## Documentação impressa

*Censos - Resultados definitivos. Portugal – 2011*, Instituto Nacional de Estatística, 2012 ([http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=73212469&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=73212469&PUBLICACOESmodo=2)).

Código Deontológico do ICOM para Museus, 2009. ([http://www.icom-portugal.org/multimedia/CodigoICOM\\_PT%202009.pdf](http://www.icom-portugal.org/multimedia/CodigoICOM_PT%202009.pdf)).

Definição de Museu ICOM

([http://www.icom-portugal.org/documentos\\_def,129,161,lista.aspx](http://www.icom-portugal.org/documentos_def,129,161,lista.aspx)).

*Diário da República*, Decreto-Lei n° 28, de 26 de fevereiro de 1982 (<http://www.dre.pt/pdf1s/1982/02/04700/04240430.pdf>).

Lei Bases do Património Cultural - Lei n° 107 de 2001 ([http://www.icom-portugal.org/multimedia/documentos/Lei\\_bases\\_patrimonio.pdf](http://www.icom-portugal.org/multimedia/documentos/Lei_bases_patrimonio.pdf)).

*INE divulga os dados da Cultura. Destaque – informação à comunicação social*, Instituto Nacional de Estatística, 2013.

Lei-quadro dos Museus: nº 47, de 19 de agosto de 2004 ([http://www.icom-portugal.org/documentos leg,129,240,detalhe.aspx](http://www.icom-portugal.org/documentos_leg,129,240,detalhe.aspx)).

Manual da Qualidade da UBI

([https://www.ubi.pt/Ficheiros/Entidades/SIGQ/MQ01r13\\_2014.pdf](https://www.ubi.pt/Ficheiros/Entidades/SIGQ/MQ01r13_2014.pdf)).

Mapa da Covilhã, Covilhã Município.

Normas e Procedimentos de Conservação Preventiva (Núcleo da Real Fábrica de Panos), Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior.

Organigrama Museu de Lanifícios (<http://www.museu.ubi.pt/?cix=3001&lang=1>).

Plano de atividades do Museu de Lanifícios 2008, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2007.

Plano de atividades do Museu de Lanifícios 2009, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2008.

Plano de atividades do Museu de Lanifícios 2010, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2009.

Plano de atividades do Museu de Lanifícios 2011, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2010.

Plano de atividades do Museu de Lanifícios 2012, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2011.

Regulamento do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior.

Relatório de atividades do Museu de Lanifícios 2008, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2009.

Relatório de atividades do Museu de Lanifícios 2009, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2010.

Relatório de atividades do Museu de Lanifícios 2010, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2011.

Relatório de atividades do Museu de Lanifícios 2011, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2012.

Relatório de atividades do Museu de Lanifícios 2012, Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior, 2013.

Roteiro *Os Fios da Rota da Lã*, Elisa Calado Pinheiro [coord.], Covilhã: Universidade da Beira Interior, Museu de Lanifícios, 2005.

## Bibliografia

ALFREY, Judith e PUTMAN, Tim, *The industrial heritage. Managing resources and uses*, Londres, Routledge, 1992.

ALVES, Nisa, “Investigação por Questionário”, Universidade dos Açores, 2012  
(<http://www.amendes.uac.pt/monograf/tra06investglnq.pdf>).

CARDOSO, Andrea (coord.), *Monumentos – Cidades, património, reabilitação*, Lisboa, Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, 2009.

CORDEIRO, José Manuel Lopes, “Rota da Lã – Translana: uma obra de referência sobre o património da indústria de lanifícios”, *Ubimuseum*, 1, 2012  
(<http://www.ubimuseum.ubi.pt/n01/docs/ubimuseum-n01-pdf/CS3-cordeiro-jose-manuel-lopes-rota-da-la.pdf>).

CORDEIRO, José Manuel Lopes, “Oportunidades e Fragilidades do Turismo Industrial”, *Turismo & Desenvolvimento*, 2, 2012.

COSTA, Paulo Ferreira, *Museus e Património material: Agentes, Fronteiras e Identidades*, Lisboa Instituto dos Museus e da Conservação, 2009.

DUARTE, Isabel, “Relações socio-económicas numa região industrial em transformação – o caso da Covilhã”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 5, 1988.

ESTEVES, Tiago da Cunha, “Turismo industrial potencia empresas de S. João da Madeira”, *Plubituris*, 2012 (<http://www.publitoris.pt/2012/01/22/turismo-industrial-potencia-empresas-de-s-joao-da-madeira/>).

FARIA, Ana (coord.), *Roteiro dos Museus e Espaços Museológicos da Região Centro*, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, 2010.

FILIPE, Graça, et al, *I Jornadas de Museologia: O meu avô nunca saía à rua de cabeça descoberta*, Câmara Municipal de São João da Madeira e Museu da Chapelaria, 2002.

FRANCISCO, Nuno, “Museu de Lanifícios: Uma cidade tecida nos feios do tempo”, *Museus: Espaços de memória – Especial Castelo Branco*, 2012 (<http://www.jornaldofundao.pt/fotos/105/4062.pdf>).

GARCIA, Nuno Guina, *O Museu entre a cultura e o mercado: um equilíbrio instável*, Edições IPC, 2003.

GUEDES, Manuel Vaz, “Arqueologia Industrial”, *Eletricidade*, 372, 1999 (<http://paginas.fe.up.pt/histel/ArquiIndustrial.pdf>).

GOMES, Fábio, “População diminui acentuadamente e está mais idosa”, *O Interior*, 2012, (<http://www.ointerior.pt/noticia.asp?idEdicao=682&id=37727&idSeccao=8919&Action=noticia>).

GOMES, A. Duarte, *Cultura Organizacional, comunicação e identidade*, Coimbra, Quarteto Editora, 2000.

GOMES, Rui Telmo (coord), *Os Públicos da Cultura – Atas do Encontro organizado pelo Observatório das Atividades Culturais no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa*, Lisboa, Observatório das Atividades Culturais, 2004.

LINO, Joana Dias, *Fio da Memória – Operários da fábrica de Pólvora*, Câmara Municipal de Oeiras, Divisão de Património Histórico e Museológico e Museu da Pólvora Negra, 2008.

LUVUMBRA, Felícia et al, *Públicos Para a Cultura na Cidade do Porto*, Porto, Edições Afrontamento, 2000.

MENDES, J. Amado. *Estudos do Património. Museus e Educação*, Imprensa da Universidade de Coimbra, 2009.

MENDES, José Amado, et al, *Arqueologia & Industria*, 2-3, Edições Colibri – Faculdade de Letras da Universidade Clássica de Lisboa, 1999.

MENDES, José Amado, “O património industrial na museologia contemporânea: o caso português” *Ubimuseum*, 1, 2012 (<http://www.ubimuseum.ubi.pt/n01/docs/ubimuseum-n01-pdf/CS3-mendes-jose-amado-o-patrimonio-industrial.pdf>).

MENDES, J. M. Amado, “Arquivos empresariais: história, memória e cultura de empresa”, *Revista Portuguesa de História*, 2001/2002, p. 376.388.

MENDES, J. Amado, “Uma nova perspectiva de sobre o Património Cultural: Preservação e Requalificação de Instalações Industriais”, *Gestão e Desenvolvimento*, 9, 2000, p 197-212;

MILHANO, José Vicente, *Covilhã: Um passado que futuro?* Covilhã, 1992

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes e PAULA, Maria Aparecida de, *O que é comunicação estratégica nas organizações?*, São Paulo, Paulus – 2ª edição, 2008.

PEREIRA, Esteves, *A Indústria portuguesa – Subsídios para a sua História*, Guimarães, Guimarães Ed, 1976.

PINHEIRO, Elisa Calado (coord.), *Atas das III Jornadas de Arqueologia industrial (12 a 14 de Novembro de 1998)*, UBI, Covilhã, 2002.

PINHEIRO, Elisa Calado. *Catálogo do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior – Núcleo da Tinturaria da Real Fábrica de Panos*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 1998.



PINHEIRO, Elisa Calado et al, *Museu de Lanifícios da UBI*, UBI, Museu de Lanifícios, Covilhã, 1998.

PINHEIRO, Elisa Calado; Silva, Manuel José dos Santos, “A Covilhã: uma paisagem cultural evolutiva. Algumas notas sobre a (re)construção das memórias industriais da cidade”, *Ubimuseum*, 1, 2012 (<http://www.ubimuseum.ubi.pt/n01/docs/ubimuseum-n01-pdf/CS3-pinheiro-elisa-silva-manuel-santos-a-covilha-paisagem-cultural-evolutiva.pdf>)

PINHEIRO, Elisa Calado, *Rota da lã TRANSLANA – Percursos e marcas de um território de fronteira: Beira Interior (Portugal), comarca Tajo-Salor-Almonte (Espanha). Vol I e II*, Museu de Lanifícios da UBI. Covilhã, 2008.

PINHEIRO, Elisa Calado, *Roteiro do Museu de Lanifícios da UBI – Núcleo da Tinturaria da Real Fábrica de Panos*, UBI, Covilhã, 1998.

SANTOS, Eloísa Pérez, *Estudio de visitantes en museos – metodología y aplicaciones*, Ediciones Trea, Gijón, 2000.

SANTOS, Ana Catarina Santos, *Estudo do tecido operário têxtil da Cova da Beira*, Sindicato dos Trabalhadores do Sector Têxtil da Beira Baixa, 2007.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos et al, *Públicos da Cultura: Atas do Encontro organizado pelo Observatório das Atividades Culturais no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa*, Lisboa, Observatório das Atividades Culturais, 2003.

TINOCO, Alfredo, “Para uma política de preservação do património industrial em Portugal”, *Cadernos de Sociomuseologia* n° 42, 2012 (<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/2823/2142>).

VAZ, Domingos Martins, “Património Urbano Serrano: Urbanismo Tradicional e Cultura Operária na Covilhã (Portugal)”, *Ciudades*, 13, 2010.

## Índice de Tabelas

Tabela 1: Número de visitantes por ano de 2008 a 2013 .....	67
Tabela 2 População por faixa etária na Cova da Beira nos Censos 2011 .....	71

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Distribuição dos inquiridos por género .....	75
Gráfico 2: Distribuição dos inquiridos por idade.....	75
Gráfico 3: Distribuição dos inquiridos por Faculdade .....	76
Gráfico 4: Grau de ensino frequentado pelos inquiridos .....	76
Gráfico 6: Percentagem de trabalhadores-estudantes .....	77
Gráfico 7: Estado civil dos inquiridos .....	78
Gráfico 8: Área de residência dos inquiridos.....	78
Gráfico 9: Distribuição das ocupações de tempos livres preferidas pelos inquiridos....	79
Gráfico 10: Distribuição dos inquiridos por espaços culturais que visitam com maior frequência.....	80
Gráfico 11: Frequência mensal com que o inquirido desfruta de atividades culturais..	80
Gráfico 12: Formas de arte preferidas pelos inquiridos.....	81
Gráfico 13: Espaços culturais e de lazer mais importantes da Covilhã para os inquiridos .....	82
Gráfico 14: Tipologia de museus preferida pelos inquiridos.....	83
Gráfico 15: Frequência anual das visitas dos inquiridos a museus .....	84
Gráfico 16: Conhecimento dos inquiridos sobre a existência do MUSLAN previamente ao preenchimento do inquérito .....	85
Gráfico 17: Conhecimento da gratuidade do ingresso no MUSLAN para estudantes da UBI .....	85
Gráfico 18: Conhecimento sobre a constituição do MUSLAN por parte dos inquiridos	86
Gráfico 19: Frequência dos inquiridos que já visitou o MUSLAN .....	86
Gráfico 21: Motivos que levaram os inquiridos que já visitaram o MUSLAN a fazê-lo..	87
Gráfico 22: Última vez que visitou o MUSLAN .....	88
Gráfico 23: Meios pelos quais os inquiridos tiveram conhecimento do MUSLAN.....	89
Gráfico 24: Razões pelas quais os inquiridos ainda não visitaram o MUSLAN.....	89
Gráfico 25: Opinião dos inquiridos sobre o trabalho de divulgação das atividades do MUSLAN.....	90
Gráfico 26: Frequência de inquiridos que já visitou a página web do MUSLAN .....	90
Gráfico 27: Meios de divulgação que, segundo os inquiridos, são os mais adequados à divulgação de informação sobre o MUSLAN .....	91
Gráfico 28: Tipo de exposições temporárias preferidas pelos inquiridos .....	91

Gráfico 29: Atividades os inquiridos gostariam de ver desenvolvidas no MUSLAN .....	92
Gráfico 31: Opinião dos inquiridos sobre se deve haver ou não cooperação entre o MUSLAN e outras entidades .....	93

## Índice de Anexos

Anexo 1- Etapas do Estágio .....	145
Anexo 2 – Localização do concelho da Covilhã .....	146
Anexo 3 – Lanofabril, Lda .....	146
Anexo 4 - Intervenções realizadas pela UBI .....	147
Anexo 5 – Organigrama da UBI .....	148
Anexo 6 – Estruturas arqueológicas da antiga Real Fábrica de Panos.....	149
Anexo 7 – Núcleo da Real Fábrica de Panos.....	149
Anexo 8 – Núcleo das Râmolas de Sol.....	150
Anexo 9 – Núcleo Real Fábrica Veiga .....	150
Anexo 10 – Exposição Permanente da Real Fábrica de Panos .....	151
Anexo 11 – Real fábrica de Panos .....	152
Anexo 12 – Entada Real Fábrica de Panos.....	152
Anexo 13 - Organigrama do Museu de Lanifícios.....	153
Anexo 14 - Logótipo do Museu de Lanifícios da UBI.....	154
Anexo 15 – Inquérito por questionário realizado aos estudantes da UBI.....	155
Anexo 16 - Divulgação ao público da distribuição dos inquéritos por questionário... 163	
Anexo 17 - Apresentação das conclusões estudo de público e do plano de ação, comunicação e programação .....	164
Anexo 18 - Projeto “Comemorações dos 250 anos da fundação da Real Fábrica de Panos” .....	165
Anexo 19 - Atividade “A Tosquia” .....	172
Anexo 20- Atividade “Visita Musical” .....	173
Anexo 21 - Atividade “Tecer Memórias” .....	174
Anexo 22- Divulgação nos meios de comunicação .....	175
Anexo 23 - Atividade “Tardes de quinta no Museu” .....	176
Anexo 24 - Informação sobre o Museu no <i>display</i> eletrónico da Câmara Municipal da Covilhã.....	177
Anexo 25 - <i>Vox- Pop</i> .....	177
Anexo 26 - Facebook: curiosidades.....	178