

Departamento de Sociologia e Políticas Públicas

**Museus e Aeroportos: O Aeroporto de Lisboa como novo Lugar  
de Conhecimento**

**Patrícia Miguel de Henriques Cerqueira**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Empreendedorismo e Estudos da Cultura

**Orientador:**

**Doutora Maria João Mendes Vaz, Professor Auxiliar,  
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa**

**Co-Orientador:**

**Doutor Pedro Miguel Pinto Prista Monteiro, Professor Auxiliar,  
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa**

**ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa**

Setembro 2016

## I. AGRADECIMENTOS

Qualquer estudo académico necessita de caminhos, luzes e de resultados que sejam capazes de sustentar aquilo que o nosso estudo pretende demonstrar. A presente dissertação é o resultado de dois anos de trabalho que se traduzem nas ideias e na proposta que aqui defendo. Este trabalho foi fortemente influenciado pelo meio que me rodeia e por experiências pessoais, desde logo pelo meu percurso académico e pela minha licenciatura em Antropologia. Através dessa experiência desenvolvi capacidades e conhecimentos que me levaram a alargar os meus conhecimentos e a relacioná-los também com os meus gostos pessoais, com a arte, por exemplo. Como tal, após concluir a licenciatura o passo mais lógico a seguir pareceu-me ser o ingresso neste mestrado com o qual poderia continuar a estudar e a explorar os meus interesses pessoais, e que me levaram, por fim, a esta etapa.

Ao longo deste percurso tive a companhia e o apoio de várias pessoas e instituições que em muito contribuíram para a realização desta dissertação e para o desenvolvimento desta ideia, e aos quais queria deixar desde já o meu profundo agradecimento. Em primeiro lugar, agradecer à professora Maria João Vaz e ao professor Pedro Prista pela ajuda disponibilizada, pelos conselhos dados e pela presença em tempos difíceis. À professora Rita Cachado quero agradecer por mostrar que, a antropologia nos pode colocar em posições favoráveis em qualquer contexto de estudo. Agradeço ainda ao Museu Nacional do Azulejo e ao Museu Nacional de Arte Antiga pelo carinho depositado nesta hipótese de estudo, assim como também, ao Metropolitano de Lisboa mais propriamente a Rodolfo Knapic por mostrar que, qualquer estudo académico não se efetua sozinho e que todas as ramificações são apoios. Numa perspetiva essencial, o apoio do grupo ANA, SA especialmente de Nuno Ribeiro Ferreira e Carla Silva, foi fundamental para esta proposta ambiciosa. Por outro lado, à curadora do SFO Museum, Belinda Li que sempre se mostrou disponível, tendo sido também crucial para a acumulação de informações diretas e até mesmo, de ideias para esta proposta. Em último lugar, agradece-se ao Museu Benfica-Cosme Damião nomeadamente, a Ana Sofia Carapeto como a toda a equipa face à oportunidade magnífica de poder estagiar nesta instituição.

Agradeço também aos meus pais por todo o apoio e por todas as oportunidades que me têm dado. Por fim, o meu último agradecimento vai para o meu namorado e amigo, Rui Lajas, por todo o apoio incondicional e pela companhia nas viagens que me deram a conhecer novos locais e novas culturas que serviram de inspiração para esta dissertação.

A todos vós, o meu muito obrigado.

## II. RESUMO

Esta dissertação coloca em interação duas instituições que se podem encontrar em todo o mundo e que sempre se mantiveram a par das evoluções sociais para poderem sobreviver. Os museus e os aeroportos mostraram-se capazes de acompanhar as transformações, abandonando, por vezes, as suas funções primordiais, dando origem a objetivos culturais, sociais, económicos e turísticos, tendo como objetivo oferecer as melhores condições aos seus passageiros e visitantes.

Esta investigação aplicada pretende mostrar que, nos dias de hoje, as ofertas culturais ganham cada vez mais lugar nos aeroportos, não se concebendo estes apenas como espaços comerciais e de desembarque/embarque de passageiros. Recorre-se a exemplos de aeroportos internacionais que iniciaram um percurso enquanto espaços culturais, aeroportos que possuem infraestruturas onde para além de hotéis, casinos e clínicas, podemos encontrar também galerias e museus. A inclusão deste tipo de serviços diversifica a oferta nos aeroportos, proporcionando aos passageiros novas formas de entretenimento enquanto se reside no aeroporto. Nesse sentido, refletiu-se sobre a hipótese de implementação de novas ofertas culturais no aeroporto Humberto Delgado, em Lisboa, como forma de renovação e reestruturação de infraestruturas e ainda, como meio de experimentação para as pessoas que passam por este aeroporto.

Como possibilidade de oferta cultural sugerem-se várias hipóteses expositivas nos corredores do Aeroporto de Lisboa, melhoria em ambos os terminais e um complemento à aplicação já desenvolvida pelo grupo ANA, Aeroportos de Portugal que, desperte a curiosidade nos indivíduos que passam pelo aeroporto relativamente à cidade de Lisboa e às suas ruas.

Palavras-chave: museus, aeroportos, transformações e ofertas culturais.

### **III. ABSTRACT**

This master dissertation puts in interaction two institutions that are present in a worldwide context and that always kept abreast of social developments. Museums and airports proved to be able to follow these transformations leaving sometimes their primary functions giving rise to cultural, social, economic and tourism objectives, aiming to offer the best conditions for its passengers and visitors.

This applied research aims to show that, today, the cultural offerings have increasingly place in airports, not just as commercial spaces and of landing/boarding of passengers. Examples are given of international airports who started a journey as cultural spaces, airports that hold infrastructure where in addition to hotels, casinos and clinics, we can also find galleries and museums. The inclusion of such services diversifies the offer inside of airports, providing passengers with new forms of entertainment while in the airport. In this sense, was reflected on the implementation hypothesis of new cultural offerings at the airport Humberto Delgado, in Lisbon, as a mean of renewal and restructuring its infrastructure and also as a mean of testing for people who pass through this airport.

As possibility of cultural offers we suggest some expository hypotheses inside the corridors of Lisbon Airport, improvements in both terminals and a complement to the application already developed by the ANA, Airports of Portugal that awakes the curiosity in people who pass through the airport in relation to Lisbon and its streets.

Key-words: museums, airports, transformations and cultural offers.

## IV. ÍNDICE

### ÍNDICE

I. AGRADECIMENTOS .....	ii
II. RESUMO .....	iv
III. ABSTRACT .....	v
IV. ÍNDICE .....	vi
V. ÍNDICE DE ANEXOS.....	viii
VI. ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
VII. ÍNDICE DE QUADROS .....	x
VIII. LISTA DE SIGLAS .....	xi
1. INTRODUÇÃO .....	1
1.1 QUESTÃO EM ESTUDO.....	1
1.2 OBJETIVOS .....	4
1.3 METODOLOGIA.....	5
1.4 REVISÃO DA LITERATURA E CONCEITOS.....	7
1.5 APRESENTAÇÃO DO TRABALHO.....	14
2. MUSEUS .....	16
2.1 TIPOLOGIAS .....	17
3. AEROPORTOS.....	24
3.1 MUSEUS EM AEROPORTOS .....	25
3.2 AEROPORTOS E SERVIÇOS .....	28
3.3 AEROPORTO DE LISBOA-HUMBERTO DELGADO .....	31
3.4 LEVANTAMENTO-AEROPORTOS E SERVIÇOS CULTURAIS.....	32
4. MUSEUS E AEROPORTOS-A JUNÇÃO.....	37
5. PROPOSTA CULTURAL- HUMBERTO DELGADO, O LADO CULTURAL .....	43
5.1 CONTEXTO PORTUGUÊS.....	43
5.2 MUSEUS-CONTEXTO PORTUGUÊS, IMPACTOS E EXEMPLOS .....	48
5.3 AEROPORTOS, MUSEUS E METROPOLITANOS .....	54
5.4 PROVAR O POSSÍVEL .....	57
5.5 PROPOSTA.....	66
5.5.1 HIPÓTESES EXPOSITIVAS .....	71
5.5.2 COMPLEMENTAR A APLICAÇÃO – PT AIRPORTS.....	73
5.5.3 EXPLORAR A APLICAÇÃO – TEMAS.....	74
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	77

<b>7. FONTES E BIBLIOGRAFIA</b> .....	81
<b>8. ANEXOS</b> .....	i

## **V. ÍNDICE DE ANEXOS**

- A.** Conversa Informal com a Curadora do SFO Musem, Belinda Li
- B.** Inquérito por Questionário



## VI. ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1.1** – As 25 aerotropolis e as 25 airport cities presentes nos cinco continentes;

**Figura 1.2** – Fotografia da estação de metropolitano Hyde Park Corner, em Londres;

**Figura 3.1** – Exemplo de *Thresholds* no *Jaya He GVK Museum* no aeroporto Internacional de Mumbai, Chhatrapati Shivaji;

**Figura 3.2** – Mapa de Exibições que estavam em vigor no aeroporto de São Francisco em maio de 2016. Cada ponto preto indicado com uma letra indica por sua vez, uma exibição nesse local;

**Figura 5.1** – Dormidas na hotelaria segundo o país de residência habitual (2014);

**Figura 5.2** – Perfil Passageiro 2015.

## **VII.ÍNDICE DE QUADROS**

**Quadro 5.1.1** – Distribuição (2008-2013) por países de origem/residência de: Passageiros Desembarcados em voos internacionais nos aeroportos nacionais

**Quadro 5.1.2** – Hóspedes não-residentes em estabelecimentos de alojamento turístico;

**Quadro 5.1.3** – Norte: distribuição (2008-2013) por países de origem/residência de: Passageiros desembarcados em voos internacionais no aeroporto do Porto;

**Quadro 5.1.4** – Hóspedes não residentes, em estabelecimentos de alojamento turístico no Norte;

**Quadro 5.2.1** - Evolução do número total de visitantes por equipamento da DGPC entre 2010 e 2015;

**Quadro 5.2.2** – Entradas nacionais e entradas estrangeiras entre 2010 e 2015 nos museus em Portugal.

## **VIII. LISTA DE SIGLAS**

AAM – American Alliance of Museums

ACI – Airports Council Internacional

APOM – Associação Portuguesa de Museologia

ANA, SA – Ana, Aeroportos de Portugal

ASQ – Airports Service Quality

CIA – Aeroporto Ciampino (Roma)

DGPC – Direção Geral do Património Cultural

IATA – Internacional Air Transport Association

ICOM – Internacional Council of Museums

EGEAC – Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, E.M

MNAA – Museu Nacional de Arte Antiga

MNAz – Museu Nacional do Azulejo

SFO – San Francisco (Aeroporto/Museu)

TAP – Transportes Aéreos Portugueses

UEFA – União das Federações Europeias de Futebol

# **1. INTRODUÇÃO**

## **1.1 QUESTÃO EM ESTUDO**

Durante as últimas décadas, os museus e os aeroportos foram alvo de transformações, tanto a nível conceptual como funcional. No início, os museus eram vistos como gabinetes de curiosidades e encontravam-se distantes do olhar público, sendo muitas vezes parte de coleções privadas. Já os aeroportos eram espaços pouco frequentados, sendo na sua maioria utilizados por pessoas de elevado estatuto social que viajavam em negócios, ou pessoas que, por alguma razão, precisavam de fugir a crises sociopolíticas, conflitos e/ou guerras que estivessem a acontecer no contexto onde se inseriam. Isto é, deslocar-se a um museu e/ou gabinete de curiosidade assim como viajar era considerado um privilégio para muitos e de difícil acesso para outros. São essas mudanças, que também resultam da evolução e das transformações que ocorrem nas sociedades, que podem ajudar a fundamentar a ideia de desenvolver novas ofertas culturais em locais com elevados níveis de circulação populacional.

A abertura destes dois espaços a um número cada vez maior de indivíduos e de grupos sociais veio alterar as funções e os propósitos da utilização destes dois espaços. Estudos recentes que acompanham a evolução dos aeroportos e museus cunham novas definições para ambos, consoante as características de cada um. São e devem ser vistos como lugares multiculturais que escoam conhecimento e necessitam de propostas de dinamização.

Ao pensar-se na implementação de uma estrutura como um museu e/ou galeria expositiva num aeroporto, mas, essencialmente, de uma oferta cultural, dá-se origem a novos espaços onde se possam perpetuar relações de conhecimento. A hipótese de estudo principal rege-se, então, por esta premissa, originar o máximo de transmissão de conhecimento e experiências em ofertas culturais como alternativa ao compasso de espera que tão comum se torna nas infraestruturas aeroportuárias. A proposta tende a transmitir a hipótese de uma oferta cultural no aeroporto de Lisboa como meio de promover a cidade e/ou país em que o passageiro se encontra. Perceba-se que o aeroporto, para muitos passageiros, acaba por ser a única «brochura» do local onde se

encontram. A nova oferta cultural deve, essencialmente, ligar-se ao turismo e à promoção cultural de determinado país e/ou cidade quando implementada nos vários aeroportos.

A proposta para esta dissertação centra-se num tema que se encontra relacionado com perspetivas museológicas, turísticas e patrimoniais, baseado num interesse que possui como objetivo perceber que dinâmicas se podem encontrar em dois panoramas dissemelhantes, como os museus e os aeroportos. Trata-se de uma proposta que procura ir ao encontro de interesses pessoais, fontes e quadros metodológicos (Eco, 1991:29), onde a questão da investigação se centra naquilo que mais valor apresenta para o indivíduo e também na cimentação de uma ideia que parece encontrar-se cada vez mais desvanecida, tanto na mente dos indivíduos como no seu quotidiano de atividades.

Desta forma, as transformações que ocorrem na sociedade, essencialmente em espaços como os museus e os aeroportos, encontram-se ligados a vários fenómenos sociais, isto é, como a cultura, a globalização e o turismo. Qualquer ser humano encontra-se preso numa teia de ideais, contextos e fenómenos. A cultura enquanto fenómeno e objeto possui aspetos adaptativos e cumulativos, que podemos verificar praticamente na maioria de contextos. Por outras palavras, nós, seres humanos, somos produtos e produtores daquilo que se pode entender por cultura, ou seja, por várias regras, normas, hábitos e crenças que regem a sociedade (Tylor, 1881). Vemo-nos perante mudanças constantes que nos forçam a melhorias e novos modos de vida. Podemos dizer que seguimos teorias darwinistas devido ao facto de necessitarmos de sobreviver e, desse modo, somos forçados a agregar evoluções. E ainda, devido a esse condicionalismo, existem várias outras condições às quais nos encontramos sujeitos dado que, tanto em aeroportos como em museus, os seus estatutos, definições e papéis têm vindo a ser questionados e modificados face a evoluções impostas pela sociedade. No entanto, existe um elemento que reside em ambos os contextos, o público, que possui a respetiva liberdade de observar, sentir, experimentar e interpretar o que lhes é dado. É imprescindível que os nossos olhos evoluam o suficiente para compreendermos toda a etimologia de imagens que são dadas à sociedade (Benjamin, 1955:6), pois todas as imagens podem ser resultado de reinterpretações nossas.

« (...) Parece, entretanto que a verdadeira tarefa do museu é da transmissão, entendida como uma comunicação unilateral no tempo, com o objetivo de permitir a cada um se apropriar da bagagem cultural que assegura a sua humanidade e a sua inserção na sociedade. (...) » (Desvallés, André e François Mairesse, 2013: 37)

Podemos então ver o aeroporto como um contexto cultural, que possui várias ramificações, assim como um, lugar onde o conhecimento se pode originar. Vê-lo como um novo lugar, implica que o estatuto e o modo de se ver o próprio aeroporto se modifique, porque, na verdade, tanto museus como aeroportos se podem encarar como veículos de instrução pública e ainda como locais de experiências, informações e propagações de conhecimento (Bennet, 1998: 28-30). Isto significa que tanto, aeroportos e museus, se regem por ideais comuns, isto é, transmitir informações aos seus utilizadores. Nesta ótica, museus e aeroportos enquanto espaços são possuidores desta vertente de conhecimento e ainda de características comuns dado que são locais onde perduram relações, recordações e onde as experiências possam ter sentido (Crane, 2000b: 1-3).

Entende-se que se torna crucial o entendimento da junção de funções e do debate sobre a importância que ambos estes espaços podem assumir na vida do Homem. Torna-se óbvio que existem dois lugares, estes são aclamados de novas instituições, possam ser equiparados a centros de vida (Bourke, 2013:132), dado que são marcados por uma constante interação populacional. Assim, os museus como aeroportos são centros de vida, porque estão inseridos numa nova rede que os leva diretamente para um panorama cultural onde se podem propagar meios e modos do ser humano se auto-inventar, conhecer, aprender e experienciar.

Posto isto, esta investigação aplicada possui diversas questões de estudo que rodeiam os aeroportos e os museus, isto é, deve incidir essencialmente na apresentação de uma proposta dirigida para a transmissão cultural da sociedade que reflita as necessidades humanas sendo, por sua vez, acessível ao público. Primeiro que tudo, serão os museus e aeroportos, lugares ou não-lugares na esfera social? Em seguida, coloca-se a questão, os museus terão um lugar permanente nos aeroportos? E, por último, serão os museus e aeroportos e/ou, a sua possível união, ou seja, *airport*

*museums*, capazes de agregar evoluções sociais de modo a conseguir oferecer melhores experiências aos seus utilizadores?

## 1.2 OBJETIVOS

Esta dissertação tem como objetivo central, compreender se, em pleno século XXI, os museus e/ou galerias expositivas podem ter lugar em infraestruturas aeroportuárias. Para além disso, pretende-se que se interprete, analise e se questione o que diz respeito a museus, aeroportos e ao tipo de questões que deles possam vir a surgir, isto porque existem vários constrangimentos, dinâmicas e âmbitos associados a estas duas instituições que não se torna possível analisá-los isoladamente.

Deste modo, salienta-se que esta dissertação apoia-se essencialmente na exploração dos conceitos que aborda, sendo, por sua vez, uma investigação aplicada sobre o tema. Deve ser compreendida como uma espécie de reafirmação e reforço social para proporcionar várias formas do Homem para se poder relacionar com o meio em que se insere através de ofertas culturais. A investigação aplicada acaba por debater as mesmas ofertas culturais para ir de encontro a um novo propósito: melhorar as capacidades socioculturais dos indivíduos, especialmente, no que diz respeito à satisfação dos mesmos.

Entenda-se também, que um dos objetivos desta investigação guia-se pela possibilidade de evoluir o nosso olhar face à junção entre dois lugares que, à partida, parecem ser tão distantes e distintos. Para além disso, atribui-se também uma nova visão ao encararmos os aeroportos como lugares de saída para visitar outros mundos (*Observador*, 2015) para dar lugar a ligações entre o passado, presente e futuro, porque a nossa experiência do presente depende dos resultados que obtivemos no passado (Connerton, 1993). Assim, ao encarar estes dois locais como novos lugares do futuro acaba-se por trazer novas interpretações, conjugando todas as variantes que o fenómeno cultural pode vir a possuir. Encontramo-nos então, nesta dissertação, a debater sobre algo que possa surgir num local abundante em aspetos culturais, onde persistem duradouros encontros e cruzamentos populacionais. Deste modo, a proposta constrói-se

na análise de vários conceitos apoiados em aspetos teóricos e metodológicos de modo a projetar novas ofertas culturais no Aeroporto de Lisboa.

### 1.3 METODOLOGIA

Para dar força a esta investigação, fez-se uso de métodos qualitativos, como por exemplo de conversas informais, observações não-participantes e participativas, e ainda a realização de entrevistas exploratórias a indivíduos de modo a justificar a proposta de ação. E para complementar esta abordagem, recorreu-se ainda a uma análise quantitativa através da recolha de dados e consultas de base de dados e também, a realização de inquéritos por questionário.

As conversas informais e as respetivas observações deram lugar às perspetivas necessárias no que toca ao Aeroporto de Lisboa e sobre alguns museus inseridos no panorama lisboeta. Por outro lado, os métodos quantitativos referem-se à análise de vários inquéritos por questionário e recolha de dados relativos à avaliação dos aeroportos a nível global, ao tráfego populacional que possuem e ao volume dos negócios que gerem. Recolheu-se ainda dados mais específicos sobre o caso português, nomeadamente, dados relacionados com o turismo, a forma como vai evoluindo no país, e o número de visitantes registados em alguns museus na região de Lisboa.

Realizaram-se vários contatos a entidades e a indivíduos que tenham viajado recentemente e manteve-se ainda uma troca de ideias com um dos grandes especialistas, John Kasarda<sup>1</sup> no estudo do desenvolvimento e da metamorfose das infraestruturas aeroportuárias. Mantiveram-se também conversas com os Transportes de Lisboa mais especificamente, o Metropolitano de Lisboa, de modo a saber o seu papel como transmissor de cultura. Por outro lado, estabeleceram-se contatos com o grupo ANA, SA que se realizaram por intermédio do departamento de Marketing (Serviços de Não-

---

<sup>1</sup> John Kasarda é o diretor do centro aéreo do comércio aéreo na Universidade da Carolina do Norte e CEO de Aerotropolis Business Concepts LLC. As informações que dizem respeito ao desenvolvimento e/ou criação de artigos destinados a estes novos modelos de aeroportos podem ser encontradas no seguinte *website*- [www.aerotropolis.com](http://www.aerotropolis.com)- consultado desde de março a maio de 2016.



Aviação) e também pelo diretor adjunto do aeroporto. O objetivo primordial da conversa tratava-se de enumerar os serviços de não-aviação presentes nos aeroportos do grupo, especialmente, nos aeroportos de Lisboa e Porto. Foram também mantidas conversas com o Museu Nacional de Arte Antiga (MNAA) e com o Museu Nacional do Azulejo (MNAz).

Como complemento das conversas informais efetuadas ilustram-se exemplos de como os aeroportos e os museus são empresas e produtos complexos através do método etnográfico, ou seja, por meio da observação. Sabe-se à partida que, a observação torna-se importante na medida em que se pode ter em conta vários aspetos que podem sobressair de projetos isolados. Registrar esses momentos em detalhe tende a orientar a dissertação, apropriando a experiência do passageiro a um determinado objetivo e situação. Aliás, a experiência é sempre algo superior e que se deve ter em conta, porque se trata da vertente que mais se manifesta no passageiro e porque nos traz várias características que tendem a confirmar dados já existentes em contextos aeroportuários e museológicos. Deste modo, registaram-se observações em vários modelos de aeroportos e ainda, no campo museológico, tendo como base o Museu Benfica-Cosme Damião.

As conversas mantidas com intervenientes no aeroporto de Lisboa alertaram para questões importantes para a implementação da oferta cultural e a sua grande maioria tende a apontar para um consenso positivo. Ao longo desta investigação, realizou-se também uma entrevista exploratória a uma rapariga de 26 anos que até hoje conhece 10 aeroportos situados no Brasil, Barcelona, Madrid, Índia, Paris e Londres.

Para complementar a parte qualitativa apresentada anteriormente e de modo a construir uma proposta mais consistente, utilizou-se também uma abordagem quantitativa. Recolheram-se alguns dados relativamente ao número de visitantes nos equipamentos culturais (museus, palácios e monumentos) no portal da Direção Geral do Património Cultural (DGPC), ao número de passageiros a nível nacional registado no país pelo grupo ANA, à avaliação que os mesmos fazem aos aeroportos nacionais e também em modo comparativo, a avaliação de aeroportos internacionais pelo Airports Council Internacional (ACI)<sup>2</sup>. Por fim, procedeu-se à realização de inquérito por questionário a estudantes universitários de modo a explorar a visão que estes poderiam

---

<sup>2</sup> Todos estes dados quantitativos foram retirados das suas plataformas a 7 de maio de 2016.

ter sobre as vantagens e a possível implementação de um museu e/ou galeria expositiva em infraestruturas aeroportuárias.

#### **1.4 REVISÃO DA LITERATURA E CONCEITOS**

Esta investigação aplicada apoia-se em alguns conceitos-chave que nos ajudam a compreender e a fundamentar a proposta que aqui se defende. No que diz respeito aos museus, nos dias de hoje, estes não se encontram isolados dos contextos onde se inserem. O ICOM (Internacional Council of Museums) tem por missão a resolução de problemas como a igualdade de género, divergências sociopolíticas, conflitos, proteção de heranças culturais, entre outros. Podemos perceber que os museus são mais do que instituições, dado que possibilitam entendimentos sobre assuntos globais, onde tende sempre a haver espaço para várias interpretações e interações (Crane, 2000b:1-3). Outra dinâmica interessante de se compreender, é a do conhecimento que transmite a possibilidade de encarar o museu como um novo lugar que facilmente pode ser transposto. O museu muitas vezes não implica um lugar específico, um edifício ou uma estrutura e, como tal, pode ser adaptável e funcional a qualquer contexto, isto porque os museus são formas de aprendizagem de cariz informal presentes em qualquer contexto (Magalhães, 2005). Como todo o fenómeno social, os museus foram ganhando formas diversas ao longo de vários anos, assim como novos modelos e novas maneiras de serem vistos.

Relativamente aos aeroportos, estes são espaços que se regem por vários constrangimentos, facilidades, contatos, medidas e outras condições. Trata-se essencialmente de espaços que nunca poderão ser alheios a relações e a resultados socioculturais. Por norma, os aeroportos são locais que possuem infraestruturas e *facilities* para aeronaves, embarque/desembarque tanto de pessoas como de mercadorias. A aviação comercial começou a dar os primeiros passos no transporte de indivíduos no início dos anos 1920 e as bases aéreas onde se abrigavam estes aviões eram apenas constituídas por campos de aterragem/descolagem (pistas) e por torres de controlo. Atualmente ainda existem aeroportos que se assemelham a estes espaços tradicionais, como o caso do aeroporto de Beauvais-Tille (Paris) ou o de Frankfurt Hahn

(Alemanha). No entanto, é possível verificar uma evolução progressiva dos aeroportos. Por exemplo, nos dias de hoje, os aeroportos são vistos como *hubs*. Este termo, muito usado por especialistas em aeroportos e cientistas sociais, sugere pontos de ligação entre as companhias aéreas e as cidades onde os seus aviões acabam por aterrar.

O período em que as instituições museológicas alteraram o seu estatuto, definição e regras, foi também o período em que os aeroportos sofreram várias alterações. Estas várias e novas alterações precisam de estar visíveis para todos e a todos os tipos sociais (ICOM, 2004:1), isto porque há que perceber a necessidade de se estudar e reviver o mundo por intermeio de acontecimentos ou ainda por outros meios (Connerton, 1993:2-4). Isto é, os museus possibilitaram uma oportunidade para reviver e relembrar pessoas e acontecimentos históricos. As transformações que estes dois lugares, museus e aeroportos, sofrem, colocam-nos perante novas hipóteses de estudo e também na direção de novos horizontes.

« (...) Airport museums are unique in their specific missions, but generally aim to produce quality exhibition, educate, entertain, and take the airport from non-place to place. Having exhibitions in the space appears to provide a value to the airport, but the value is challenging to quantify in dollars or articulate succinctly. With regard to exhibition, the research showed that the unique type of visitor ship does not affect the content of the exhibit, and that the museums can count on having one of the largest audiences in the state they are operating in. The research also illustrated characteristics of nontraditional venues that allow for museum work, and the idea that these shared characteristics are a signifier of a viable nontraditional museum space. (...) » (Kramer, 2013: 43)

Numa primeira instância, torna-se necessário compreender que a cultura e o campo social são cruciais para estas duas instituições se poderem reger e sobreviver ao longo dos tempos. Desta forma, a sociedade enquanto lugar onde a cultura tende a predominar junta-se a ideais antropológicos que se baseiam na junção de vários ramos, ou seja, conhecimento, crenças, arte, moral, lei e costumes que sejam adquiridos pelos homens (Tylor, 1881). Assim, pode supor-se que as ofertas culturais renascem em todas estas junções e, tal como o conceito de cultura, não possuem de todo um conceito unificado porque, de uma certa forma, a cultura e o que ela representa surge apenas na mente dos indivíduos, uma vez que se trata de uma construção mental e social que

também decorre de um processo evolutivo da própria sociedade. O que é hoje cultural, amanhã pode não o ser. Nesta perspectiva, mesmo que os museus não possuam estatutos, definições e espaços próprios, pelo menos, a viagem à recordação e as permanentes transformações que as pessoas sofrem podem dar uso a um espaço de museu seja de que carácter for. Isto é, tem-se em conta que os museus são encarados como assuntos globais e intrínsecos a todos os seres humanos, e desse modo, a não-existência de museus na vida dos mesmos não pode ser efetivamente real.

Os museus começaram por ser pequenos templos de adoração às musas (*dwell*) e quando os mesmos foram criados enquanto instituições eram espaços exemplares e destinados às elites sociais. A premissa que se encontrava associada ao museu relacionava-se com a ideia de visitar o passado. No entanto, apesar da mesma ter sido abandonada, o passado continua a estar presente de forma permanente nos museus, mas de outra forma, isto é, é através do passado que as suas continuidades de tempo irão arranjar sempre um modo de se interligarem com o que se passa no presente. Deste modo, os museus podem ser vistos como *pools of time* (Crane, 2000b: 94) porque tendem a proporcionar relações de conhecimento, experiências, emoções e desejos, entre outros, que, por sua vez, têm lugar em museus. Podemos ver os museus como evoluções sociais, e também como uma evolução do próprio Homem (Bennet, 1995). Percebe-se que as suas definições são facilmente ultrapassáveis. De um modo geral, a definição de museu apresentada pelo ICOM pode ser usada sem restrições devido a essa mesma condição, isto porque a presença do passado demonstra a sua própria mistificação de modo que a mesma se torna agregada a uma nova evolução.

(...) 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).

Muito antes de os museus serem lugar institucionais públicos como são hoje, existiam outros modos e locais para se perpetuar o conhecimento embora tenham sido pouco práticos e acessíveis. Os gabinetes de curiosidade destinados ao olhar privado de colecionadores/curiosos eram locais onde a perda de informação era comum, porque os objetos não eram catalogados e, como tal, a sua epistemologia não era correta. Estes

gabinetes possuíam como premissa base o ato de colecionar e mostrar essa coleção, onde colecionar se tratava de uma forma de ordenar e demonstrar uma ideia de posse e, desse modo, de tentar exercer controlo sobre o mundo. Mas mesmo assim, esta premissa necessitou de avançar devido a situações várias, como o facto das classes trabalhadoras serem consideradas como possuídores de um estatuto social suficientemente elevado para assistir a este tipo de demonstrações culturais e de conhecimento. No entanto, o estatuto que alguns indivíduos tendiam a possuir começou a diminuir, o capital cultural começou a ser transposto de lugar para lugar e as revoluções na sociedade foram ocorrendo, tendo o museu começado a ser visto como um espaço social (Bennet, 1995), onde os processos memoriais existentes nessas mesmas relações sociais, anteriormente referidas, se tornaram imprescindíveis à noção de museu (Crane, 2000b).

Apenas a partir de 1950 é que se pôde encarar a museologia como um campo museal, ou seja, tornou-se possível estudar os museus e os vários mundos onde os mesmos se encontram. Materializou-se também a relação do Homem com a realidade de modo a poder encontrar-se em museus várias compreensões da inserção humana na sociedade (Desvallés e Mairesse, 2013: 37-39). A ideia da junção do meio humanitário vai ao encontro com uma necessária relação de existência entre o Homem e a comunidade, de modo a afirmar a respetiva necessidade de se aproximar as coisas aos Homens. Esta aliou-se ao fenómeno do desejo de massas (Benjamin, 1955: 14-18). As funções dos museus possuem efeitos imediatos nos públicos, daí ter-se em conta o *museum effect* que tende e pode condicionar o impacto na amostragem de públicos que os museus podem possuir, ou seja, os museus tornam-se portadores de conhecimento (Semedo, 2006: 10). O *museum effect*, por sua vez, torna especial aquilo que é exposto, isto é, faz com que o museu seja um lugar para experienciar (Gimblett in Karp, 1991: 300-415).

Nos novos modelos de museus, pode observar-se três tipos de condições, a memória, a imaginação e a fantasia. Em espaços como os museus torna-se imperativo pensar, sentir, interpretar e reinterpretar o que nos encontramos a ver e, desse modo, aquilo que se expõe nestes espaços nunca pode ser interpretado da mesma forma, uma vez que se encontra sempre dependente do contexto social.

Ao longo deste capítulo percebe-se que, estes dois lugares, aeroportos e museus, são por sua vez lugares onde a curiosidade é elevada, porque os passageiros são transportados para novos locais onde podem existir palavras, trocas, intimidade e partilha entre eles (Augé, 1992: 50-69) e, dessa maneira, são espaços praticados porque permitem que sejam espaços com diferentes ações e objetivos, sendo capazes de oferecer às pessoas vários modos de se expressar e de viver esses momentos. A premissa defendida por Augé relativamente ao facto de que os aeroportos são efetivamente não-lugares tende a ser refutada por cientistas sociais, que usam o argumento de que não-lugares são espaços anónimos, desorientados e destituídos de significados e não podemos ver os aeroportos deste modo (Kasarda, 2012). A identidade e o significado destes palcos populacionais residem nos seus próprios usuários e nas ofertas porque são geradores de criatividade e identidade e possuem programas culturais e espaços comerciais. Se efetivamente concordarmos com tal, todos os polos onde se manifesta qualquer tipo de atividade cultural, são lugares que não se consomem por completo e, nem tão pouco, são esquecidos (Augé, 2012). No entanto, a premissa dos aeroportos serem não-lugares reside na ideia de que, é a partir da entrada de cidades é que se faz o convite aos indivíduos e desse modo, se propaga a curiosidade (Augé, 2012).

« (...) o aeroporto é um ótimo lugar para conhecer pessoas, elas estão na mesma situação que eu (...) mas digo sempre que o espaço do aeroporto é como um não-lugar para mim (...) estás num país mas é como se já não estivesse (...) estamos na ombreira da porta porque somos capazes de nos encontrarmos num não-lugar entre o ir e o chegar (...) »<sup>3</sup>

De modo, a justificar o facto de estes serem não-lugares, permite-se que se pense na essência de serem portas para os mundos, isto é, como a criação de uma nova porta para o fenómeno cultural e turístico. Criar uma nova porta tornar-se-ia possível tornar o aeroporto Humberto Delgado num futuro *airport city* onde se observaria que o passageiro é que tende a influenciar as mudanças que ocorrem nos aeroportos. Os museus e os aeroportos são espaços de viajantes e encontram-se situados em locais públicos possibilitando a experiência de sensações e situações. O turismo, enquanto fenómeno também se torna parte integrante da experiência e destes lugares, porque são

---

<sup>3</sup> Excerto de Conversa Informal, Oliveira Martins, 2016.

dois lugares que criaram novas portas para o mesmo fenómeno poder circular (Kasarda, 2015), isto é, o turismo enquanto atividade e fenómeno do século XXI tende a ser gerida por regras da economia do mercado, havendo, por sua vez, lugares onde existe diversificação de produtos, melhorias do processo de procura e aproveitamento de potencialidades (Cunha, 1987). Sendo assim, é necessário ter mais qualidade de turismo do que ter mais turismo (Cunha, 1987).

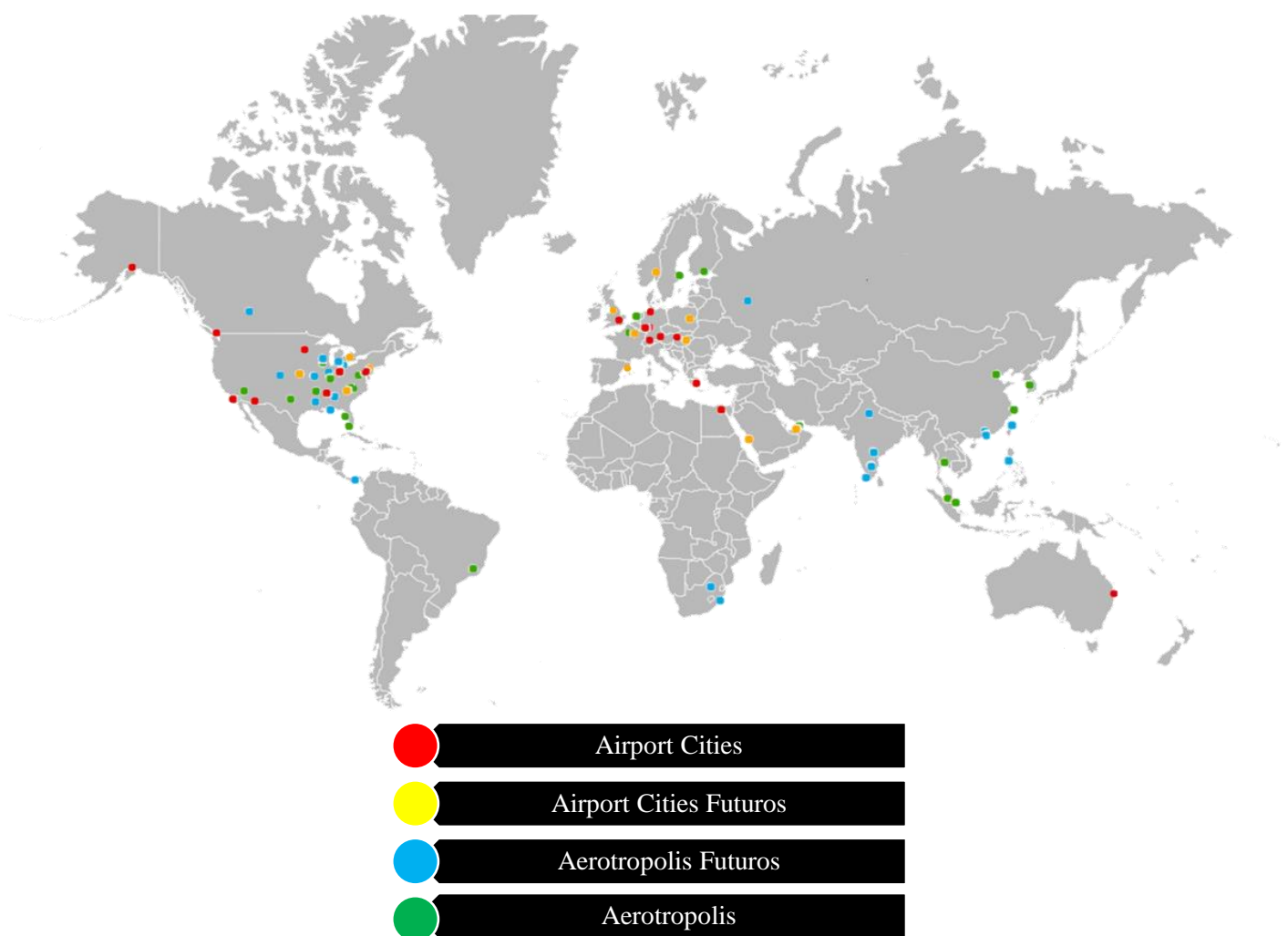
Quanto aos aeroportos, nos dias de hoje, estes são vistos como espaços onde se desenrola qualquer tipo de função e não apenas as tomadas e/ou largadas de passageiros. Desde 1992, estes novos aeroportos são locais onde existem sentimentos, ações e interpretações, tais como as que se propiciam em contextos museológicos, ou seja, lugares onde persistem e se propaga *wonder*, porque o que lá reside possui o poder de parar o espetador (Gimblett in Karp, 1991: 27-50). Por exemplo, existem já vários aeroportos, de grandes dimensões e com elevado tráfego de passageiros, que possuem jardins verticais, salas de cinema, estufas de borboletas, espetáculos, ruas culturais, galerias, museus, hotéis entre outros. Estas ofertas coincidem com os argumentos de Kasarda, que defende, desde os anos 90, a ideia de que os aeroportos se têm aproximado de centros comerciais ou mesmo de instalações de luxo, oferecendo aos passageiros *suites com jacuzzis*, inúmeras massagens, serviços personalizados, entre outros. Para Kasarda torna-se cada vez mais importante ver o espaço de um aeroporto como uma metrópole capaz de competir com mercados locais.

« (...) the aerotropolis consists of an airport centered commercial core (Airport City) and outlying corridors and clusters of aviation-linked businesses and associated residential development. (...) » (Kasarda, 2013: 9)

Este tipo de aeroportos, os *airport cities* ou *aerotropolis*, podem ser considerados como centros de vida e placas giratórias, o que contraria os modelos tradicionais aeroportuários como o de Beauvais-Tille em Paris, França. Estes novos modelos tendem a ser incorporados nos aeroportos para que os mesmos possam gerar mais receitas de modo a servir da melhor maneira o século XXI (Kasarda, 2010). Isto é, incorporar novas formas de gestão de aeroportos implica que tenha sido feito uma averiguação das necessidades dos passageiros e, conseqüentemente, dos seus desejos. Assim, a concretização de novos produtos virados para um mercado específico torna

possível a recepção de novas receitas, isto é, mais passageiros que despendem do seu tempo a nível social, cultural e comercial em aeroportos. Estes termos, também defendidos por Kasarda, supõem que os aeroportos precisam de estabelecer comparações com as cidades onde se encontram e possuírem a capacidade de interagir e de sobressair.

Percebe-se que, tanto museus como aeroportos tendem a possuir uma imagem própria (Kasarda, 2006) ou, pelo menos, lutam por uma, por algo que os distinga dos restantes e dos seus concorrentes, isto porque são lugares que necessitam de indivíduos para sobreviverem. Existem atualmente cerca de 25 *aerotropolis* e 20 *airport cities* que abrangem praticamente os cinco Continentes.



Mapa 1.1 – As 25 aerotropolis e os 20 airport cities presentes nos cinco continentes.



No entanto, a presença destes encontra-se concentrada em regiões da América do Norte, da Europa e em vários pontos do continente asiático (Kasarda, 2013). Estes 45 aeroportos, considerados como os mais importantes na história do desenvolvimento aeroportuário, tendem a combinar fatores como a informação, comunicação e a tecnologia, de modo a possuírem uma forma comum de operarem (Kasarda, 2010a), ou seja, a localização do aeroporto em si não é crucial, mas sim se possui condições para se desenvolverem e crescerem relativamente aos outros. No ano de 2014, os aeroportos portugueses foram utilizados por cerca de 35 milhões de passageiros (*Observador*, 2015) confirmando o desenvolvimento dos esforços e das ofertas presentes nestes lugares, como a criação de novos acessos às cidades, hotéis nas periferias dos aeroportos e serviços de lazer inseridos nos aeroportos.

Por fim, aeroportos e museus são espaços equiparados como não-lugares (Augé, 2012: 35) porque possuem semelhanças como em questões de vigilância e de afluência populacional. Para Augé, não-lugares são instalações onde existe uma circulação acelerada de pessoas (Augé, 2012: 35) tais como aquelas que existem em vias rápidas ou em nós-de-acesso. Deste modo, os museus e os aeroportos são vistos como locais onde persistem massas pelo simples fator de que os primeiros são mais do que locais de exposição e os segundos mais do que estações de espera. Mas acima de tudo, são placas giratórias face à adesão de indivíduos e à perpetuação de relações e reações culturais e, devido a essa condição, podemos vê-los como contextos culturais e zonas de contacto (Message, 2006: 24-29). São lugares onde o conhecimento nasce, perdura e pode renascer por intermeio dos intervenientes que neles se encontram e, desta forma, devem ser vistos como *learning places* (Bourke, 2013) porque possuem papéis ativos na sociedade e são capazes de ensinar algo às pessoas, tendo como objetivo, torna-las mais conhecedoras do contexto em que se encontram.

## 1.5 APRESENTAÇÃO DO TRABALHO

« (...) O turista de hoje e do futuro, detentor de meios para acesso a informação sobre os destinos e seus produtos turísticos é um consumidor mais informado sobre o que quer e como quer fruir e um protagonista que é co-produtor do produto

turístico. (...) O turismo vai evoluindo num sistema em que o turista, as tecnologias de informação e comunicação, e os transportes, criam uma dinâmica influenciadora dos territórios, decorrendo, repita-se, em ciclos temporais cada vez mais curtos. (...) » (Figueira, Luís Mota, 2010: 155)

A força do turismo reside essencialmente na diferença entre culturas e civilizações (Cunha, 1987). Nos dias de hoje, as viagens ocorrem por lazer e pela disponibilidade dos indivíduos que tende também a ser maior, isto porque o turismo faz parte da atual natureza humana, dado que nos faz deslocar por gosto (Vieira, 1997: 21-25); ou seja, há que ver o turismo como algo que se foi construindo à base da vontade que as pessoas têm em conhecer. Assim, há que compreender e assimilar que tanto museus e aeroportos são lugares propícios à vontade das pessoas e às atividades que as mesmas dispõem nestes mesmos locais.

Desta forma, esta investigação aplicada destina-se essencialmente à criação de estímulos no que diz respeito a ideias culturais, educacionais e de entretenimento, tanto para os passageiros como para os vários utilizadores em museus e/ou ainda, em aeroportos. Esta proposta cultural baseada em princípios turísticos, patrimoniais, culturais, sociopolíticos e económicos deve ser compreendida como uma porta de entrada e como a primeira brochura para os passageiros e utilizadores sobre o país onde se encontram, destacando as suas principais atrações e monumentos existentes em cada região.

## 2. MUSEUS

« (...) Museums visitors should learn about the past and enjoy the diversity of cultures. They should reflect and discuss different viewpoints of the past and be clear that there is not only one history and that learning about and from other cultures could be great benefit (...) we should do whatever we can to ensure that museums are part of the cultural driving force for the sustainable development of the world (...) » ( ICOM, 2014)

Compreende-se que existem várias modificações que alteram estatutos e funções que ocorrem na sociedade. Estas transformações levam à atribuição de diferentes estatutos, definições e visões. Além disso, tanto museus como os aeroportos são locais onde as pessoas despendem o seu tempo a realizar atividades e desse modo, devem ser aclamados como centros de vida.

Como já se constatou, a definição de museu atribuída pelo ICOM, em 2007, torna-se muito abrangente quando analisada, isto é, uma instituição permanente, sem fins lucrativos, aberta e disponível à sociedade e ao público, tendo como responsabilidade a conservação, o estudo, a transmissão, o adquirir e a exposição, para que seja visto e admirado o património material e imaterial da Humanidade (ICOM, 2007). Desta forma, quando falamos de museus enquanto instituições sabemos que já não estamos a direcionar-nos para um edifício majestoso, cuidado e respeitoso enquanto forma arquitetónica. Pode até dizer-se que os museus acompanharam os indivíduos e os tempos. De certa forma, os museus, nos seus princípios base, distinguiam-se por serem locais onde as pessoas se deslocavam para admirarem peças e objetos distintos do seu quotidiano, limitando-se a observá-los e a contemplá-los. Hoje, os museus são locais onde predomina a vertente da experiência e da comunicação com o público, sendo locais interativos e comunicacionais. A ideia da experiência foi possível graças ao *museum effect* (Gimblett in Karp, 1991) pois o que se encontra exposto torna-se especial para quem observa e sente. Para além disso, os museus também ganharam outras dinâmicas como os indivíduos poderem sentir, interpretar e pensar sobre o que se encontram a ver em instituições museológicas dado que não são imunes a nenhum contexto social porque, de certa forma, as pessoas deslocam-se a museus para verem algo que não é do seu quotidiano e/ou contexto no qual se insere.

De certo modo, o museu encontrava-se associado ao passado, mas face às evoluções sociais que ocorrem, essa premissa foi abandonada. Os museus passaram a ser vistos como locais responsáveis por transmissão de conhecimentos e por novos modos de ver e de interagir com o público. Assim, a capacidade de transformação que os museus foram adquirindo permite perceber que, nos dias de hoje, os museus já não podem ser aclamados de museus tradicionais. A perspetiva anteriormente atribuída a museus, isto é, o carácter individualista que se encontrava patente e que atualmente também pode acontecer nos indivíduos, foi destituído da sua condição museológica. A visão individual foi diminuindo e cimentou-se a preocupação para com o Outro, expondo conteúdos de outros contextos sociais dando a hipótese aos indivíduos de os interpretar assim como conhecer outras realidades sociais.

« (...) Como sistema de comunicação, o museu depende, então, da linguagem não-verbal dos objetos e dos fenómenos observáveis. Ele é, antes de tudo, uma linguagem visual que pode se tornar uma linguagem audível ou tátil. (...) poder de comunicação é tão intenso que, eticamente, a sua utilização deve ser uma prioridade (...) » (Cameron in Desvallés e Mairesse, 2013: 34- 36).

Os públicos-alvo deste tipo de instituições tornam-se o seu principal motor de funcionamento e, deste modo, os museus tornaram-se lugares onde cada vez mais se propicia relações de conhecimento, troca e de partilha (Vergo, 1989: 30-67). Essa condição faz com que o museu possua uma ligação cada vez mais intensa no que toca à comunicação, que também depende do público (Desvallés e Mairesse, 2013: 37). A função social, dependente do público apenas emerge após 1970 com o aparecimento do eco-museu, isto é, museus ao serviço da comunidade, sendo um espelho da comunidade representada onde se observa tanto aspetos negativos como positivos.

## **2.1 TIPOLOGIAS**

Como exemplos de museus tradicionais, podemos olhar tanto para casos britânicos e portugueses; museus que, nos dias de hoje, ainda são marcas da história da museologia e relevantes para o país onde se encontram. Começando pelos casos primordiais britânicos, temos os seguintes exemplos, o British Museum (1753), a National Gallery

(1838) e o Natural History Museum (1881). A National Gallery diz respeito à localização de um museu no centro de Londres, apesar de ter sido no início destinada a pessoas com elevado capital cultural e social, pelo que nem todos teriam acesso. Mas o fenómeno do turismo e a maneira com que ele se propagou permitiu ao museu um grande maior número de público que não apresentasse quaisquer impedimentos. Já o British Museum foi o primeiro museu nacional aberto ao público no mundo, sendo que a entrada sempre foi gratuita para os vários públicos. O Natural History Museum é interessante e motivador graças às suas capacidades arquitetónicas, no entanto, é um lugar para as espécies mais bonitas e impressionantes que Hans Sloane descobriu quando viajava.

No caso dos eco-museus, podemos escolher exemplos também de outras partes do mundo como o caso do Museumdorf Duppel, em Berlim, e depois exemplos portugueses, como o ecomuseu do Seixal, do Barroso e das Aldeias do Xisto. O primeiro caso, em Berlim (1975), foi criado com o objetivo de relacionar a aldeia de Duppel com os visitantes, isto é, construir uma vila medieval nos tempos modernos. É um museu ao ar-livre e podem ver-se vários tipos de casas e as funções que anteriormente desempenhavam. O ecomuseu do Seixal (1982) foi aberto ao público tendo como missões todas aquelas que são impostas pelo ICOM nas suas últimas definições. Este ecomuseu rege-se pela demonstração das atividades do concelho, apresentando situações onde surge o contacto com o público. O ecomuseu do Barroso possui relações com a comunidade local e torna-se portador de uma memória coletiva. Por último, o ecomuseu das Tradições das Aldeias do Xisto é um museu aberto, situado na Serra da Lousã, à semelhança do museu que existe em Berlim. Podem fazer-se inúmeros programas como apadrinhar árvores e plantas ao longo dos passeios efetuados no percurso deste museu aberto.

Por outro lado, temos os museus memoriais que por vezes, relembram ações tristes que causaram pânico, medo e muito sofrimento a várias pessoas ao longo dos anos. Neste âmbito, podemos ver a Basílica de Sacré-Coeur (1875), em Paris, construída em memória dos 58 000 mil mortos da guerra franco-prussiana, embora, nos dias de hoje, os turistas visitem a basílica para usufruir da vista panorâmica sobre a cidade. Ainda em Paris existe o memorial de La Shoah, um museu dedicado à tragédia do Holocausto que tem uma parede com nomes dos judeus que foram deportados de França entre 1942-

1944, e por último, em Budapeste com o Zsidó Múzeum, podemos ver o museu judaico também dedicado aos acontecimentos do Holocausto onde, mais de 600 mil judeus foram enviados para campos de concentração. Estes museus memoriais podem não possuir qualquer infraestrutura e serem apenas murais; esta arquitetura apoia-se em Pierre Nora e em André Malraux que defendem a possibilidade de existirem museus sem paredes (Malraux, 2015 [1965]). Estes museus surgem com as funções de relembrar os indivíduos relativamente a acontecimentos marcantes do passado, o que, por sua vez, também trouxe consigo vários pedidos de restituição, como aconteceu com os bens confiscados a inúmeros elementos da comunidade judaica por volta de 1990 pois só após a queda do Muro de Berlim (1989) é que se iniciou a localização de muitos objetos que se julgavam perdidos.

No que diz respeito a centros culturais podemos ter como exemplo o George Pompidou, em Paris, o Copernicus Science Center, em Varsóvia e o Atomium, em Bruxelas. Todos eles se regem pelo princípio de oferecer as melhores atividades num só complexo, ligando-se a um público muito vasto e geral, isto é, a crianças, jovens e a adultos. Em todos estes edifícios encontram-se projetos e ações baseadas na importância dos serviços culturais e educativos.

Outro exemplo são os museus abertos e ao ar livre como o caso dos metropolitanos. Em 1854 foi construído o primeiro metropolitano do mundo, o metro de Londres da autoria de Charles Pearson. O metropolitano de Londres é considerado o segundo maior do mundo sendo só superado pelo metropolitano de Xangai, na China, que conta com mais de 250 estações e mantém características como a frase «*mind the gap*», a publicidade dentro do metropolitano e acessibilidade.<sup>4</sup> Nos dias de hoje, o metropolitano de Londres apresenta-se em tubos cinzentos e com pequenos painéis de azulejos nas estações próximas do Palácio de Buckingham ou do complexo comercial *Harrods*. Os mesmos azulejos acabam por se refletir nas infraestruturas dos metropolitanos. No caso português, as pessoas tendem a ver o metropolitano como um museu ao ar livre e aberto durante o seu período de funcionamento. Já relativamente à própria empresa, o metropolitano é visto para além da sua função de circulação,

---

<sup>4</sup> Excertos de informações retiradas do *website* - <http://mapadelondres.org/metro-de-londres-quase-150-anos-de-historia/> - consultável a 29 de maio de 2016.

existindo também a preocupação de criar valor e transmitir conhecimento através dos seus espaços aos passageiros.

O projeto do metropolitano de Lisboa, iniciado em 1888, pelo engenheiro-militar Henrique de Lima e Cunha, já tinha previsto nesta altura uma possível rede com várias linhas. No ano de 1959, existia um novo sistema de transporte público que tinha a forma da letra «y» entre Sete Rios – Marquês de Pombal – Entre Campos – Restauradores. Esta conexão originou um tráfego de 15,3 milhões de passageiros. O metro subterrâneo de Lisboa era na altura, o 14.º da Europa e o 25.º do Mundo. O êxito e a criação do metropolitano de Lisboa influenciaram a constituição da cidade, em parte por se tratar de uma instituição nacional. Até ao corrente ano foram introduzidas novas linhas e ligações, tendo atualmente uma rede com 44,2 quilómetros de extensão distribuídos por 56 estações. Esta rede foi essencialmente pensada para mobilizar as zonas abrangidas pela rede metropolitana. A mobilização destas zonas-centrais e periféricas à cidade lisboeta realça a importância da estação de metropolitano que se situa no aeroporto de Lisboa.



Figura 2.1 – Fotografia na estação de metropolitano *Hyde Park Corner* em Londres.

Atualmente existem inúmeros museus com ligações ao mundo do desporto, sobretudo a clubes de futebol como o Museu Benfica-Cosme Damião, o museu do Real Madrid, o museu do Futebol Clube do Porto e, mais recentemente, a recuperação da sala dos troféus do Sporting Clube de Portugal. Estes museus possuem um aspeto em comum, o de mostrar aos seus visitantes os vários troféus e prémios alcançados pelos clubes, assim como potenciais jogadores que se iniciaram no clube e que foram relevantes para o mesmo ao longo das suas carreiras. Quando se vai ao estádio Santiago Bernabéu deslocámo-nos ao museu inserido nos complexos do estádio, pagando um ingresso que custa cerca de 20€ por pessoa que dá acesso à exposição de troféus, a uma vista panorâmica do estádio, aos balneários e aos bancos onde se sentam os vários jogadores e treinadores de ambas as equipas. Este ingresso permite aos visitantes um contraste entre uma sala de prémios e o próprio relvado.<sup>5</sup>

Já o museu Benfica-Cosme Damião trata-se de um aglomerado à periferia do estádio do Sport Lisboa e Benfica que se torna muito completo à imagem da sala de exposições que se pode ver no Santiago Bernabéu. O museu divide-se em três pisos, 29 áreas temáticas e em duas dessas, oferece-se aos visitantes, a capacidade da experiência, isto é, usufruir de áreas multimédias à base de um simulador e de um filme. Deste modo, os visitantes podem ter acesso a todas as dinâmicas presentes no museu como também ao próprio estádio, passando pelo relvado e pelos balneários da equipa visitante. O museu do Benfica é orientado numa perspetiva que, num prisma inicial, apresenta os principais troféus e as taças mais importantes conquistadas pelas várias modalidades do clube sendo que, posteriormente, ao fazer a transição para os restantes andares, apresenta a presença do clube na cidade de Lisboa, desde o local onde foi disputado o primeiro jogo, até aos dias de hoje, percorrendo também os jogadores, treinadores e presidentes desde a sua fundação até à atualidade. Este museu para além de ser um museu desportivo é também um museu cultural uma vez que contrasta a vertente desportiva com uma vertente mais histórica e social. O museu funciona diariamente com oito a doze pessoas. Um segurança, duas pessoas na parte bilhética, duas a três pessoas no piso inicial, uma no primeiro piso destinado ao associativismo cultural, duas no último piso, uma responsável por todos os pisos e duas pessoas pelo menos, na parte dos escritórios

---

<sup>5</sup> Para mais informações, consultar o seguinte *website* – [www.realmadrid.com/estadio-santiago-bernabeu](http://www.realmadrid.com/estadio-santiago-bernabeu) - consultado a 13 de julho de 2016.



onde as mesmas tendem a dar resposta a grupos, festas de aniversário, entre outros. Ainda assim, até setembro de 2016 encontravam-se em estágio<sup>6</sup> cerca de 2 estudantes, enquanto os restantes funcionários já eram colaboradores «efetivos do museu».<sup>7</sup> O horário do funcionamento do museu é entre as 10h00 e as 18h00 e a atribuição de pisos e funções é feita de forma aleatória e rotativa de maneira a que os funcionários ganhem maior experiência, à exceção do segurança e da responsável do piso. A estas funções dá-se um nome, a mediação cultural.

Por sua vez, o museu do Sporting Clube de Portugal situa-se no primeiro andar do estádio José Alvalade e conta com 8 áreas dedicadas a jogadores e alguns dos seus objetos pessoais bem como taças do próprio clube. Todos os visitantes podem ver objetos como a bicicleta de Joaquim Agostinho e também, as sapatilhas de Carlos Lopes. Noutra perspetiva e semelhante, ao panorama benfiquista, os visitantes também podem ver filmes e fotografias dedicados a momentos da época dos «Cinco Violinos».<sup>8</sup>

Por último, o museu inserido no estádio do Dragão, o museu do Futebol Clube do Porto mostra aos visitantes a importância de seguir as estrelas; o astro azul segue os visitantes desde ao início da visita até ao final da mesma. O museu também apela à noção de experiência aos visitantes face a uma atmosfera única<sup>9</sup> tendo sido distinguido pela Associação Portuguesa de Museologia (APOM) pelas memórias na Liga dos Campeões da UEFA.

---

<sup>6</sup>A instituição forma anualmente, desde da sua criação e abertura (2013), protocolos com escolas e institutos superiores. A grande maioria dos estagiários têm já uma experiência com o Museu, isto é, muitas vezes acontece que os estagiários realizam uma continuação do estágio de ano para ano com uma duração de três meses; muitas das vezes, estes estagiários podem também encontrar-se dependentes deste estágio para conclusão do seu ano letivo.

<sup>7</sup> Esta definição de «colaboradores efetivos» destina-se à denominação de historiadores, assistentes de museu e mediadores culturais que já se encontram efetivamente a trabalhar no Museu Benfica – Cosme Damião.

<sup>8</sup> Para mais informações, consultar o seguinte *website* – [www.sporting.pt/pt/clube/museu/introducao](http://www.sporting.pt/pt/clube/museu/introducao) - consultado a 13 de julho de 2016.

<sup>9</sup> Consultar o seguinte *website* – [www.fcporto.pt/pt/museu/Pages/museu-fc-porto.aspx#ancora\\_topo](http://www.fcporto.pt/pt/museu/Pages/museu-fc-porto.aspx#ancora_topo) – disponível a 13 de julho de 2016.

Posto isto, é credível que, nos dias de hoje, os museus se encontrem um pouco por todo lado, sendo acessíveis à generalidade da população pois são espaços multiusos que facilmente podem ocupar lugar dentro da esfera social.

### 3. AEROPORTOS

« (...) Os aeroportos são pequenas cidades com atmosfera única; mais do que pontos de chegada e partida, são locais de encontro, de emoções e de descoberta; espaços cosmopolitas, de cruzamento de gentes e culturas. Na ANA, SA, damos vida aos aeroportos (...) » (ANA, SA, 2012)

Os aeroportos são um dos principais palcos onde várias apetências se podem manifestar, de forma simultânea, levando a que exista por si só, uma grande concentração e variedade de ofertas e serviços. A concentração foca-se essencialmente na satisfação dos seus usuários, um fator que é primordial em todo o contexto aeroportuário. A possibilidade de escolha de um serviço e/ou produto pode condicionar a escolha ou a preferência por determinado aeroporto, ou seja, a possibilidade de desenvolver uma nova oferta, encontra-se desde logo associada a estratégias de *marketing* que procuram a promoção dessa mesma oferta (Colbert, 2000: 70-90), porque acima de tudo, museus e aeroportos são lugares de consumo. Deste modo, os aeroportos são cada vez mais locais de sensações, sentimentos, desejos e emoções, e essencialmente, de experiências. Nos dias de hoje, os aeroportos são lugares destinados às experiências dos próprios passageiros e essa premissa rege a grande maioria dos seus princípios primordiais.

« (...) (1) the airport leaves the city, (2) the city follows the airport, (3) the airport becomes a city, and (4) an extended aerotropolis emerges outward from the airport city (...) » (Kasarda, 2015: 12)

Nos últimos 10 anos, os aeroportos tornaram-se cada vez mais distintos entre eles. Sempre foram empresas complexas, porque juntam inúmeros serviços, funções e públicos, e todos eles devem cooperar em conjunto e em função do seu funcionamento e dos seus passageiros. No final da década de 80 e início da década seguinte, os aeroportos europeus e norte-americanos lideravam os *rankings* de aeroportos com maior circulação de passageiros, sendo utilizados por milhões de indivíduos (Doganis, 1992). A partir do momento em que o transporte aéreo aumentou, ou seja, nos finais dos anos 90, começou a fazer sentido pensar-se em *airport cities* porque são os maiores espaços públicos em áreas metropolitanas (Kasarda, 2013). No entanto, os que deram uso e aso à perspectiva evolucionista de Kasarda foram maioritariamente aeroportos do contingente

asiático como os aeroportos de Haneda, Narita, Osaka (ambos do Japão), Hong Kong (China) e de Singapura.

### 3.1 MUSEUS EM AEROPORTOS

De modo a justificar estas premissas apoiadas por Kasarda, refere-se museus em aeroportos que já têm lugar no século XXI. Por exemplo, o aeroporto Internacional Seoul Incheon, o aeroporto Internacional de Mumbai e ainda o aeroporto Internacional de São Francisco (Kasarda, 2016). Estes aeroportos são *airport cities* porque tem uma ramificação diversa de ofertas. O facto de os mesmos já existirem tornam a proposta para o aeroporto Humberto Delgado mais credível sendo que já se encontram patentes alguns exemplos.

Ao existirem *airport museums* prova-se que os museus podem ter um lugar especial nos aeroportos e que os mesmos são importantes para a sua capacidade enquanto aeroportos. Estes três exemplos de aeroportos internacionais que possuem museus nas suas infraestruturas são de grande relevância, tanto para o contexto aeroportuário como para o museológico.

Como primeiro exemplo, temos o aeroporto Internacional Seoul Incheon, na Coreia do Sul, que permite aos seus passageiros visitar um museu cultural da Coreia sem sair do aeroporto onde se encontram. Deste modo, propicia-se uma ida à Coreia que pode ser feita numa potencial escala entre voos. Durante os anos de 2005 a 2014, este aeroporto ganhou o prémio de *Best Airport Service Quality* (ACI, 2015).

Este aeroporto apresenta como principal motivação aproveitar a intensidade da cultura coreana e mostrá-la aos seus visitantes de modo a que estes desfrutem do seu tempo para assistir a diversas formas tradicionais coreanas. É quase como se fossemos dirigidos para um «dia coreano» onde pudéssemos ver espetáculos coreanos, trajes de dinastias coreanas, artes tradicionais e gravuras. É permitido aos passageiros criarem os seus próprios *souvenirs* para levarem consigo, como estojos, leques e bolsas, potencializando, deste modo, o incentivo à experiência. No entanto, este museu no aeroporto age em coordenação com o Museu Nacional da Coreia funcionando como um

meio de introdução da cultura coreana aos viajantes e aos estrangeiros. O aeroporto torna-se como um meio onde se pode experienciar a grande maioria das ações.

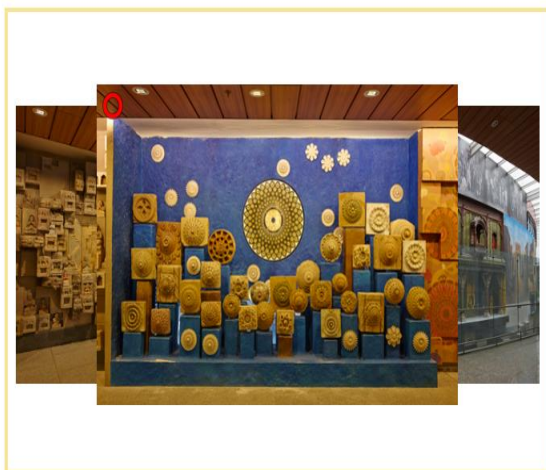


Figura 3.1 – Exemplo de *Thresholds* no *Jaya He GVK Museum* no aeroporto Internacional de Mumbai, Chhatrapati Shivaji.

Temos o aeroporto de Chhatrapati Shivaji ou melhor, o Aeroporto Internacional de Mumbai que também se caracteriza pela experiência que o aeroporto proporciona. Os viajantes desembarcam e são acompanhados por várias obras de arte enquanto passam as passarelas rolantes. O aeroporto tenta fazer com que os passageiros percebam a complexidade de fenômenos que existem na Índia à base de mudanças, sonhos e memórias. O aeroporto também alerta para um pormenor especial que é a marcação e a comemoração de cada viagem-

O *Jaya He GVK* situa-se no terminal 2 e possui como objetivo introduzir este contexto aos seus viajantes. Inicialmente pensou-se que poderia refletir o ambiente e o contexto amplo do aeroporto e da própria cidade de Mumbai. A coleção que se encontra neste museu diz respeito à demonstração da arte pública que existe na Índia. Encontra-se por sua vez localizada em dois locais apenas, no setor de chegadas e num muro que acompanha os passageiros até à saída e recolha de bagagem. São essencialmente obras de arte representativas da cidade e possuem um papel de manter a própria arte viva. Deste modo, o *Jaya He GVK* tenta mexer com as pessoas fazendo com que se origine sensações, ou seja, tentar mostrar aos visitantes que estão no coração de uma região sul-asiática.

No contexto americano, temos o aeroporto de São Francisco, criado em 1927 e que era intitulado de Mills Field Municipal Air Port of San Francisco, tendo passado por várias modificações estruturais e também de nome. Em 1954, passou a ser reconhecido como San Francisco Airport, tendo mudado pouco tempo depois para o seu nome atual, San Francisco Internacional Airport. Já o museu instalado dentro do aeroporto foi criado em 1979 e apresentava como missão ser uma demonstração da preocupação que o aeroporto possuía relativamente aos cortes financeiros impostos à área artística pela cidade de São Francisco.

O SFO Museum assegurou a existência de exposições temporárias de modo a garantir a exposição de belas-artes no aeroporto, tendo sido desenhado de modo a ocupar o espaço dos terminais. A partir desta iniciativa criou-se o *Bureau of Temporary Exhibitions*, onde as primeiras exposições foram um sucesso e originaram vários comentários positivos por parte do público em geral. Mais tarde, o *Bureau* começou a recolher objetos para uma coleção permanente, tendo em vista a exposição de objetos e itens relacionados à aviação comercial. À medida que o aeroporto se expandiu, as exposições cresceram levando à incorporação de espaços formais de galerias dentro dos espaços dos terminais.

Em 2003, o aeroporto de São Francisco recebeu da *American Alliance of Museums* (AAM), a creditação nacional de museus. Também no ano de 2003, foi construído um novo terminal internacional onde se incluíram novas salas. Nos dias de hoje, a sala *Aviation Museum and Library* apresenta-se como uma réplica em escala reduzida, retratando alguns passageiros do terminal do aeroporto datados de 1930.

Em maio de 2016, tiveram lugar cerca de 20 exposições ao longo dos terminais do aeroporto de São Francisco em áreas distintas quer nas áreas que antecedem o controlo de segurança quer nas áreas imediatamente após esse controlo. O facto de haver várias exposições ao longo dos terminais do aeroporto permite aos passageiros o usufruto da cultura usando os passageiros e o aeroporto como meios de produção cultural.

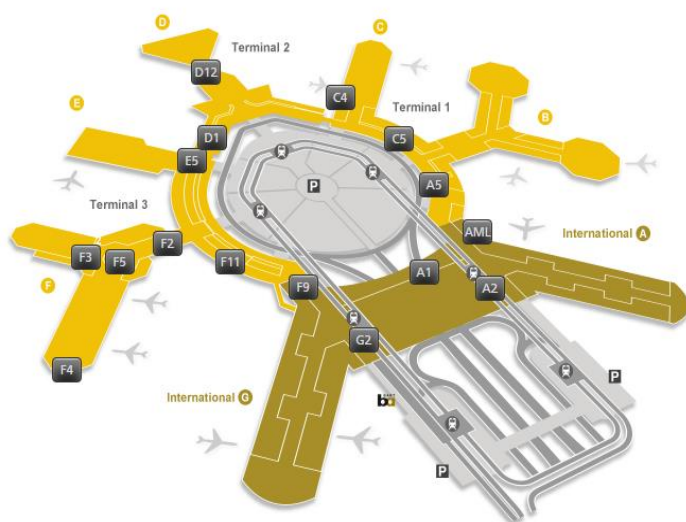


Figura 3.2- Mapa de Exibições que estavam em vigor no aeroporto de São Francisco em maio de 2016. Cada ponto preto indicado com uma letra indica por sua vez, uma exibição nesse local.

10

### 3.2 AEROPORTOS E SERVIÇOS

Após focar a nossa atenção nos *airport museums*, torna-se importante perceber alguns exemplos de aeroportos que acompanham as evoluções que se registam na sociedade e ainda, os outros, os que pararam no tempo. Numa primeira instância, apresentam-se três exemplos, as *airport cities*, os aeroportos intermédios e aeroportos tradicionais.

Como primeiro exemplo de uma *airport city*, temos o aeroporto de Heathrow em Londres, sendo o mesmo considerado como uma cidade que se encontra operacional (Kasarda, 2013). Em termos internacionais, este aeroporto sempre teve tendência para se aproximar da ideia de *aerotropolis*, ou seja, a ideia de ser um centro que realiza as necessidades dos seus utilizadores (Kasarda, 2010). Desde de 2004, o aeroporto assemelha-se a um centro comercial, onde existe uma vasta capacidade de organização, segurança e de ofertas. Em seguida, temos o aeroporto Internacional Seoul Incheon que no passado ano de 2015 apresentou um tráfego aproximado de 49 milhões de passageiros. E, por último, temos o aeroporto Internacional do Dubai que já foi utilizado por mais de um bilião de passageiros, tornando-se no maior espaço de viagens internacionais no passado ano 2015. Contudo, os Emirados Árabes pretendem ainda investir cerca de 32 mil milhões de dólares no segundo aeroporto da região, o aeroporto de Dubai Al Maktoum para que o mesmo passe a possuir capacidade para receber 20

<sup>10</sup> Mapa de exposições retirado do website do San Francisco Internacional Airport.

milhões de passageiros (Pimentel in *Observador*, 2014). A questão arquitetónica neste aspeto também se torna relevante dado que a mesma é explorada e impulsionada face ao turismo cultural e está ligada à promoção turística e cultural da cidade onde, se encontram tanto os museus como os aeroportos (Lopes, 2006).

Os aeroportos intermédios são aeroportos que realizam esforços para poder oferecer aos passageiros as melhores condições possíveis. Nesta classificação de intermédio, incluem o aeroporto Humberto Delgado (Lisboa), o aeroporto de Stansted (Londres) e o aeroporto de Ciampino (Roma). Debrucemo-nos sobre este último, em Roma, onde podemos ver o terminal de chegadas, como uma cópia insuficiente do terminal 2 do aeroporto de Lisboa. Em Ciampino, a circulação populacional é limitada e não tem qualquer hora de fecho; ou seja, é permitida a estadia de indivíduos por várias horas naquele espaço. No entanto, a vigilância persiste. Existe um espaço que possui dois bancos com oito lugares ao total, um café, uma mini loja de conveniência e alguns postos onde se podem pedir informações turísticas. Esta loja de conveniência, café e postos de informações por sua vez, fecham às 00h00 e só reabrem por volta das 05:00, como o terminal das partidas de CIA. Neste terminal também somos confrontados com a não-divisão entre salas de espera, postos para despacho de malas, os postos de *check-in* e os controlos das malas de cabine, assim como no terminal 2 presente em Lisboa. O *Divers* também é semelhante ao que existe em Lisboa também no terminal 2. No terminal das partidas, a sala de espera situa-se no mesmo espaço da loja de conveniência possuindo apenas uma separação devido às portas de embarque que divide os passageiros oriundos do espaço *Schengen* e os que vêm de destinos fora desse espaço. No total existem 20 portas de embarque, duas das quais não funcionam. Por outro lado, o aeroporto destina-se maioritariamente ao espaço aéreo e ao transporte de pessoas, sendo que as ofertas ao público são escassas, não existindo, por exemplo, espaços de lazer nem de qualquer tipo de entretenimento.<sup>11</sup> Neste aeroporto, a experiência que o interveniente possui é praticamente nula devido à inexistência de ofertas e serviços à sua disposição sendo que o tempo de espera no aeroporto pode vir, por vezes, a prolongar-se por diversas horas.

---

<sup>11</sup> Excerto de conversa informal com interveniente no Aeroporto de Ciampino (Roma) datada de 19 de fevereiro de 2016.



O aeroporto de Stansted, em Londres, por sua vez pode ser posto num pé de igualdade com o terminal 1 do aeroporto de Lisboa. Em ambos somos sujeitos a um controlo de passaportes, malas e ainda de vestuário num compasso de espera correspondente a quase 15/20 minutos por voo. Passada esta fase, deparamo-nos com imensos corredores com tapetes de bagagem que nos levam a um minicentro comercial. Este aeroporto apresenta praticamente os mesmos serviços oferecidos em Lisboa perto do *living spot* e acrescenta duas sucursais de cadeias alimentares conhecidas onde as mesmas trabalhavam «24-7». A importância da segurança também estava presente através de polícias que circulavam pelo aeroporto armados. Existem várias lojas de conveniência e vários acessos à cidade como autocarros, comboios e serviços de *rent-car*. À saída do aeroporto de Stansted, somos sujeitos aos mesmos compassos de espera iniciais onde podemos ser alvo de controlo de objetos.

Numa última perspetiva, temos um exemplo de um aeroporto tradicional, isto é, um aeroporto que ainda não regista qualquer alteração face às transformações ocorridas nas esferas sociais. A classificação de aeroportos tradicionais pode visualizar-se no aeroporto de Beauvais-Tille (Paris). Este aeroporto encontra-se longe de alcançar qualquer estatuto de *airport city*, uma vez que as suas infraestruturas se regem por uma simplificação mínima do serviço ao passageiro. O aeroporto de Beauvais em Paris é, sem dúvida, um aeroporto que Kasarda caracterizaria como tradicional. À saída do avião, apenas nos deslocamos para uma pequena sala onde esperamos pelas nossas malas a circular em dois tapetes rolantes existentes. Um polícia à porta, armado com uma metralhadora, como em Stansted, e depois uma porta que dá lugar à via para se apanhar um autocarro para a cidade. Não existe mais nada. Para voltar, a situação não se inverte, despacha-se a mala em dois *check-ins* e passa-se um segurança que visualiza a sua mala de cabine. Apresentam-se os bilhetes e deslocámo-nos para uma sala de espera pequena. Nesta sala de espera pode ir apenas ao café/restaurante e pagar, por exemplo, 6€ por uma cerveja.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Excerto de conversa informal com interveniente no Aeroporto de Beauvais-Tille (Paris) datada de 9 de março de 2015.

### 3.3 AEROPORTO DE LISBOA-HUMBERTO DELGADO

O aeroporto de Lisboa que, outrora denominado Aeroporto da Portela, foi inaugurado em outubro de 1942. Atualmente intitula-se Aeroporto Humberto Delgado, em homenagem ao oficial militar que foi um dos responsáveis pela fundação da TAP (Transportes Aéreos Portugueses). Esta homenagem e modificação de nome do aeroporto vem em conformidade com alguns exemplos de aeroportos europeus, homenageando figuras cruciais para o país como é o caso do aeroporto Charles DeGaulle, em Paris. O aeroporto tem dois terminais, o terminal 1 é o principal *hub* para as companhias aéreas, e o terminal 2, mais dedicado às companhias *lowcost*. Por sua vez, podemos ver o aeroporto de Lisboa como o aeroporto português com maior fluxo e maior circulação de passageiros relativamente aos restantes aeroportos do grupo ANA, SA que, inclui também, o do Porto, Algarve, Madeira, Açores e Alentejo.

O aeroporto de Lisboa é considerado um aeroporto moderno. Na ótica de intervenientes e usuários do aeroporto de Lisboa, visualiza-se um aeroporto que se desenvolveu e criou espaços para as pessoas.<sup>13</sup> Este aeroporto sofreu várias transformações no que toca à capacidade de ofertas no terminal 1, se tivermos como exemplo, o *Air Shopping Center* e o *living spot*, uma sala de espera localizada perto de ofertas necessárias como a farmácia, cafés, mesas de *check-in*, *WC's*, entre outros. As salas de espera, para além dos postos de controlo são cor-de-rosa e possuem bancos e cadeiras onde as pessoas podem observar as diversas pistas e aviões. Já no terminal 2, que atualmente, já se encontra em remodelação, todas as comodidades tendem a diminuir e a divisão entre os balcões de *check-in* e a respetiva sala de espera é mínima. Neste terminal, a sala de espera direciona-nos para as portas de embarque. A única escapatória possível são duas lojas de conveniência e um restaurante de *fast-food* que, independentemente das horas, parece estar sempre cheio. Perante isto, torna-se evidente, tanto no terminal 1 como no 2, que existe um exigente controlo relativamente a documentos de identificação, malas de cabine e de passageiros, promovendo e assegurando desta forma a segurança dos passageiros.

---

<sup>13</sup> Conversa informal com interveniente no Aeroporto de Lisboa datada de 9 de março de 2015.

No aeroporto de Lisboa, as iniciativas culturais são menos frequentes. A existência de qualquer iniciativa ou implementação de uma nova infraestrutura neste contexto aeroportuário tende a ser mais comum no aeroporto Sá Carneiro, no Porto, onde existem várias exposições na zona central do aeroporto, facto que se deve reger a meras condições operacionais e administrativas.<sup>14</sup> A existência de parques infantis ocorre nos aeroportos do grupo ANA, SA, nomeadamente no aeroporto do Porto e de Faro. No entanto, o aeroporto de Lisboa tende a apostar na área de *lounge* e na assistência personalizada aos passageiros.<sup>15</sup> Esta aposta encontra-se relacionada com as preocupações que abrangem todos os aeroportos, isto é, com os *business passengers*, os quais tendem a ser mais importantes que os *leisure passengers* (Serraninho, 2013). Nesta perspetiva, o grupo ANA salienta que foi criado um serviço especialmente idealizado para os primeiros passageiros (*business passengers*), que se intitula de *fast track*, implementado apenas nos aeroportos de Lisboa e Porto.<sup>16</sup> No entanto, a maioria destas obras tiveram em vista a implementação de uma área de *SPA & Wellness* na área de *lounge*, a assistência personalizada ao cliente *premium* e a criação de uma aplicação, a ANA PT Airports, que disponibiliza informações do voo, *check-in*, bagagem, lojas, serviços e informações.<sup>17</sup>

O aeroporto Humberto Delgado e os restantes aeroportos do grupo tiveram cerca de 35 milhões de passageiros em 2015. Também nesse mesmo ano, o negócio dos serviços de aviação pertencente ao grupo ANA gerou um total de 377,5 milhões de euros, enquanto o de serviços de não-aviação gerou cerca de 132,4 milhões de euros.

### **3.4 LEVANTAMENTO-AEROPORTOS E SERVIÇOS CULTURAIS**

Em 2014, de acordo com as escolhas dos passageiros, nomeadamente no que toca a comodidade, conforto, oferta e serviços, o melhor aeroporto a nível mundial situava-se

---

<sup>14</sup> Nota retirada de uma conversa informal com o Dr. Anísio Franco, Curador e Conservador do Museu Nacional de Arte Antiga datada de 27 de abril de 2016.

<sup>15</sup> Nota, Departamento de Marketing do grupo ANA, SA datada de 15 de março de 2016.

<sup>16</sup> Nota, Departamento de Marketing do grupo ANA, SA datada de 17 de março de 2016.

<sup>17</sup> Nota, Departamento de Marketing do grupo ANA, SA datada de 17 de março de 2016.

no contingente asiático, mais precisamente, em Singapura. O aeroporto Changi Singapore serve cerca de 54 milhões de passageiros por ano e possui uma oferta variada, como jardins verticais, salas de cinema, estufas de borboletas e um hotel, o Crowne Plaza Hotel. A nível europeu, a distinção foi entregue ao Aeroporto de Munique, no qual já se realizaram competições de ténis e que é considerado como uma porta de saída da Baviera para o mundo (*Observador*, 2015). Ainda relativamente aos melhores aeroportos de 2014, segundo o ranking do ACI, as dez primeiras posições são ocupadas exclusivamente por aeroportos das principais cidades asiáticas e europeias (ACI, 2015): Changi Singapore, Incheon Seoul Internacional, Munich, Internacional Hong Kong, Zurich, Central Japan Internacional, Heathrow London, Schipol e Beijing Capital Internacional. Nos últimos anos, temos assistido a um conjunto de aeroportos que se preocupam cada vez mais com a satisfação dos passageiros como os casos do Internacional Indianápolis Airport, Seoul Gimpo Internacional Airport e o Chhatrapati Shivaji Internacional Airport em Mumbai (ACI, 2015). Este último teve em 2014 um total de 35 milhões de passageiros e é equiparado a uma porta principal para onde viajam mais de 50 companhias aéreas.<sup>18</sup>

A evolução de todos estes aeroportos e, em especialmente os aeroportos onde tiveram lugar nas primeiras transformações nos anos 90 (Haneda, Narita, Osaka, Hong Kong e Singapura), trouxeram muitos incentivos tanto a nível de ofertas como também no que toca ao acréscimo económico (Doganis, 1992: 22-24). Este mesmo acréscimo justificou-se devido à análise e à medição da *performance* dos próprios aeroportos onde se avaliam parâmetros como a higiene, conforto, conveniência e serviço ao consumidor, em formato de *survey* aos passageiros, num conjunto superior a 1850 aeroportos a nível mundial. Este inquérito criado em 2006 – ASQ Survey – serve para medir a satisfação dos passageiros quando os mesmos se encontram nos aeroportos e naturalmente, o nível de satisfação dos passageiros se torna cada vez mais elevado. A condição da satisfação dos passageiros tem vindo a aumentar e a mesma tornou-se importante e crucial para o desenvolvimento aeroportuário. Desse modo, os aeroportos tendem a possuir cada vez mais serviços distintos e o fórum ACI tenta garantir que estes serviços atinjam os níveis de satisfação esperados e que os mesmos sejam usufruídos com segurança, ambiente e

---

<sup>18</sup>Esta informação foi retirada do *website* -[www.mumbaiairport.com](http://www.mumbaiairport.com) -a 28 de abril de 2016.

bem-estar pelo próprio passageiro (ACI, 2015). Este fórum organiza-se segundo as melhores opções para os passageiros baseadas nas suas avaliações, isto é, no que toca à comodidade, conforto, ofertas e serviços presentes em cada aeroporto sendo que, o fórum no final de cada ano, reúne todas as respostas dadas pelos passageiros pelo – *ASQ Survey* – de modo a obter a posição de cada aeroporto a nível mundial.

O *Airport Service Quality* (ASQ) que mede as melhorias e as intervenções dos aeroportos a nível internacional origina por sua vez, um inquérito para medir a satisfação dos passageiros nos aeroportos enquanto estes lá se encontram. A medição criada em 2006 é então, feita pelos passageiros sendo que é através dos inquéritos realizados, que são atribuídos os *awards* de melhores aeroportos. Por exemplo, em 2015, teve lugar uma nomeação de melhores aeroportos por região, por tamanho, por *best improvements* e ainda, por aeroportos regionais. Chamamos à atenção para os melhores aeroportos com as melhores condições (conforto, serviços, oferta e comodidade) nos vários continentes. No contexto africano damos relevância aos aeroportos da Cidade do Cabo, Durban, Mauritânia, Cairo e Joanesburgo e no contexto asiático e/ou aeroportos no oceano Pacífico, temos o Seoul Incheon (Coreia do Sul), Singapura, Beijing, Xangai Pudong e Deli. Já no contexto europeu, vemos representados os aeroportos de Moscovo Sheremetyeyo, Zurique, Keflawik, Malta e Porto. Na região da América-Latina, Guayaquill, Cancun, Montego, Nassau e Puerto Vallarta e na América do Norte, temos os aeroportos de Indianápolis, Otava, Tampa, Sacramento e Jacksonville. E por fim, no Médio-Oriente temos os aeroportos de Abu Dhabi, Doha, Telavive e Queen Alia-Amnan. Por outro lado, temos também como *best improvements*, os aeroportos de East London, Kolkata, Gutenberg, Nassau e Queen Alia-Amnan e San Antonio que no último ano de 2015 aumentaram as suas condições de modo a proporcionar uma melhor oferta ao passageiro.

A evolução que se regista nos aeroportos aproxima a imagem da cidade à imagem dos aeroportos sendo também acompanhada por novos princípios baseados em clientes e em rotas, isto porque também se aumentou o número de receitas de serviços de não-aviação (Zenglein, 2007: 17). O sector dos serviços de não-aviação, agora presente na grande maioria dos aeroportos, é a principal porção de lucro para os aeroportos e a mais importante para o passageiro e, desse modo, os passageiros também assistem a uma

evolução deste tipo de serviços e acabam por contribuir para o crescimento do lucro relativamente a estes serviços.

Proporcionar ofertas de cariz cultural coloca os aeroportos na mesma linha que os museus, isto porque ambos os contextos tendem a lutar por públicos, receitas e ideias, o que coincide com uma perspetiva *darwinista*; só os mais fortes tendem a prosperar porque conseguem adaptar-se a novas mudanças e a novos princípios. Neste sentido, podemos também pensar em questões relativas a aspetos de competição entre espaços com as mesmas funções, neste caso específico em questões de concorrência entre aeroportos, e de preferência por parte dos passageiros. Estes casos são sobretudo visíveis e têm talvez mais importância em situações onde existem, pelo menos, dois aeroportos que servem uma região em comum, podendo ser usados como pontes de ligação entre essa região e outros destinos mais longínquos. Podemos olhar para Londres, a capital de Inglaterra, que possui quatro aeroportos situados em zonas periféricas em relação ao centro da cidade e que se encontram espalhados ao redor da mesma. Os aeroportos de Luton e Stansted cobrem a zona a norte da cidade londrina, enquanto o aeroporto de Heathrow, um dos maiores aeroportos a nível europeu e o que regista o maior tráfego no Reino Unido, se encontra situado numa zona mais ocidental em relação ao centro de Londres, estando, por fim, o aeroporto de Gatwick a cobrir a zona mais a sul da capital inglesa. Apesar de se encontrarem em espaços geográficos distintos, as possibilidades disponibilizadas aos indivíduos que pretendem viajar para Londres recorrendo ao avião, torna quase obrigatória que estes aeroportos procurem desenvolver as suas infraestruturas de modo a distinguirem-se uns dos outros, tendo como finalidade conquistar o maior número de passageiros.

No que respeita ao contexto português, o aeroporto Sá Carneiro no Porto apresenta-se como um dos cinco melhores da Europa. É importante pensar nisto porque este aeroporto não é o principal aeroporto de Portugal. Contudo, tem sido reconhecido mundialmente e revela-se com a maior influência na Europa por esse fator. Deve-se ter em conta que o aeroporto foi construído de modo a ter sempre capacidade para se expandir podendo atingir cerca de 15 milhões de passageiros. Os principais destinos, no ano de 2012, neste aeroporto respeitam a cidades como Paris, Genebra, Madrid, Lisboa e Frankfurt. Neste âmbito, o aeroporto de Lisboa deve perceber que muitas das atividades que são levadas a cabo no aeroporto Sá Carneiro deveriam ser transmitidas

e/ou transferidas para o principal aeroporto de Portugal, porque é neste aeroporto que circulam mais passageiros e é nele que se dá o principal acesso a Portugal. No entanto, o aeroporto do Porto pode efetivamente ser expandido territorialmente ao contrário do de Lisboa e pode até pensar-se numa transição de estatuto da própria «capital de passageiros». Esta transição automatiza-se a partir do momento em que o aeroporto Sá Carneiro apresenta melhores condições para se tornar um *airport city* que o aeroporto Humberto Delgado ou de forma mais rápida.

Com este levantamento pudemos observar as várias estratégias e serviços levados a cabo por vários aeroportos de modo a promoverem os seus espaços a atraírem o maior número de clientes, revelando o lado mais empresarial que os aeroportos podem possuir. A questão do desenvolvimento no próprio aeroporto e no seu redor torna-se crucial tanto para o aeroporto como também para os contextos que o rodeiam.

#### 4. MUSEUS E AEROPORTOS-A JUNÇÃO

A partir do momento em que focamos museus e aeroportos, percebe-se que existem vários aspetos associados entre eles e que ambos se tornaram dependentes destes contextos. O turismo, a globalização e a concorrência existente tornaram-se os principais fatores nestes dois espaços. No entanto, todos estes fenómenos e variantes precisam de estar bem delineados para que seja possível elaborar um estudo concreto e real. Para tal, estes campos e respetivos fenómenos precisam de estar visíveis e legíveis aos públicos que os recebem e que neles residem. Podem ser vistos como campos de representação (Bennet, 1995: 29-38) onde, tende a existir simulação cultural e de fascínio (Message, 2006).

A importância do simulador cultural é a de dar experiências aos passageiros, isto é, quanto mais pensarmos em formas culturais, mais pensamos no quão será produtivo para os passageiros e para o país. A criação de alternativas turísticas é baseada num sistema de mercado orientado para um determinado público devendo ser criadas as melhores opções para os passageiros e conseqüentemente, os turistas.

Assim, ao pensarmos em novos meios de propagação cultural, estamos a contribuir para que Portugal se torne num destino cada vez mais atrativo para os turistas, tanto a nível europeu como a nível global. Devem-se propagar e potencializar aspetos económicos e culturais de cariz positivo para que as práticas do lazer possam crescer. Graças à existência da tendência para um aumento de ritmos urbanos, por norma, o impacto económico associado tende também a aumentar (Costa, 2001). Deste modo, museus e aeroportos são inundados de acessibilidades e de capital cultural tal como o centro George Pompidou (Message, 2006). Este centro dá lugar à biblioteca pública de informação, a um centro musical e a pesquisas, construído segundo os princípios de André Malraux, que defende que a arte se liberta dos tempos a que se encontra associada (Desvallés e Mairesse, 2013).

A partir do ponto de vista turístico podemos dizer que o turismo evolui conforme o progresso da sociedade (Cunha, 1987: 10-34), ou seja, quanto mais visitantes uma determinada região receber, mais evoluída ela irá ficar, porque deve à partida conseguir oferecer as melhores condições aos seus visitantes. Se usarmos como exemplo Sintra,



vemos que o percurso até ao Castelo dos Mouros e ao Palácio da Pena já se encontra disponível em meia dúzia de alternativas para os visitantes, sendo que as mesmas são dirigidas para todo o tipo de público podendo ser percorridas através de rotas turísticas, autocarros, bicicletas e até mesmo, percursos pedestres. Ao longo da socialização do fenómeno do turismo verificou-se que o mesmo tende a apresentar como principal destino as cidades, porque é nestes espaços que ocorrem formas de atividade cultural através de museus, igrejas, restaurantes entre outros. No entanto, o turismo sempre se fez acompanhar de indivíduos que trazem consigo especificações, uma vez que são estranhos ao contexto que vão visitar, isto é, o fenómeno do turismo sempre foi uma característica dos homens viajantes, enquanto usufruíam da sua condição primitiva. Por ventura, o fenómeno do turismo destituiu-se da condição de sobrevivência sendo, por sua vez, direcionado para a dimensão económica do país onde se encontra. A indústria do turismo tornou-se cada vez mais importante, tanto para a compreensão deste fenómeno, como para a economia. Assim, e tendo em conta que o turismo acompanha o progresso social, salienta-se também a evolução turística no que toca a serviços de transporte, ao número de visitantes e passageiros registados no grupo ANA, SA, para que se possa pensar na possibilidade de se desenvolver uma nova oferta cultural. O movimento dos passageiros nos aeroportos nacionais, entre 2010 e 2014, aumentou cerca de 4,9% (INE, 2014). Segundo o IATA (Internacional Air Transport Association), os passageiros tendem a pensar primeiramente em algumas questões relativas às suas viagens e escolhas de aeroportos, como um voo mais barato, mais direto, um horário conveniente e essencialmente, ter tido uma boa experiência anterior (IATA, 2015).

« (...) o turismo, porque possibilita o contacto com outras comunidades, com outros comportamentos e com outras expressões culturais, tem contribuído decisivamente para a criação e desenvolvimento desta característica da moderna civilização dos tempos livres ou “civilização do saber” (...) » (Vieira, João, 1997: 37)

Salienta-se que os tempos livres e o turismo são manifestações de poder conhecer, ou seja, equivalem a viajar e a aprender (Vieira, 1997). Tanto os parques como os jardins, também podem ser vistos como novas formas de civilização; por exemplo, o Greenwich Park e o Hyde Park enchem-se de massas graças ao fenómeno turístico (Bennet, 1995) e deste modo, a existência de parques ou de jardins presentes nos

aeroportos também nos leva novamente para a questão de que estes espaços são cada vez mais espaços de representações, onde se observa uma continuidade do desenvolvimento turístico juntamente com a comunidade (Bennet, 1995). O aeroporto Internacional de Hong Kong possui um campo de golfe e ainda um parque infantil educacional à semelhança de uma infraestrutura como o Copernicus Science Center, em Varsóvia (*Observador*, 2015), no qual são proporcionadas atividades e jogos educacionais tanto a crianças como a adultos como formas de entretenimento. Já o aeroporto Internacional de Tóquio Haneda possui uma zona comercial com 6 pisos, um restaurante ao ar livre, um terraço e um miradouro. No entanto, a perspectiva cultural está, talvez, melhor representada no aeroporto Internacional de São Francisco pelo qual passaram cerca de 45 milhões de passageiros, em 2014. Este aeroporto é um dos 25 aeroportos mais movimentados do mundo e possui o SFO Museum, onde se podem ver exposições nas galerias dos terminais revelando um ambiente educacional e de entretenimento destinado aos seus passageiros.<sup>19</sup> O fenómeno do turismo cultural é interessante, isto porque o mesmo se encontra relacionado com uma necessidade urgente em conhecer coisas, isto é, a grande maioria de viagens que os indivíduos faz é porque querem conhecer novas coisas, novas culturas, novos monumentos, novos tipos de arte e essencialmente, novas pessoas. Quando surgiu a *Grand Tour*, o que se entendia por turismo cultural era um processo inicial para determinados indivíduos que possuíssem um elevado capital social, cultural e intelectual. No entanto, tal perspectiva mudou e alargou-se o turismo cultural aos restantes grupos sociais. Assim, a essência do turismo cultural<sup>20</sup> é essa mesma, porque pode ser transposta para diferentes países e a cada momento. Como tal, o turismo cultural aumentou a possibilidade aos indivíduos de terem acesso a mais cultura e mais conhecimento sobre os outros locais.

Relembra-se que, os museus e/ou galerias expositivas marcam os visitantes porque possuem poderes, nomeadamente, o *museum effect*, onde os mesmos param, olham e interpretam. Deste modo, cultiva-se a curiosidade e o interesse no passageiro mesmo que não possua o tempo para visitar o local onde se encontra. A importância da

---

<sup>19</sup> Esta informação foi retirada do website [www.flysto.com/pt/novidades-do-SFO](http://www.flysto.com/pt/novidades-do-SFO) a dia 28 de abril de 2016.

<sup>20</sup> Informação retirada do website - <https://amusearte.hypotheses.org/1343> - disponível a 16 de julho de 2016.

experiência faz com que este aeroporto possa alcançar o novo estatuto defendido por Kasarda e ainda, podendo tornar Lisboa como um possível destino para uma missão de *city-break*.

Perceba-se que um aeroporto pode ser encarado como uma metrópole, ou melhor, como uma cidade-mãe onde tudo se desenvolve. Podemos dizer que tanto os aeroportos como os museus ativam os seus visitantes pelas marcas e por aquilo que está exposto, ou, por outras palavras, por aquilo que oferecem (Mendes, 2012). Enquanto o número e a capacidade populacional de cada aeroporto fazem com que este possa competir com os demais, os museus evoluem face ao carácter geral das suas coleções (Desvallés e Mairesse, 2013: 34), ou seja, os museus e os aeroportos dependem essencialmente da satisfação do indivíduo, uma vez que ambos são locais onde a interação entre as pessoas se torna coletiva e crucial (Crane, 2000b: 1-5). Ambos são resultados cívicos e essenciais atores de propaganda (Crane, 2000b), assim como centros culturais. O Guggenheim pode ser visto tanto como um massivo ator de propaganda cultural, assim como um ativo centro cultural, uma vez que explora a ideia cultural por dinâmicas e ações educativas nas suas sucursais (Veneza, Bilbao e Abu Dhabi). Além disso, o Guggenheim age como uma renovação urbana, uma revitalização da cidade e ainda como marca; esta instituição criou as primeiras sucursais para financiar a marca, ou seja, as sucursais pagam as obras à casa-mãe, em Nova Iorque, e rege-se um negócio lucrativo. Por exemplo, a criação da sucursal em Abu Dhabi fez-se com um propósito básico de gerar um complexo turístico e fazer dele um destino turístico. Desse modo, existe cada vez mais uma «guggenheimização» do mundo da arte por causa do turismo de massas (Semedo, 2006: 20-80) e da globalização porque facilitam qualquer tipo de proposta passível de ser implementada, isto porque, o turismo pode usar um museu como espaço de experiência e desse modo ser um local de atrações, tanto dentro, como fora do seu espaço. Também foi a partir de 1950 que se motivou a existência e a exposição de arte nos aeroportos pela primeira vez sendo que a primeira exposição de arte teve lugar no aeroporto de Orly, em Paris, com uma exposição refletindo conteúdos expositivos de aviação (Schwarzer, 2001).

Vimos também que os aeroportos começam a ser parte de uma experiência museológica para os seus passageiros e visitantes já que ambos partilham as mesmas condições e características, especialmente se tivermos em conta que são símbolos cívicos

e sociais (Schwarzer, 2001). São vistos como símbolos sociais, porque acompanham as alterações sociais que ocorrem no mundo inteiro. São sítios que permitem a entrada e a saída em países e/ou cidades, logo são *gateways to metropolis* (Schwarzer, 2001) e, enquanto os aeroportos permitem a entrada e a saída de passageiros, os museus facilitam a interpretação entre esta ação.

O turismo fazendo parte do desenvolvimento regional e global apoiando-se em *itens* estratégicos como o clima/luz, a história/cultura/tradição, a hospitalidade e a diversidade (*Relatório, Turismo Portugal, 2007*) intensifica por sua vez, o aumento dos tempos livres, da melhoria do nível de vida e ainda, o progresso dos meios de transporte. Estas transformações tendem, de forma indireta e/ou direta, a refletir impacto económico no mundo. Desta maneira, o turismo e o impacto que dele surge reforça qualquer investigação aplicada que seja realizada com o intuito de melhorar e reaproveitar as infraestruturas do aeroporto, neste caso, de Lisboa.



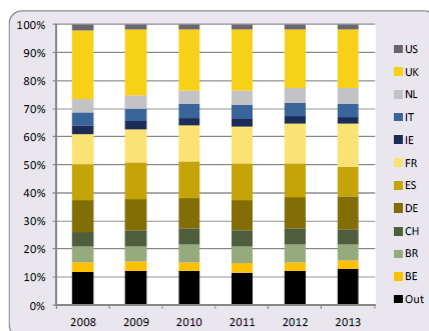
## 5. PROPOSTA CULTURAL- HUMBERTO DELGADO, O LADO CULTURAL

### 5.1 CONTEXTO PORTUGUÊS

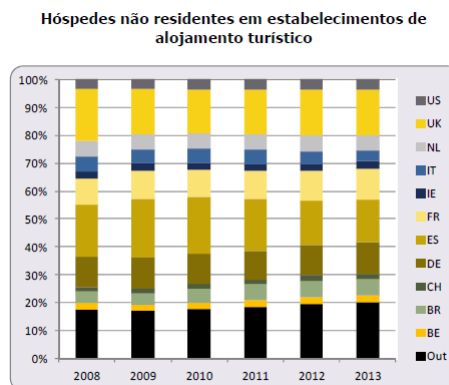
« (...) Airports are complex industrial enterprises. They as forum in which disparate elements and activities are brought together to facilitate, for both passengers and freight, the interchange between air and surface transport (...) » (Doganis, 1992: 7-17)

Portugal possui desde sempre várias condições para a sua potencialidade no que toca às suas expansões económicas e nos dias de hoje, as capacidades que apresenta para o desenvolvimento do turismo são cada vez mais evidentes. Ao ter fatores importantes e reconhecidos mundialmente como a luz, o clima, as praias, a gastronomia, a hospitalidade, entre outros, o país vai crescendo e oferecendo cada vez mais produtos de qualidade a quem o visite. O aproveitamento destas qualidades resulta na utilização destas mesmas vantagens para aumentar a sofisticação e a qualidade dos produtos oferecidos ao visitante. Estas qualidades aliadas ao ciclo do turista e, por sua vez, apoiadas em vertentes como a experiência local, acessibilidade, motivação e promoção destinam-se às melhorias da animação dos espaços urbanos e verdes, qualidade dos serviços, capacidade de entretenimento e diversificação de produtos (Turismo de Portugal, 2007). Sendo o turismo um fenómeno social que se encontra na maioria dos locais tornou-se acessível à grande maioria populacional de cada país tendo alcançado atividades, motivações e ofertas (Graça 2015).

Passageiros desembarcados em voos internacionais nos aeroportos nacionais



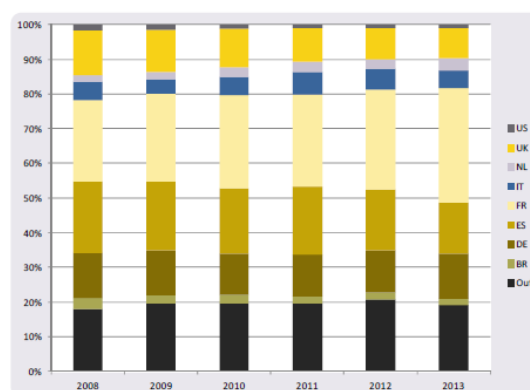
Quadro 5.1.1- Distribuição 2008/2013 por países de origem/residência de: Passageiros Desembarcados em voos internacionais nos aeroportos nacionais (INE, 2013).



Quadro 5.1.2 - Hóspedes não-residentes em estabelecimentos de alojamento turístico (INE, 2013).

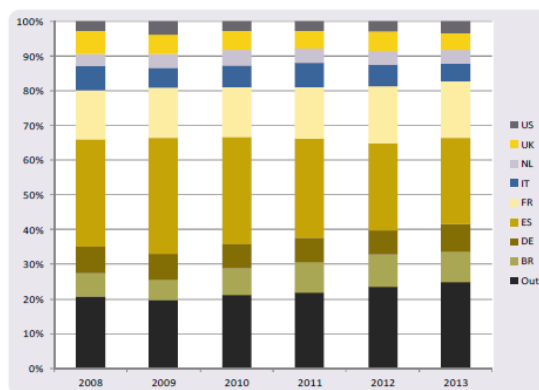
O aeroporto Humberto Delgado concentrou em 2013 cerca de 49,1% do movimento de passageiros e nos restantes aeroportos do grupo também se verifica um grande aumento, isto é, entre 2008 e 2013, o movimento dos passageiros cresceu 20,8%, apresentando anualmente uma taxa de 3,2% como se pode ver na figura 5.1.1. De 2010 a 2015 houve uma taxa de crescimento correspondente a 13,4% a nível nacional. O ano de 2013 apresentou-se como um ano significativo para o turismo e o número de hóspedes não-residentes instalados nos estabelecimentos cresceu também cerca de 24,1%.

**Passageiros desembarcados em voos internacionais no aeroporto do Porto**



Quadro 5.1.3 - Norte: distribuição (2008-2013) por países de origem/residência de: Passageiros desembarcados em voos internacionais no aeroporto do Porto (INE, 2013).

Hóspedes não residentes, em estabelecimentos de alojamento turístico no Norte



Quadro 5.1.4 - Hóspedes não residentes, em estabelecimentos de alojamento turístico no Norte (INE, 2013).

De 2008 a 2014, o aeroporto Francisco Sá Carneiro (Porto) também apresentou um crescimento anual de 6,5% e cada vez mais, existe um maior número dos passageiros desembarcados neste aeroporto.

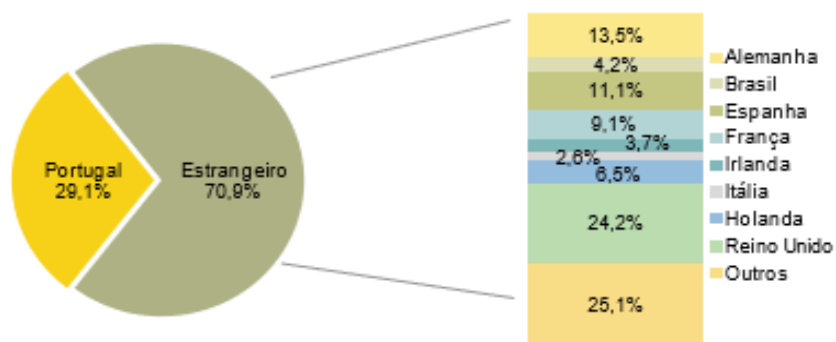


Figura 5.1 - Dormidas na hotelaria segundo o país de residência habitual (INE, 2014).



Segundo os dados de 2014 da OMT (Organização Mundial de Turismo), as chegadas de turistas internacionais atingiram cerca de 1 134,7 milhões (+4,4% que em 2013).<sup>21</sup> O número de hóspedes fixou-se em 15 milhões e as dormidas em 43,5 milhões, registando-se um aumento significativo em todas estas dinâmicas que abrangem este conjunto de análise.

Posto isto, percebe-se também do Inquérito a Turistas, realizado a abril de 2015<sup>22</sup>, que 94% dos turistas se encontram satisfeitos com as suas férias em Portugal, justificando a sua satisfação com a variedade de ofertas que o país disponibiliza. Muitos turistas caracterizam Portugal como um país simpático, possuidor de um bom clima, hospitaleiro, destacando o facto de possuir uma excelente gastronomia. Relativamente ao perfil sociodemográfico dos turistas que visitam Portugal verifica-se que as mulheres são aquelas têm a maior representação; em termos de idade, são sobretudo os jovens adultos (25-34 anos) ou os indivíduos que se situam numa faixa etária mais elevada (acima dos 55 anos) que visitam o país. Em média, cada turista passa entre 6 a 8 noites em Portugal. Os turistas brasileiros são os que mais contribuem, uma vez que tendem a ficar mais tempo no país. Através deste inquérito também se percebeu que a grande maioria dos turistas que visitam Portugal considera ser muito provável regressar ao país num futuro próximo. Por norma, os locais mais visitados são Lisboa, Porto, Algarve, Sintra, Cascais e Madeira. Na sua maioria, os visitantes que desembarcam em Lisboa são provenientes dos Estados Unidos da América. No entanto, outros países significativos são a Espanha, Reino Unido, a França e a Alemanha. Desta análise da figura 5.1 percebe-se que o Reino Unido é o país que apresenta um maior crescimento cerca de 9,5% seguindo-se a Alemanha e a Espanha com aspetos positivos e a estadia média global de 2 a 3 noites.

---

<sup>21</sup> Estatísticas do Turismo, INE (2014).

<sup>22</sup> Inquérito a Turistas (2015), Turismo de Portugal.

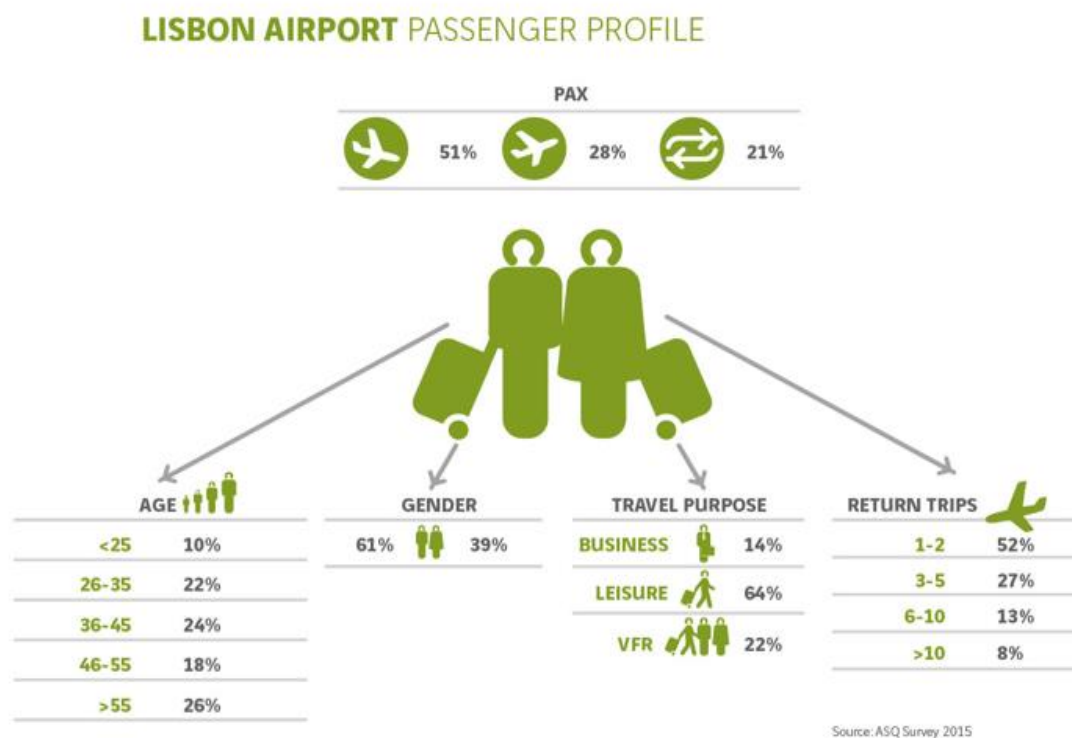


Figura 5.2 – Perfil Passageiro 2015.<sup>23</sup>

A figura 5.2 dá-nos informação mais detalhada sobre o perfil dos passageiros que frequentam o Aeroporto de Lisboa. A nível geral, existem mais passageiros do sexo masculino por oposição ao sexo feminino e a maior parte destes passageiros tem uma idade superior a 25 anos. Também verificamos que o aeroporto é mais usado como destino, sendo que é menos frequente para partidas ou para efetuar escalas. Relativamente aos propósitos das viagens, os passageiros que visitam Lisboa fazem-no sobretudo por motivos de lazer, o que contrasta com o número de *business passengers* que é cerca de 14%.

A taxa de satisfação dos passageiros é realizada por índices desenvolvidos pelo grupo ANA, SA e pelo programa *Airport Service Quality*. Esta taxa correspondente aos aeroportos portugueses encontra-se na maioria dos casos positiva, isto é, o nível de

<sup>23</sup> A figura 5.2 foi disponibilizada diretamente pelo Grupo ANA, SA no mês de junho de 2016. Não se pode encontrar *online*.

performance é 3 numa escala tipo *likert* de 1-5. Este nível apresenta-se sempre superior a 3 e na satisfação geral do passageiro, o aeroporto de Lisboa encontra-se numa posição de 3,97 na avaliação do 1º semestre de 2015. Mas geralmente, o nível de satisfação apresenta-se sempre como positivo.

## **5.2 MUSEUS-CONTEXTO PORTUGUÊS, IMPACTOS E EXEMPLOS**

No que toca à perspetiva patrimonial inserida no contexto português, procedeu-se à recolha e análise de dados relativos ao número de visitantes a monumentos, palácios e museus, disponíveis no portal da Direção Geral do Património Cultural. Os dados recolhidos contêm informação sobre os últimos 5/6 anos de modo a compreendermos a evolução que os museus nacionais têm tido nos últimos anos, sobretudo ao nível de visitantes, e para que a proposta aqui apresentada, parta de uma análise aprofundada de várias variáveis.

A evolução do número registado nestes componentes (museus, monumentos e palácios) manteve-se também sempre positiva no setor museológico. Em 2010, os museus nacionais foram visitados por pouco mais de 930 mil pessoas, registando-se um aumento de ano para ano, sendo que em 2015 os visitantes dos museus nacionais ultrapassaram um milhão de visitantes, entre visitantes nacionais e/ou estrangeiros como se pode constatar no quadro 5 2.1.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Esta informação foi retirada essencialmente do portal da Direção – Geral do Património Cultural no seguinte *website* - [www.patrimoniocultural.pt](http://www.patrimoniocultural.pt) – a 7 de maio de 2016.

Evolução do nº total visitantes por equipamento cultural da DGPC. 2010 - 2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010 - 2015		
	Total de visitantes	Total de visitantes	Total de visitantes	Total de visitantes	Total de visitantes	Total de visitantes	Variação positiva/negativa	Taxa de crescimento/decréscimo	Taxa média anual
CM Dr. A. Gonçalves	9.804	9.214	8.107	11.655	10.854	9.124	-15,9%	-6,9%	-1,3%
M Arte Popular	0	15.820	21.082	14.667	18.120	15.354	-15,3%	-2,9%	-0,7%
MNAC-M Chiado	40.833	48.297	42.512	40.126	41.960	51.354	22,4%	25,7%	5,1%
MN Qdô/Vasco	79.510	81.576	129.123	68.929	80.241	86.371	7,6%	8,6%	1,7%
M M de Corimbriga	86.984	97.865	101.901	74.339	85.075	87.659	3,0%	0,7%	0,1%
MN Música	11.284	10.241	9.138	10.600	11.965	14.075	17,6%	24,7%	4,9%
MN Arqueologia	95.862	85.343	79.210	80.141	103.068	109.895	6,6%	14,6%	2,9%
MN Arte Antiga	118.112	129.036	119.951	138.728	221.675	163.788	-26,1%	38,6%	7,7%
MN Azulejo	88.864	86.907	90.944	101.639	115.515	132.716	14,9%	49,3%	9,8%
MN Cochas	200.699	191.021	184.105	189.088	206.887	346.718	67,6%	72,7%	14,5%
N Via Viciosa <sup>**</sup>	16.811	11.548	10.877	8.276	9.529	4.105			
MN Etnologia	10.416	9.199	6.285	12.055	12.802	15.397	20,3%	47,8%	9,5%
MN Machado de Castro <sup>**h</sup>	30.357	47.988	34.087	58.176	62.301	77.059	23,7%	32,4%	16,2%
MN Soares dos Reis	60.324	50.057	45.244	48.270	50.348	54.407	8,1%	-9,8%	-1,9%
MN Teatro e da Dança	37.408	39.175	46.801	54.690	50.351	39.199	-22,1%	4,7%	0,9%
MN Traça	44.033	47.507	45.709	40.195	43.218	44.484	3,0%	1,0%	0,2%
PN Ajuda	38.895	42.409	50.065	253.658	53.534	67.645	26,4%	73,9%	14,7%
PN Maia	262.291	261.068	235.670	244.489	274.255	301.461	9,9%	14,9%	2,9%
C Cristo	154.438	198.274	183.027	191.278	209.294	254.313	21,5%	64,6%	12,9%
M Acolaba	183.183	193.640	180.550	176.766	187.499	198.406	5,8%	8,3%	1,6%
M Batalha	285.579	286.499	271.912	283.698	300.565	330.047	9,8%	15,5%	3,1%
M Jardínios	644.729	735.543	694.156	763.205	807.845	943.831	16,8%	46,3%	9,2%
Pantão II	55.384	56.065	65.068	72.225	89.629	100.714	12,4%	81,8%	16,3%
T Balim	461.977	506.798	520.061	537.856	530.903	607.836	14,5%	31,3%	6,3%
TOTAL M-N-P <sup>**</sup>	3.017.777	3.241.090	3.175.595	3.474.749	3.577.433	4.055.908	13,4%	34,4%	6,9%

Dados obtidos até abril de 2015, mês da assinatura do Contrato de Comodato com a Fundação da Casa de Bragança

Tendo em vista que em 2015 o total registado é relativo ao período de janeiro a abril, não é possível comparar com o ano de 2014 (12 meses), o mesmo verificando-se para a determinação das taxas de crescimento/decréscimo e da média anual de crescimento/ decréscimo do Núcleo em causa;

\*\* No período de 2010 a 2012 apenas o Criptopólio do Museu Nacional de Machado de Castro foi visitável (a reabertura do Museu realizou-se em dezembro de 2012), pelo que as Taxas de Crescimento/Decréscimo e da Média Anual de Crescimento/Decréscimo foram determinadas no período 2013 - 2015

NOTA: Os dados são provisórios e podem estar sujeitos a alteração

Quadro 5.2.1 - Evolução do número total de visitantes por equipamento da DGPC entre 2010 e 2015.<sup>25</sup>

Realça-se o contributo das entradas nacionais como a principal fonte de visitas nos equipamentos culturais, ao mesmo tempo que as entradas estrangeiras são aquelas que tem registado um maior aumento. Este fator pode ser explicado pela entrada gratuita em equipamentos culturais aos primeiros domingos de cada mês. Pode observar-se que o total de visitantes cresce anualmente, havendo sempre uma taxa de acréscimo significativa, tendo-se registado um aumento de quase 100 mil visitantes anuais no período de seis anos.

<sup>25</sup> DGPC, 2015.

Museus									
				Entradas nacionais 2015-2014	Entradas estrangeiras 2015-2014	Entradas nacionais 2010 - 2015		Entradas estrangeiras 2010 - 2015	
	Entradas nacionais	Entradas estrangeiras	Total de visitantes	Varição positiva/negativa	Varição positiva/negativa	Taxa de crescimento	Taxa média anual	Taxa de crescimento	Taxa média anual
2010	555.950	375.351	931.301						
2011	591.384	369.410	960.794						
2012	579.609	395.467	975.076						
2013	534.616	416.958	951.574						
2014	611.054	512.855	1.123.909						
2015	647.513	604.202	1.251.715	6,0%	17,8%	16,4%	3,2%	60,9%	12,1%

Quadro 5.2.2 - Entradas nacionais e entradas estrangeiras entre 2010 e 2015 nos museus da DGPC.<sup>26</sup>

Muitos equipamentos culturais são ricos em informação e experiência e cada vez mais acompanham as dinâmicas sociais, mantendo-se a par dos eventos que vão tendo lugar. Foi a partir de alguns contatos que se tornou possível construir as questões que originaram a investigação aplicada deste trabalho.

O primeiro museu diz respeito ao Museu Nacional de Arte Antiga (MNAA) (1884) e o segundo ao Museu Nacional do Azulejo (1965). No que toca ao Museu Nacional do Azulejo (MNAz), vemos o azulejo enquanto objeto de arte, conferindo-lhe um estatuto importante na sociedade portuguesa e nos fenómenos que nela persistem.<sup>27</sup> Este museu encontra-se instalado no antigo mosteiro da Madre de Deus fundado em 1509 pela rainha D. Leonor. O Museu Nacional de Arte Antiga abrange conjuntos de coleções (pintura, ourivesaria, artes decorativas e escultura) de várias partes do mundo. Possui mais de 30 000 *itens* e pode ser visto como o tesouro nacional do país. O MNAA atinge a função de museu nacional assim como o MNAz, no entanto, é o primeiro a iniciar o serviço educativo dos museus em Portugal. O MNAA, criado em 1884, tem como objetivo mostrar a mais relevante coleção pública de arte antiga portuguesa e algumas artes decorativas correspondendo, à designação de tesouros nacionais porque preserva obras referentes ao património artístico nacional.

Através dos contatos com o MNAA percebeu-se que a proposta apresentada neste estudo já foi anteriormente colocada e que este museu se encontra inteiramente

<sup>26</sup> DGPC, 2015.

<sup>27</sup> Para mais informações, consultar o *website* - <http://www.museudoazulejo.pt/>.

disponível para concretizar esta hipótese. O próprio museu, apresentando-se como um museu nacional, tem a capacidade de transmitir, através de obras de arte, um pouco da história portuguesa, algo que deve ser oferecido a qualquer indivíduo que se desloque a Portugal<sup>28</sup>. O turismo e conseqüentemente, o aeroporto encaminham estas ofertas aos turistas, possibilitando a criação de locais e referências. Note-se que não será apenas a partir de parcerias nacionais que o aeroporto e os museus portugueses podem beneficiar. Isto é, qualquer investimento dentro de um contexto aeroportuário propicia contatos internacionais. Um desses casos pode ser visto com a parceria entre o MNAA e o museu de Luxemburgo, onde foram expostas obras de arte no metropolitano de Luxemburgo de ambas instituições. Esta iniciativa é importante porque se apoia essencialmente num museu de caráter nacional e ainda porque se apoia numa troca internacional. Através dos contactos com o MNAz percebe-se que os turistas visitam Portugal, fazem-no também pela admiração que possuem relativamente às artes decorativas. Qualquer exposição de arte que seja feita em espaços abertos e/ou espaços públicos precisa de ter em conta que existem vários constrangimentos relativos a questões de segurança e de iluminação. A diretora, Maria Antónia Pinto Matos, afirma que um espaço fixo, como uma infraestrutura museológica, não se tornaria viável. Deste modo, o aeroporto de Lisboa lucraria muito mais se existissem exposições dispersas pelo aeroporto e nos corredores para as portas de embarque. Estes espaços poderiam usufruir do impacto da história do azulejo, até porque o azulejo pode ser visto como um material adaptável à grande maioria dos espaços. A internacionalização do azulejo também pode ser um fator a explorar uma vez que já ocorreram iniciativas de marcas internacionais, de vestuário, por exemplo, que utilizaram o azulejo como elemento central, promovendo assim este produto.<sup>29</sup>

Assim, podemos usar o azulejo como exemplo de uma forma que poderia vir a acompanhar o percurso dos indivíduos, isto é, enquanto forma cultural. Pode perceber-se que a proposta poderia ser pensada e realizada como um apoio turístico à aplicação

---

<sup>28</sup> Nota retirada de conversa informal com o Dr. Anísio Franco, Curador do Museu Nacional de Arte Antiga datada de 27 de abril de 2016.

<sup>29</sup> Na revista VOGUE, encontra-se esta referência no seguinte *website* - [http://www.vogue.xl.pt/estilo/personalidades/detalhe/azulejos\\_by\\_prada.html](http://www.vogue.xl.pt/estilo/personalidades/detalhe/azulejos_by_prada.html) – consultável a 24 de maio de 2016.

desenvolvida pelo grupo ANA, SA nos últimos meses onde a mesma divulgasse espaços de visita. Uma grande parte dos aeroportos, como por exemplo, o aeroporto Internacional de Mumbai, apresenta um itinerário para visitar o local disponível aos seus utilizadores enquanto se encontram no aeroporto. Esta iniciativa ainda não foi tomada pelos aeroportos portugueses.

A diretora do MNAz, mais uma vez, alerta-nos para a essência do visitante, ou seja, são os visitantes e a bagagem cultural que trazem consigo que faz a diferença nos museus e na propagação cada vez mais do fenómeno do azulejo. Também nos alerta para a ideia de que os indivíduos são a alma de qualquer fenómeno social e a sociedade enquanto local de interações deve poder oferecer aos mesmos várias alternativas de lazer e/ou de realizar turismo cultural no local onde se encontram. Esta ideia também é partilhada pela diretora do MNAz que sugeriu a possibilidade de no terminal das chegadas poder ser dado ao *business passenger* a oportunidade de conhecer Lisboa. Estes passageiros por norma, deslocam-se a países e/ou cidades por razões profissionais e dispõem de pouco tempo para conhecer a cidade. Assim, uma proposta deste tipo juntamente com a aplicação ANA deveria permitir uma hipótese de conhecer o essencial de Lisboa, por exemplo, em poucas horas.<sup>30</sup>

Tendo analisado a oposição de dois museus conceituados e nacionais, selecionou-se um museu que não incluído nos chamados museus tradicionais, antes se inclui no setor desportivo e no âmbito de um não-lugar. Deste modo, optou-se pelo Museu Benfica – Cosme Damião<sup>31</sup> para compreender as diversas componentes das funções dum museu e que constrangimentos e problemáticas poderiam surgir. O museu Benfica – Cosme Damião fundado em 2013 foi o vencedor do Melhor Museu Português pela APOM, em 2014.<sup>32</sup> Foi também premiado pela APOM em 2015 na categoria de aplicação de Gestão e Multimédia face à aplicação Museu SLB e já no corrente ano, foi considerado o melhor Museu para Famílias.

---

<sup>30</sup> Excerto de conversa informal com a Diretora do Museu Nacional do Azulejo, Maria Antónia Pinto Matos datada de 11 de maio de 2016 sito no Museu Nacional do Azulejo.

<sup>31</sup> Encontram-se referências sobre o Museu Benfica – Cosme Damião na página 20.

<sup>32</sup> Informações retirada do *website* oficial do clube Sport Lisboa e Benfica – [www.slbenfica.pt](http://www.slbenfica.pt) – a 25 de agosto de 2016.

Por último, chama-se à atenção para o exemplo de um *airport museum*, o SFO Museum, já anteriormente referido como um dos principais ex-líbris de museus em aeroportos. Os principais objetivos do museu demonstram-se na missão do aeroporto. O aeroporto tenta e preocupa-se com a diversidade da realização humana, com o enriquecimento da experiência do público com o facto de que o aeroporto SFO e o seu museu serem diferentes de todos os outros. O SFO é diferente porque a maioria dos espaços das exposições estão localizados ao longo dos terminais e não num simples local. O funcionamento deste complexo museológico alberga muitas pessoas. Em 2013, trabalhavam cerca de 40 a 50 pessoas nestes terminais ao cuidado do SFO Museum: 30 a *full-time*, 8-10 a *part-time* e alguns estagiários (Kramer, 2013). Também em 2013, o museu apresentava cerca de 8 mil a 10 mil livros, 40 mil materiais e ainda, 30 mil objetos (Kramer, 2013). Dentro dos vários terminais o *Aviation Museum* é a única área fechada tendo recebido ainda assim cerca de 33 mil visitantes no passado ano de 2015. Estima-se que 10% dos passageiros que passam pelo aeroporto de São Francisco interagem com as exposições presentes no aeroporto. De acordo com *Belinda Li*, em 2015 passaram 50 milhões de passageiros pelos terminais do aeroporto, estimando-se que 5 milhões de visitantes passaram pelas galerias do aeroporto. Estes números precisam, no entanto, de serem analisados com precaução porque as exposições encontram-se espalhadas, tornando mais difícil a perceção do número de passageiros que interage com as exposições. O museu apresenta ainda outras vertentes. O SFO Museum tem como objetivo diferenciar-se dos outros museus e aeroportos, tendo investido na oferta de programações culturais gratuitas. O museu oferece programas educacionais a crianças e/ou jovens e ainda, a adultos ao longo de todo o ano e investiu naquilo que se entende por serviço educativo. O SFO Museum gratifica-se por ter *feedback* dos seus passageiros isto porque salientam que muitos dos seus passageiros chegam mais cedo ao aeroporto para poderem passar mais tempo nas exposições. Para poderem usufruir deste tempo, o SFO Museum encontra-se a realizar um projeto em parceria com o departamento de tecnologia da informação do aeroporto para que se possa recolher os dados por *wifi* e *bluetooth* dos passageiros com o intuito de recolher um número concreto dos passageiros que efetivamente visitam as exposições. Ao ter um museu integrado nas suas instalações, o aeroporto de São Francisco pode retirar benefícios, não só em termos de passageiros que recorrem a este local para se



deslocarem, mas também benefícios comerciais, uma vez que o museu pode funcionar como um fator de diferenciação que leve os passageiros a optar por este aeroporto em detrimento de outros aeroportos californianos. No entanto, é a escolha do passageiro que prevalecerá sempre como principal fator a ter-se em conta.

### 5.3 AEROPORTOS, MUSEUS E METROPOLITANOS

« (...) we are pledged not only to the metro as the metro, but to the metro as being for and part of Lisbon (...) » (Pereira, João Castel-Branco, 1996: 17)

Ao longo desta dissertação já se provou que tanto museus como aeroportos são lugares sociais, cívicos e humanísticos. À semelhança desses espaços podemos encontrar outros que partilham com as mesmas características, como é o caso do metropolitano. A abordagem metropolitana é importante porque permite um meio de comparação entre duas transportadoras diferentes. Percebeu-se que existe uma preocupação no que toca à transmissão da cultura e ao modo como a mesma é feita (Pereira, 1996), o que se pode encontrar em inúmeras estações de metropolitano, como é o caso dos azulejos na estação de Entre-Campos e da Cidade Universitária, que referem a figuras e acontecimentos históricos. A presença da arte nas estações de metro e o uso da mesma como exposição pública leva ao reconhecimento internacional do Metropolitano de Lisboa.<sup>33</sup> O Metropolitano toma a arte como meio de humanização do espaço público-subterrâneo e como meio de embelezamento às estações de metro.<sup>34</sup> Isto pode ser visto desde da década de 50 porque sempre houve a nítida preocupação em tornar os espaços públicos possuidores de condições estéticas. O embelezar e a animação de qualquer estação tende a contribuir para a melhoria da qualidade de vida que se regista na cidade,

---

<sup>33</sup> Relatório Contas, Metropolitano Lisboa (2014).

<sup>34</sup> Este parágrafo corresponde a uma conversa informal com Rodolfo Knapic, Técnico Superior do Metropolitano de Lisboa datada de 9 de maio de 2016. As informações que se acrescentam em seguida foram retiradas do *website* – [www.metro.transporteslisboa.pt/empresa/missao/](http://www.metro.transporteslisboa.pt/empresa/missao/) - datadas de 10 de maio de 2016 e também do CID (Centro de Investigação e Documentação) situado nas instalações do Metropolitano de Lisboa na Pontinha.

mas também para combater fenómenos como o vandalismo e atentados ao pudor. Esta ação pauta também na política de intercâmbio cultural que foi constituída entre as redes do Metropolitano de Lisboa e a União Internacional de Transportes Públicos, através da troca de vários trabalhos plásticos.<sup>35</sup> Na estação do metropolitano Aeroporto também existe a mesma preocupação estética sobretudo devido à escolha das cores utilizadas para a embelezar, o azul presente no teto tende a demonstrar segurança, a melhorar a sua definição visual das coisas e a estabelecer uma associação com os céus e com o espaço aéreo.<sup>36</sup> As figuras que se encontram patentes nos diversos painéis que atravessam o caminho desde a estação de metropolitano até à entrada do aeroporto deram lugar a uma coleção da Vista Alegre de modo a homenagear diversas figuras públicas da história contemporânea portuguesa; a mesma coleção, denominada «A Viagem» direciona-nos automaticamente para uma premissa de que estamos perante locais onde se efetuam viagens no sentido literal do termo.<sup>37</sup> O metropolitano possui assim uma imagem própria graças a manifestações artísticas de Francisco Keil Amaral (1910- 1975) e de Maria Keil (1915-2012) que mostraram que o azulejo tem lugar em vários épocas e que o mesmo pode dar origem a transformações de várias paisagens urbanas (Henriques, 2001). Em janeiro de 2015, ocorreu uma iniciativa conjunta entre oito museus da cidade de Lisboa e o Metropolitano, desenvolvida para criar uma viagem iniciada no metro e que terminava num museu dando primazia à arte pública.<sup>38</sup> O Metropolitano de Lisboa pode, assim, ser visto como um museu a espaço aberto onde se

---

<sup>35</sup> As informações que dizem respeito ao embelezamento das estações do metropolitano de Lisboa foram retiradas do *website* – [www.metro.transporteslisboa.pt/metro/a-arte-no-metro/](http://www.metro.transporteslisboa.pt/metro/a-arte-no-metro/) - datadas de 10 de maio de 2016.

<sup>36</sup> Para mais informações, deve-se consultar o seguinte *website* – <http://metro.transporteslisboa.pt/metro/a-arte-no-metro/> - que se consultou no dia 22 de maio de 2016.

<sup>37</sup> A coleção e a história da coleção apresenta-se no seguinte *website* - <http://metro.transporteslisboa.pt/metro/colecao-de-chavenas-vista-alegre-a-viagem/> - consultado a 29 de maio de 2016.

<sup>38</sup> A descrição desta iniciativa encontra-se no seguinte *website* - <http://metro.transporteslisboa.pt/2015/01/8-museus-8-estacoes/> - consultado a 02 de junho de 2016.

libertam fantasmas individuais (Henriques, 2001), algo que é reforçado pela afirmação do próprio metropolitano de Lisboa definindo-se como um «museu em viagem».<sup>39</sup>

O consenso de arte e a importância pública de arte em transportadoras torna-se relevante porque qualquer alteração que se sinta no aeroporto Humberto Delgado irá aproximá-lo à experiência do Metropolitano, tal acontece desde a sua implementação, em 2012. Desde esse ano, o metropolitano já transportou cerca de 141 382 mil passageiros.<sup>40</sup> Desta maneira, a hipótese da inserção de uma oferta cultural no aeroporto Humberto Delgado foi recebida positivamente pelo grupo ANA por saber que, por um lado, terá um elevado número de público graças a este meio de transporte. Esta receptividade ficou demonstrada pelas palavras do diretor-adjunto do grupo relativamente à preocupação que a ANA possui em conseguir chegar a novos mercados, a um maior número de passageiros e à vontade que demonstra em estabelecer parcerias com museus e com outras transportadoras, como é o caso do Metropolitano de Lisboa. Sabe-se, de acordo com o diretor adjunto do aeroporto, que desde os meses de novembro/dezembro de 2015 decorre uma parceria com alguns museus da cidade de Lisboa para modificar o estatuto aeroportuário. Deste modo, o grupo ANA tem como objetivo tornar o aeroporto de Lisboa o primeiro aeroporto a nível mundial, onde se possa observar transformações e demonstrações artísticas, tornando-o único. Para já, o aeroporto não possui capacidade para acumular infraestruturas museológicas sendo que a alternativa encontrada passa pelo estímulo da criação artística, cativando ao mesmo tempo o interesse e a curiosidade dos visitantes. No entanto, este estímulo a criações artísticas e do interesse nos visitantes podem ser visíveis, nos dias de hoje, pelo facto do aeroporto possuir uma parceria com a GAU – Muro, Festival de Arte Urbana em Lisboa, 2016 – que consiste integralmente num plano de comunicação das obras em *curbsides*, que decorre no aeroporto na zona das partidas e chegadas com o tema «Lisboa- Ligamos Portugal ao Mundo». Também foram criadas peças de *street art* dentro e fora da aerogare, mais propriamente na zona das chegadas, partidas, balcões de *check-in* e ainda, no caminho para a entrada do metropolitano. Destas iniciativas podemos incluir os seguintes artistas Utopia, Noman e Márcio Bahia que foram cruciais

---

<sup>39</sup> O artigo encontra-se denominado «Arte no Metro»; consultar o seguinte *website* – <http://metro.transporteslisboa.pt/metro/a-arte-no-metro/> - consultado a 22 de maio de 2016.

<sup>40</sup> Relatório Contas Transportes de Lisboa- Metropolitano de Lisboa, 2014.

para estas modificações no aeroporto. Também em maio de 2016, pôde observar-se na entrada principal do aeroporto um núcleo expositivo digital disponível a todos os visitantes, fornecendo informação sobre a mudança de nome do aeroporto de Lisboa<sup>41</sup> que, a partir do dia 15 de maio de 2016, passou a ser Aeroporto Humberto Delgado.

#### 5.4 PROVAR O POSSÍVEL

« (...) the modern ir traveler is a nomad who wants to feel at easy everywhere in the world community (...) » (Schwarzer, 2001: 63).

Enquanto os museus eram locais de veneração, lazer, memória e de formas de aprendizagem, os aeroportos preocupam-se com a velocidade das coisas. Ambos são locais e símbolos cívicos e são também *gateways* para a cidade. Para já, a única diferença que se pode atentar é que os museus tradicionais possuem um horário definido, enquanto os museus nos aeroportos estão «24-7» abertos, ou seja, de forma permanente (Schwarzer, 2001:62). Através dessa condição, torna-se possível que os museus que se encontram inseridos nos aeroportos sejam uma parte integral da própria infraestrutura do aeroporto.

O objetivo do grupo ANA passa por ligar Portugal ao resto do mundo e para isso é necessário oferecer serviços de qualidade, criando valor e assegurando o conforto dos passageiros, dando importância aos vários colaboradores e empresas com quem o grupo ANA trabalha.

A opinião de um universo de 40 estudantes universitários apresenta-se apenas como uma primeira prospeção dos factos, ou seja, como uma experimentação de hipóteses para esta proposta à base dos métodos combinados<sup>42</sup> Quando questionado a pertinência

---

<sup>41</sup> Notas retiradas de conversa informal com o Diretor Adjunto do Aeroporto de Lisboa, Nuno Ribeiro Ferreira datada de 24 de maio de 2016.

<sup>42</sup> O inquérito por questionário aplicado foi proposto a um universo de 8 mil alunos estudantes do ISCTE-IUL entre os 18 e os 35 anos de idade. Com estes critérios, era possível abranger um grande número de indivíduos de modo a não colocar em causa a amostra. O inquérito encontra-se posteriormente, por completo, nos anexos.

da cultura e de ofertas culturais em infraestruturas aeroportuárias, a maioria dos indivíduos apresenta uma perspetiva positiva, encarando a implementação de uma oferta cultural como uma promoção de visita aos viajantes.

Os inquiridos defendem ainda a ideia de que os aeroportos deveriam ser a primeira brochura do país para os respetivos passageiros e, para isso, seria importante colocar vídeos, ou fotografias de modo a permitir um contato inicial com o mundo exterior no aeroporto. Sendo o aeroporto de Lisboa o principal aeroporto português, a grande maioria dos estudantes aceita também a ideia de que a implementação de uma oferta cultural seria uma mais-valia para o próprio aeroporto, porque ao possuir um espaço cultural, os passageiros teriam uma forma para se distraírem enquanto se encontram em escalas e/ou esperam por familiares e/ou amigos. Revelam que, se trata de uma ótima forma de dar a conhecer a cultura a quem passa pelo aeroporto e cimenta-se o interesse de voltar ao país em questão ou à própria cidade.<sup>43</sup>

« (...) Museums are becoming popular at airports as distressing and cultural tools.  
(...) » (Kasarda, 2016)<sup>44</sup>

A proposta que se segue tentará prestar apoio turístico, social, histórico e cultural aos visitantes que chegam ao Aeroporto Humberto Delgado e pode apoiar-se em vários núcleos expositivos ilustrativos do país. A proposta alerta-nos, essencialmente, para um dos fatores centrais desta dissertação, o de jogar com o sentido e o estatuto atribuído a estes dois lugares, os museus e os aeroportos. Embora os aeroportos sejam vistos como não-lugares, existe uma instituição que o faz destituir dessa condição, o museu. Os museus possuem poder suficiente para os aeroportos serem lugares (Schwarzer, 2001) e, desse modo, prova-se que o papel do museu pode ir além das suas próprias funções, sendo automatizado a outros contextos, comunidades e ações. Para além disso, a aliança entre aeroportos e museus tornou-se cada vez mais um aspeto comum no século XXI a nível global, porque as necessidades dos passageiros não são as mesmas e as próprias deslocações ao aeroporto já não são tão esporádicas, isto é, realizar uma viagem para muitos indivíduos é como ir ao dentista (Schwarzer, 2001).

---

<sup>43</sup> Estes dois últimos parágrafos são partes integrantes de inquéritos efetuados a estudantes no ISCTE-IUL como meio de prospeção da proposta. O inquérito aplicado encontra-se em anexo.

<sup>44</sup> Excerto de *e-mail* de John Kasarda datado de 6 de abril de 2016.

Como já foi referido, os aeroportos são plataformas onde as mudanças tendem a possuir lugar, ou seja, qualquer oferta e serviço que o mesmo aeroporto possa ter implica e causa um impacto significativo no passageiro. Este impacto, no aeroporto de Lisboa, pode ser cimentado, dado que a maioria dos intervenientes o considera como um aeroporto moderno, ou seja, um aeroporto intermédio que pode vir, no futuro, a transformar-se num *airport city*.<sup>45</sup>

Dar-se-ia lugar a vários modos de exploração cultural e a uma hipótese de que esses mesmos modos retratassem o carácter apelativo que o aeroporto possa vir a ter. A ideia que sobressai é que tudo precisa de ser desenvolvido apelativamente. Deste modo, pode dizer-se que a proposta assenta crucialmente em dois pontos: em primeiro lugar, numa proposta de projeto que visa a possibilidade da implementação de um conjunto de galerias expositivas espalhadas pelo aeroporto, de modo a torná-lo num lugar que suscite e desperte a curiosidade e o interesse dos seus visitantes e, em segundo lugar, num complemento à aplicação já desenvolvida pelo grupo ANA, SA. Sendo assim, o capítulo seguinte, enfatiza o papel da cultura ao defender que esta pode existir em qualquer lugar e que a mesma deve ser sempre sustentada, especialmente em contextos que acabam por permitir uma nova aproveitação de espaços, receitas e públicos. Podemos ter como exemplo o Oceanário de Lisboa, que lançou uma nova campanha destinada ao turista onde se propõe que o mesmo viva experiências genuínas. A campanha, denominada «*Meet the locals*» encontra-se divulgada nos vários percursos de chegadas do aeroporto de Lisboa e na sala de bagagens.<sup>46</sup> A ideia de conhecer os locais também dá lugar a uma nova experiência e, desse modo, qualquer proposta deveria reger-se por um princípio base, o de *fazer sonhar as pessoas*<sup>47</sup> usando aeroportos, estações de metropolitano e outro tipo de instituições e/ou entidades como meios de propagação cultural.

---

<sup>45</sup> Conversa com interveniente a 30 de maio de 2016.

<sup>46</sup> Excerto de notícia retirada do *website* - <https://www.oceanario.pt/noticias/oceanario-de-lisboa-apresenta-nova-campanha-multimeios-dirigida-ao-turista> - consultado a 28 de maio de 2016.

<sup>47</sup> Termo usado pela Diretora do Museu Nacional do Azulejo, Maria Antónia Pinto Matos numa conversa informal datada de 11 de maio de 2016.

O aeroporto e o próprio espaço onde se possam encontrar as variadas galerias expositivas devem conseguir causar um impacto relevante nos passageiros e nos segmentos que o possam rodear. Qualquer tipo de impacto desde que seja prometedora e eficiente deve ser alvo de análise. O impacto inicial para esta proposta comprova-se pela prospeção realizada aos estudantes, uma vez que estes tendem a afirmar que qualquer modo de programação e/ou propagação cultural é positivo para o indivíduo. O mesmo impacto e a respetiva prospeção chamam à atenção para a ideia de que o aeroporto é a primeira brochura que um passageiro possui quando se encontra num país diferente. Estes dois fatores apontam para a essência e importância que se deve dar ao passageiro, uma vez que este deve ser um dos elementos cruciais para o desenvolvimento de qualquer proposta.

Os exemplos apresentados anteriormente, como as galerias *Jaya He GVK* e o SFO Museum podem ser usados como possíveis ideias a ter em conta e como exemplos de apoio à criação de uma proposta apelativa em termos culturais. Numa perspetiva alargada, o SFO Museum pode tornar-se central, uma vez que tenta oferecer aos seus passageiros vários tipos de exposição por diversas áreas, ou seja, o aeroporto oferece ao passageiro um «percurso no aeroporto» por formas culturais e de entretenimento. O aeroporto de São Francisco destaca-se por ser diferente de outros aeroportos e pelo simples facto de possuir um museu que não pode ser encarado como um museu tradicional. Assim, podemos usar o SFO Museum como um caso de estudo. Um museu que se distingue por oferecer várias galerias expositivas ao longo dos seus terminais. Sabe-se que este aeroporto e o museu são capazes de criar um impacto significativo nos seus visitantes e/ou passageiros. Por sua vez, este impacto é feito por intermédio de galerias e exposições que se encontram no aeroporto de São Francisco, existindo ainda a necessidade de refletir sobre as necessidades do passageiro e ainda sobre as atividades que os mesmos podem desempenhar nos compassos de espera que lhes são proporcionados.

No aeroporto de Lisboa, existem alguns corredores de acesso que se encontram vazios e o terminal de chegadas também se encontra a precisar de renovação. Desse modo, estes lugares são os que à partida seriam escolhidos para se humanizar o espaço. Ao insistir-se num reaproveitamento deste espaço e do percurso do avião até ao terminal poderia projetar-se uma renovação do espaço, uma vez que este percurso é a peça

principal até chegar à cidade de Lisboa. Trata-se do trajeto que os primeiros visitantes fazem quando chegam a Lisboa. Por exemplo, o percurso que os passageiros realizem do avião do aeroporto de Stansted até ao terminal de chegadas e controlo de identificação (bilhetes, cartões de cidadão e/ou passaportes) quando se chega a Londres, é meramente projetado numa panóplia de cores azuis. Isto é, parece que ainda não saímos do céu. Logo, este trajeto inicial dos visitantes a Lisboa seria uma boa hipótese para começar esta tentativa de humanização do espaço.

No entanto, os aeroportos apresentam-se sempre como empresas que geram negócios. Assim, a criação de um museu tornar-se-ia um negócio que se enrolava com outros negócios, por exemplo, as companhias aéreas. Diversas entidades defenderam a ideia de que o aeroporto não apresenta infraestruturas para receber um museu. Mas, pode estudar-se o desenvolvimento de uma alternativa, existindo a possibilidade de se poder albergar vários balcões informativos de museus que compõem a cidade de Lisboa no terminal de chegadas. De outro ponto de vista, estas mesmas entidades não apoiam a possível hipótese de estudo porque a mesma se trata de um projeto embrionário. Para a concretização da hipótese, o aeroporto Humberto Delgado mostrou um íntegro e completo apoio, sobretudo, através do departamento de Marketing e do diretor-adjunto que sempre se mostraram disponíveis para esta colaboração. O diretor-adjunto salientou ainda, que o aeroporto tem em curso uma parceria com museus da cidade de Lisboa e que possui como objetivo cultivar o interesse e o estímulo da criação artística<sup>48</sup>, o que potencializa a hipótese desenvolvida neste estudo, que já se encontra a ser trabalhada. Assim, uma vez que o tema da dissertação coincide com uma proposta e um projeto do grupo ANA, este trabalho pode vir a contribuir para a solidificação desse projeto num futuro próximo, e quem sabe contribuir para desenvolvimentos futuros.

A EGEAC (Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, E.M) conta com diversos museus que pretendem colaborar com o grupo ANA, SA para a proposta que tem vindo a decorrer desde de dezembro de 2015. Para fundamentarmos melhor esta proposta, torna-se importante perceber quais os principais destinos, assim como as companhias aéreas que mais trabalham com o grupo ANA, SA. Nos últimos 15 anos,

---

<sup>48</sup> Excerto de conversa informal com o Diretor Adjunto do Aeroporto de Lisboa, Nuno Ribeiro Ferreira datada de 24 de maio de 2016.



houve bastantes acréscimos da significância deste grupo.<sup>49</sup> Entre 2005 e 2010, ocorreram melhorias nas infraestruturas de Lisboa, Faro e Ponta Delgada, e em 2009, houve uma intensificação no que diz respeito à promoção de destinos devido a uma nova estratégia de *marketing*. Em 6 anos, nasceram cerca de 60 novas rotas e os serviços de não-aviação originaram grandes avanços, permitindo a criação de ofertas como hotéis para Lisboa, Porto e Faro nas imediações dos aeroportos. Continua a registar-se um grande avanço e preocupação no que diz respeito às necessidades dos passageiros, como a criação do hotel do Porto, o espaço comercial (loja Portfolio), a plataforma *e-commerce* e ainda, a ligação do aeroporto ao centro da cidade de Lisboa graças à implementação da estação de metropolitano Aeroporto no ano de 2012. Estas estratégias têm resultado num aumento significativo de passageiros já que em 2015 o grupo ANA transportou cerca de 35 milhões de passageiros. As principais companhias aéreas foram a TAP Portugal, Ryanair, Easyjet, Transavia e SATA Internacional e os principais mercados de visitantes foram países como a França, Reino Unido, Espanha, Alemanha e Suíça.

Com Kasarda, percebeu-se que os aeroportos portugueses ainda não foram alvo de análise, porque até à data, nenhum regista um possível estatuto transformador. Os museus não podem continuar a serem vistos como locais onde se dá prioridade à exibição e transmissão de cultura, devendo ser encarados como espaços que podem levar a cultura a outros locais. Isto tende a contradizer os ideais defendidos por Augé, ou seja, os aeroportos apesar de serem espaços onde existe uma acelerada circulação de pessoas, são espaços destinados a grandes feitos. Serem não-lugares ou lugares permite que o estatuto do aeroporto seja movido facilmente de acordo com a evolução da sociedade e mesmo com as suas próprias remodelações.

A implementação de museus em aeroportos tornou-se regular e totalmente aceitável pelos indivíduos e pelas infraestruturas. Os museus agora inserem-se em complexos desportivos, fundações, estádios de futebol e até, meios de transporte. O lugar dos museus tornou-se versátil, adaptável e podem ser novos lugares abertos, públicos e essenciais para o divertimento e entretenimento dos indivíduos. A implementação de

---

<sup>49</sup> Algumas diretrizes referentes à organização, jurisdição e informações do grupo ANA, SA situam-se no seguinte *website* - <https://dre.tretas.org/dre/98527/> - consultado a 22 de maio de 2016.

museus em aeroportos é um meio humanístico e dessa maneira, tornar o espaço do aeroporto mais humanizável também se pode ver como um esforço que os dirigentes dos próprios aeroportos possam fazer relativamente ao usufruto dos passageiros no que toca ao compasso de espera. Este compasso de espera que as pessoas sofrem no aeroporto pode ser colocado em pé de igualdade com o percurso de visita que os indivíduos realizam nos museus. Isto faz com que se mencione a importância do fenómeno da experiência dos indivíduos enquanto se encontram em espaços sociais. Este fenómeno tende a colocar, ou melhor, deve propiciar aos indivíduos uma melhor hipótese de os mesmos serem felizes e desse modo, projetar uma viagem como meio de aprendizagem, isto porque de uma forma geral, as pessoas viajam para aprender.

« (...) o Homem sempre viajou: por definição enquanto nómada, por necessidade quando se sedentariza. O viajar é consequência da vida sedentária, nasce com ela e, algures em nós, é herança do nomadismo. A vida sedentária do Homem tem poucos milhares de anos. Algo devemos ter herdado do que antecedeu. (...) » (Brito, Sérgio Palma, 2003: 71)

Os museus agem como veículos emissores de informação, partilhando-a com o público e dessa maneira, torna-se capaz de atualizar relações, apropriações e essencialmente, potencializa o amadurecimento dos indivíduos (Desvallés e Mairesse, 2013). Tornar os indivíduos mais maduros e torná-los mais cultos e conhecedores do mundo, acaba por ter um elevado impacto no seu desenvolvimento social e cultural. Aquilo que se expõe num museu e/ou num *airport museum* possui um impacto significativo.

Estes museus e/ou galerias tornam-se presentes no quotidiano do ser humano devido ao papel dos meios de comunicação e desse modo podem até, ser considerados como omnipresentes (Crane, 2000b). Tudo aquilo que se mostra ao indivíduo é possuidor de impacto, isto é, todo o tipo de atividades que se encontram sujeitas e disponíveis aos indivíduos causam impactos nos mesmos, sejam elas, positivas e/ou negativas. No entanto, a ideia que se deve reter é que todas as experiências são positivas e/ou negativas para os seres humanos e que todas elas são capazes de criar impactos nas mesmas. Muitas vezes são as experiências que movem os visitantes a dirigirem-se mais

do que uma vez a algum sítio sejam eles, museus e/ou cidades para usufruir de uma nova experiência.

Nas viagens, as opções que os indivíduos tomam pesam imenso nas suas decisões. Isto é, existem cada vez mais pessoas a realizarem e a construir a sua própria viagem com tudo definido (alojamento, restaurantes, transportes, avião entre outros) sem o apoio de uma agência de viagens. Isto torna-se evidente devido também ao facto das escalas que, cada vez mais, os indivíduos optam por fazer porque torna-se consideravelmente mais barato. As escalas por sua vez oferecem aos indivíduos paragens em locais diferentes, o que equivale ao equiparem os aeroportos como áreas metropolitanas e embaixadas dos países onde se encontram porque estão abertos «24-7» são espaços públicos (Schwarzer, 2001). Esta ideia das escalas também acaba por valorizar a experiência, o ato de viajar e a necessidade de tempo. Estas três ações permitem que os passageiros possam usufruir do *multi-tasking*, pois possuem tempo para conhecer determinados locais enquanto realizam uma viagem (Schwarzer, 2001). Por exemplo, podemos ter um novo motivo de viagem, ou seja, visitar um determinado número de cidades por um determinado valor por vezes muito módico. Regista-se cada vez mais, a redução dos preços das viagens de avião que, deste modo, têm vindo a ficar cada vez mais acessíveis, sobretudo devido às companhias *low-cost*, tornando possível combinar vários destinos por preços reduzidos, algo que potencia ainda mais a atividade turística, sendo cada vez mais importante a capacidade que os aeroportos têm em satisfazer as necessidades dos turistas que recebem. Deste modo, o público-alvo de toda esta dissertação é essencialmente o turista, mais concretamente o público que realiza turismo cultural onde as emoções, sentimentos e até, sensações tendem a gerar mais acesso a um país e necessariamente, à cultura desse mesmo país. Por outro lado, os colaboradores têm igual participação e interesse nesta investigação aplicada pois, eles também são propícios ao fenómeno turístico, a novos acontecimentos e a novos estatutos baseados em premissas de satisfação e de curiosidade. Isto é, toda a área envolvente e o meio na qual ela se insere trata-se de um campo de representações e de experiências. Assim, tende a existir uma maior possibilidade de tornar o aeroporto de Lisboa como um *airport city* dada a hipótese do mesmo se tornar um catalisador no que diz respeito ao desenvolvimento de vários serviços e ofertas.

Por fim, torna-se imperativo que se crie impacto já que todos os indivíduos que se encontram no aeroporto possuem o direito de saber onde estão e que origem possui esse local.<sup>50</sup> Podemos tomar como exemplo, o aeroporto Internacional Seoul Incheon, na Coreia do Sul, que possui um museu sobre a cultura coreana e uma rua da cultura. Estes salientam que, tornou-se vital transmitir a cultura aos seus visitantes.<sup>51</sup> Nesta ótica, a cultura torna-se um produto e este necessita de encaixar num mercado específico, que são os turistas e os próprios intervenientes que ocupam o espaço diariamente. Por outro lado, um aeroporto, seja ele de que cariz for, rege-se por ser um espaço de diversas atividades povoado por muitas pessoas que transporta consigo aspetos culturais (Tavares, 2014).

Conclui-se que tanto os museus como os aeroportos são entidades e/ou instituições que representam a cidade por um lado positivo e que, por sua vez, influenciam o turismo, o ato de viajar e a oportunidade de apreender novos mundos, línguas e culturas (Kramer, 2013). São instituições que impulsionam a magia, a observação e a introspeção aos indivíduos (Kramer, 2013) e que possuem um campo em comum, o passageiro e/ou o visitante.

Quando se instala um museu e/ou galeria expositiva no aeroporto torna-se necessário perguntar o que é que os visitantes querem ver e quais os objetivos (Kramer, 2013). Ambos os locais, são empresas e instituições que precisam de se mostrar preocupadas com os passageiros tendo como principal missão, verificar se os mesmos se encontram felizes, satisfeitos e impulsionados durante o tempo em que se encontram nas instituições. Por sua vez manter os passageiros felizes, trata-se de um negócio e o museu torna-se capaz de assegurar esse valor imposto ao aeroporto (Kramer, 2013). Hoje, o lugar dos museus é onde for possível desde que, o mesmo tenha capacidade para receber os seus visitantes e os mesmos possam efetuar as melhores experiências possíveis.

---

<sup>50</sup> Nota retirada de uma conversa informal com o Dr. Anísio Franco, Curador e Conservador do Museu Nacional de Arte Antiga datada de 27 de abril de 2016.

<sup>51</sup> Nota de uma entrevista por escrito com o Aeroporto Internacional Seoul Incheon da Coreia do Sul datada de 18 de novembro de 2014.

Deste modo, a proposta desta investigação aplicada tenta alcançar poder suficiente de fazer parar os visitantes e passageiros e que a mesma possa ser incorporada num local onde ocorrem variadas manifestações urbanas (Kasarda, 2013).

## 5.5 PROPOSTA

Esta seção consiste na apresentação de uma hipótese de proposta museológica e/ou de exposição no Aeroporto Humberto Delgado e, conseqüentemente, numa valorização e acréscimo de conteúdos à aplicação já desenvolvida pelo grupo ANA, SA.

Ao longo dos segmentos anteriormente apresentados percebe-se que através dos métodos usados, a melhor hipótese que se pode apresentar é sem dúvida, uma oferta cultural que se possa encontrar espalhada pelo espaço do aeroporto. Esta oferta leva, por sua vez, à concentração de várias ideias numa só oferta a ser constituída tanto para o público passageiro, como para os colaboradores que se concentram no espaço destinado à oferta. Dos contatos estabelecidos percebeu-se o tipo de estrutura que esta proposta poderia ter e para que tipo de público seria dirigida. Também se pôde perceber, através das conversas informais expostas na parte metodológica, que existe uma potencialização desta ideia, isto é, a maioria das entidades apresenta um parecer positivo para uma possível implementação deste tipo de infraestrutura no Aeroporto.

Essencialmente, a proposta assenta na possibilidade de criar uma nova oferta ao dispor daqueles que frequentam o aeroporto, de modo a promover a cultura e a estimular o interesse e a curiosidade dos mesmos. Para além destes fatores, existe ainda a preocupação com a parte estética do espaço, representando esta proposta uma alternativa ao embelezamento do próprio aeroporto através de demonstrações artísticas que possam estar presentes neste tipo de infraestruturas. De qualquer forma, a proposta que o grupo ANA, SA se encontra a desenvolver deve tentar alertar a curiosidade e interesse do público turístico de modo a criar hipóteses para tornar o aeroporto Humberto Delgado um *airport city*. As propostas devem encontrar-se em uníssono, de modo a transmitir a ideia de que o aeroporto deixou de ser apenas um local onde as pessoas esperam pelos seus voos e/ou mesmo por outras pessoas. O aeroporto tomou

uma posição imperativa no modo de transmissão de conhecimento e, é a partir desse ponto que o aeroporto pode ser efetivamente visto como um lugar de conhecimento.

A proposta deveria ser usada como um apoio turístico para o aeroporto e para o próprio passageiro. Assim, a criação de segmentos culturais ao longo do aeroporto formaria automaticamente uma rede possível de embelezamento, onde as novas tecnologias poderiam sobressair como o melhor modo de atração aos turistas. Por outro lado, alerta-se para o facto de que não é possível estudar o público-alvo deste apoio turístico. Assim, sabe-se que a proposta é orientada para o turismo, no entanto, a mesma necessita também de ter a capacidade para agradar a um público mais vasto, e não apenas aos turistas que passam pelo aeroporto Humberto Delgado diariamente. É preciso ainda ter em conta os colaboradores do próprio aeroporto, assim como outros indivíduos que possam ser atraídos para o aeroporto através do desenvolvimento de uma nova oferta cultural.

Numa primeira etapa deve compreender-se que a proposta se deveria guiar por características que tendem a dizer respeito a contextos portugueses. Em segundo plano, a proposta deve sobressair-se entre as demais e deve ser vista como motivadora para o indivíduo e como possível criadora de interesse e curiosidade. Por fim, espera-se que a proposta potencialize o interesse no passageiro em relação a Portugal e que sirva de fator motivacional, para que este regresse ao país. Note-se que esta proposta assenta numa componente muito teórica que apresenta algumas premissas base para uma exposição museológica, museu e/ou galeria, poder funcionar. Desse modo, qualquer alteração a estas premissas é possível pois, a proposta ainda se encontra num estado embrionário e precisará de apoio no que diz respeito à parte prática da mesma.

Se tivermos como exemplo um museu tradicional (tradicional enquanto se encontra num espaço fixo sem ser possível de ser translado) existem alguns elementos necessários para esse funcionamento. A instalação de várias galerias expositivas ao longo do aeroporto, onde as mesmas rondassem vários temas ou focados num tema único, sem dúvida, representam a melhor hipótese para esta dissertação e para uma possível implementação. Torna-se impossível a criação de um museu dentro das infraestruturas aeroportuárias, porque o mesmo não tem capacidade para se expandir para além dos seus limites atuais. Um museu enquanto espaço implica que se pense

automaticamente nos seus conteúdos, constrangimentos e públicos. Devido então a estas três condições, torna-se crucial pensar em questões como a iluminação, conservação e disposição.

Para funcionar da melhor maneira e operar de forma eficiente, um museu deve possuir à partida um número mínimo de funcionários, entre os quais se destacariam a presença de um segurança, um colaborador responsável pela cobrança de bilhetes, um responsável pelos pisos e salas de exposição e por último, um colaborador que esteja apto para realizar apoio ao visitante na medida em que lhe explica os conteúdos, curiosidades e fatores intrigantes relacionados com o mesmo. Estes quatro elementos são à partida essenciais e necessários para o bom funcionamento de um museu tradicional de pequena dimensão, sendo este cenário apoiado pela observação participante realizada no Museu Benfica-Cosme Damião.<sup>52</sup>

Outro fator importante é o horário de funcionamento de um museu, isto é, por norma, os museus apresentam um horário entre as 9h00 ou 10h00 relativamente à sua abertura e entre as 17h00 e as 19h00 relativamente ao período de encerramento. No entanto, museus em aeroportos não podem possuir esta condição uma vez que necessitariam de se encontrar permanentemente abertos ou seja, «24-7». Esta condição também traz consigo outro problema, a criação de horários para os seus colaboradores. Torna-se imprescindível pensar na divisão de horários de trabalho, no caso de se considerar necessário ter o mesmo número de funcionários disponíveis durante todo o dia. Esta condição transporta-nos para o caso proposto para esta dissertação, isto é, um museu inserido no aeroporto apenas se torna viável se as suas exposições se encontrassem espalhadas pelos vários terminais e corredores. Assim, o elemento da segurança encontra-se excluído, isto porque, a segurança e a vigilância garantida pelo próprio aeroporto, deverá garantir também a segurança de quem visita estas galerias espalhadas pelo mesmo. Excluindo o segurança, passamos a ter três elementos, o

---

<sup>52</sup> Este tipo de informações de cariz mais técnico aproveita-se, a partir das observações participantes que se realizou enquanto colaborador do Museu Benfica-Cosme Damião nos períodos de junho a setembro de 2016. A função que desempenhei foi a de mediação cultural e passou por todos estes papéis que enunciei neste excerto. Como o Museu Benfica possui três pisos, são precisos 10 indivíduos para o museu funcionar a 100%, no entanto, com 8 indivíduos, o museu também pode funcionar.

responsável pelas áreas relativamente à bilheteira e o do apoio ao visitante. No que diz respeito à primeira, esta também se exclui porque não se justifica a cobrança de um ingresso por um espaço que se deve encontrar sempre disponível e aberto ao público. Deste modo, eliminam-se os dois primeiros, sendo que estes funcionários seriam substituídos por elementos que dão apoio ao visitante. Percebe-se assim, que cada exposição que tenha lugar no aeroporto apenas precisaria de intervenientes que desempenhem uma só função, isto é, o colaborador precisa de ser capaz de oferecer ao passageiro informação suficiente para aquilo que está a ver. O colaborador seria por sua vez, um mediador cultural.

A função da mediação cultural é crucial para qualquer tipo de exposição, isto porque encontra-se associada a qualquer tipo de apoio prestado a um interveniente enquanto este se encontra num espaço museológico, expositivo e/ou de interação. Esta função, por sua vez, torna-se exigente porque existem alguns critérios-base que estes mediadores à partida necessitam de possuir. Pede-se aos mediadores culturais três aspetos essenciais, a valorização do atendimento ao público, conhecimentos da área em que se encontram e também, conhecimento linguístico de modo a facilitar a comunicação dos visitantes do museu. Isto é, o mediador cultural precisa de fazer conseguir passar a mensagem aos visitantes do museu, sendo esta característica algo essencial quando abordamos questões associadas ao turismo e à promoção de cultura.<sup>53</sup>

Para além da questão da mediação cultural, também se pode ter em conta outro fator, a possibilidade de fazer um estágio, uma atividade extracurricular e/ou curricular, isto é, proporcionar ao Aeroporto uma maneira fácil e de custos reduzidos em termos de empregabilidade no que toca aos mediadores culturais, enquanto serviço de apoio aos visitantes nestas exposições ao longo da infraestrutura aeroportuária. A existência de mediadores culturais poderia ocorrer através de parcerias com institutos superiores e/ou bolsas de estudo como as que já têm vindo a acontecer no grupo ANA. A criação de um protocolo poderia ser implementada, facilitando candidaturas de estudantes a um estágio turístico-cultural no aeroporto Humberto Delgado, tendo em vista as funções de

---

<sup>53</sup> Aponta-se estes critérios enquanto mediador cultural a partir das observações participantes no Museu Benfica – Cosme Damião. Esta instituição pede essencialmente que, os mediadores consigam interagir com o público e que tenham capacidade de comunicar facilmente em inglês, francês, espanhol, alemão, italiano e entre outras.



mediador cultural, onde estes teriam a hipótese de aumentar a sua experiência profissional numa empresa de larga importância social, cultural, económica e política para o próprio país durante um determinado período. Neste âmbito, o estudante apenas precisaria de ter uma experiência prévia de atendimento ao público, sendo igualmente importante a capacidade de comunicar em várias línguas para conseguir compreender e esclarecer os turistas e passageiros que se encontrem interessados nesta oferta. Estes estágios poderiam estar incluídos numa plataforma como a Portal Talentos (ISCTE-IUL) apoiados pelo *Career Services* que transmite ofertas aos estudantes durante os meses de verão (junho, julho, agosto e setembro). Estes estágios, também podem resultar da acumulação de estagiários do aeroporto, isto é, o prolongamento deste estágio ao longo de vários anos oferece a possibilidade a vários estudantes de trabalharem e ganharem experiência profissional numa grande empresa. Nesse caso, a própria ANA, SA poderia reunir num ficheiro todos os estagiários que passaram pela empresa e que desempenharam as funções de mediador cultural, sendo que no futuro poderiam fazer uso dessa lista para contratar novas pessoas, caso novas vagas se encontrassem disponíveis dentro da empresa.<sup>54</sup>

A predominância das visitas guiadas em espaços que não são comuns torna-se relevante no sentido em que se dá a oportunidade a indivíduos de experienciarem novos espaços especialmente, a crianças, jovens e a pessoas com mobilidade reduzida. Podemos ver esta iniciativa no *Open House Lisboa*<sup>55</sup> que contou com a participação do aeroporto de Lisboa pela primeira vez em 2016. Este evento teve lugar nos passados dias 2/3 de julho de 2016 sendo organizado pela Trienal de Arquitetura de Lisboa e pela EGEAC promovendo uma visita gratuita a espaços do aeroporto que, por norma, não se encontram abertos ao público. A criação do serviço educativo permite tornar mais apelativo as exposições de museus e/ou galerias expositivas, facilitando a compreensão do que se vê uma vez que existem diferentes modos de ver e de compreender. Isto torna-se relevante, uma vez que nem todos os indivíduos possuem o mesmo nível de escolaridade (Turner, 1969). A questão do capital cultural surge porque quando se

---

<sup>54</sup> Esta ideia provém da atitude que alguns museus irão implementar num futuro próximo.

<sup>55</sup> Para mais informações, consultar o seguinte *website* - <http://www.openhouselisboa.com/about/#como-funciona>. Consultável a 27 de junho e 7 de julho de 2016.

criaram os primeiros museus e/ou gabinetes de curiosidades apenas um determinado grupo social - aqueles que tinham um capital cultural mais elevado - poderia dirigir-se a estes locais. Por exemplo, durante muitos anos as mulheres não eram vistas como indivíduos que pudessem possuir capital cultural ou mesmo o entendimento necessário para visitarem museus e galerias, devido a um conjunto de condicionalismos como o seu estatuto, classe social, rendimentos e outros.

Tendo em conta que o aeroporto de Lisboa não tem a capacidade para se expandir torna-se necessário que se pense em ofertas que ocupem o atual espaço do aeroporto com galerias de exposições que teriam como objetivo mostrar as diversas regiões de Portugal e também a exibição de excertos de exposições temporárias e/ou permanentes dos vários museus que se podem encontrar na cidade de Lisboa.

### **5.5.1 HIPÓTESES EXPOSITIVAS**

Deste modo, ilustra-se várias hipóteses do que se poderia encontrar nestas galerias. As mesmas encontram-se relacionadas com as características da cultura portuguesa e com figuras emblemáticas do país, sempre com especial atenção para aspetos económicos, turísticos e sociais. As suas preocupações devem também ser dirigidas para o aeroporto, para os passageiros/visitantes e para os museus que possam partilhar desta parceria.

H1: As salas de espera presentes nos terminais do aeroporto necessitam de apelar à viagem e à emoção. Poderiam encontrar-se revestidas de painéis de azulejos que digam respeito a azulejos figurativos, figuras públicas e/ou mesmo vistas panorâmicas de certos locais como por exemplo, Belém, Castelo de São Jorge e o Terreiro do Paço

H2: Os balcões *check-in* poderiam estar acompanhados de excertos de arte urbana enfatizando novamente parcerias com o GAU – Festival de Arte Urbana.

H3: No percurso após os balcões, ou seja, o acesso à zona comercial, as paredes poderiam estar revestidas de vários tipos de demonstrações. Poderia haver réplicas de obras de arte, pinturas e ainda, fotografias da cidade de Lisboa como por exemplo, uma réplica dos painéis de São Vicente que se encontram atualmente no MNAA. Também se

poderia ver uma cronologia da evolução do aeroporto de Lisboa desde do ano da sua fundação até à atualidade como a que se pode observar no Museu Benfica.

H4: O terminal 2 poderia ser alvo de uma nova mudança. Reformula-se o espaço da cadeia alimentar presente e ganha-se mais espaço na sala de espera. A mesma pode ser remodelada de modo a criar-se pequenos núcleos expositivos, como o que teve lugar no aeroporto quando o mesmo se passou a chamar Aeroporto Humberto Delgado a partir de 15 de maio de 2016.

H5: No percurso das chegadas dos passageiros ao aeroporto de Lisboa, este deveria revestir-se de modelos paisagísticos e fotografias espalhadas desde o ponto em que o autocarro deixa os passageiros até à saída do terminal 1. Por exemplo, as paisagens de Lisboa poderiam ser o Castelo de São Jorge, Torre de Belém, Sé de Lisboa e entre outros. Neste percurso poderiam encontrar-se vários mediadores culturais disponíveis para dar informações imediatas a estes passageiros como informação direta e/ou por entrega de folhetos com um registo detalhado (horário, custo, deslocação, tempo estimado).

H6: A área da recolha de bagagem poderia estar revestida com um papel de parede que imitasse a pedra da calçada (caraterística portuguesa).

H7: Poderia também observar-se ou na área da recolha da bagagem ou, nos corredores, a evolução dos trajes usados por operacionais no aeroporto de Lisboa.

H8: No terminal 1 (chegadas) poderiam existir vários balcões informativos de ofertas culturais desde a rampa de acesso do aeroporto, até às saídas para o metropolitano, táxis e autocarros. Estes balcões teriam por sua vez, ou pessoas de cada instituição ou mesmo, estagiários do próprio aeroporto disponíveis para dar informações aos turistas; isto é, instalar balcões móveis.

H9: Nas salas de esperas dos terminais, antes das portas de acesso às zonas comerciais, poderiam haver ecrãs onde se pudesse ver informações relativamente a espetáculos, eventos e acontecimentos que fossem ter lugar nos próximos dias ao invés de excertos de publicidade. Estas informações poderiam ser alternadas com as informações dos voos.

H10: Nas salas de espera depois do acesso à zona comercial, poderiam também haver estantes disponibilizando livros, jornais e revistas para os passageiros se ocuparem durante os seus períodos de espera.

H11: Em cada sala de espera enquanto estamos a minutos de embarcar, poderia instalar-se pequenos ecrãs que se encontrassem em várias línguas que disponibilizassem informações sobre o destino para o qual vão viajar. Por exemplo, ao viajar para Budapeste poderiam passar imagens da capital do SPA, ou seja, os vários complexos termais que a cidade possui e mesmo, quais os percursos turísticos a realizar.

Por os museus terem aumentado os seus serviços, tanto a nível de entretenimento como de educação, fez com que um maior número de pessoas começasse a frequentar cada vez mais estas instituições de culto. Esta transformação social, impulsionada por novos regimes, novos estatutos e novos grupos permitiu também que este tipo de instituições se modificasse. Ao fazê-lo, deu-se lugar à possibilidade de que os museus já não são apenas instituições de culto e de veneração de peças e objetos. Permitiu-se que os «lugares» enquanto museus perdessem as suas formas originais. Posto isto, todas as informações poderão ser dadas pelos mediadores ou pelo uso de *flyers* que se devem encontrar em várias línguas, como o inglês, alemão, espanhol, francês entre outras. Note-se que estas atitudes de embelezamento cultural devem causar curiosidade no indivíduo de modo a passarmos à parte seguinte.

### **5.5.2 COMPLEMENTAR A APLICAÇÃO – PTAIRPORTS**

Outro ponto desta proposta é o complemento à aplicação ANA que se encontra disponível em *smartphones*, *tablets* e telemóveis. A aplicação do grupo ANA-PT Airports – apenas nos transmite dados sobre estados dos voos, deslocações até ao centro da cidade (duração, horários e custos) e serviços e/ou ofertas no aeroporto como restaurantes, lojas e serviços de *business passenger* (áreas privadas). A aplicação devia ser renovada, de modo a incluir um lado turístico e cultural, que estivesse prontamente disponível ao passageiro e/ou ao indivíduo que faça *download* da aplicação. Esta perspetiva turística e cultural, poderia incluir à partida, onze tópicos que os intervenientes pudessem usar, como por exemplo o que fazer em Lisboa com sol e/ou

chuva, onde ir para fazer desporto, quais os locais a visitar para se divertir e sair à noite, os melhores sítios para comer, locais para ouvir música, rotas históricas, opções para quem se encontrasse em negócios, refúgios para casais e ainda, o que fazer em Lisboa quando acompanhado de crianças. Estas opções poderiam ser vistas em paralelo com algumas associações e/ou programas estabelecidos por plataformas já encontrados na *web*.

O aeroporto poderia estabelecer parcerias com empresas ou espaços que promovam de algum modo, a cidade de Lisboa. O projeto Onde Lisboa<sup>56</sup>, por exemplo, desenvolvido por três jovens que perceberam que não existiam plataformas sociais que demonstrassem o que poderiam fazer durante o seu tempo livre e usufruir da cidade em si. Apesar de este *website* ter sido criado a pensar nos cidadãos portugueses, o uso destas plataformas poderia ser alargado a turistas caso as informações passassem a estar disponíveis em outras línguas como o inglês, francês, alemão entre outros. Assim, use-se alguns locais referidos nesta plataforma como sugestões para os turistas conhecerem.

### 5.5.3 EXPLORAR A APLICAÇÃO – TEMAS

Deste modo, podemos estabelecer alguns pontos cruciais para os mesmos efetuarem rotas culturais ou mesmo rotas temáticas e para usufruírem ao máximo da cidade de Lisboa ou mesmo, escapatórias para vilas especiais como Sintra. Sugere-se, ao longo das próximas páginas, algumas rotas turísticas com alguns sítios especiais, comerciais e culturais, sendo que a maioria já faz parte do roteiro turístico das pessoas que visitam Lisboa.

- a) Lisboa & Sol - Galerias Romanas, Arco da Rua Augusta, Cais das Colunas, Castelo São Jorge, Torre de Belém, Terreiro do Paço, Padrão dos Descobrimentos, Mosteiro dos Jerónimos, Teatro Romano, Museu do Aljube,

---

<sup>56</sup> Para mais informações, consultar o *website* – [www.ondelisboa.com](http://www.ondelisboa.com). Consultável a 30 de junho de 2016.

- passar na Baixa-Chiado, Café «Brasileira», *LostIn Bar*, Jardim Amália, Jardim do Cerco da Graça, Miradouro de São Pedro de Alcântara;
- b) Lisboa & Chuva - Galerias Romanas, Armazéns Chiado, Museu Benfica- Cosme Damião, Museu Sporting Clube Portugal, MUDE, Museu Lisboa, Museu do Aljube, Teatro D. Maria II, Tivoli, Hard Rock Café, *LostIn Bar*, *Cockpit*, *Park*;
- c) Lisboa Desportista - Alugar bicicletas (*Slowfast Cycles*, RICICLA, *BikeIberia* entre outros), correr na Avenida Marginal, passear no parque Eduardo VII;
- d) Lisboa & *Party's* - Ir ao Bairro Alto, *LostIn Bar*, GIN 66, *Noobai*, *Cockpit*, Entretanto *Rooftop Bar*;
- e) Explorar Lisboa - Jardim do Cerco da Graça, Café «A Brasileira», geladaria «*Amoriatto*», Hard Rock Café, Terraço do Marquês, *LostIn Bar*, Jardim Amália, *LostIn Bar*, Castelo São Jorge, Torre de Belém, Terreiro do Paço, Padrão dos Descobrimentos, Mosteiro dos Jerónimos, Teatro Romano, Museu do Aljube, passear na Baixa-Chiado, Galerias Romanas, Rua Augusta, Elevador de Santa Justa, Elevador da Glória, Miradouro de São Pedro de Alcântara, *Noobai*, *Cockpit*, *Park*, Entretanto *Rooftop Bar*, GIN *LOVERS*;
- f) Lisboa & *Meat Deal's* - *Frankie's*, 100 Montaditos, Cervejaria Trindade, Cervejaria Portugália, Taverna dos Trovadores (Sintra), Casa do Preto (Sintra), Piriquita (Sintra), Culto da Tasca (Sintra), Café «A Brasileira», geladaria «*Amoriatto*», Hard Rock Café, Terraço do Marquês, *LostIn Bar*;
- g) Negócios e Lazer - Ir a piscinas como no Altis Belém Hotel & Spa e/ou Epic Sana Hotel, Terraço do Marquês, *LostIn Bar*, Jardim Amália, *Noobai*, GIN 66, *Cockpit*, *Park*, Entretanto *Rooftop Bar*, GIN *LOVERS*;
- h) Lisboa & Refúgios - Terraço do Marquês, Central Parque Quiosque, Jardim Torel, *LostIn Bar*, Jardim Amália, Jardim do Cerco da Graça, Elevador de Santa Justa, Miradouro de São Pedro de Alcântara, Entretanto *Rooftop Bar*, GIN *LOVERS*;
- i) Lisboa & *Kid's* - Parque Eduardo VII, Tapada das Necessidades, Parque do Alvito e Serafina (Monsanto), Miradouro de São Pedro de Alcântara, Jardim das Amoreiras;
- j) Lisboa & Música - *LostIn Bar*, GIN 66, *Noobai*, *Cockpit*, *Park*, Entretanto *Rooftop Bar*, Casa do Intendente, Museu do Fado, GIN *LOVERS*;

« (...)Viajo para aprender, para conhecer coisas novas e ver outras coisas. Portanto eu viajo para aprender. É cliché, mas garantidamente viajar é das poucas coisas em que gastas dinheiro, e que o que obténs é grandemente superior ao que pagas. É isso que procuro quando viajo, por isso não considero informal (...) » (Martins, 2016)

De certa forma, Lisboa e as suas ruas tendem a oferecer inúmeros serviços e pequenas surpresas a cada esquina e torna-se praticamente impossível enumerar cada uma delas. Mas apesar de tudo, tentou reunir-se nestas alíneas alguns dos locais que mais marcam Lisboa de modo a quem viajar, conheça e sinta a essência dessa mesma viagem.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

« (...) The future will likely witness a greater convergence of airport and museum, where traveler and visitor can no longer be separated (...) » (Schwarzer, 2001: 66).

Ao longo desta dissertação percebe-se que a hipótese de implementar um espaço de exposição no aeroporto já se encontra patente no século XXI e que desse modo esta poderia ser facilmente sustentada. Para além disso, mostrou-se que o lugar dos museus se alterou e estes podem ser encontrados em aeroportos, estádios, estações de metropolitano ou ainda em estações ferroviárias. Estas transformações que os museus têm vindo a atravessar e que levaram a que uma parte deste se destituísse das suas formas originais, pode levantar novas questões e novas formas de olharmos para os mesmos, colocando dúvidas sobre o modo como os devemos classificar.

Percebe-se que uma proposta relativamente aos aeroportos será bem-recebida, porque os aeroportos, ao serem lugares destituídos de uma condição singular, são locais que facilmente podem albergar infraestruturas culturais, sejam elas temporárias ou não. O facto do próprio grupo ANA pensar numa articulação entre o aeroporto Humberto Delgado e museus da cidade Lisboa permite atribuir um novo estatuto ao aeroporto, novas condições para os seus passageiros e a possibilidade de oferecer a hipótese aos passageiros de conhecer Lisboa.

Os museus e/ou galerias expositivas acrescentam valor e significado aos aeroportos de modo a encará-los como lugares (Shwarzer, 2001). Note-se que o principal argumento desta dissertação é que o lugar dos museus já não se confina a edifícios fixos e a complexos destacados apenas para os museus. Os museus deslocam-se para os locais onde as pessoas se encontram e as experiências das pessoas tendem a originar relações de transparência nas funções dos próprios museus, que acontecem graças ao fenómeno turístico. O turismo precisa de destinos e os museus encontram aqui uma justificação plausível para se inserirem.

Também se percebe que o ato de viajar e do próprio turismo tende a facilitar o interesse e a criação artística que pode ter lugar tanto nos aeroportos como nos museus. Aliás, esse interesse é ainda mais cultivado se falarmos de museus presentes em aeroportos, ou seja, *airport museums*. Isto explica-se porque factores como a



experiência, a satisfação e a capacidade de oferta precisam de se tornar virais, cruciais e imprescindíveis a museus inseridos nos aeroportos. Estimular criação artística e expor conteúdos de arte dentro do aeroporto, acaba por ser visto como um meio de humanizar o espaço e especialmente como um meio de completar ligações, isto é, com o interior e o exterior. Deste modo, esta ação de humanizar o aeroporto vai de encontro com aquilo que o grupo ANA deseja.

Assim, a questão turística e a importância do fenómeno apresentam-se maioritariamente como as mais relevantes e predominantes nestes dois contextos de estudo, os museus e os aeroportos. Um consumidor, e por sua vez um turista, precisa essencialmente de quatro fatores, ter perceção do que precisa, procurar a informação para tal, interpretá-la e, ainda, saber o que vai fazer com aquilo que consegue obter (WTO, 2016). Estas condições naturalmente que condicionam o fenómeno turístico e a sua evolução precisa de ter estes aspetos em consideração. Perceba-se que o turismo deve ser aproveitado para o desenvolvimento de mentalidades humanas para que não se desacredite e se descredibilize a identidade do país em questão (Cunha, 1987).

Deste modo, tentar justificar a presença de museus em aeroportos é óbvia pelas razões que se apresentaram. Os museus ao estarem inseridos em qualquer infraestrutura, tendem certamente a oferecer algo positivo e enriquecedor ao indivíduo e também à própria infraestrutura. Eles dão a hipótese aos indivíduos de aumentarem o seu conhecimento, o seu capital cultural e a sua ânsia de conhecer uma determinada cidade e/ou local. Os museus permitem a modificação dos seus estatutos e as suas capacidades sociais e culturais. Por outras palavras, os museus devem sempre permitir a continuidade com o futuro por estarem com o desenvolvimento do ser humano. Assim, torna-se possível que os indivíduos devam ser capazes de criar alternativas eficientes que sustentem o futuro. Para além de ser notório que os museus possuem uma importante função no que toca à comunidade e ao serviço público, como se pode ver nas definições estabelecidas pelo ICOM, também podem ser vistos como motores económicos. Isto é, estabelecer uma galeria e/ou um museu em instalações aeroportuárias traz consigo um serviço onde o público sinta que exista um nível de confiança relativamente ao que possa encontrar disponível para o mesmo observar.

A promulgação de espaços futuros em aeroportos possui sempre objetivos futuros que neste caso passa pela projeção de uma galeria expositiva ao longo das portas de embarque e dos corredores do aeroporto Humberto Delgado que acaba por levantar a hipótese de o aeroporto se tornar num *airport city*. A criação desta proposta promove também a «essência do limbo», do fenómeno das escalas e ainda da capacidade da internacionalização que o aeroporto pode vir a ter. Pode colocar-se a hipótese, por exemplo, que esta galeria expositiva possa ser motivo de passageiros realizarem uma viagem à cidade de Lisboa.

Um museu acaba por estar aberto ao público, encontrando-se ao serviço da sociedade, tendo essencialmente funções sociais que geram por sua vez ligações com a matéria do conhecimento devido a ações de campos disciplinares. Por um lado, existe a parte que pesquisa a temática, por outro temos a questão de produção de conhecimento. As universidades geram conhecimento através de estudos e de análises, enquanto os museus agem como meios de divulgação. Estas premissas apesar de datarem dos anos de 1950 (Leal, 2011), continuam a ser bastante atuais.

Os museus possuem poder suficiente para fazerem os aeroportos mudarem o seu estatuto. As questões de estudo por detrás desta investigação aplicada são facilmente respondidas baseadas na premissa de Augé, isto é, face às transformações que ambos os locais sofreram, os museus e os aeroportos são lugares porque dentro do seu próprio espaço não precisam de estar ligados a uma definição e/ou uma noção que seja compreendida por todos. São lugares recheados de conteúdo populacional, lugares cívicos e sociais e que cada vez mais, são áreas que estão ao serviço do público e da sociedade. São *gateways* para a cidade e umbreiras de portas. Por outro lado, também já se constatou que os aeroportos dão lugar aos museus nas suas infraestruturas porque são vistos como meio de entretenimento cultural e como serviço cultural para os seus utilizadores. A sua presença também causa impacto, tanto no aeroporto como na sociedade envolvente, assim como ao seu redor face aos seus visitantes e colaboradores.

Por fim, através desta dissertação pretendeu-se contribuir para o desenvolvimento futuro de museus e aeroportos, assim como as ligações entre estes lugares. Estes espaços têm sido alvo de vários processos de transformação, que devem incluir uma preocupação relativamente às pessoas que os frequentam. Esta dissertação

abordou estas questões e através da mesma espera-se ter contribuído para a discussão que rodeia estas temáticas, tendo também oferecido uma hipótese para o caso do aeroporto Humberto Delgado, enquanto possível *airport museum* e, conseqüentemente, *airport city*. Também se espera que, as características emocionais e sensitivas associadas e intrínsecas aos seres humanos não sejam postas de parte. Isto é, enquanto antropóloga, a experiência de uma viagem onde intervenientes despendem muito do seu tempo em aeroportos torna-se importante porque nos permite perceber o que os mesmos realizam durante esse período e que sensações, emoções e transparências nos transmitem. Por outro lado, também nos alertam para a ideia de que todos sentimos e somos postos à prova da mesma maneira, ou seja, na ombreira da porta porque somos capazes de nos encontrar num não-lugar entre o ir e o chegar<sup>57</sup> onde os nossos sentimentos se encontram à deriva.

---

<sup>57</sup> Excerto de *Conversa Informal*, Oliveira Martins, 2016.

## 7. FONTES E BIBLIOGRAFIA

- Airports Council Internacional (2015), ACI Annual Report 2015. Consultável em: <http://www.aci.aero/About-ACI/Overview/ACI-Annual-Report>
- Agier, Michel (2011), *Antropologia da cidade. Lugares, situações, movimentos*, Editora Terceiro Nome, São Paulo;
- American Alliance of Museums (2014), «Trends Watch 2014: Museums and the pulse of the future», AAM, (Online). Disponível em: [http://www.aam-us.org/docs/default-source/center-for-the-future-of-museums/2014\\_trendswatch\\_lores-with-tracking-chip.pdf?sfvrsn=0](http://www.aam-us.org/docs/default-source/center-for-the-future-of-museums/2014_trendswatch_lores-with-tracking-chip.pdf?sfvrsn=0)
- ANA, SA (2012), Relatório de Gestão e Contas (2012), Grupo ANA, Aeroportos de Portugal. Consultável em: [http://www.ana.pt/SiteCollectionDocuments/Sobre%20a%20ANA/Publicacoes/Relat%C3%B3rios%20de%20Gest%C3%A3o%20e%20Contas/2012\\_Relatorio\\_Contas.pdf](http://www.ana.pt/SiteCollectionDocuments/Sobre%20a%20ANA/Publicacoes/Relat%C3%B3rios%20de%20Gest%C3%A3o%20e%20Contas/2012_Relatorio_Contas.pdf)
- ANA, SA (2013), Relatório de Gestão e Contas (2013), Grupo ANA, Aeroportos de Portugal. Consultável em: <http://www.ana.pt/SiteCollectionDocuments/Sobre%20a%20ANA/Publicacoes/Relat%C3%B3rios%20de%20Gest%C3%A3o%20e%20Contas/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20e%20Contas%20ANA%202013.pdf>
- ANA, SA (2014), Relatório de Gestão e Contas (2014), Grupo ANA, Aeroportos de Portugal. Consultável em: [http://www.ana.pt/SiteCollectionDocuments/Sobre%20a%20ANA/Publicacoes/Relat%C3%B3rios%20de%20Gest%C3%A3o%20e%20Contas/2014%20Relatorio%20Gest%C3%A3o%20e%20Contas%20Grupo%20ANA\\_final.pdf](http://www.ana.pt/SiteCollectionDocuments/Sobre%20a%20ANA/Publicacoes/Relat%C3%B3rios%20de%20Gest%C3%A3o%20e%20Contas/2014%20Relatorio%20Gest%C3%A3o%20e%20Contas%20Grupo%20ANA_final.pdf)
- Augé, Marc (2012) [1994], *Não – lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*, Bertrand Editora, Venda Nova, Lisboa;
- Benjamin, Walter (1994) [1955], «A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica» in *Magia e Técnica, Arte e Política, Obras Completas*, volume I, São Paulo, Brasil;
- Bennet, Tony (1998) [1995], *The Birth of the Museum*, Routledge, London;
- Boissevain, Jeremy (ed.) (1996), *Coping with tourists. Europe reactions to mass tourism*, Berghahn Books, Oxford;
- Bouquet, Mary (ed) (2006), *Academic Anthropology and the Museum: Back to the future*, Berghahn Books, United States;
- Bourke, M. (ed) (2013), «LEM Report 7: New trends in museums of the 21st century», Dublin: LEM Projetc, (Online). Disponível em: <http://www.lemproject.eu/WORKING->

[GROUPS/museums-in-the-21st-century-1/7th-report-new-trends-in-museums-of-the-21st-century](#)

- Brito, Sérgio Palma (2003), *Notas sobre a evolução do viajar e a formação do turismo*, volume I, Medialivros, Lisboa;
- Carvalho, Ana (2011), *Os Museus e o património cultural imaterial: estratégia para o desenvolvimento de boas práticas*, Edições Colibri, Lisboa;
- Colbert, François (2000), *Marketing Culture and the Arts*, Montréal, École des Hautes Commerciales;
- Connerton, Paul (1993), *Como as sociedades recordam*, Oeiras Celta;
- Correia, Tiago Miguel (2012), *O papel da sustentabilidade e do benchmarking da medição da performance: o caso da indústria aeroportuária*, projeto de Gestão, Lisboa, ISCTE – IUL (policopiado).
- Costa, Jorge e Paulo Águas, Paulo Rita (2001), *Tendências Internacionais em Turismo*, Lidel – Edições Técnicas Lda, Lisboa.
- Crane, Susan A. (2000b), *Collecting and Historical Consciousness in Early 19th Century Germany*, Cornell University Press;
- Crane, Susan A. (ed) (2000a), *Museums and memory*, Stanford University Press, Stanford;
- Cunha, Licínio (1987), *Política de Turismo*, Secretaria de Estado do Turismo, Lisboa;
- Desvallés, André e François Mairesse (eds) (2013), *Conceitos – chave de museologia*, Armand Colin, Brasil.
- Doganis, Rigas (1992) *The Airport Business*, Routledge, London;
- Eco, Umberto (1991) [1977], *Como se faz uma tese em Ciências Humanas*, Editorial Presença Lda, Lisboa.
- Fernandes, Luís (2000), «Um diário de campo nos territórios psicotrópicos: as facetas da escrita etnográfica», *Experiência Etnográfica em Ciências Sociais*, Telmo Caria (org.), Edições Afrontamento, Porto;
- Figueira, Luís Mota (2013) [2010], *Manual para a Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural*, Tomar IPT;
- Foucault, Michel (2007) [1975], *Vigiar e Punir*, Petropolis, Editora Vozes;
- Ghiglione, Rodolphe e Benjamin Matalon (1992), *O Inquérito: Teoria e Prática*, Celta Editora Lda, Oeiras
- Guillaume, Marc (1980), *A Política do Património*, Editions Galilée, Porto;

- Henriques, Paulo (2001), «Arte no Metropolitano de Lisboa» in *Um metro e uma cidade – história do Metropolitano de Lisboa*, vol.3, Lisboa;
- Internacional Council of Museums (2015), *Museum Definition (2004-2007)*. Disponível em: <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>
- Internacional Air Transport Association (2015), *IATA Annual Review 2015, 71st Annual General Meeting*, Junho 2015, Miami. Disponível em: [www.iata.org/2015-review](http://www.iata.org/2015-review)
- Instituto Nacional Estatística (2014), *Transportes aéreos e atividade turística 2013*, INE.
- Leal, João (2011), «O Povo no Museu» in *Dossiê Museus Nacionais*, Instituto dos Museus e da Conservação, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Joaquim, Graça (2015), «Viajantes, Viagens e Turismo – Narrativas e Autenticidades», Editora Mundos Sociais, CIES, ISCTE – IUL, Lisboa.
- Karp, Ivan e Steven Lavine (ed) (1991), *Exhibiting Cultures. The Poetics and Politics of Museum Display*, Smithsonian Institution, United States of America.
- Kasarda, John (2016), «Aerotropolis» in *Willey – Blackwell Encyclopedia of Urban and Regional Studies*, West Sussex UK: John Willey & Sons Press. Disponível em: [http://aerotropolisbusinessconcepts.aero/wp-content/uploads/2016/01/1b\\_Aerotropolis\\_encyclopedia\\_article\\_20160108.pdf](http://aerotropolisbusinessconcepts.aero/wp-content/uploads/2016/01/1b_Aerotropolis_encyclopedia_article_20160108.pdf)
- Kasarda, John (2010a), «Airport Cities and the Aerotropolis: The Way Forward» in *Global Airport Cities*, London Insight Media Publications. Disponível em: <http://www.aerotropolis.com/airportCities/publications>
- Kasarda, John (2011), «Are Airports Are Non – Places?» in *Airport Consulting*, Publication of the Airport Consultant Council. Disponível em: [http://www.aerotropolis.com/files/2006\\_TheNextAmericanCity\\_RiseOfAerotropolis.pdf](http://www.aerotropolis.com/files/2006_TheNextAmericanCity_RiseOfAerotropolis.pdf)
- Kasarda, John e Stephen J. Appold (2013), «The Airport City Phenomenon: Evidence from large US Airports», in *Urban Studies 5.0*, Urban Studies Journal Limited. Disponível em: <http://www.aerotropolis.com/files/UrbanStud-2013-Appold-1239-59.pdf>
- Kasarda, John (2008), «The Evolution», in *Airport Cities*, London Insight Media Publications. Disponível em: <http://www.aerotropolis.com/files/evolutionChapter1.pdf>
- Kasarda, John (2006), «The Rise of Aerotropolis» in *The Next American City*, Urban Affairs. Disponível em: [http://www.aerotropolis.com/files/2006\\_TheNextAmericanCity\\_RiseOfAerotropolis.pdf](http://www.aerotropolis.com/files/2006_TheNextAmericanCity_RiseOfAerotropolis.pdf)
- Kasarda, John (2010b), «The Rise of Aerotropolis» in *Business Facilities: The Location Advisor*, Indianapolis International Airport. Disponível em: [http://www.aerotropolis.com/files/2010\\_Business\\_Facilities\\_RiseAerotropolis.pdf](http://www.aerotropolis.com/files/2010_Business_Facilities_RiseAerotropolis.pdf)

- Kasarda, John (2015), «Welcome to Aerotropolis, the City of the Future» in Huff Post.  
Disponível em: [http://www.aerotropolis.com/files/HuffPo\\_pdf\\_adaptation\\_20150523.pdf](http://www.aerotropolis.com/files/HuffPo_pdf_adaptation_20150523.pdf)
- Kramer, Hal (2013), *Terminal or Galleries? An Exploratory Study of Museum Operations in Airports*, Thesis of Master of Arts, University of Washington, Washington (policopiado).
- MacDonald, Sharon (ed) (1998), *The Politics of Display – Museums, Science, Culture*, Routledge, New York;
- Magalhães, Fernando (2005), *Museus, Património e Identidade*, Profedições Lda, Porto;
- Malraux, André (2015) [1963], *O Museu Imaginário*, vol.70 da Coleção Arte e Comunicação, Edições 70, Lisboa;
- Mendes, Luís Marcelo (org.) (2012), *Reprograme: comunicação, branding e cultura numa nova era de museus*, Rio de Janeiro, (Online). Disponível em:  
[http://www.reprograme.com.br/wpcontent/uploads/2012/10/reprograme\\_pt.pdf](http://www.reprograme.com.br/wpcontent/uploads/2012/10/reprograme_pt.pdf)
- Message, Kylie (2006), *New Museums and the making of culture*, Berg, Oxford, United Kingdom;
- Nora, Pierre (org) (1986-1992), *Les lieux de mémoire*, 7 vol, Gallimard, Paris;
- Observador* (2015), «Conheça os aeroportos de cinco estrelas», *Observador*. Consultável em: <http://observador.pt/2015/05/07/conheca-os-aeroportos-cinco-estrelas/>
- Observador* (2015), «Os aeroportos com a melhor vista do mundo», *Observador*. Consultável em: <http://observador.pt/2015/05/14/os-aeroportos-melhor-vista-do-mundo/>
- Observador* (2015), «Os piores aeroportos da Europa», *Observador*. Consultável em: <http://observador.pt/2015/10/21/os-piores-aeroportos-da-europa/>
- Pereira, João Castel-Branco (1996) [1995], *Art in the MetLisboa*, ML E.P 1995, Lisboa, Portugal;
- Pimentel, A. (2014), «O Aeroporto de Heathrow já não é o mais movimentado do mundo», *Observador*. Consultável em: <http://observador.pt/2014/12/30/aeroporto-de-heathrow-ja-nao-e-o-mais-movimentado-mundo-sabe-qual-e/>
- Pires, Aníbal (1994), *O que é o Marketing*, Difusão Cultural, Lisboa;
- Poirier, Jean e Simone Valladon, Paul Raybaut (1995), *Histórias de Vida – Teoria e Prática*, Celta Editora, Oeiras.
- Sampaio, Sofia (2013), «Estudar o turismo hoje: para uma revisão crítica dos estudos de turismo», *Etnográfica*, volume 17 (1).
- Schwarzer, Marjorie (2001), «Now Boarding: Airport Museums and the Global Audience» in *Museum News* 80:3, May-June 2001.

- “Now Boarding: Airport Museums and the Global Audience” *Museum News* 80:3 (May-June 2001)
- Schengen, Space (s.a), «Europa sem fronteiras: O espaço Schengen». Consultável em: [http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/e-library/docs/schengen\\_brochure/schengen\\_brochure\\_dr3111126\\_pt.pdf](http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/e-library/docs/schengen_brochure/schengen_brochure_dr3111126_pt.pdf)
- Semedo, Alice e João Teixeira Lopes (coord.) (2006), *Museus, Discursos e Representações*, Edições Afrontamento, Porto.
- Seminário Estratégia e Gestão de Aeroportos, Exponor, 14 de Abril de 1999, org. Associação Empresarial de Portugal, Porto, AEP, 1999;
- Serraninho, Inês Alves (2013), *Study on how to increase the commercial offers in airports while improving customer experience – Lisbon case*, Project of Business Administration, Lisboa, ISCTE- IUL (policopiado).
- Silva, Augusto Santos e José Madureira Pinto (2014) [1986], *Metodologia das Ciências Sociais*, Edições Afrontamento, Porto.
- Tate, R., White & Impact Achievement Group Inc (2008), «Creating Excepcional Customer Experience: be the customer», consultável em: [http://www.impactachievement.com/pdf/Creating\\_Exceptional\\_Customer\\_Service\\_IAG\\_White\\_Paper.pdf](http://www.impactachievement.com/pdf/Creating_Exceptional_Customer_Service_IAG_White_Paper.pdf)
- Tavares, Esmeralda (2014), *Aeroportos Internacionais: contextos de inter – relação entre inteligência cultural, adaptabilidade e fontes de orientação*, projeto de Gestão de Recursos Humanos, Lisboa, ISCTE – IUL (policopiado).
- Turismo de Portugal (2006), *Touring Cultural e Paisagístico – 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*, Turismo de Portugal, Lisboa.
- Turismo de Portugal (2007), *Plano estratégico nacional do turismo: para o desenvolvimento do turismo em Portugal*, Lisboa: Turismo de Portugal.
- Tylor, Edward B. (1881), *Anthropology: An Introduction to the Study of Man and Civilisation*, London, John Murray;
- Vergo, Peter (ed.) (1989), *The New Museology*, Reaktion Books, London, United Kindogm;
- Vieira, João Martins (1997), *A Economia do Turismo em Portugal*, Publicações Dom Quixote, Lda, Lisboa;
- Weiss, Robert S. (1994), *Learning from Strangers. The art and method of qualitative interview studies*, Free Press, New York;
- World Tourism Organization (2016), *Recomendation on Acessible Information in Tourism*, UNWTO, Madrid.



Zenglein, Max J. e Jurgen Muller (2007), «Non – Aviation Revenue in the Airport Business – Evaluating Performance Measurement for a Changing Value Proposition», Berlin School of Economics, Germany. Consultável em: [http://userpage.fu-berlin.de/~jmueller/gaprojekt/downloads/gap\\_papers/Performance\\_Measurement\\_02\\_11\\_07.pdf](http://userpage.fu-berlin.de/~jmueller/gaprojekt/downloads/gap_papers/Performance_Measurement_02_11_07.pdf)

## 8. ANEXOS

### A. CONVERSAS INFORMAIS

#### a) CONVERSA COM BELINDA LI, CURADORA DO SFO MUSEUM



Patrícia Cerqueira <pmhca@iscte-iul.pt>

---

### Museum SFO - Thesis

5 mensagens

---

Patrícia Cerqueira <Patricia\_Miguel\_Cerqueira@iscte.pt>

28 de abril de 2016 às  
20:03

Para: curator@flsfo.com

Good evening,

I'm doing a thesis about non services of aviation in airports. My thesis it's about the hypothesis of creating a museum in Lisbon Airport.

I've been talking with Kasarda who said that your airport is one of the most important in this area.

Your museum became the first museum in an airport to receive accreditation from the American Alliance of Museums.

My thesis needs a lot of theoretical support and the opinion of your museum about the importance of the presence of one in a hub context it's important. I would like to ask you about the importance of a museum and what kind of art or knoweldge it's important for you to give to your passengers.

Best Regards, Patrícia

---

Curator (AIR) <Curator@flsfo.com>

3 de maio de 2016 às 00:12

Para: Patrícia Cerqueira <Patricia\_Miguel\_Cerqueira@iscte.pt>

Hi Patricia,

I apologize for the delayed response. Thank you so much for your inquiry and for contacting SFO Museum. We are proud to be the first museum in an airport to be accredited by the American Alliance of Museums. We would be happy to respond to any specific questions you have about our program and its operation, if you would like to send us some!

Good luck on your thesis!

Warm Regards,  
Belinda

**Belinda Li**  
**Associate Curator of Public Engagement**

**SFO Museum**  
**(650) 821-6735**  
[Belinda.Li@flysfo.com](mailto:Belinda.Li@flysfo.com)  
[www.SFOMuseum.org](http://www.SFOMuseum.org)

**From:** Patrícia Cerqueira <[Patricia\\_Miguel\\_Cerqueira@iscte.pt](mailto:Patricia_Miguel_Cerqueira@iscte.pt)>  
**Date:** Thursday, April 28, 2016 at 12:03 PM  
**To:** Belinda <[Curator@flysfo.com](mailto:Curator@flysfo.com)>  
**Subject:** Museum SFO - Thesis  
[Citação ocultada]

---

**Patrícia Cerqueira** <[Patricia\\_Miguel\\_Cerqueira@iscte.pt](mailto:Patricia_Miguel_Cerqueira@iscte.pt)>  
Para: "Curator (AIR)" <[Curator@flysfo.com](mailto:Curator@flysfo.com)>

3 de maio de 2016 às  
11:02

Hi Belinda,

Thank you very much for your response. I appreciate it, and I want to know more about the SFO Museum.

First I would like to know how the ideia for developing the museum inside the airport came up.

Secondly, i want to know what are the concerns that the museum, as cultural facility, has in particular with the public and the passengers of the airport. I want to know too, what are the goals of the museum.

For last, and because of my masters thesis is about the implementation of a museum inside the Lisbon airport, I would like to know what type of impact has the SFO Museum on the San Francisco Airport. For instance, how many people came to see the museum, and if the museum can increase the movement of people and the revenues inside the airport.

Best Regards,

Patrícia Cerqueira

[Citação ocultada]

---

**Curator (AIR)** <[Curator@flysfo.com](mailto:Curator@flysfo.com)>  
Para: Patrícia Cerqueira <[Patricia\\_Miguel\\_Cerqueira@iscte.pt](mailto:Patricia_Miguel_Cerqueira@iscte.pt)>

7 de maio de 2016 às 00:45

Hi Patricia!

Those are great questions. I hope these responses help.

[Developing the Museum](#)

SFO Museum got its start in 1979 as budget concerns for the City and County of San Francisco prompted cuts in arts funding. San Francisco International Airport is an enterprise (revenue generating) department for the City and stepped in to help insure that exhibitions planned for the Fine Arts Museums – endangered by budget cuts – would proceed, albeit at the Airport and not the museum. These exhibitions were successful and prompted the Airport to create the Bureau of Temporary Exhibitions, which was staffed with three people and had the use of wall space throughout the terminals.

The early exhibitions were successful and prompted positive reviews from passengers and the general public. As the Airport expanded and the exhibition program grew in scale, the Airport began to incorporate formal gallery spaces within the terminals. At the same time, the Bureau began to collect objects for a permanent museum collection, the scope of which was eventually narrowed to objects and items related to commercial aviation, especially within the Pacific Rim. The program underwent a name change, becoming San Francisco Airport Museums, and in 1998 applied for and received preliminary accreditation status from the American Alliance of Museums (AAM), the national accrediting body for museums. Formal accreditation was granted in 2003. Around this time, the new International Terminal was built, which included four new standalone gallery spaces and the fully-enclosed Aviation Museum and Library, the interior of which is a scaled-down replica of the Airport's 1930s passenger terminal. More recent renovations in Terminals 2 and 3 have given SFO Museum additional galleries. You can see all of our galleries via this map on our website: <http://www.flysfo.com/museum/exhibitions/map> You may also find supplemental information on our website to be of use; please see our "About SFO Museum" section: <http://www.flysfo.com/museum/about>

#### Concerns

I'm not sure what you mean by the concerns the museum has in regards of the public and the passengers of the airport. Can you please clarify?

#### Goals

The primary goals of the Museum are stated in our mission, which is to provide a broad range of exhibitions and educational programs, collectively represent the diversity of human achievement, enrich the public experience, and differentiate SFO from other airports.

#### Impact

Determining the impact SFO Museum has on the Airport is difficult to quantify (and we are biased in favor of an overwhelmingly positive impact!), but they are definitely positive. We receive comments in numerous ways, such as: this public-facing email account; the Airport's online comment system; our various social media accounts; and during in-person interactions with passengers in the terminals.

Regarding visitor numbers, SFO Museum is a little different from other museums in that most of our exhibitions spaces are located throughout the terminals of the airport – the Aviation Museum is the only enclosed area we have. For the Aviation Museum, we are able to count the number of visitors that come into that space, which was approximately 33,000 visitors last year. However, for the exhibitions spaces are located throughout the terminals of the airport, our numbers are a little less concrete. On the low end of the count, we estimate that 10% of passengers interact with our exhibitions, and as SFO had 50 million passengers pass through the terminals last year (a great milestone for the airport), we estimate we had 5 million visitors last year. We frequently hear from passengers that they like arriving at SFO early for their out-bound flights so that they can spend time with our exhibitions. We are also just about to start

a joint project with the Airport's Information Technology department to analyze passenger flow through the terminals using data collected by wifi and bluetooth beacons. We hope that this will provide us with deeper insight into visitor numbers.

With our goal to differentiate SFO from other airports, we hope that by offering free cultural programming, passengers will choose to fly in and out of SFO rather than any other Bay Area airport, which in turn increases revenue for the Airport.

I hope this helps. Please let me know if you have any additional questions!

Warm Regards,

Belinda

Belinda Li

**Associate Curator of Public Engagement**

SFO Museum

[\(650\) 821-6735](tel:(650)821-6735)

[Belinda.Li@flysfo.com](mailto:Belinda.Li@flysfo.com)

[www.SFOMuseum.org](http://www.SFOMuseum.org)

**From:** Patrícia Cerqueira <[Patricia\\_Miguel\\_Cerqueira@iscte.pt](mailto:Patricia_Miguel_Cerqueira@iscte.pt)>

**Date:** Tuesday, May 3, 2016 at 3:02 AM

**To:** Belinda <[Curator@flysfo.com](mailto:Curator@flysfo.com)>

**Subject:** Re: Museum SFO - Thesis

[Citação ocultada]

---

**Patrícia Cerqueira** <[Patricia\\_Miguel\\_Cerqueira@iscte.pt](mailto:Patricia_Miguel_Cerqueira@iscte.pt)>

7 de maio de 2016 às 11:57

Para: "Curator (AIR)" <[Curator@flysfo.com](mailto:Curator@flysfo.com)>

Hello Belinda,

Thank you for your answers . They were fantastic . They reflect exactly what I need .

When I speak of the impact that the museum has on the public and on passengers , I refer to the notion of experience.

Do you think they get at the end , a good experience ?

I was wondering about using your museum as a kind of case study.

I could make Portugal to realize that this kind of museums it's possible .

Can I use what you wrote ? And if so, how can I quote you ?

You helped me a lot !

I hope that your museum continues to be a museum which I would like to go. I hope I could go to San Francisco just to see your museum.

Best Regards, Patrícia Cerqueira

## **B. INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO**

### **Ofertas e Produtos existentes no Aeroporto de Lisboa**

Este formulário servirá de base para a dissertação de Mestrado em Empreendedorismo e Estudos da Cultura no ISCTE-IUL.

Pretende-se reunir informação de modo a ser utilizada como sustentação teórica relativamente à possível implementação de um museu e/ou galerias expositivas dentro de infraestruturas aeroportuárias nomeadamente, no Aeroporto de Lisboa.

O objetivo deste formulário prende-se com o intuito de saber a opinião sobre serviços, ofertas e produtos que lhe são oferecidos enquanto se encontra em aeroportos. Será necessário que efetue comparações entre o aeroporto de Lisboa e o demais para onde viajou.

O questionário é anónimo, no entanto, pede-se que seja rigoroso relativamente às suas respostas.

Destina-se a jovens entre os 18 e os 25 anos que sejam estudantes no ISCTE-IUL e os mesmos deverão usar o e-mail institucional para o efetuar.

A realização do questionário leva cerca de 5 a 10 minutos.

1. Qual é o seu sexo?

1.1 Masculino;

1.2 Feminino;

2. Que idade possui?

2.1. 18;

2.2. 19;

- 2.3. 20;
- 2.4. 21;
- 2.5. 22;
- 2.6. 23;
- 2.7. 24;
- 2.8. 25;
- 3. Frequenta o ISCTE-IUL?
  - 3.1 Sim;
  - 3.2 Não;
- 4. Que grau frequenta?
  - 4.1. Licenciatura;
  - 4.2. Mestrado;
  - 4.3. Doutoramento;
  - 4.4. Pós-Graduação;
- 5. Em que data é que fez a sua última viagem?
  - 5.1. 2005-2010;
  - 5.2. 2011;
  - 5.3. 2012;
  - 5.4. 2013;
  - 5.5. 2014;
  - 5.6. 2015;
  - 5.7. 2016;
- 6. Saindo do Aeroporto de Lisboa para onde viajou?
  - 6.1. Abu Dhabi Internacional Airport (Dubai)
  - 6.2. Aeroporto Internacional de Faro (Faro, Portugal)
  - 6.3. Aeroporto Sá Carneiro (Porto, Portugal)
  - 6.4. Adolfo Suárez, Madrid-Barajas (Madrid)

- 6.5. Amesterdam Airport Schipol (Amesterdão)
  - 6.6. Athens Internacional Airport Eleftherios Venizelos (Atenas)
  - 6.7. Barcelona El Prat Airport (Barcelona)
  - 6.8. Beuvais-Tille (Paris, França)
  - 6.9. Beijing Capital Internacional Airport (Pequim)
  - 6.10. Belo Horizonte Internacional Airport (Brasil)
  - 6.11. Bremen Airport (Alemanha)
  - 6.12. Ciampino (Roma, Itália)
  - 6.13. Dubai Al Maktoum Internacional Airport (Dubai Al Maktoum)
  - 6.14. Dubai Internacional Airport (Dubai)
  - 6.15. Dublin Airport (Dublin, Irlanda)
  - 6.16. Incheon Internacional Airport (Incheon, Coreia do Sul)
  - 6.17. Genève-Cointrin Airport (Genebra, Suíça)
  - 6.18. London Heathrow Airport (Londres, Inglaterra)
  - 6.19. Manchester Airport (Manchester, Inglaterra)
  - 6.20. Munich Airport (Munique, Alemanha)
  - 6.21. Paris Charles de Gaulle Airport (Paris, França)
  - 6.22. Stansted Airport (Londres, Inglaterra)
  - 6.23. Zurich Airport (Zurique, Suíça)
  - 6.24. Outro
7. Selecione apenas um aeroporto dos que acima se encontram e realize o questionário a partir do mesmo.
  8. Quanto tempo demorou da sua residência até ao aeroporto de Lisboa para efetuar a viagem? (Exemplo: Sintra até ao Aeroporto)
    - 8.1. Menos de 30 minutos;
    - 8.2. 30 Minutos a 1 hora;
    - 8.3. 1 hora a 1h30minutos;



- 8.4. 1h30minutos a 2horas;
- 8.5. Mais de 2horas;
9. Quanto tempo demorou a sua viagem? (Exemplo: Lisboa a Madrid)
- 9.1. Menos de 30 minutos;
- 9.2. 30 Minutos a 1hora;
- 9.3. 1hora a 1h30minutos;
- 9.4. 1h30minutos a 2horas;
- 9.5. Mais de 2horas;
10. Quais foram as razões que o levaram a escolher esse aeroporto?
- 10.1. Proximidade;
- 10.2. Acessos;
- 10.3. Preço do Voo;
- 10.4. Serviços do Aeroporto
11. Como avalia os níveis de conforto no aeroporto que acima mencionou?  
(numa escala de 1 a 5 onde 1 corresponde a uma avaliação mínima/insuficiente e 5 a uma avaliação máxima)  
\_\_\_\_\_
12. Como avalia os níveis de bem-estar no aeroporto que acima mencionou?  
(numa escala de 1 a 5 onde 1 corresponde a uma avaliação mínima/insuficiente e 5 a uma avaliação máxima)  
\_\_\_\_\_
13. Como avalia os níveis de higiene no aeroporto que acima mencionou?  
(numa escala de 1 a 5 onde 1 corresponde a uma avaliação mínima/insuficiente e 5 a uma avaliação máxima)  
\_\_\_\_\_
14. Como avalia os níveis de serviços no aeroporto que acima mencionou?  
(numa escala de 1 a 5 onde 1 corresponde a uma avaliação mínima/insuficiente e 5 a uma avaliação máxima)  
\_\_\_\_\_

15. Utilizando uma escala de 1 a 10, que avaliação faz do aeroporto em termos globais? (numa escala de 1 a 10 onde 1 corresponde a nada satisfeito e 10 a totalmente/muito satisfeito)  
\_\_\_\_\_
16. Relativamente ao controlo exigido e visualizado no aeroporto, nomeadamente, aspetos relacionados com a segurança, como se sentiu? (numa escala de 1 a 5 onde 1 corresponde a nada seguro e 5 a muito seguro) \_\_\_\_\_
17. Em comparação com o Aeroporto de Lisboa, que aeroporto prefere? \_\_\_\_\_
18. De que modo avalia os serviços de não-aviação presentes no aeroporto que escolheu de acordo com a oferta e a qualidade dos mesmos? (Serviços de não-aviação dizem respeito a centros comerciais, galerias, salas de cinema, jardins, áreas de relaxamento, casinos, lojas de conveniência entre outros) (numa escala de 1 a 5 onde 1 corresponde a péssimo e 5 a ótimo)  
\_\_\_\_\_
19. Quando viaja e permanece num aeroporto, que qualidade e serviço valoriza mais no tempo que despende?
- 19.1. Centros Comerciais
  - 19.2. Galerias e Exposições
  - 19.3. Salas de cinema
  - 19.4. Jardins
  - 19.5. Espaços de relaxamento
  - 19.6. Casinos
  - 19.7. Lojas de conveniência
  - 19.8. Outros
20. Pense num centro comercial. O aeroporto para o qual viajou aproxima-se de um centro comercial? \_\_\_\_\_

21. Existiam serviços de não-aviação nesse aeroporto? Se sim, mencione quais. \_\_\_\_\_

22. Que atividades desempenhou no aeroporto? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

23. Acredita que a cultura pode ter um lugar no aeroporto? Se sim, por favor justifique. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

24. Acredita que o aeroporto poderá ter um lugar cultural? Se sim, por favor justifique.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

25. Identifica algum serviço cultural no Aeroporto de Lisboa? \_\_\_\_\_

26. Se já frequentou outros aeroportos pertencentes ao grupo ANA, SA (Lisboa, Beja, Porto, Faro, Madeira e Açores) também acredita que algum deles poderá possuir serviços culturais? Se sim, por favor justifique. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

