

## Anexo 3

### Festa dos Museus (Maio de 2007)

## Estudo de Públicos

### SECÇÃO I:

#### Avaliação do evento e da sua estratégia de comunicação e divulgação:

##### 1. Já conhecia o Museu ?

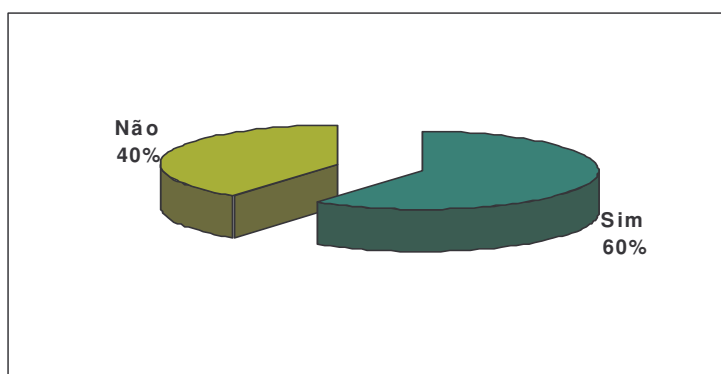


Gráfico1 – Percentagem de inquiridos que já conheciam o MNA

Como se pode observar pelo gráfico, a maioria dos inquiridos já conhecia e tinha visitado pelo menos uma vez o Museu Nacional de Arqueologia. A distribuição dos visitantes pelos vários dias do evento pode ser constatada no gráfico seguinte.

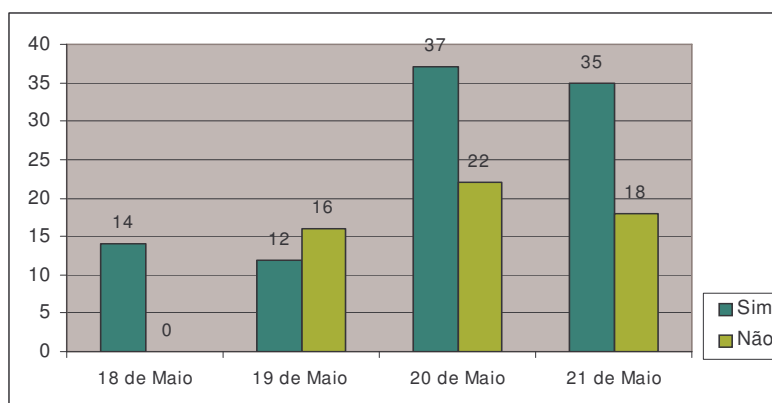


Gráfico2 – Visitantes que já conheciam o MNA distribuídos pelos dias do evento

Há a salientar que a afluência de visitantes nos dias 20 e 21 foi superior à do próprio Dia Internacional dos Museus (dia 18, 5ª feira), uma vez que por se tratar de um fim-de-semana, existia uma maior quantidade e diversidade de actividades organizadas pelo museu.



## 2. Costuma frequentar as actividades do MNA nestes dias festivos?

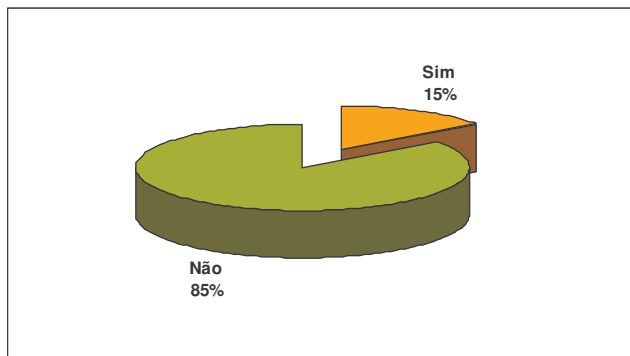


Gráfico 3 – Percentagem de inquiridos que tem por hábito frequentar as actividades do MNA no Dia Internacional dos Museus

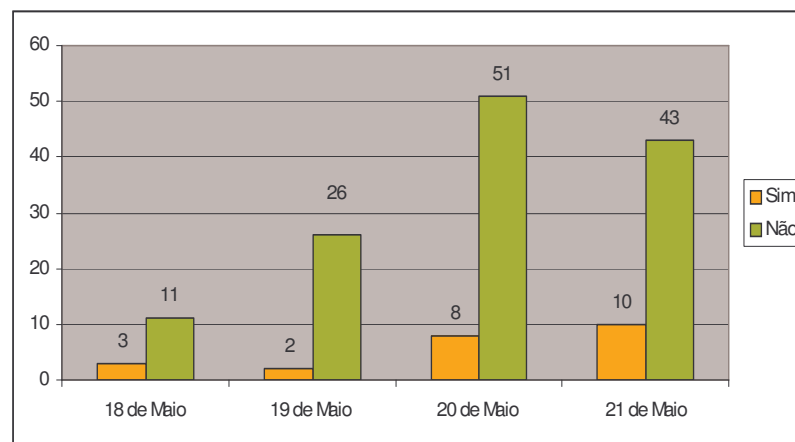


Gráfico 4 – Distribuição dos inquiridos que têm por hábito frequentar as actividades do MNA no Dia Internacional dos Museus por dias do evento

A maioria dos inquiridos (85%) não costuma frequentar as actividades do MNA no DIM nem, pelo que se pode constatar pelo gráfico seguinte, participa nas actividades desenvolvidas por outros museus para estes dias.

## 3. Costuma frequentar as actividades de outros museus nestes dias?

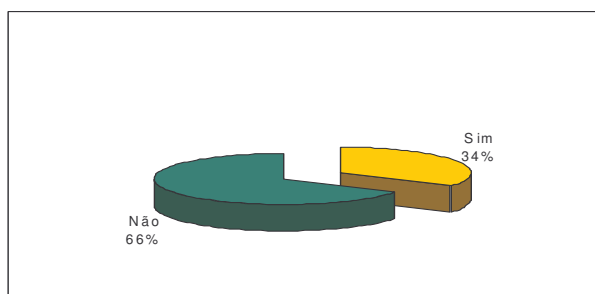


Gráfico 5 – Visitantes que frequentam as actividades do MNA no DIM

Dos 60% de visitantes que responderam que já conheciam o Museu Nacional de Arqueologia, 36 % tem por hábito participar nas comemorações do DIM neste museu.

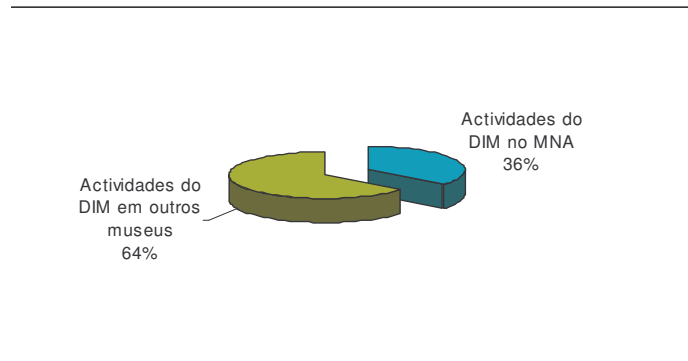


Gráfico 6 - Percentagem de visitantes que já conhecia o MNA que participa em actividades do Dia Internacional dos Museus.

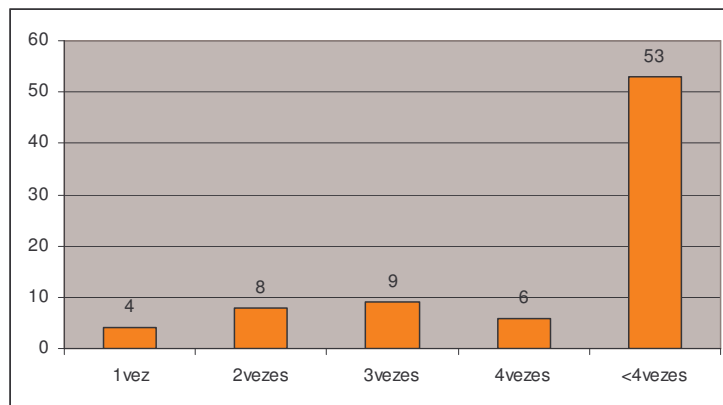


Gráfico 7 - Frequência de visitas a museus dos inquiridos que têm participar nas comemorações do DIM

Estes inquiridos são também visitantes regulares de outros museus ao longo do ano, sendo que 53 deles visitam museus mais de 4 vezes por ano.

#### 4. Como soube das actividades do MNA para esta ocasião?

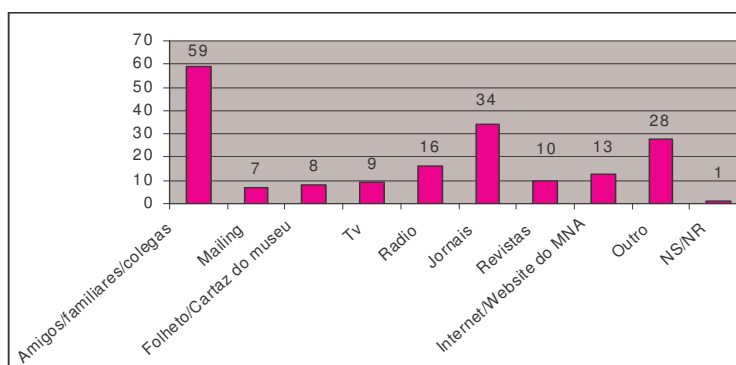


Gráfico 8 – Meios de divulgação das actividades

Esta era uma pergunta de resposta múltipla que pretendia averiguar qual o melhor meio de divulgação das actividades do Dia Internacional dos Museus. A partir das respostas obtidas conclui-se que 59 dos inquiridos teve conhecimento dos eventos através dos amigos, de familiares e/ou colegas, meio que comumente se



designa por "boca a boca" ou "passa palavra". É rápido e eficaz, com resultados significativos em todas as faixas etárias.

O segundo meio apontado integra o grupo dos "media tradicionais", destacando-se a imprensa escrita, mais concretamente os jornais. 34 pessoas referem-nos como os responsáveis pela sua visita, sendo que os mais aludidos foram o "Expresso", o "Diário de Notícias" e diários gratuitos. Uma das críticas apontadas à divulgação das actividades do museu sugeria que este apostasse mais na publicidade televisiva, que como meio de massa que é, atingiria mais público. No entanto, os elevados custos não permitem que a maioria dos museus utilize esse meio.

Em terceiro lugar surge a divulgação feita pelo próprio museu, através de mailing, folhetos e cartazes, em suporte físico. A divulgação através das tecnologias da informação e comunicação (TICS) apresentou valores bastante reduzidos (13); a divulgação pela rádio chegou a ser superior (16).

A categoria "outros meios de divulgação" (28) abarca respostas diversas que apontam como responsáveis pelo conhecimento das actividades do DIM o "acaso" ou o facto de "estarem de passagem na zona".

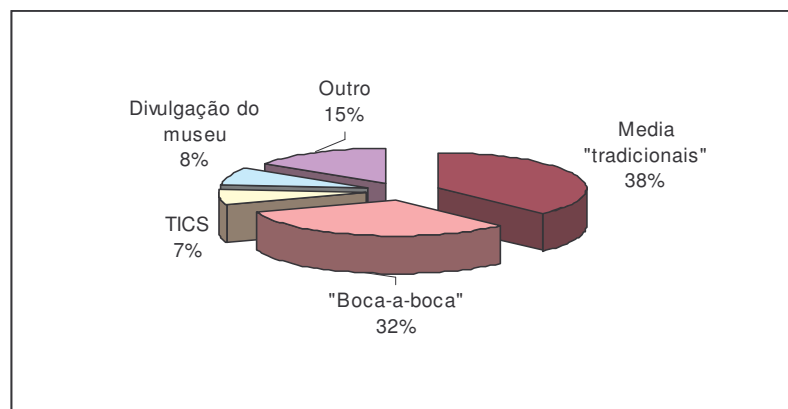


Gráfico 9- Categorização dos meios de divulgação

## 5. O que está a achar mais interessante?

Com esta questão de carácter qualitativo, pretendia-se conhecer a opinião e os gostos dos visitantes relativamente aos eventos e a outros aspectos relacionados com o museu.

O dia 18 de Maio, por ser dia de semana (5ª feira), não disponibilizou muitas actividades quando comparado com o fim-de-semana. Contudo, os inquiridos revelaram que gostaram muito dos ateliers educativos "Chaves de Pedra – Ousar a cor" e "Estela de Anubis" pela sua vertente prática e também artística, das visitas guiadas, que permitiram conhecer melhor as exposições do museu e da palestra "Ética, Mitologia e Teatro na Grécia Antiga", proferida pela Prof. Maria Helena Rocha Pereira. Através de observação participante, foi possível constatar que esta foi a actividade com maior afluência de público adulto, pois realizou-se num horário mais tardio e pós-laboral.

No dia 19 de Maio (6ª feira), o museu apenas tinha organizado um concerto "Terra do Zeca", às 21h. Os visitantes apreciaram não só o próprio evento, apontando-o como de grande qualidade, como e mais uma vez, o facto de o museu abrir as suas portas fora de horas, alargando, ainda que extraordinariamente, o seu horário.

Os dias 20 e 21 foram os mais movimentados desta "Festa dos Museus 2006". No sábado, 21, os visitantes referiram como de maior interesse as exposições do museu (destacando-se as Antiguidades Egípcias), os vários momentos musicais (sobretudo aqueles protagonizados pelos grupos "Toca a rufar" e "Associação Gaita-de-Foles"), a "Feira de Sabores" realizada no pátio, ao ar livre, conferindo originalidade ao evento, e o baile.



Domingo, 21 de Maio, os motivos de interesse continuaram a centrar-se nos concertos e na abertura do pátio, fechado ao público no resto do ano. O facto de neste fim-de-semana as condições meteorológicas terem sido bastante favoráveis (sol e tempo ameno) agradou aos visitantes, que assim puderam desfrutar dos concertos e do convívio ao ar livre, possibilitando ainda a sua livre circulação pelo museu, no interior e no exterior.

## 6. O que está a achar menos interessante?

Com esta questão, também ela de natureza qualitativa, solicitava-se ao visitante que relatasse os aspectos e as situações que mais lhe tinham desagradado.

Relativamente a dia 18 as críticas respeitaram ao reduzido número de actividades apresentadas. Nos restantes dias foram apontadas essencialmente razões logísticas, como a falta de pontualidade de alguns concertos, a falta de comodidade do pátio, assim como o mau estado do piso deste, e também a fraca divulgação e a ausência de espaços de restauração e descanso, quer nas exposições (principalmente na exposição de Mosaicos Romanos), quer fora delas.

## 7. Pensa visitar o museu novamente?

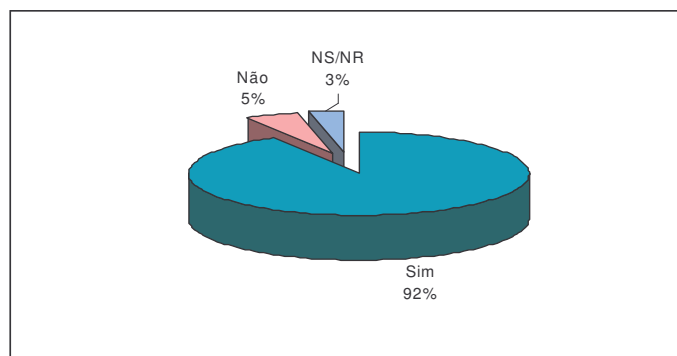


Gráfico 10- Inquiridos que voltariam a visitar o Museu

Esta questão tinha por finalidade avaliar a apetência do inquirido por uma nova visita. A maioria referiu que voltaria sem dúvida a visitar o MNA, sendo que uma parte dos responderam “Não” fizeram-no apenas por não residirem na área da Grande Lisboa.

## 8. Considera que a divulgação do museu foi eficaz para este evento?

Esta era uma questão fulcral no inquérito e pretendia avaliar, do lado do receptor, a eficácia da mensagem emitida pelo museu, neste caso as comemorações do Dia Internacional dos Museus. Essa eficácia foi definida por mim como a recepção da informação e o impacto do meio utilizado na divulgação.

A maioria dos inquiridos respondeu que “Sim” (40%), que considerava a divulgação eficaz para estes dias. Não obstante, esta resposta positiva foi algumas vezes acompanhada de outras informações, como o facto de desconhecerem o que se passava no museu no resto do ano por falta de informação.

Os inquiridos que responderam “Não” podem ser divididos em 2 grupos: os que não tiveram conhecimento das actividades do museu através de divulgação institucional (isto é, chegaram ao MNA por intermédio de amigos, familiares ou colegas) e os que chegaram ao museu através da sua divulgação. Através destes dados podemos concluir que não só houve falha no processo comunicativo que, aliás, não se chegou a desenrolar no primeiro



caso, já que o receptor não recebeu a informação, como os meios empregues não foram considerados, excepto no caso da televisão, impactantes. É sabido que o meio condiciona a recepção da mensagem, e que aquele difere consoante o segmento-alvo a atingir.

Vários factores são ainda apontados pelos próprios visitantes como obstáculos para a divulgação: o facto de o museu não fazer muita publicidade na televisão (como já foi mencionado na pergunta anterior) e os folhetos não saírem do espaço do museu (funcionam apenas para pessoas que já o conhecem e como tal, sabem onde procurar a informação) Um pequeno número referiu também que o facto de o MNA estar instalado na continuidade do edifício do Mosteiro dos Jerónimos cria alguma confusão e que a sinalética existente à entrada não é suficiente para os esclarecer.

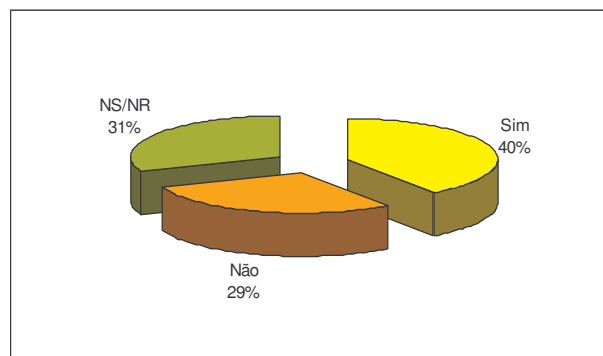
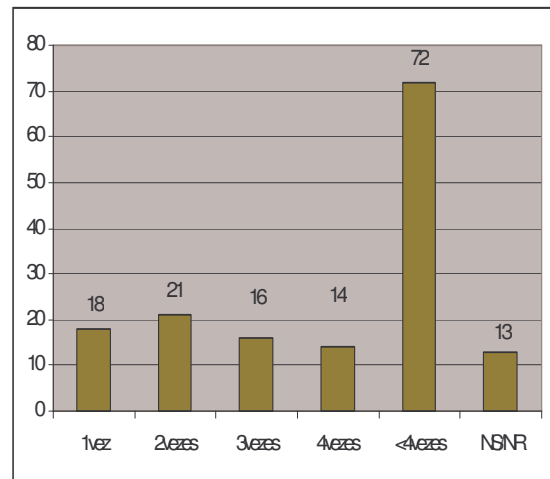
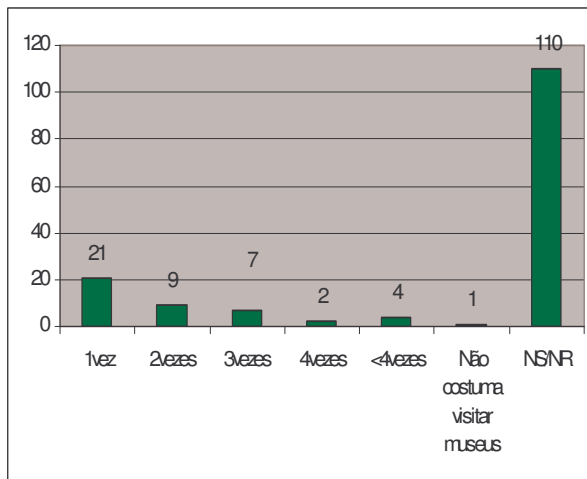


Gráfico 11 - Eficácia da divulgação das actividades segundo os visitantes

### 9. Quantas vezes visita museus por mês/por ano:



Gráficos 12 e 13 - Frequência de visitas a museus por mês e por ano

Esta questão tinha por finalidade conhecer mais pormenorizadamente o perfil do visitante do MNA na "Festa dos Museus 2006", permitindo o seu cruzamento com outras respostas, como se sucedeu na pergunta 3.

O número de inquiridos que não forneceu resposta concreta é muito elevado (110), justificado pelo facto de nem sempre visitarem museus todos os meses. Já a estimativa anual se torna mais facilitada, pelo que o número de resultados obtidos é bastante superior à da pergunta anterior. Verifica-se ainda que 72 pessoas visitam museus mais de 4 vezes por ano, número bastante aceitável no panorama museológico português.



## SECÇÃO II: Caracterização sócio-demográfica/perfil do visitante

### 1. Faixa etária

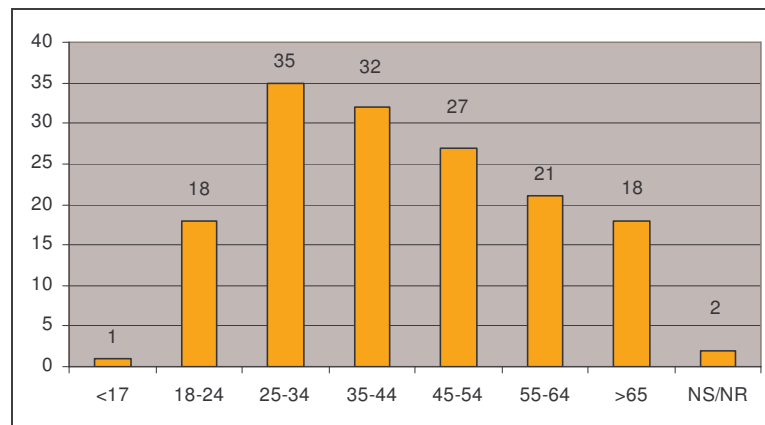


Gráfico 14-

dos visitantes

Faixa etária

Da observação do gráfico é possível concluir que a maioria dos visitantes são adultos, com idades compreendidas entre os 25-34 anos e entre os 35-44 anos. O número de jovens entre 18-24 e o de idosos acima dos 65 anos é, curiosamente o mesmo. Em relação aos primeiros, o valor é baixo (quando comparado com jovens integrados em visitas escolares) mesmo em dias de grande actividade, como foi o caso. Os inquiridos pertencentes ao último segmento, com mais de 65 anos, provinham de áreas geograficamente próximas do museu (Belém, Alcântara, Ajuda) e mostraram-se satisfeitos com este tipo de iniciativas, às quais aderem facilmente, quer porque têm gosto em visitar museus e “aprender coisas novas”, quer porque são de entrada livre. O preço elevado dos bilhetes em relação ao custo de vida, foi aliás, apontado diversas vezes como factor impeditivo da visita durante o resto do ano, pelo que apenas os frequentam em ocasiões específicas: Dia Internacional dos Museus e ao Domingo de manhã.

### 2. Género

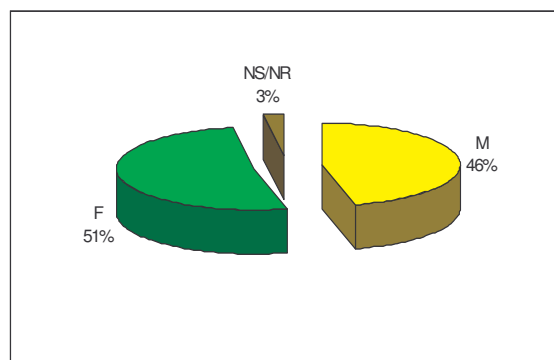


Gráfico 15- Género dos inquiridos



46% dos visitantes pertencia ao sexo masculino e 51%, a maioria, ao sexo feminino. Embora não tenha sido incluída no inquérito nenhuma questão para averiguar se os visitantes vieram sozinhos ou acompanhados, foi possível constatar que muitos compareceram em grupo, sobretudo na forma de casal com os seus filhos.

### 3. Nacionalidade

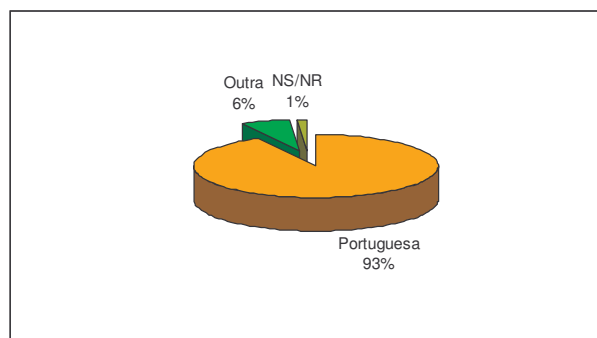


Gráfico 16 – Nacionalidade dos visitantes

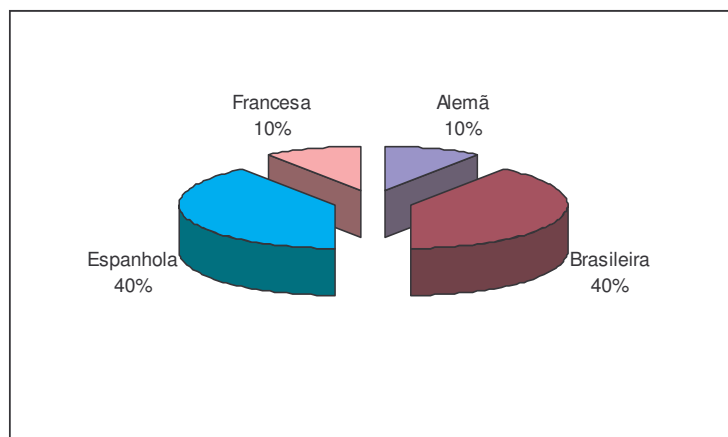


Gráfico 17 – Nacionalidade dos visitantes estrangeiros

93% dos visitantes questionados era de nacionalidade portuguesa, o que parece significar que este tipo de evento atrai mais visitantes nacionais, embora muito do público do museu seja estrangeiro. Outro factor que explica a presença de mais portugueses inquiridos é o facto de a minha tese incidir somente sobre visitantes nacionais e por isso só estes terem sido seleccionados para o estudo. Contudo, uma vez que este foi alargado para a "Festa dos Museus 2006", constata-se um número, ainda que reduzido, de visitantes de "outras nacionalidades", com destaque para a brasileira e espanhola.





#### 4. Área de residência

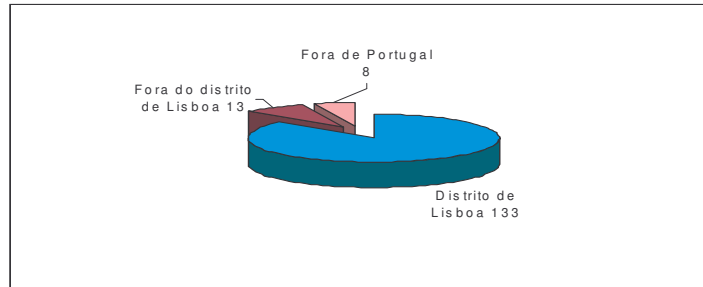


Gráfico 18- Área de residência do público inquirido

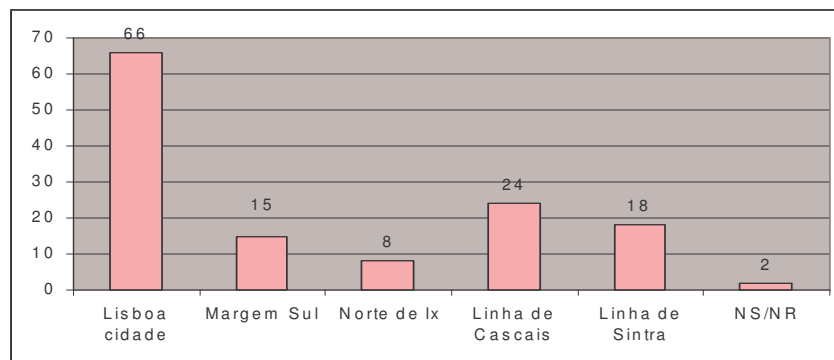


Gráfico 19- Residência na zona metropolitana de Lisboa

A maior parte dos inquiridos reside na área da Grande Lisboa. Desses 133, 66 provêm da cidade de Lisboa (evidenciando as áreas circundantes do museu: Belém, Ajuda, Alcântara) e os restantes da área metropolitana da Capital, com destaque para a Linha de Cascais, facto que pode ser justificado pela proximidade da estação da CP de Belém e também das vias rodoviárias que ligam a cidade à Linha de Cascais.

Pode observar-se um número de inquiridos provenientes de outras zonas do País, mas não é significativo. O facto de não terem referido com exactidão a zona de residência não permitiu agrupar todas as localidades e colocá-las ao mesmo nível, por exemplo de concelho ou distrito.

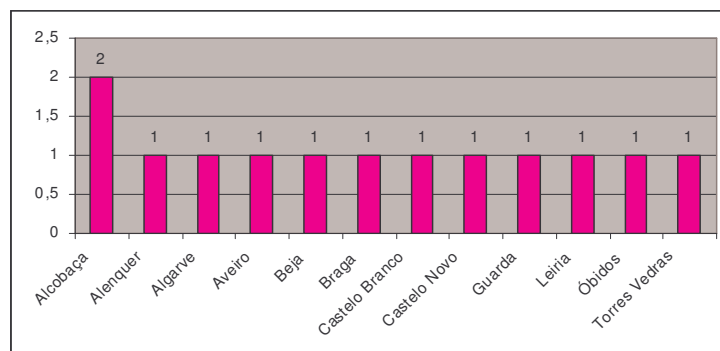


Gráfico 20- Proveniência dos visitantes fora do distrito de Lisboa



Como já tinha sido mencionado no ponto 3, apenas 7% dos visitantes era de nacionalidade estrangeira. A maioria veio do Brasil e também de Espanha (Madrid).

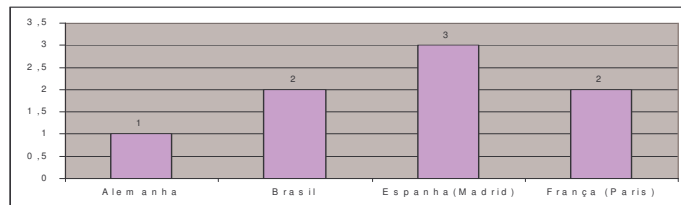


Gráfico 21- Proveniência dos visitantes fora de Portugal

#### 4. Habilitações literárias/área de formação

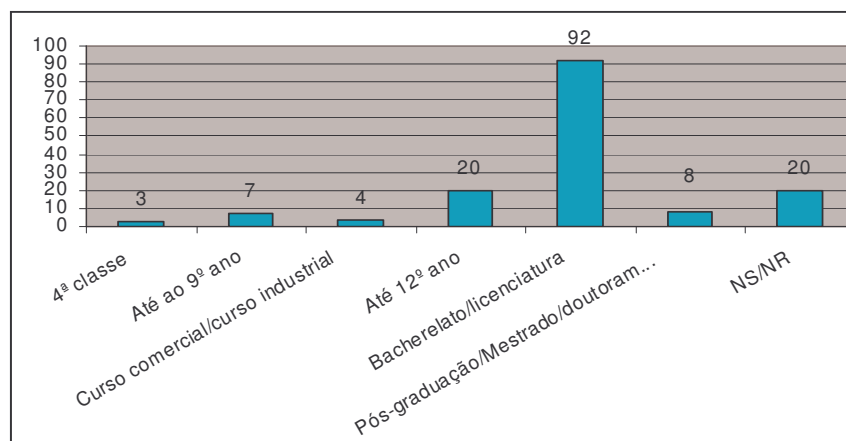


Gráfico 22- Habilitações literárias

A maioria dos visitantes possuía um bacharelato ou licenciatura (92). Em segundo lugar, surgem os visitantes com estudos até ao 12º ano. Estes resultados vão ao encontro de muitos estudos de públicos efectuados em museus que demonstram que a maioria dos visitantes destes espaços pertencem a um grupo "literado".

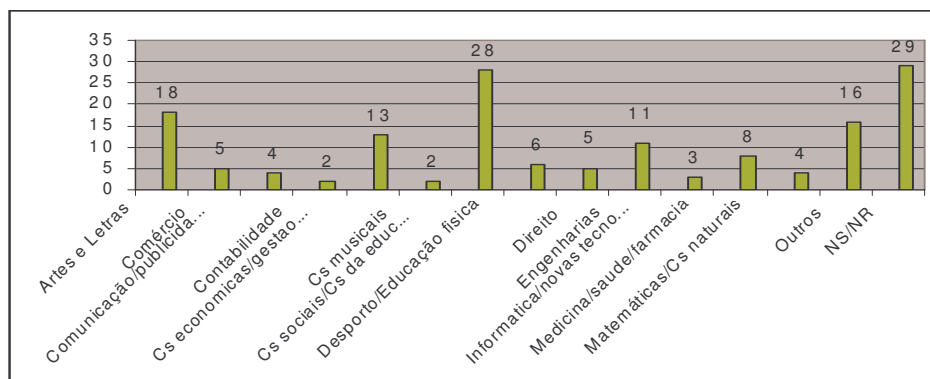


Gráfico 23- Área de formação dos inquiridos



Quanto às áreas, 28 dos inquiridos possuía formação na área das ciências sociais e da educação, com particular relevo para as disciplinas que se cruzam com a área de actuação do MNA: História, nas suas vertentes de Arqueologia e de Arte e Conservação e Restauro. Em segundo lugar, surgem os cursos de Artes e Letras e em terceiro as Ciências Económicas e de Gestão. Na categoria "outros" foram agrupadas áreas de formação diversa (como estética, indústria, construção civil, etc. e ainda a escolaridade até ao 12º ano, a qual é de formação geral).

## 5. Actividade profissional

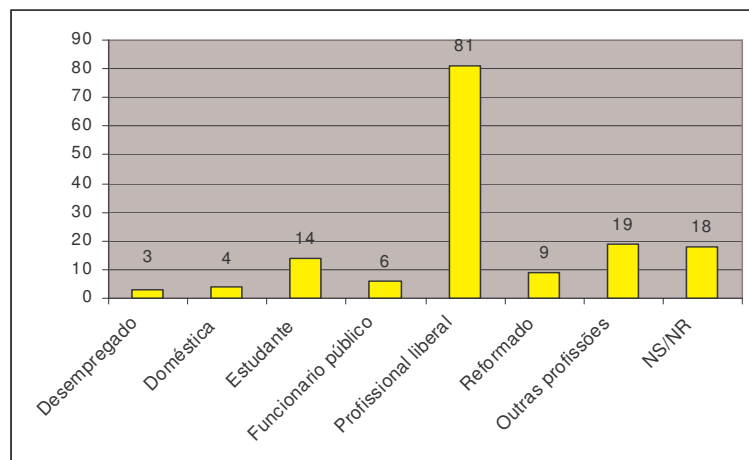


Gráfico 24- Actividade profissional dos inquiridos

A maioria dos inquiridos é profissional liberal (81), pelo que a sua comparência no fim-de-semana foi superior às actividades realizadas durante a semana.

### Sector de actividade

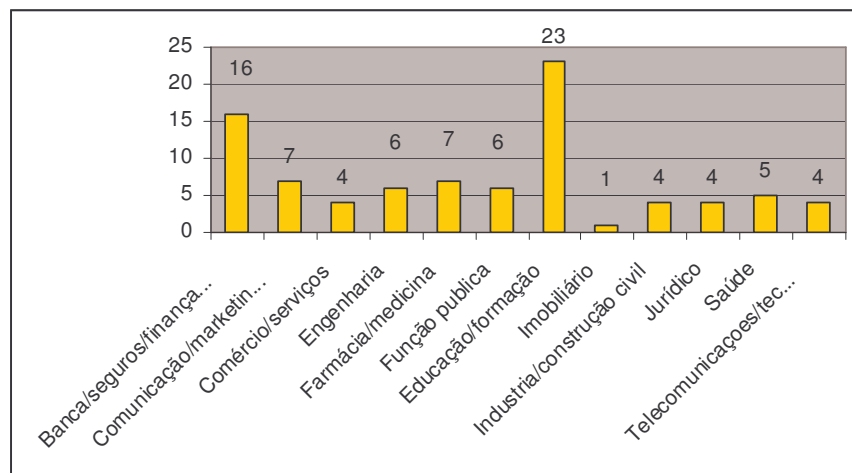


Gráfico 25- Sector de actividade dos inquiridos



Em termos de sector de actividade, apenas dois se destacam: "Educação/Formação", que apresenta os valores mais elevados (23) e onde estão incluídos um grande número de professores e "Banca/Seguros/Finanças" (16), onde estão integrados economistas, gestores, contabilistas, etc. No primeiro caso, a relação parece ser fácil de constatar, pois a maioria dos inquiridos aí incluídos são professores de áreas relacionadas com os conteúdos do museu: História, Arqueologia e Arte. No segundo, parece ser a curiosidade e o interesse a responsável por esse afluxo de visitantes. Os restantes sectores apresentam valores mais baixos e um pouco díspares, não permitindo retirar nenhuma conclusão significativa.

\*\*\*\*\*

#### Comentários/sugestões:

Grande parte dos inquiridos deixou registado um comentário final. A maioria saiu do museu extremamente satisfeita e por isso é da opinião de que um evento tão positivo para a promoção do património e da cultura portuguesa deva ser repetido mais vezes durante o ano. "Parabéns pela iniciativa, fazer mais destas actividades", "Mais eventos idênticos, positivo", "Mais actividades não exclusivas a estes dias dos museus", "É saudável este tipo de actividades que cativam o publico" são algumas das frases deixadas pelos visitantes e cuja transcrição segue em documento anexo. Contudo, é necessário também analisar e reflectir sobre os aspectos menos positivos por eles referidos. Para além de pequenos apontamentos relacionados com o estado do pátio e de condições técnicas (ver questão 6), a principal falha apontada reporta à divulgação e comunicação do museu com o exterior. A divulgação foi considerada "fraca" e "inadequada", por ter sido pouco impactante (a televisão é mais uma vez encarada como o meio ideal de publicidade para chegar a número mais alargado de pessoas) e por não ter saído do espaço do museu e algumas vezes inexistente, pois muitos dos que visitaram o museu no fim-de-semana fizeram-no por mero acaso, visto estarem a passear na zona de Belém e terem sido atraídos ao MNA pela música e pelo grande movimento de pessoas junto à entrada. Comentários como "Este tipo de eventos é interessante, mas devia haver mais divulgação", "Devia haver mais continuidade e divulgação deste tipo de eventos" foram frequentes.

Também se registaram alguns comentários relacionados com a divulgação do museu na generalidade e que importa tomar atenção: "A entrada do museu não está bem sinalizada, mais divulgação sobre o museu e as suas actividades, geralmente não há divulgação", "As exposições do museu deviam ser mais divulgadas, deveriam existir mais eventos ao longo do ano", "Viu divulgação relativa a este dia mas não ao museu no resto do ano."



## **CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

Os estudos de públicos de um museu constituem-se como uma ferramenta fundamental de pesquisa, conhecimento e avaliação não somente dos seus visitantes, mas também da própria instituição e suas relações com o exterior, na medida em que os resultados obtidos são condicionados pela imagem que o visitante tem do museu, a qual é, por sua vez, reflexo do serviço prestado a todos os níveis: recepção e atendimento, exposições, serviços educativos, website, biblioteca, café/restaurante, etc., funcionam como um todo, tornando o museu numa entidade comunicativa. Os estudos de públicos são também e por isso, preciosas formas de avaliação dos serviços prestados por estas instituições aos visitantes. Neste caso concreto, procurava-se aferir a eficácia da comunicação e divulgação das actividades da "Festa dos Museus 2006". Através deste estudo, foi possível identificar falhas concretas a este nível que devem ser repensadas e convertidas em aspectos positivos não só numa próxima ocasião festiva, mas também e sobretudo nas actividades diárias do museu, pois só através de uma reflexão e trabalho continuados se torna possível aperfeiçoar estas questões.

É de salientar ainda a enorme receptividade dos visitantes para este tipo de estudo (não só nos dias do evento mas em todos os outros em que são solicitados a responder às perguntas do inquérito para a minha investigação) pois sentem que desta forma a sua participação é mais activa, as suas sugestões e comentários são ouvidas e registadas, contribuindo para que o museu possa prestar um melhor serviço ao público.

Relativamente aos resultados, estes são bastante positivos e encorajadores. Em suma, os inquiridos apreciaram a variedade e quantidade de actividades organizadas pelo Museu Nacional de Arqueologia na "Festa dos Museus 2006", sublinhando três aspectos que consideraram essenciais para o sucesso da iniciativa: o seu carácter gratuito, o facto de o museu permanecer aberto até mais tarde e toda a atmosfera de convívio social, dinamismo e de promoção cultural criada pela fusão de eventos. Não é de estranhar, por isso, e como também já foi mencionado, que o comentário mais usual no final do questionário respeitasse à vontade de ver repetidas este tipo de acções em outras ocasiões ao longo do ano, não ficando cingidas às comemorações do Dia Internacional dos Museus.

Dado que a maioria das pessoas ainda vê a instituição "museu" como algo de antigo, velho, fechado, a sua abertura ao exterior é, nestas alturas, crucial para a conquista de novas audiências e para a fidelização das existentes. Toda a interactividade conseguida durante estes dias permitiu reforçar e renovar a imagem da instituição museu junto dos visitantes; estes sentiram-se acolhidos e bem-vindos, participando activamente nos eventos. Esse sentimento de bem-estar criado no público foi, é e será determinante para a repetição de uma ou mais visitas ao Museu Nacional de Arqueologia que se manifestará, posteriormente, num acréscimo quantitativo e qualitativo de visitantes.

Patrícia Melo

## **Anexo 4**

---

# **Materiais intervencionados no laboratório de conservação e restauro**

Álamo – MNA 0284

- Cerâmica: garrafa

Alcalar - MNA 0161

- Cerâmica: 2 taças, vaso, 3 pratos.
- Liga de cobre: punhal

Alcaria - MNA 0163

- Cerâmica: jarro, vaso

Algarve – MNA 0240

- Cerâmica: lucerna, tigela, 4 taças, prato, pote, cantil, candil, 2 jarros
- Vidro: 1 unguentário, misturador, vaso
- Osso: caixinha
- Concha: concha

Aljezur - MNA 0162

- Sílex: 3 lâminas
- Osso: punção

Aljustrel - MNA 0008

- Cerâmica: taça, tigela, vaso

Amendoal - MNA 0182

- Cerâmica: 2 artefactos zoomórficos, candil
- Osso: 3 agulhas, roca
- Vidro: recipiente

Anta Chapelar – MNA 1200

- Cerâmica: vaso

Anta 3 do Vidigal - MNA 1107

- Cerâmica: 10 vasos

Antinha da Várzea – MNA 0696

- Cerâmica: vaso

Azinhaga do Senhor dos Mártires – MNA 2794



- Cerâmica: 9 lucernas

Cabeça de Vaiamonte – MNA 0242

- Ferro: 58 artefactos
- Liga de cobre: 125 artefactos
- Chumbo: 2 artefactos

Cacela - MNA 0193

- Cerâmica: 5 lucernas, 2 candis

Calçada do Poço Velho - MNA 1265

- Cerâmica: vaso, pote
- Osso: torre de roca

Campo da Trindade – MNA 0195

- Cerâmica: fundo de vaso, lucerna, fragmento de talha

Castro da Rotura – MNA 0157

- Cerâmica: taça

Castro de Chibanes – MNA 0011

- Cerâmica: boca de ânfora

Castro Marim – MNA 0219

- Cerâmica: taça

Cerro de Ouro – MNA 2821

- Prata: 8 fragmentos cilíndricos

Colecção D. Fernando de Almeida - Col.10

- Cerâmica: lucerna, vaso, 3 fragmentos de taças
- Osso: 21 artefactos

Colecção Matos Sequeira – Col.09

- Vidro: garrafa

Colecção Bustorff

- Vidro: 3 boiões, 2 unguentários, 2 taças, garrafa

Colecção Palácio Nacional da Ajuda – Col.07

- Vidro: tampa de urna

Gruta do Escoural – MNA 0012

- Cerâmica: 2 vasos



Gruta do Correio-Mor – MNA 2835

- Cerâmica: vaso

Guellhim – MNA 0216

- Cerâmica: 3 lucernas, 2 tigelas, 3 púcaros, taça, garrafa, vaso, pote

Álamo – MNA 0284

- Cerâmica: garrafa

Horta da Canada – MNA 0175

- Vidro: unguentário

Idanha-a-Velha – MNA 0394

- Cerâmica: alguidar
- Pedra: capitel

Lagos – MNA 0233

- Cerâmica: lucerna, garrafa
- Osso: disco
- Vidro: conta
- Pedra: esfera

Loulé – MNA 0235

- Cerâmica: cantil
- Pedra: almofariz

Mértola – MNA 0144

- Cerâmica: 2 lucernas, 3 jarros, 5 candis, 2 potes, bilha, 5 taças, boião, 2 fundos de vaso, artefacto, 2 vasos, cântaro, fragmento, ânfora
- Osso: 3 alfinetes, disco, 7 artefactos
- Pedra: paleta

Mértola Rocio– MNA 0146

- Cerâmica: 2 garrafas, tigela, lucerna, tampa

Mexilhoeira – MNA 0189

- Cerâmica: lucerna

Mexilhoeirinha – MNA 0199

- Cerâmica: lucerna
- Osso: artefacto

Milreu – MNA 0160





- Cerâmica: jarro, vaso, bilhas
- Vidro: frasco

Mondim da Beira – MNA 0149

- Cerâmica: jarrinho

Monte Molião – MNA 0170

- Cerâmica: jarro, 2 púcaros, 2 tigelas, 7 fragmentos, 3 potes, recipiente
- Osso: pente

Montinho das Laranjeiras – MNA 0150

- Cerâmica: 2 jarros
- Liga de cobre: armela de asa de sítula, pinça, 2 agulhas, anel

Necrópole da Silveirona – MNA 0254

- Liga de cobre: artefacto

Necrópole do Olival do Senhor dos Mártires – MNA 0001

- Cerâmica: taça

Orca do Tanque – MNA 0002

- Cerâmica: fragmento
- Pedra: fragmento
- Escória: 2 fragmentos de escória

Paderne – MNA 0200

- Cerâmica: 2 garrafas
- Xisto: pendente

Paúl – MNA 0201

- Cerâmica: taça, tigela, fragmento, 2 pratos, pote
- Concha: concha

Portimão – MNA 0191

- Cerâmica: 2 taças, lucerna, tigela, 2 fragmentos de vaso, pote, cadinho
- Osso: torre de roca
- Liga de cobre: machado plano

Proveniência Desconhecida – MNA 0000

- Cerâmica: prato, 2 taças
- Vidro: 4 unguentários
- Osso: torre de roca
- Pedra: machado plano

Quinta das Antas – MNA 0206



- Cerâmica: tigela

Quinta do José Cabrita – MNA 0635

- Cerâmica: lucerna

Quinta do Muro – MNA 0194

- Cerâmica: garrafa, lucerna

Santa Marinha do Zêzere – MNA 0485

- Liga de cobre: placa de cinturão

Santa Vitória do Ameixial – MNA 0152

- Cerâmica: 2 jarros, vaso, 3 lucernas, pote, 8 cossoiros, 5 pesos de rede
- Osso: 21 alfinetes, osso, agulha, 14 artefactos
- Xisto: placa

Senhora da Luz – MNA 0179

- Cerâmica: fragmento

Silves – MNA 0168

- Cerâmica: 3 vasos periformes, 19 fragmentos de talha, 12 candis, 3 elementos de canalização, pote, bilha, 4 fragmentos

Tavira – MNA 0215

- Cerâmica: 2 potinhos, 2 vasos, jarro, tigela
- Vidro: conta

Torre de Ares – MNA 0139

- Cerâmica: 12 potes, 4 pratos, 3 taças, 13 lucernas, tigela, candil, vaso periforme, 6 vasos, conjunto de fragmentos
- Pedra: fragmento de bico de recipiente
- Osso: 16 alfinetes, lígula
- Vidro: unguentário, 2 fragmentos de recipiente, frasco, taça, anforeta, jarra, 2 recipientes

Torre de Palma – MNA 0241

- Cerâmica: urna
- Vidro: 4 unguentários, garrafa
- Liga de cobre: prato

Tróia – MNA 0005



- Cerâmica: prato, 3 potes, lucerna, 5 vasos, taça, ânfora, tigela, fragmento de vaso
- Osso: 3 agulha, 8 alfinetes, conta
- Vidro: unguentário, taça, fragmento

Vila do Bispo – MNA 0187

- Cerâmica: pote
- Vidro: unguentário, recipiente, taça

Vila Pouca da Murganheira – MNA 2550

- Cerâmica: jarro

**Anexo 5**

---

**Boletim do GAMNA**

(nº 7, Setembro de 2006)