Mestrado "Sociologia: Construção Europeia e Mudança Social em Portugal"

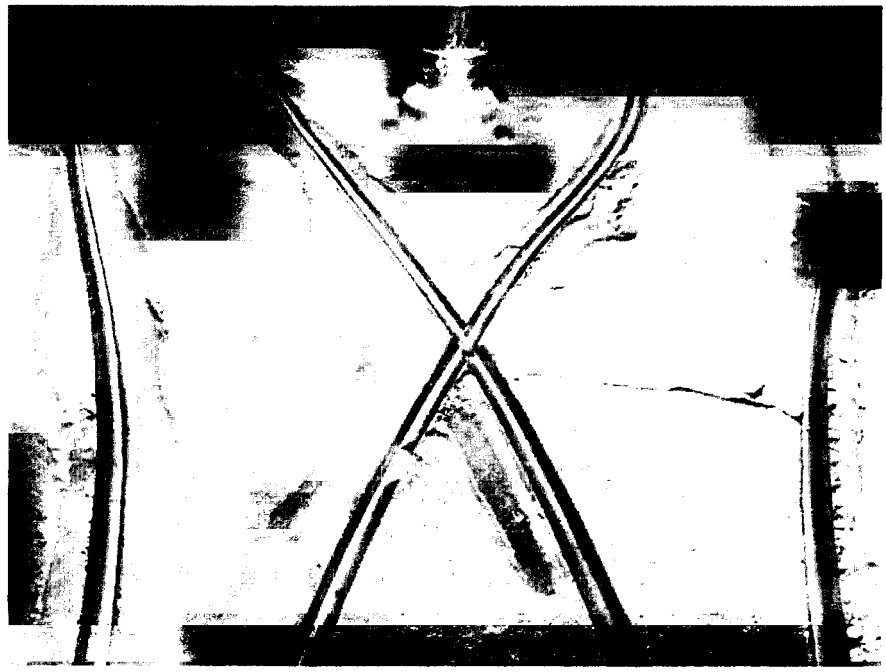
Museu dos Transportes e Comunicações – Alfândega Nova do Porto: Um Novo Museu com Novos Públicos? rupturas, continuidades e incertezas

Dissertação de. Maria Adriana Almeida Marques

Orientador. Professor Doutor João Miguel Teixeira Lopes

FLUP. 2004

Já existe



"Aqui, deposta enfim a minha imagem,
Tudo que é jogo e tudo o que é passagem,
No interior das coisas canto nua.

Aqui livre sou – eco da lua
E dos jardins, os gestos recebidos
E o tumulto dos gestos pressentidos
Aqui sou eu em tudo quanto amei.

Não p'lo meu ser que só atravessei,
Não pelo meu rumor que só perdi,
Não p'los incertos actos que vivi,

Mas por tudo de quanto ressoei
E em cujo amor de amor me eternizei."

"Dia do Mar" – Sophia de Mello Breyner Andresen

Índice

Agradecimentos 7

Introdução 8

Capítulo 1 - Portugal: sociedade em busca de sentido 17

1.1 cenários e tendências de mudança demográfica 17
1.2 um país multifacetado: urbanização, litoralização, tercearização 21
1.3 a problemática da dualidade - permanência e alteridade 25
1.4 expectativas e realidades face à Europa 27
1.5 do processo de «modernidade inacabada» ao tempo de incerteza 29

Capítulo 2 - A cultura como factor de (des)envolvimento 33

2.1 a metamorfose de um conceito 33
2.2 cultura enquanto realidade multifacetada 35
2.3 espaços e práticas culturais 38
2.4 capital cultural *versus* consumo cultural 40
2.5 as políticas culturais em Portugal 43
2.6 o caso específico dos museus 65

Capítulo 3 - Museu: viagem em torno do conceito 68

3.1 o museu como construção sociológica 69
3.2 do coleccionismo ao museu 80
3.3 os museus no contexto europeu 87
3.4 museus na actualidade - espaços em redefinição 90
3.5 do objecto à experiência 95
3.6 entre a educação e a diversão 97
3.7 os estudos de públicos 104
3.8 sobre a história dos museus em Portugal 113

Capítulo 4 - Estratégias e técnicas de pesquisa 126

4.1 estratégia geral 126

4.2 o inquérito por questionário 127

4.3 a entrevista semi-directiva 129

4.4 a amostra 130

Capítulo 5 - O espaço da investigação 132

5.1 A AMTC - constituição e projecções 132

5.2 O conceito 140

5.3 O Edifício 142

5.4 A Organização 146

5.5 A Gestão 147

5.6 A Programação 150

5.7 Os públicos 153

5.8 Da génese ao ponto de viragem – metamorfose de um lugar 164

Capítulo 6 - Viagem em torno da informação recolhida 168

6.1 as vozes da oferta 168

6.2 o sentir da procura 193

6.2.1 resultados «visitantes em geral» 193

6.2.2 resultados «visitantes em grupo» 226

6.3 retorno à hipótese de partida 245

Capítulo 7 – (pós)modernidade – rupturas, continuidades e incertezas: algumas notas conclusivas 255

7.1 do local ao global 255

7.2 da cultura às políticas culturais 260

7.3 a formação de públicos 262

7.4 o papel social dos museus 265

Bibliografia 269

1. livros 269

2. artigos 273

Anexos 279

Índice de quadros e gráficos

Quadro I – evolução do nº de visitantes do mtc (1997-2003) 157
Quadro II - visitas em grupo do mtc por nível de escolaridade 2003 158
Quadro III – públicos do mtc 2002 160
Quadro IV – públicos do mtc 2003 161
Quadro V – comparação públicos do mtc 1º semestre 2003 e 1º semestre 2004 162
Quadro VI – visitante mtc por sexo 193
Quadro VII – visitante mtc por escalão etário 194
Quadro VIII – visitante mtc por estado civil 194
Quadro IX – visitante mtc por distrito de origem 195
Quadro X – visitante mtc por nível de escolaridade 195
Quadro XI – nível de escolaridade do pai (do visitante) 196
Quadro XII – nível de escolaridade da mãe (do visitante) 196
Quadro XIII – situação na profissão do próprio 197
Quadro XIV – situação na profissão do pai (do visitante) 197
Quadro XV – situação na profissão da mãe (do visitante) 198
Quadro XVI – condição perante o trabalho do próprio 198
Quadro XVII – condição perante o trabalho do pai (do visitante) 199
Quadro XVIII – condição perante o trabalho da mãe (do visitante) 199
Quadro XIX – grupo ocupacional do próprio 200
Quadro XX – grupo ocupacional do pai (do visitante) 201
Quadro XXI – grupo ocupacional do próprio por sexo 202
Quadro XXII – grupo ocupacional do próprio por escalão etário 203
Quadro XXIII – estado civil do próprio por escalão etário 204
Quadro XXIV – grupo ocupacional do próprio por nível de escolaridade 205
Quadro XXV – nível de escolaridade do próprio por grupo ocupacional do pai 206
Quadro XXVI – grupo ocupacional do próprio por grupo ocupacional do pai 207
Quadro XXVII – circunstância da(s) primeira(s) visita(s) a museus 208
Quadro XXVIII – primeira visita a museus por nível de escolaridade do próprio 209
Quadro XXIX – primeira visita a museus por grupo ocupacional do próprio 209
Quadro XXX – regularidade de visitas a museus 210
Quadro XXXI – regularidade de visitas ao museu dos transportes e comunicações 213
Quadro XXXII – contexto da actual visita ao mtc 215

Índice de quadros e gráficos (cont.)

Quadro XXXIII – motivo da visita ao mtc..... 216
Quadro XXXIV – meio de conhecimento do mtc..... 217
Quadro XXXV – meio de deslocação para mtc..... 217
Quadro XXXVI – opinião sobre o preço de entrada no mtc..... 218
Quadro XXXVII – opinião sobre acolhimento no mtc..... 219
Quadro XXXVIII – opinião sobre sinalética do mtc..... 219
Quadro XXXIX – opinião sobre material informação/apoio do mtc..... 220
Quadro XL – opinião sobre a programação do mtc..... 221
Quadro XLI – opinião sobre as exposições automóvel e cci..... 222
Quadro XLII – opinião sobre a exposição automóvel por nível de escolaridade do próprio..... 222
Quadro XLIII – opinião sobre a exposição cci por nível de escolaridade do próprio..... 223
Quadro XLV – grupo por distrito de origem..... 228
Quadro XLVI – grupo por nível de escolaridade..... 229
Quadro XLVII – grupos por exposição visitada..... 230
Quadro XLVIII – número de alunos em cada grupo..... 231
Quadro XLIX – número de professores em cada grupo..... 232
Quadro L – disciplina que enquadra a visita em grupo..... 232
Quadro LI – meio de conhecimento do mtc..... 234
Quadro LII – primeira vez que a escola visita o museu?..... 234
Quadro LIII – modo de preparar a visita..... 235
Quadro LIV – modo de desenvolver a visita..... 235
Quadro LV – opinião sobre a visita efectuada pelo grupo..... 236

Gráfico I - previsão do nº de visitantes por período de tempo (relatório *Quaternaire*)..... 154
Gráfico II – evolução do nº de visitantes do mtc (1997-2003)..... 158
Gráfico III – comparação dos públicos mensais do mtc 1º semestre 2003 e 1º semestre 2004..... 163
Gráfico IV – comparação dos tipos de públicos do mtc 1º semestre 2003 e 1º semestre 2004..... 163

Agradecimentos

Para o Professor e Orientador João Teixeira Lopes.

pelo incentivo, pelas pistas orientadoras, pela crítica construtiva, pelo encorajamento e disponibilidade...

Para os Colegas e Amigos.

pelo alento, pelos instrumentos de trabalho disponibilizados, pela confiança depositada...

Para a Família.

pela continuada ausência que fez aumentar distâncias e multiplicar saudades...

Para o Rui.

pelo ânimo, pela paciência e pelo eterno adiar de tantos projectos a dois...

os meus mais sinceros agradecimentos e afectos.

Introdução

> *"A identidade dos museus, como a identidade dos sujeitos, faz-se aqui e agora, no presente e na experiência. O museu é um mundo fantástico de sensações, como o é o património, a cidade e a cultura. Nele entra-se hoje para tocar as coisas, ver os objectos, ouvir os sons, cheirar as atmosferas, enfim, construir e dar sentido à realidade, através da própria experiência sensorial e cognitiva."*
>
> Carlos Fortuna[1]

No contexto das marcantes mudanças que caracterizam a sociedade portuguesa das últimas décadas, a cultura assume-se como factor estruturante e estratégico no processo de desenvolvimento social, processo este marcado por profundas assimetrias e incertezas. Apesar deste importante papel, por muitos reconhecido e valorizado, as políticas culturais em Portugal são prática recente e as suas intenções difíceis de concretizar por diversos constrangimentos de natureza institucional e financeira.

Neste âmbito, os museus, componentes fundamentais do património cultural local e global, procuram redefinir a sua identidade e a sua missão. Assumindo novos modelos organizacionais e novas práticas procuram formas alternativas e inovadoras para desempenhar a sua função social. Aqui os públicos assumem-se com grande pertinência como usufruidores e legitimadores da acção desenvolvida pelos museus.

Partindo dos campos teóricos da sociologia da cultura e da museologia, abordaremos o museu em várias dimensões: o seu surgimento e desenvolvimento ao longo dos últimos séculos, o momento actual que é caracterizado pela renovação de conceitos e práticas, os significados do conceito, as diferentes tipologias, as práticas de comunicação, os públicos.

Duas premissas, que serão mais à frente convenientemente apresentadas e desenvolvidas, servirão de fio condutor ao processo de investigação: frequência do espaço museu por um público que poderemos considerar, do ponto de vista social, pertencente ao campo da *cultura cultivada*; momento actual intensamente marcado pela reformulação e renovação da instituição museu e da sua função social, para a qual contribuem estratégias inovadoras de formação e de relação com os públicos.

[1] Carlos Fortuna, *Identidades, Percursos, Paisagens Culturais*, Oeiras, Celta Editora, 1999, p. 43

O Museu dos Transportes e Comunicações – Edifício da Alfândega Nova do Porto, é o objecto da nossa atenção e no contexto da sua acção procuraremos identificar as políticas que estruturam e enquadram as suas práticas de captação, ampliação, formação e fidelização dos públicos. Entre estes figurarão apenas os públicos ditos «regulares» ou vislumbra-se a presença dos *novos públicos*?

Procura-se, acima de tudo, realizar uma análise crítica em torno de uma instituição museológica recente e que apresenta, *à priori*, estratégias que têm lançado alguma controvérsia no panorama museológico actual e avaliar até que ponto essas mesmas estratégias têm ou não contribuído para o alargamento social do painel dos públicos deste espaço cultural.

Em termos de políticas culturais procuraremos, como já referido anteriormente, identificar e caracterizar a política cultural assumida pelo Museu dos Transportes e Comunicações. Colocando frente a frente as perspectivas da oferta e da procura, procurar-se-á verificar se às estratégias, ditas inovadoras, introduzidas pelo lado da oferta corresponderão ou não mudanças no lado da procura e vice versa.

Como já anteriormente enunciado o caso seleccionado é o Museu dos Transportes e Comunicações (MTC), que se encontra localizado no Edifício da Alfândega Nova do Porto, nas imediações da área denominada como Centro Histórico do Porto e Património Cultural da Humanidade. Tendo por instituição enquadradora a Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações (AMTC), o museu vê o seu projecto iniciar-se em Fevereiro de 1992 com a constituição da referida Associação e com a escolha do Edifício da Alfândega Nova do Porto como espaço para se alojar. Os objectivos iniciais eram: criação e manutenção de um museu de transportes e comunicações, composto por colecções ou peças próprias e colecções ou peças que lhe sejam confiadas em depósito; a preservação de infra-estruturas de reconhecido interesse histórico, relacionadas com os transportes e comunicações; a criação e manutenção de um centro de documentação sobre transportes e comunicações; o desenvolvimento por todas as formas, do interesse do público quanto à problemática dos transportes e comunicações.

O arquitecto Eduardo Souto de Moura inicia a sua intervenção no sentido da adaptação do espaço Alfândega Nova às suas novas funções tendo sempre presente o respeito pela história, pelas características físicas do edifício, pelas vivências, ou seja, uma intervenção onde a manutenção do sítio e do signo são fundamentais.

A recuperação do espaço acompanha em paralelo o projecto do museu. À medida que os espaços são recuperados dá-se início a um intenso programa de actividades culturais que dinamizam o espaço e convidam os públicos da cidade a (re)conhecer o espaço renovado. As actividades têm carácter temporário e são fruto de produções próprias da AMTC ou de parcerias com outras entidades.

Em 1996, um conjunto de factores estruturantes (renovação de espaços, consolidação de equipas, experiência acumulada, capacidade financeira), torna possível e urgente uma viragem no percurso da instituição. Os objectivos até então estabelecidos não são mais suficientes como elementos definidores da missão do museu e da sua função social. O museu assume-se como um museu vivo, aberto e dinâmico e com uma programação vocacionada para a criação de fortes relacionamentos com os diferentes públicos

Nesta fase, o Serviço Educativo e de Animação assume um papel determinante na actividade do museu já que lhe compete estabelecer relações, pontes de comunicação com esses mesmos públicos. As visitas em grupo constituem-se como públicos frequentadores deste espaço e o estreitamento de relações com a comunidade escolar começa a tomar forma e a assumir dimensões estatísticas interessantes. Alguns eventos registam mais de 50% de público em grupos.

As características próprias de cada projecto conduzem à experimentação de novas formas de comunicação e animação. A programação, cada vez mais plural e educativa, aberta à participação de todos conduz o MTC ao entendimento de que se deverá apresentar como um espaço aberto no qual o relacionamento com os públicos frequentadores deverá ser realizado com afecto e num clima de fruição e participação activa de todos. Ao assumir-se esta postura levantam-se questões pertinentes quanto à definição do que é um museu pois que as colecções e os objectos deixam de estar no centro das atenções e dão lugar à exploração de conteúdos e a programas de animação.

Visitas acompanhadas a exposições temporárias, produção de programas de animação com exploração lúdico-pedagógica dos conteúdos e objectos, visitas a escolas e colaboração em projectos conjuntos da dupla museu/escola, conferências e seminários, visitas ao edifício, acções de formação para professores e técnicos de instituições culturais, oficinas e workshops em períodos não lectivos, concertos, teatro, programas para famílias, estudo não sistemático dos públicos... são produções resultantes da iniciativa do museu ou de parcerias com instituições locais e nacionais. A comunicação, o papel educativo do museu, a relação com os diferentes públicos são agora as preocupações que conduzem a acção desta instituição. A consciência da diversidade social e cultural do território em que o museu actua altera o sentido educacional do museu e cruza a aprendizagem com o carácter lúdico das acções. O papel educativo do museu é fundamental na partilha de valores sócio-culturais e na construção de um sentido de cidadania onde o diálogo, a tolerância, a afectividade e a democracia deverão estar sempre presentes. Em 2002 abre ao público o segundo espaço permanente (o primeiro, dedicado á temática dos transportes, abriu em Dezembro de 2000, aquando da apresentação oficial do Museu dos Transportes e Comunicações, com a exposição "O automóvel no espaço e no tempo"), dedicado ás comunicações e com a exposição "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação". Interactiva por excelência, comporta núcleos autónomos e complementares dedicados a alguns campos do mundo da comunicação: imprensa, rádio, televisão, internet, comunicação da ciência. O espaço da imaginação é o aglutinador das práticas, um espaço onde os visitantes são incentivados a expressarem-se através da música, da dança, do canto, das artes plásticas, do sonho e da imaginação. Dadas as características desta exposição assume-se de novo o risco de criar e recriar novos programas de animação e de relacionamentos com os públicos.

Face a este panorama, nada é definitivo e o MTC assume-se, acima de tudo, como um espaço experimental, quase laboratorial, onde se vão construindo novas formas de comunicação com os públicos e onde se vai lidando com a constante alteridade que marca o tempo presente. Cada acção é uma encruzilhada na qual o destino e a identidade do museu se vão definindo.

Define-se esta instituição como um intermediário cultural, um espaço polivalente que se institui como agente formador de públicos diversificados e palco de actividades sócio-culturais multifacetadas e onde os públicos são assumidos como personagens principais.

Perante este enquadramento colocamos então a seguinte questão de partida:

Tem o Museu dos Transportes e Comunicações, através da sua programação, contribuído para a diversificação dos públicos que o frequentam?

Para melhor situar esta questão apresentamos algumas pistas a explorar:

A frequência dos museus é uma prática cultural constantemente associada à «grande cultura» ficando o seu usufruto no âmbito das elites e dos grupos socialmente dominantes;

Contudo, admitindo a existência de *praxis* actuantes e criativas, de práticas culturais dinâmicas e participativas e do aumento da escolarização, podemos igualmente admitir mudanças ao nível da difusão da cultura dita cultivada;

Porém, constatamos que mesmo ao nível das *zonas sociais de maior recrutamento de públicos culturais*, como são os quadros superiores e os estudantes do ensino superior, existem grandes espaços de *não frequência* como ficou bem patente ao nível do segundo grupo, no recente estudo realizado no universo dos estudantes do ensino superior do Porto[2].

Sendo os museus instituições, partes integrantes de um todo mais vasto em permanente devir, também a sua natureza, a sua missão, a sua função social, os seus objectivos, os seus modos de agir e os seus públicos estão a mudar.

Sabemos que a fidelização dos públicos, que hoje se manifestam ocasionalmente, em procuras mais assíduas, requer uma maior pluralidade e qualificação de ofertas culturais e, acima de tudo, novas dinâmicas comunicacionais, de formação e de relacionamentos com esses mesmos públicos.

[2] António Teixeira Fernandes (coord.), *Estudantes do Ensino Superior no Porto - Representações e práticas culturais*, Porto, Edições Afrontamento, 2001

Pensamos que esta problemática apresenta-se actualmente com grande pertinência não só pela abordagem analítica e crítica em torno das políticas culturais que caracterizam o contexto museológico nacional, mas também pelo papel cada vez mais relevante que cabe aos museus em particular como elementos de intermediação cultural entre as obras de arte e os conteúdos que abordam e os públicos que os frequentam.

Sendo o momento presente um momento de reformulação de missões, objectivos e funções sociais dos museus, pretendemos de uma forma simples contribuir para essa tarefa analisando um caso prático que pelas suas experiências, que se dizem inovadoras, tem lançado alguma problematização sobre esta área do saber e de acção. Analisar um elemento integrante de uma sociedade também ela em mudança e observar até que ponto se entrecruzam as mudanças da instituição com as mudanças societais e como se reflectem na diversificação dos públicos é um dos objectivos a alcançar.

Com a proposta de trabalho que temos vindo a descrever tentaremos alcançar os seguintes objectivos:

- analisar um conjunto de conceitos que possam trazer uma melhor compreensão à problemática que nos propomos abordar: cultura, práticas culturais, políticas culturais, museu, públicos serão alguns conceitos a abordar;

- descrever o surgimento da instituição museu, o seu desenvolvimento até aos nossos dias e o momento actual que é profundamente marcado pela mudança institucional e societal;

- situar o Museu dos Transportes e Comunicações (MTC) neste processo em marcha, observando como se constituiu, quais os seus objectivos, missão e função social, quais as características que o associam e que o distinguem em relação às práticas museológicas actuais, que políticas culturais enquadram a sua actividade e que reflexos lançam na composição social dos seus visitantes;

- elaborar um instrumento de recolha de informação sobre os públicos do Museu dos Transportes e Comunicações através do qual se possa observar as suas características sociais, as suas expectativas, comportamentos e opiniões sobre o referido museu e que possa ser um instrumento que a instituição passe a aplicar sistematicamente no futuro;

No âmbito geral desta problemática e depois deste breve enquadramento teórico, lançamos a seguinte hipótese de trabalho:

A política cultural definida pelo Museu dos Transportes e Comunicações enquadra uma dupla actuação: ao nível da oferta através do seu diversificado programa de actividades e ao nível da procura através da formação e sensibilização dos públicos. Desta forma aumenta o número de visitantes e amplia-se a composição social dos mesmos.

Será esta hipótese o fio condutor da análise que neste momento nos propomos concretizar.

A apresentação deste trabalho estrutura-se ao longo de 7 capítulos que reflectem uma viagem do estado geral da sociedade portuguesa das últimas décadas até à realidade mais particular dos museus, e em especial ao Museu dos Transportes e Comunicações, voltando depois o nosso olhar a espraiar-se por temáticas gerais que se nos afiguram pertinentes no momento actual.

Assim, no Capítulo 1 traça-se um breve resumo do estado actual da sociedade portuguesa, sociedade esta que busca possíveis sentidos num momento de muitas e dispersas incertezas. Os cenários e tendências da mudança demográfica, os processos de urbanização, litoralização e tercearização, a problemática da dualidade entre permanência e alteridade, as expectativas e as realidades face ao contexto da integração europeia afiguram-se-nos como aspectos de um processo da «modernidade inacabada» da sociedade portuguesa contemporânea.

No Capítulo 2 o nosso olhar incide sobre a questão da cultura como factor de envolvimento e de desenvolvimento das populações. O conceito cultura tem evoluído e surge-nos como uma realidade multifacetada corporizada em espaços e práticas culturais múltiplos. O capital cultural determina em maior ou menor escala os consumos culturais que estão, ou deveriam estar devidamente enquadrados por políticas culturais consistentes e financeiramente sustentadas.

Viajando pelo Capítulo 3 vamos encontrar o conceito museu sob os holofotes da nossa investigação. Museu é uma construção sociológica resultados da acção de produtores e usufruidores.

Desde a fase do coleccionismo até ao dealbar dos conceitos mais modernos no século XIX, os museus apresentam-se como espaços em processo de redefinição identitária. Entre o objecto e a experiência, entre a educação e a diversão, entre a função patrimonial e a função cultural os museus buscam possibilidades de futuro.
Neste cenários os públicos assumem grande destaque e, constituindo-se os destinatários que legitimam a acção dos museus, os estudos que sobre eles incidem têm aqui referência. Uma viajem pela história recente dos museus em Portugal, desde o Iluminismo até à actualidade faz a ponte para o capítulo seguinte.

No Capítulo 4 introduzimos as estratégias e as técnicas de pesquisa que orientaram a investigação teórica e os trabalhos empíricos. O inquérito por questionário e a entrevista semi-directiva apresentam-se como as técnicas que no terreno permitiram buscar os dados que nos auxiliaram no processo de busca de possíveis respostas para a nossa hipótese de partida.

O Museu dos Transportes e Comunicações, objecto da análise empírica deste trabalho, assume destaque no Capítulo 5. Desde a constituição e o conceito então assumido, passando pelo edifício onde se localiza, pelas formas de gestão e organização que assume, até à programação e aos seus públicos, este capítulo procura uma aproximação a esta instituição que vive actualmente um processo de «metamorfose» e de procura de soluções que garantam a continuidade do projecto até aqui desenvolvido ao nível da formação e fidelização de públicos.

Da realidade empírica buscamos informação que foi devidamente tratada e é agora apresentada e analisada no Capítulo 6. Os testemunhos do lado da oferta e do lado da procura caminham ou não no mesmo sentido? E que sentidos se nos afiguram como possibilidades legitimadoras do futuro para o Museu dos Transportes e Comunicações? Aqui tentaremos lançar apenas algumas pistas que se nos afiguram importantes realçar no trabalho desenvolvido e a desenvolver por esta instituição ao nível da relação com os seus públicos.

Por último, o Capítulo 7 aproxima-nos de novo de problemáticas que consideramos pertinentes no contexto deste trabalho de investigação. Do processo de globalização e das possibilidades de opção entre local e global, da cultura e das políticas culturais como instrumentos facilitadores das escolhas a fazer, da formação de públicos mais sensíveis e esclarecidos para melhor decidir e da função social dos museus nesse processo dar-nos-á conta este último capítulo.

O que se pretende, acima de tudo, é contribuir para a formação de uma sociedade na qual todos os cidadãos possam agir num contexto cada vez mais democrático, multicultural, solidário e inclusivo.

Capítulo 1 - Portugal: sociedade em busca de sentido

1.1 cenários e tendências de mudança demográfica

"A criação do Rendimento Mínimo Garantido corresponde por si só à materialização de uma prioridade: não aceitar mais a existência de pobreza extrema. Portugal vive num momento de passagem de uma sociedade tradicional para uma sociedade moderna; de uma sociedade complacente com a desigualdade e a pobreza, para uma sociedade assente na ideia de cidadania social; de uma sociedade assente numa estrutura produtiva tradicional, para uma sociedade com competitividade económica acelerada e uma maior inserção e abertura ao mundo. Colectivamente, o país, nos últimos anos, sobreavaliou-se nos factores de modernização e subavaliou-se nos seus problemas estruturais."

Paulo Pedroso[3]

«A transição demográfica «moderna» surge não só consolidada, como definitivamente concluída nas áreas mais desenvolvidas do país...Paralelamente...deixa antever situações de marginalidade sem precedentes na história do Portugal contemporâneo. O início de uma nova fase demográfica poderá, portanto, significar a fragmentação do país em realidades que se diferenciam entre si, não tanto pela desigual velocidade da mudança...mas antes por disparidades no que se refere à possibilidade do processo de mudança.«

João Ferrão[4]

"Portugal é um país atravessado por processos sociais próprios de uma modernidade inacabada."

António Firmino da Costa e Fernando Luís Machado[5]

Elaborar uma análise crítica e sintética, sobre um tema, em torno do qual tanto se tem escrito, é sempre difícil, ainda mais quando a realidade envolvida é heterogénea e em permanente devir.

Os «tempos modernos» estão aí não sendo eles mais do que resultados de um passado ainda presente e de um presente que nele busca simultaneamente inspirações e contradições para se (re)fazer em certezas e incertezas.

Verificada a complexidade que caracteriza o processo de modernização em Portugal, foram escolhidos alguns campos (sabendo de antemão que qualquer escolha é sempre arbitrária), que nos permitem traçar alguns cenários sobre o Portugal contemporâneo.

[3] Paulo Pedroso (ex-Ministro do Trabalho e da Solidariedade), in jornal *Público*, 1 Julho 2001, p. 4.
[4] João Ferrão, «A demografia Portuguesa», in António Barreto, *Situação Social em Portugal (1960-1995)*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1996.
[5] Fernando Luís Machado e António Firmino da Costa, «Processos de uma modernidade inacabada», in José Manuel Leite Viegas e António Firmino da Costa (orgs.), *Portugal que Modernidade?*, Oeiras, Celta, 1998.

Tendo conhecimento que as grandes tendências de mudança demográfica se desenvolveram desde os anos 20 e 30 (declínio da mortalidade, especialmente da mortalidade infantil, decréscimo da natalidade, aumento da esperança de vida à nascença), constatamos que é a partir dos anos 60 que a intensidade, a natureza e o significado dessas modificações nos levam a concluir que foi essa a fase crucial para a modernização da demografia portuguesa. Tal modernização ficou ainda patente na redução da fecundidade, no crescimento dos agregados com um ou dois elementos, no aumento da taxa de divórcio e dos nascimentos fora do casamento, no envelhecimento rápido da população, no recuo das ruralidades tradicionais e na diminuição da população rural e agrícola, na consolidação dos panoramas urbano-terciário e de industrialização rural difusa, na intensificação das migrações dos campos para as cidades. Este panorama a par do aumento da emigração, do aumento do investimento externo e da abertura ao espaço europeu, da consolidação do turismo e da implantação do «estado-providência», contribuem para a consolidação de novos cenários sociais em Portugal. O desenvolvimento dos transportes e das infra-estruturas rodoviárias aumentam a circulação entre regiões, constituindo a televisão o meio de estabelecer definitivamente o conhecimento entre todos.

Neste período a economia portuguesa cresce a níveis elevados e assiste-se ao acesso maciço das mulheres ao mercado de trabalho. As mulheres «conquistam» o seu espaço tornando-se maioritárias na função pública e no ensino universitário. Apesar de ocuparem, na maioria das vezes, lugares subalternos e exercerem actividades pouco qualificadas, os seus rendimentos tornaram-se indispensáveis complementos dos rendimentos familiares. Os ganhos de produtividade e o aumento dos salários conduzem a uma significativa melhoria da qualidade de vida e ao crescimento das classes médias. As aspirações sociais e culturais aumentam a par do consumo mas, em contrapartida, o número de analfabetos continua a ser significativo.

A população portuguesa nos últimos 100 anos quase duplicou. «Somos cerca de 10.318.084 quando em 1900 éramos 5.446.760.

A nível regional o Algarve regista o maior crescimento num cenário em que todas cresceram excepto o Alentejo e a Madeira. As famílias essas são cada vez mais pequenas, passando de 3,1 para 2,8 elementos por unidade em 2001.»[6]

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) no seu relatório de 2001, coloca Portugal como um dos países com avanços claros no Índice de Desenvolvimento Humano mantendo a 28ª posição na escala global mas ocupando o último posto no âmbito da União Europeia.

O factor responsável por esta situação continua a ser a taxa de alfabetização dos adultos (91,9% contra 97,1% na Grécia) e a esperança de vida à nascença (75,5 anos face aos 78,1 também na Grécia), serem menores do que nos países vizinhos bem como o rendimento per capita continuar a ser dos mais pequenos da União Europeia.[7]

A publicação dos resultados preliminares do Censos 2001[8] revelou que a população residente na Região Norte situa-se na ordem dos 3.680 milhares tendo-se registado um aumento de cerca de 208 mil indivíduos em relação ao Recenseamento de 1991. Três quintos deste aumento deve-se ao saldo natural acumulado entre 1991 e 2001 e dois quintos resultam do saldo migratório. A observação dos resultados ao nível do NUTS III revela que existem regiões com ganhos significativos como o Cávado, o Ave e o Grande Porto, enquanto outras viram prosseguir o seu decréscimo populacional: Douro e Alto Trás-os-Montes.

Uma conclusão a retirar destes dados é que no período 1991/2001 são evidentes duas tendências: a litoralização, agora a ritmos mais lentos, e nas sub-regiões do Norte com menor dinamismo demográfico, um reforço dos pólos urbanos o que atesta o processo de urbanização do interior. O Porto é quem regista uma maior perda demográfica (39,5 milhares entre 1991 e 2001), o que equivale aos ganhos registados em cidades como Maia, Gondomar e Vila Nova de Gaia.

Em Portugal as mudanças socio-demográficas evoluíram a um ritmo mais veloz do que nos restantes países da Europa.

[6] In *Diário Económico*, s/d
[7] Ivete Carneiro, «Portugal continua a ser o mais atrasado da EU», in *Jornal de Notícias*, 10 Julho 2001, p. 18
[8] INE, *Censos 2001 Resultados Preliminares para a Região Norte*; Lisboa, Instituto Nacional de Estatística, 26 Junho 2001

Como factores de mudança podemos apontar a permissão do divórcio nos casamentos católicos a partir de 1974, a diminuição dos casamentos católicos, o decréscimo do número médio de pessoas por família, o fulgurante decréscimo dos nascimentos, a redução do número de filhos por casal (a média de 1,5 filhos é das mais baixas da Europa). Segundo Maria Filomena Mónica «Portugal, tradicionalmente um país com uma taxa de natalidade altíssima, converteu-se, em pouco mais de duas décadas, ao malthusianismo».[9]

«Em 1950, Portugal tinha 8.510.000 habitantes. Destes, a esmagadora maioria, cerca de 77%, ainda vivia no campo. Apesar do surto de desenvolvimento, o país continuava longe das taxas de urbanização verificadas noutros países».[10]

Adérito Sedas Nunes[11] na década de sessenta do século XX lança a tese do dualismo onde descrevia que o país estaria a partir-se em dois: o litoral a modernizar-se e o interior a viver a ritmos ancestrais.

Nos últimos trinta anos o país mudou para além do que se esperava: meio milhão de portugueses partem para a Europa nos anos 60, o país corta os laços com os territórios ultramarinos, 500.000 «retornados» regressam de um momento para o outro, a agricultura de subsistência entra em declínio, as infra-estruturas viárias melhoram com os fundos de apoio da comunidade europeia. É evidente que o nível de vida da população portuguesa evoluiu positivamente e reflecte um movimento que se vem verificando ao longo de todo o século vinte e com aumento de ritmo nos anos 60. Sem dúvida alguma que os últimos trinta anos foram de mudanças muito significativas o que pode justificar a afirmação de E. J. Hobsbawm quando diz que *"para a maioria da população portuguesa (...) a Idade Média terminou em 1974"*.[12]

Segundo João Ferrão[13], a fase da «transição demográfica» é seguida da «transição epidemológica» que se traduz por modificações nas causas da morte, aproximando Portugal dos países mais desenvolvidos (recuo das doenças infecciosas e parasitárias, aumento significativo das doenças cérebro-vasculares e dos tumores malignos). Para o mesmo autor constatou-se a «desagregação» das ruralidades.

[9]Maria Filomena Mónica, «Os costumes em Portugal», in António Barreto, *Situação Social em Portugal (1960-1995)*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1996.
[10]Idem, *ibidem*.
[11] Adérito Sedas Nunes, «Portugal, sociedade dualista em evolução», in *Sociologia e Ideologia do Desenvolvimento*, Lisboa, Moraes Editores, 1968, p.203.
[12]Maria Filomena Mónica; *op. cit.*
[13] João Ferrão, *op. cit.*

A agricultura assume um papel subalterno registando-se uma passagem em grande escala para o sector dos serviços. O sector secundário nunca chegou a ter um papel crucial, o que mostra alguma fragilidade no processo de industrialização. A tercearização associada à urbanização e ao aumento da escolaridade permite condições para o fortalecimento das «novas classes médias» (profissionais técnicos e de enquadramento).

1.2 um país multifacetado: urbanização, litoralização, tercearização

A propósito da divulgação das notas dos exames do 12º ano constatou-se que "as melhores notas estão no litoral e, dentro do litoral, em Lisboa e no Porto."[14]
Luís Valadares Tavares[15] debruçando-se sobre os resultados dos exames de matemática constatou as assimetrias regionais verificadas. O que para ele torna evidente a não democratização do ensino. *"Há escolas com resultados fracos em todos os concelhos. Com resultados muito bons é que só há na grande Lisboa ou no Grande Porto (...). Estamos com níveis de assimetria regional superiores àqueles que países como a França tinham nos anos 70."*

«A despesa pública com a educação em Portugal em 1998 foi de cerca de 6% do PIB (próximo da média europeia). Enquanto o acesso à internet nas escolas secundárias é de cerca de 100%, contrastando com os 60% da Alemanha, a população entre os 25-64 anos que recebe alguma formação é de cerca de 2,5% em 1999 contra os 24% registados na Suécia. A população entre 18-24 anos que frequentou apenas o secundário inferior e não recebe formação em 1999 anda próximo dos 45% contra 8% no Reino Unido, 19% na Irlanda e 28% em Espanha».[16]

Portugal face à Europa apresenta uma estrutura social mais desqualificada e mais polarizada, estando a população portuguesa no espaço europeu numa posição subalterna e desfavorecida. Este panorama não é alheio à sub-escolarização que se verifica em Portugal.

[14] Bárbara Simões, «26 das 30 melhores escolas estão na Grande Lisboa ou no Grande Porto», in jornal *Público*, 27 Agosto 2001, p. 2.
[15] Professor Catedrático no Instituto Superior Técnico em Lisboa e antigo presidente do Comité de Educação da OCDE entrevistado por Bárbara Simões, in jornal *Público*, 27 Agosto 2001, p. 8.
[16] Fontes: Eurostat; Unesco, Observatório das Ciências e das Tecnologias in jornal *Público*, 23 Março 2001, p. 4.

Em termos culturais este período é marcado por um acesso mais generalizado dos cidadãos à cultura. Por exemplo, ao nível da frequência de museus regista-se um significativo aumento do número de visitantes, de 1 milhão em 1960 para 7 milhões em 1993[17].

Ao nível da edição escrita aumentam os títulos mas diminuem as tiragens e se nos debruçarmos sobre a imprensa, Portugal é, no contexto europeu, o país onde se lêm menos jornais. Se pensarmos que as taxas de alfabetização e de frequência das escolas aumentaram torna-se um paradoxo a reduzida procura de livros, a diminuta frequência de bibliotecas, o baixíssimo consumo de jornais diários e semanários. Em Portugal o acesso à informação e à cultura passam essencialmente pela televisão e rádio. Na sociedade e na cultura portuguesas, cada vez mais abertas e globais, as expectativas e as aspirações cresceram rapidamente e a um ritmo que não foi, certamente, acompanhado pelos factores materiais, económicos e tecnológicos.

«A modernização económica e social foi uma realidade indiscutível, nestas três décadas, bem visível nos padrões de consumo, nos costumes, no acesso aos equipamentos domésticos a comunicações. Mas, talvez por ter sido excessivamente rápida e sem criação de riqueza na mesma proporção, foi muito desequilibrada e desigual. Ao lado de um Estado Protector universal, subsistem realidades de difícil resolução, como seja a má qualidade dos serviços sociais, o reduzido nível das pensões, a desorganização educativa, a medíocre qualidade dos sistemas de formação, o caos urbanístico, social e ambiental nos subúrbios das grandes cidades, o deficiente apoio prestado aos idosos e o persistente trabalho infantil»[18]

Apesar de alguns autores defenderem que as fragilidades do *«estado providência»* terem sido superadas pela «sociedade providência», o estudo sobre "Redes de solidariedade e entre-ajuda nas famílias portuguesas", elaborado pelo Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (CIES/ISCTE) e pelo Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS/UL), revela um cenário em que salta à vista a fragilidade da rede de solidariedade em Portugal:

[17] António Barreto e Clara Valadas Preto, «Portugal 1960/1995: indicadores sociais», in António Barreto, *Situação Social em Portugal (1960-1995)*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1996.
[18] António Barreto e Clara Valadas Preto, «Portugal 1960/1995: indicadores sociais», in António Barreto, *Situação Social em Portugal (1960-1995)*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1996.

"crianças neglicenciadas, idosos sozinhos e sem apoios, famílias sobrecarregadas com dívidas e a tentar sobreviver com extremas dificuldades sociais".[19] Os resultados obtidos neste estudo revelam o estado crítico dos laços familiares na sociedade portuguesa aproximando o panorama presente do dos países do norte da Europa. A ideia de que os povos do sul através da *«sociedade-providência»* compensavam as deficiências dos estados sociais e de que aquela sociedade típica do mundo rural se tinha instalado na sociedade urbana portuguesa, fica assim em causa.

As realidades encontradas não deixam dúvidas: desigualdade social, separações provocadas pelas migrações, isolamento rural, fraca rede de apoios ás mulheres trabalhadoras que apenas podem contar consigo mesmas. Constata-se que *"não é o apoio informal que compensa as falhas do Estado, mas sim um Estado fraco e uma oferta de mercado igualmente fraca que não compensam as falhas do apoio informal."*[20] Portugal e outros países europeus orgulham-se neste momento de importantes ganhos sociais em especial no que concerne em relação ao aumento da esperança média de vida e ás condições de vida das suas populações. Contudo assiste ao paradoxo de que tais ganhos estão a levantar novas preocupações. Os ganhos em termos de prolongamento da vida para idades mais avançadas, não foram acompanhados por avanços ao nível da qualidade de vida das gerações mais envelhecidas. Segundo Maria João Valente Rosa[21] *"...é necessário reformar as nossas mentalidades..., reinventar completamente a velhice e remodelar as nossas instituições, de modo que as idades avançadas passem a ter um valor, quer económico, quer social".* Esta autora aponta o incentivo das entradas de indivíduos de países com taxas de crescimento populacional elevadas como uma forma de «aliviar» o agravamento financeiro da relação beneficiários reformados/contribuintes activos.

Segundo dados provisórios do último censo, a população portuguesa cresceu 4,6% mas tal crescimento ficou a dever-se em grande medida à imigração.

[19] Domingos de Andrade e outros, «Portugueses evitam dar apoio a parentes», in *Jornal de Notícias*, 5 Setembro 2001, p. 14.
[20] *art. cit.*, p. 14.
[21] Maria João Valente Rosa, «O envelhecimento da população portuguesa», in António Barreto, *Situação Social em Portugal (1960-1995)*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1996.

As recentes transformações económicas e sociais registadas na Europa de Leste, e a proximidade linguística e cultural com o Brasil e os PALOPS, associadas à crescente necessidade de mão-de-obra em sectores como as obras públicas, a agricultura, a hotelaria e o comércio em geral, transformaram Portugal num país de imigrantes quando antes era a emigração um factor estruturante da sociedade portuguesa. Alguns dos pequenos centros confrontam-se com novas populações, novas culturas, novas qualificações, novas posturas face ao mercado de trabalho.

Apesar dos cenários de violência e de alguma marginalidade associados a estas novas comunidades, discutem-se novas políticas de inclusão e o reagrupamento familiar pode ser a médio e longo prazo um factor de vitalidade para a envelhecida estrutura etária nacional. António Barreto lança, desde já, o desafio:

"É possível que, dentro de dez ou mais anos, a natalidade portuguesa deixe de declinar ou estagnar e cresça de modo a aproximar-se das taxas europeias do Norte, bem mais altas (...) que mal há na mestiçagem? Por que não acreditar que a mistura de portugueses de gema com africanos, brasileiros e eslavos é a melhor solução para garantir vitalidade demográfica?"[22]

Segundo a tese da *«sociedade dualista em acção»* Lisboa e Porto registavam por exemplo a maior concentração de mão de obra qualificada na indústria e nos serviços, a maior concentração do PIB e melhores cuidados de saúde enquanto o resto do país regista uma escolarização incipiente, uma agricultura de subsistência, não se perspectivando o alastramento do *«sector moderno»* a este espaço geográfico.

Defendia-se, assim, a dualidade da sociedade portuguesa que se espelhava nas diferenças entre classes e na vivência de costas voltadas em espaços diferentes num mesmo território (litoral *versus* interior). Actualmente esta perspectiva dicotómica é esbatida pela relação urbano-não urbano. A melhoria das acessibilidades e o desenvolvimento do sector terciário, permitiram o crescimento significativo de pequenos e médios centro urbanos no interior, os quais se tornam verdadeiros pólos dinamizadores das zonas envolventes que irremediavelmente se vão desertificando.

[22]António Barreto, «Demagogia, ignorância e racismo», in jornal *Público*, 15 Julho 2001, p. 7.

A pouco e pouco, o espaço rural está a urbanizar-se. António Barreto caracteriza a situação actual do seguinte modo: «A sociedade rural, do interior, provinciana, patriarcal (...) vivendo com elevadas percentagens de autoconsumo (...), arredada dos grandes serviço públicos, à margem da protecção social do Estado, com reduzido acesso à comunicação, à informação, à cultura, por vezes nem sequer inteiramente integrada no mercado, cultivando valores próximos dos que poderiam vigorar durante o «ancien régime», essa sociedade praticamente não existe mais.»[23] Actualmente, toda a população, em princípio, terá acesso aos bens e serviços disseminados um pouco por todo o território.

Contudo, tais acessos serão condicionados por consideráveis desigualdades na repartição dos rendimentos.

Os dualismos serão mais marcados por condicionalismos sociais e económicos e menos pelos espaciais. Perante o cenário da dualidade, podemos talvez avançar com a ideia de que o interior deu lugar a espaços não integrados na sociedade moderna, onde existem cenários marcados pela informalidade, pela marginalidade e pela exclusão, onde encontramos os desempregados, os sub-empregados, pessoas mantidas pela segurança social, idosos e beneficiários de apoios sociais vários (rendimento mínimo garantido). Pode-se hoje falar de um novo dualismo que coloca em oposição *"...um sul urbano-industrial-capitalista-salarial a um norte e centro de industrialização difusa, familiarista e clientelar".*[24]

1.3 a problemática da dualidade - permanência e alteridade

Segundo João Teixeira Lopes, Portugal é um país a várias velocidades apresentando *"...regiões eminentemente atractivas e regiões claramente repulsivas."*[25] Para este autor *«em 1981 a situação demográfica portuguesa apresentava três características essenciais: litoralização, bipolarização (Lisboa/Porto) e aglomeração versus esvaziamento onde se assiste ao crescimento dos centros populacionais com mais de 10 mil habitantes e à rarefacção da população nas zonas circundantes».*[26]

[23]António Barreto; Clara Valadas Preto, *op. cit.*
[24]João Teixeira Lopes, *A cidade e a cultura: um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Edições Afrontamento e Câmara Municipal do Porto, 2000, p. 135.
[25]Idem, ibidem, p. 123.
[26]Idem, ibidem, p. 125.

Actualmente as dicotomias rural/urbano; litoral/interior; norte/sul estão diluídas por uma multipolaridade que se caracteriza por registar fluxos intensos entre os pólos. Formam-se, assim, vastas áreas de *«conurbação»* onde o urbano se interpenetra no rural e *vice versa* como é bom exemplo disso a área metropolitana do Porto. O *modos vivendi* urbano deixa então de ser exclusivo das cidades alastrando a todo o território. Considera ainda a situação portuguesa como *"uma coexistência particular de assincronismos, numa tensão permanente entre rupturas e continuidades, traduzida por diferentes ritmos e tempos de desenvolvimento, espacialmente distribuídos de forma assimétrica: a «velha» pobreza coexiste com a «nova»; o rural e o urbano oferecem-nos múltiplos exemplos de combinações e metamorfoses; moderno e tradicional entrelaçam-se constantemente, e por vezes lado a lado, originando uma matriz simbólica, também ela eclética e heterogénea, de várias facetas e dimensões."*[27]

Para Fernando Medeiros[28] a adesão à União Europeia permitiu um continuum nas transformações dos últimos 30 anos, com a transferência de fundos a substituir as remessas dos emigrantes. Contudo não evitou que se verificassem desiquilíbrios territoriais, a precaridade do emprego em alguns sectores, os baixos salários e algumas manchas de pobreza. Este autor fala assim num «crescimento económico sem modernização» e realizado à custa de um excesso de tradicionalismo. A aplicação de fundos comunitários em sectores tradicionais com forte recurso a mão-de-obra intensiva e a não aplicação em sectores estratégicos e nas novas tecnologias (terciário superior, cultura, investigação e informação), conduz a um novo processo que pode resultar no surgimento de novas formas de analfabetismo (tecnológico) e de exclusão.

Boaventura de Sousa Santos defende a tese de que Portugal é uma «sociedade semiperiférica de desenvolvimento intermédio». A sua *«tese de descoincidência articulada entre as relações de produção capitalista e as relações de reprodução social»*[29] vê-se reflectida em padrões de consumo avançados e semelhantes aos dos países centrais, e ritmos e lógicas de produção mais próximos dos países periféricos.

[27]Idem, ibidem, p. 137.
[28]Fernando Medeiros, «A formação do espaço social português: entre a «sociedade-providência» e uma CEE providencial», in *Análise Social*, vol. XXVII (118/119), 1992 (4º - 5º), p. 919-941.
[29]Boaventura de Sousa Santos, *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade (7ª edição)*, Porto, Edições Afrontamento, 1999.

Quanto à participação de Portugal no processo de globalização a sua singularidade de país que sempre actuou em vários palcos, fazendo a ponte entre os mundos de lá (colónias) e os mundos de cá (Europa), poderá ser uma faceta vantajosa num momento em que se discute o local face ao global, as permanências face ás divergências e diversidades.

Em síntese, enquanto António Barreto inclui Portugal no centro apesar de ser a *«periferia do centro»*, Boaventura de Sousa Santos e Fernando Medeiros destacam a posição singular de Portugal no processo de globalização. Depois de se ter *«desterritorializado»* em África, o país está a *«territorializar-se»* no espaço europeu.

1.4 expectativas e realidades face à Europa

Uma análise,[30] que teve como orientador Manuel Villaverde Cabral[31], concluiu que os portugueses são, entre os cidadãos europeus, os pior informados sobre as questões europeias apesar de serem os mais optimistas entre todos e os menos informados acerca da moeda única. Apesar de todo o optimismo 75% estão inseguros em relação à sua capacidade de adaptação ás consequências políticas e económicas da moeda única. Desta forma, *"os portugueses conseguem ser, ao mesmo tempo, os mais favoráveis à entrada de novos países e aqueles que estão, subjectivamente e objectivamente, pior informados."*[32]
E apesar de verem como vantajoso o alargamento, cerca de 61% não mostram qualquer interesse em participar em debates públicos sobre a Europa o que demonstra a fragilidade da participação activa dos cidadãos na discussão de assuntos pertinentes para toda a sociedade portuguesa.

António Barreto afirma uma certeza*: "se não fosse a Europa, estaríamos a viver uma crise com raros paralelos na história do século XX. (...) Se não fosse a União Europeia, o euro e os fundos de coesão, uma delegação do Ministério das Finanças estaria a negociar com o Banco Central Europeu, enquanto outra se teria já dirigido ao Fundo Monetário Internacional. O défice orçamental teria galgado para perto dos dez por cento do produto. O escudo teria*

[30]Teresa de Sousa, «Portugueses mal informados sobre Europa», in jornal *Público*, 21 Julho 2001, p. 7.

[32]Teresa de Sousa, *art. cit.*, p. 7.

desvalorizado mais uma vez, a quarta desde 1999, valendo já metade da peseta, trezentos para o dólar e quatrocentos para a libra."[33]

Apesar deste optimismo existe ainda alguma incerteza quanto ao futuro da Europa e da nossa presença neste espaço comum podendo uma via ser o fortalecimento das políticas nacionais combinado com a pertença à União. Um país mais forte pode contribuir para uma Europa também ela mais forte.

Ainda segundo António Barreto[34] quando foi revelado que Portugal estava a crescer menos que a Espanha e a Grécia e menos que a média da Europa dos 15, instalou-se um clima propício à descrença e alguns sinais começaram a tornar-se mais evidentes: endividamento das famílias, das empresas e da banca, perda de competitividade e baixa produtividade, desequilíbrio da balança comercial, aumento da inflacção, despesa pública elevada e agravamento no défice das contas do Estado, aumento do consumo. Perante este cenário o mesmo autor afirma: *"parece que os portugueses reencontraram o atraso e a fragilidade. E voltaram, uma vez mais, a temer o fantasma da pobreza relativa, isto é, a «cauda da Europa», causa de boa parte dos nossos traumas colectivos."*[35] Ainda segundo o mesmo autor, o cerne da questão é que *"os portugueses partilham hoje dos padrões de consumo, da cultura e das expectativas da Europa ocidental, um dos cantos da terra mais desenvolvidos e com maior nível de vida do mundo. Queremos viver como os franceses ou os alemães, não há razões para ser de outra maneira. Conhecemo-lhes os hábitos, o bem-estar e os bens de que usufruem. E, como sempre, desejamos o que conhecemos. Simplesmente, não temos a riqueza, a organização nem a produtividade capazes de satisfazer tão altas e naturais aspirações".*[36]

«...os recursos materiais, as capacidades económicas e empresariais, a produtividade, as competências tecnológicas e científicas e a experiência competitiva são muito inferiores à quase totalidade dos países ocidentais...»[37]

[33] António Barreto, «Se não fosse ela...», in jornal *Público*, 8 Julho 2001, pa. 7.
[34] António Barreto, «A espuma dos dias que passam», in jornal *Público*, 1 Julho 2001, p.18.
[35] Idem, *ibidem*, p.18.
[36] Idem, *ibidem*, p. 19.
[37] António Barreto e Clara Valadas Preto, *art. cit.*

A tradicional vantagem dos salários baixos está em causa pela entrada no mercado global dos países asiáticos, africanos e latino-americanos.

Existe algo que é determinante para a sociedade Portuguesa que é o facto de ser o país mais periférico do centro (europeu). No âmbito dos indicadores demográficos, da cultura, da mentalidade, das ambições, dos comportamentos e das expectativas existe uma efectiva aproximação aos países do Centro mas quando pensamos nas actividades económicas, na formação técnica e científica, na competitividade, na capacidade de criação de riqueza, no campo da criação artística detectamos sinais de claro afastamento a esse mesmo centro.

«É neste paradoxo, no facto de ser o mais periférico dos países do centro, que reside a especial dificuldade dos portugueses para encarar a evolução social das próximas décadas».[38]

1.5 do processo de «modernidade inacabada» ao tempo da incerteza

Partimos da afirmação "Portugal é um país atravessado por processos sociais próprios de uma modernidade inacabada" para buscar, em diversas opiniões pontos de convergência e de discordância face ao estado actual do desenvolvimento em Portugal.

A escolha das temáticas abordadas não foi incólume à importância que têm para a caracterização do momento presente. Pelas tradições (permanências) e pelas contradições (alteridades), podemos afirmar que a sociedade portuguesa é marcada por uma profunda *«plasticidade»* onde o passado e o presente, o tradicional e o moderno, o local e o global se entrecruzam permanentemente.

Boaventura de Sousa Santos destaca ainda a permanência de valores de cariz rural no quotidiano português, admitindo a *«coexistência a muitos (...) níveis, da modernidade, da pré-modernidade e da pós-modernidade».*[39] Portugal será acima de tudo uma sociedade de desenvolvimento intermédio.

[38] Idem, *ibidem*.
[39] Boaventura de Sousa Santos, *op. cit*, p. 61.

A par das mudanças demográficas bastante significativas, o facto do país de emigrantes ter dado lugar a um país de imigrantes e o virar as costas a um modelo colonial em favor da aproximação e integração no espaço europeu, tornaram Portugal num território multifacetado e com uma sociedade heterogénea que procura no encontro com o(s) outro(s) encontrar-se a si próprio a fim de delinear uma identidade singular no seio de identidades plurais. A identidade assume-se assim como *«glocal»*, englobando fenómenos locais e globais. Num momento em que o ambiente social, económico, político e ambiental apresentam fragilidades, em que se assiste a uma fraca movimentação da sociedade civil e por consequência um *«anémico»* exercício de cidadania, é necessário repensar quem somos e qual o destino que procuramos (ou sonhamos) construir no presente.

É neste contexto que António Barreto[40] apresenta e descreve o ambiente de grande incerteza que paira actualmente sobre a sociedade portuguesa. "Tempo de Incerteza" é a obra que este autor apresenta no ambiente de *«ressaca»* das mudanças sociais dos últimos 30 anos, mudanças sociais, económicas, políticas e culturais que ocorreram a uma velocidade vertiginosa mas que deixaram de novo o país perante uma encruzilhada.

Face a um progresso aparente esconde-se a realidade de um país *«descuidado, remendado e atamancado»*.

A incerteza tem-se vindo a instalar a pouco e pouco na sociedade portuguesa. Tal não é, contudo, uma incerteza negativa visto que resulta da democracia e do mundo aberto, contextos nos quais compete aos homens escolher e decidir.

Após as profundas mudanças operadas na sociedade portuguesa das últimas décadas, alcançamos uma sensação de esgotamento e constatamos que o atraso dessa mesma sociedade se mantinha em relação a um mundo contemporâneo em crise e em transformação.

Entre a Europa e a América, entre o continente e o Atlântico, Portugal volta a ter que fazer escolhas como o fez várias vezes no passado mais ou menos recente.

"É perfeitamente possível que os portugueses tenham de fazer escolhas dolorosas tanto mais quanto não têm riqueza nem força suficientes para o fazer em total liberdade e autonomia.

[40] António Barreto, *Tempo de Incerteza*, Lisboa, Relógio D'Água Editores, 2002.

De qualquer maneira, algo que parecia, ainda há poucos anos, seguro e de longa duração – a orientação europeia da economia e da política portuguesas – é muito mais incerto do que jamais se pensou."[41]

Mesmo que não esteja em causa a integração na União Europeia paira cada vez mais uma maior incerteza sobre as próprias políticas europeias, sobre as suas instituições, sobre os seus poderes e sobre os estatutos dos países que integram esta «união». O recente processo de alargamento que trouxe mais 10 membros veio aprofundar este clima de reflexão e incerteza perante o futuro mais ou menos próximo do projecto de construção europeia.

Face a este processo e ao menor peso que Portugal terá no novo figurino, com a consequente menor eficácia das suas estratégias, constata-se com algum pesar que as últimas duas décadas de integração constituíram para Portugal uma espécie de «oportunidade perdida» que não permitiu alcançar a tão desejada e relativa igualdade face aos restantes parceiros comunitários. As disparidades permanecem, senão mesmo agudizam-se e a tranquilidade não se vislumbra num horizonte próximo.

António Barreto afirma que é forçoso *"reconhecer que o período de ouro da integração portuguesa na União Europeia acabou (...) apesar de mais profundamente integrado na Europa e não obstante um elevado grau de abertura e de internacionalização, Portugal vai ver-se sozinho, mais sozinho do que nas últimas décadas."*[42]

Perante este cenário é necessário repensar tudo e todos sendo um dos principais aspectos a ter em linha de conta a relação com o país vizinho – Espanha.

A proximidade permitida por circunstâncias comuns e potenciadoras de uma maior comunhão (democracia nos dois países, comum pertença à União desde 1986, e à Nato) conduz à necessidade de reflectir sobre um cenário de Iberismo que apesar de não ser perspectivado a nível político é cada vez mais uma realidade ao nível social e económico.

Quando se pensa nas actividades produtivas e comerciais portuguesas os interesses espanhóis surgem com grande destaque à cabeça dos principais sectores: comércio externo, investimento, turismo, propriedade imobiliária e participação em capital social de empresas.

[41] Idem, *ibidem*, p. 17.
[42] Idem, *ibidem*, p. 17-18.

E no momento em que esta presença se torna cada vez mais notória em sectores estruturantes e estratégicos como são as estradas, a electricidade, o gás, os transportes, o caminho de ferro e telefones, a península é cada vez mais um espaço pensado como único esbatendo as fronteiras políticas dos dois países.

António Barreto confirma: *"Os países que não escolhem...são escolhidos. Hoje não existem países totalmente livres e soberanos, capazes de todas e quaisquer decisões. Todos têm os seus limites, todos têm as suas dependências.(...) E, sendo pequeno, relativamente pobre e militarmente débil, (Portugal) vê a sua capacidade de escolha e a sua margem de liberdade limitadas. E para escolher necessita de meios. Ora, nos tempos recentes, os portugueses, (...) têm descurado actividades e aspectos que constituiriam meios de afirmação e de escolha. O que fizeram e fazem, quase sempre, por um estranho gosto pela facilidade e por uma funesta propensão para a indolência."*[43]

A incerteza paira e as dúvidas são cada vez maiores face a uma realidade um pouco cinzenta. Fragilidades ao nível da segurança interna e externa, defesa nacional reduzida ao mínimo, valores de consumo e do expediente suplantaram os do trabalho e da produtividade, a disciplina e o esforço na educação deram lugar à promoção do prazer e do efémero, as instituições políticas e judiciais escapam ao entendimento dos comuns cidadãos.

Face a esta realidade, torna-se urgente e imperativo fazer escolhas num clima de liberdade e de independência.

A independência, segundo A. Barreto é *"não uma virtude em si, é bem mais um instrumento de bem estar, de dignidade e de liberdade dos cidadãos. E por isso também, a capacidade de escolha, mesmo em condições difíceis, ajuda a reforçar a independência."*[44] Independência e liberdade para escolher um rumo que conduza o país pelos caminhos da integração e da construção da União Europeia.

[43] Idem, *ibidem*, p. 19-20.
[44] Idem, *ibidem*, p.19.

Capítulo 2. A cultura como factor de (des)envolvimento

2.1 a metamorfose de um conceito

Cultura é, neste projecto, compreendida na sua dimensão antropológica ou seja, cultura são, não só, as pinturas, o património edificado, os monumentos mas também são os objectos e práticas do quotidiano, o artesanato, os mitos, a linguagem e tantas outras dimensões pois que são impregnadas de significados e sentidos permanentemente (re)construídos no dia a dia dos sujeitos. A cultura é o que de comum existe nos actos comunicativos, um comum adquirido através do processo de socialização dos indivíduos e que confere alguma homogeneidade ao conjunto de acções significativas e simbólicas.

É na prática quotidiana, na arte de fazer e refazer, no campo da produção cultural quase invisível, que o ser social age ao nível da recepção e da emissão criativa de linguagens, usos, sentidos, símbolos...enfim, construindo, destruindo e reconstruindo dialecticamente, toda uma panóplia de artefactos culturais.

Para que a cultura contribua efectivamente para um desenvolvimento mais sustentado e harmonioso é essencial que a própria cultura seja alvo de medidas que promovam o seu desenvolvimento.

Neste ponto entende-se a cultura como um conjunto complexo e dinâmico de significações, padrões de conduta, práticas, obras e instituições e o desenvolvimento como processos e projectos de formação ou transformação social. Perante estas definições é visível a interligação entre os dois conceitos. A cultura e o desenvolvimento caminham lado a lado, cruzando-se permanentemente. Se são quase a mesma realidade porquê manter os dois conceitos? Como afirma Augusto Santos Silva[45] a cultura está associada ao sentido que os actores sociais conferem à sua acção e o desenvolvimento centra-se sobre essa acção. *"...como não há acção sem sentido e sentido sem acção, a distinção conceptual destina-se a sustentar a aplicação cruzada das duas perspectivas"*[46]. Defende o autor que a "cultura é o «lugar» mais adequado para pensar a integração das múltiplas dimensões do desenvolvimento".[47]

[45] Augusto Santos Silva, *Cultura e Desenvolvimento: estudos sobre a relação entre ser e agir*, Oeiras, Celta Editora, 2000.
[46] Idem, *ibidem*, p. 1.
[47] Idem, *ibidem*, p. 1.

Assim sendo, *"se a cultura pode servir para iluminar o lado do ser e da identidade e o desenvolvimento para iluminar o lado do agir e da acção, é para ficarmos mais preparados para entender quanto o agir deve ao ser e quanto o ser deve ao agir."*[48]

Quais serão as contribuições do desenvolvimento da cultura para o desenvolvimento global das comunidades? Segundo Augusto Santos Silva[49] são três os principais contributos:

a) reforço da afirmação identitária e para tal contribuem as medidas de conservação do património (paisagens o sítios, linguagens e saberes, crenças e tradições). *"Promovendo o auto-conhecimento dos grupos e o aproveitamento hodiemo do capital herdado, promovem uma consciência histórica sem a qual não há futuro próprio, e muito menos desenvolvimento endógeno."*[50];

b) promoção da inovação em diferentes sectores o que exige sempre *"a criação contínua e alguma margem de ruptura, de tensão com o património adquirido (...) muitas vezes nos processos de desenvolvimento local catalizados por acções culturais inovadoras, estas começam por ser recusadas, para depois serem recuperadas como meio de afirmação identitária face ao exterior, como imagem de marca local, abrindo-se por aí a via à intensificação dos respectivos efeitos de actividade"*[51];

c) promoção de qualificações sendo as competências científicas, técnicas e artísticas vectores essenciais da formação humana e essenciais ao desenvolvimento sustentado das comunidades.

Por tudo isto, o trabalho a desenvolver em torno do património é de profundo carácter público e dirige-se aos públicos. A preservação andará a par do usufruto que não se deseja predatório mas antes democrático e popular. Neste contexto assume particular relevo as iniciativas de divulgação e valorização patrimonial com recurso à animação cultural, à organização de rotas e itinerários de carácter territorial e à disponibilização de condições de conforto e acolhimento dos públicos. Para que o usufruto não ponha em risco os bens patrimoniais é essencial a acção no domínio da informação e formação dos públicos. Nesta perspectiva refere Augusto Santos Silva:

[48] Idem, *ibidem*, p. 2.
[49] Augusto Santos Silva, «Produto Nacional Vivo: uma cultura para o desenvolvimento», in *Atitudes Valores Culturais e Desenvolvimento*, Lisboa, Cadernos Sedes, 1988, p. 31.
[50] Idem, *ibidem*.
[51] Idem, *ibidem*, p. 33.

"A nossa aposta nos centros de interpretação dos monumentos e sítios, na modernização e actualização das sinaléticas e dos quadros informativos, no desenvolvimento dos serviços educativos e no uso generalizado das novas tecnologias para a difusão do conhecimento, obedece a este imperativo básico: fazer do património um companheiro indispensável e natural da nossa vida, pessoal e colectiva."[52]

Para José Maria Cabral Ferreira, a *realidade cultural* refere-se a *"um conjunto de modelos, formas de ser, motivações, símbolos, saberes e coisas, cuja estruturação orgânica e histórica dão rosto a um lugar e à gente que o vive."*[53]

Na actualidade, e pelo que foi descrito, em todo e qualquer debate sobre o desenvolvimento a cultura surge com grande intensidade e pertinência. Quando se reflecte sobre práticas de desenvolvimento e de emprego a cultura assume um papel cada vez mais implícito, fluído e transversal.

A ideia da cultura como um compartimento estanque e com limites bem definidos não é mais válida nem compatível com as novas dinâmicas das sociedades. A UNESCO, em relatórios recentes, revela que o factor cultural se distanciou do restrito universo das "belas artes" do século XIX, afirmando-se agora como parte integrante da vida social e económica moderna e interagindo com qualquer domínio de actividade.

2.2 cultura enquanto realidade multifacetada

Para Augusto Santos Silva[54] o conceito cultura assume uma tripartição: alta cultura, cultura de massas e cultura popular. Esta divisão diz respeito a processos pelos quais as diferenças de condição, posição e trajectória social marcam distintamente os modos de acesso, fruição e produção de bens e actos culturais. Tais diferenças estão, na generalidade dos casos, associadas a desigualdades sociais.

[52] Augusto Santos Silva, «Nós e o património: empenhamento, equilíbrio, usufruto», in jornal *Público*, 30 Setembro 2001.
[53] José Maria Cabral Ferreira, «Do planeamento da cultura à cultura do planeamento», in *Sociedade e Território - Revista de Estudos Regionais e Urbanos*, Porto, Edições Afrontamento, p. 22.
[54] Augusto Santos Silva, Helena Santos; *Prática e representação das culturas: um inquérito na área metropolitana do Porto*, Porto, Centro Regional de Artes Tradicionais, colecção mãos, 1995, p. 18.

Relativamente aos meios de acesso a *"televisão e rádio quase esgotam...os canais de acesso ao campo da informação e da cultura. Outros meios de comunicação de massas, como a imprensa, já repercutem directamente sobre um agregado bem mais limitado de pessoas. E os bens e práticas vinculados ao campo da cultura erudita - a literatura, como os concertos de música clássica, os programas culturais de rádio ou os museus de arte moderna - tocam um número muitíssimo reduzido de actores, mesmo entre as classes favorecidas em capital económico ou escolar".*

"A relação entre o capital escolar detido e as possibilidades de acesso à hierarquia social de bens e práticas culturais tem sido demonstrada por várias investigações sociológicas. Não só os títulos escolares constituem uma forma particularmente importante de capital cultural institucionalizado; como a experiência prolongada e sucedida da escolarização, quer dizer, a que atinge patamares elevados do sistema de ensino, e, por via dela, o contacto continuado com referências culturais de matriz urbana, nacional e cosmopolita, favorecem a aquisição de níveis mínimos de capital cultural incorporado e melhoram as condições de reconhecimento e acesso a diversas formas de capital cultural objectivado, isto é, às obras e bens que tendem a ser, em cada contexto, legitimados. Não admira, pois, que nos modelos de relações entre variáveis que tem sido possível construir, para explicar, por exemplo, a frequência dos museus de arte, o nível de instrução ocupe um lugar central."[55]

No entanto, um estudo[56] apresentado muito recentemente, demonstra a dimensão de algumas práticas culturais entre os estudantes do ensino superior no Porto, ou melhor dizendo, das *não práticas culturais* desta população. De facto, segundo os dados apurados e em especial os dados referenciados para a «frequência de visitas a museus com alguma regularidade», 91,3% não regista tal frequência. Será então pertinente relativizar o capital escolar adquirido como factor de maior preponderância no estímulo de algumas práticas culturais.

[55] Idem, *ibidem*, p. 22
[56] António Teixeira Fernandes (coord.), *op.cit.* p. 248.

Constamos, por isso, que *"...o domínio das práticas culturais é um dos que ilustra bem a complexa dinâmica de cruzamento entre elementos de continuidade e elementos de renovação..."*[57]

Por seu turno, Maria de Lourdes Lima dos Santos[58] questiona, tal como Augusto Santos Silva, três noções de cultura: grande cultura, cultura popular e cultura de massas. Estando a primeira associada ao saber crítico dos «clássicos» e a segunda ao do «povo», a última designação associa-se à indústria cultural.

Os museus e a sua frequência são elementos e práticas constantemente associados à grande cultura, ficando o seu usufruto no âmbito das elites e dos grupos socialmente dominantes. Constatamos, no entanto, que sendo os museus instituições, parte integrante de um todo mais vasto e em permanente devir, também a sua natureza, a sua missão, os seus objectivos, os seus modos de agir, os seus públicos, e acima de tudo a sua função social estão igualmente a mudar.

A cultura contemporânea, segundo Carlos Fortuna[59], é «caracterizada como uma cultura de distâncias e de fronteiras que, fruto de construções simbólicas, desordenadas e caóticas, são flexíveis e se encontram em permanente redefinição». É, assim, cada vez mais, *"uma cultura expressiva, em que abundam práticas de externalização e de objectivação dos sentimentos, gostos e preferências dos sujeitos"*.[60] É uma cultura de confronto entre sujeitos mas também uma cultura de encontro do sujeito consigo mesmo.

Assiste-se portanto, a uma reconstrução permanente da identidade dos sujeitos perante novos figurinos sociológicos e culturais. "O mercado e o consumo, tanto material como simbólico, a tecnologia da informação e a cidade surgem como pano de fundo da *«destruição criadora»* das identidades."[61] Para Carlos Fortuna a *"paisagem cultural pós-modernizante das cidades de hoje está carregada (...) de lugares de significados contrastantes. Ao lado dos monumentos e ruínas, também os museus, os santuários, os cemitérios, os estádios ou os*

[57] Augusto Santos Silva, Helena Santos, *op.cit.* p. 115.
[58] Maria de Lourdes Lima dos Santos, «Questionamento à volta de três noções - a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massas», in *Análise Social*, vol. XXIV (101-102), 1988 (2º e 3º), p. 689-702
[59] Carlos Fortuna, *op. cit.*
[60] Idem, *ibidem*, p. 1.
[61] Idem, *ibidem*, p. 2.

grandes centros comerciais funcionam, em diferentes graus, como lugares de deslocalização da personalidade dos sujeitos."[62]

O museu tem, assim, o privilégio de falar a linguagem dos tempos, que é uma linguagem inteligível para todos e em todos os lugares. O museu torna-se, assim, parte do nosso modo de vida e em breve poderá vir a constituir um complemento necessário e paralelo a todas as nossas actividades.

2.3 espaços e práticas culturais

Perante o processo de globalização, a cidade e a cultura urbana reforçam a sua autonomia própria face a influências sociais exteriores. A cidade é hoje um espaço fragmentado, multifacetado e plural onde se cruzam e combinam *«universos imaginários com práticas sociais e modos de apresentação estilizados»*.

Para Boaventura de Sousa Santos globalização é um *«mecanismo pelo qual determinada condição ou entidade local consegue estender a sua influência a todo o globo e, ao fazê-lo, desenvolve a capacidade de designar como local outra condição social ou entidade rival»*.[63]

Deste confronto entre local e global resulta uma aparente *«caoticidade cultural»* e cada território terá que desenvolver a capacidade e vencer o desafio de proceder à reterritorialização dos fenómenos globais face ao actual processo de desterritorialização dos fluxos económicos, financeiros, tecnológicos, informativos e culturais. O global e o local surgem então como conceitos de forte carácter relacional.

A cultura e a arte assumem, cada vez mais, um papel de relevo no desenvolvimento e na (re)valorização dos territórios e mais especialmente das cidades. A relação da cultura e da arte com a cidade tem um valor que podemos apelidar de *«economia simbólica»* o qual abre a possibilidade de a arte se constituir em ingrediente de identidade da cidade. Este valor está por centro presente na ideia surgida em 1983 de eleger anualmente uma (ou mais) cidade «capital europeia da cultura».

[62] Idem, *ibidem*, p. 34.
[63] citado por Carlos Fortuna, «Sociologia, cultura urbana e globalização», in Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: ensaios de sociologia*, Oeiras, Celta Editora, 1997, p. 15, 16.

Com este projecto deseja-se *"promover a cultura local/regional da cidade anualmente designada e, deste modo, pôr em evidência a natureza plural das experiências culturais da Europa".*[64]

No auge da relação global/local, na imensidão de cruzamentos e (des)territorializações possíveis *"a metrópole releva-se na pluralidade dos seus significados, polissémica, entrecruzada, sobreposta, transgressora, estonteante, irrepetível e sem fronteiras".*[65]

Por tudo isto, e como refere Louis Wirth, *"a cidade tem sido o lugar onde, historicamente, se fundem raças, povos e culturas e um terreno altamente favorável à criação de novos híbridos biológicos e culturais."*[66]

Retomando a problemática do valor da *«economia simbólica»* podemos constatar que ele está presente em muitas políticas culturais que têm a cidade e os territórios envolventes como objecto-alvo. O projecto denominado «Cidade/Capital Europeia da Cultura» (proposto em 1983 por Melina Mercouri, Ministra da Cultura da Grécia) tem subjacente a ideia do reconhecimento de todas as entidades culturais na sua diversidade e tenciona dar oportunidade para o desenvolvimento e promoção de uma cidade enquanto pólo cultural da/na Europa. Como grandes objectivos desta política europeia podemos apontar o sustentar de uma imagem de cultura europeia e permitir que a cultura da cidade se torne acessível a um público europeu e internacional.

Outra medida similar é a nomeação de Património Mundial pela UNESCO, título que já premiou cidades como Évora, Sintra, Porto e Guimarães e que visa assinalar espaços, territórios, monumentos, paisagens as quais «simbolizem que uma cultura se universaliza a partir de fragmentos patrimoniais específicos».

Ainda no espaço urbano podemos apontar outras políticas que visam a recuperação física e humana e a animação/vitalização de um certo território, degradado ou não, e que ancoram em actividades de carácter eminentemente cultural como sejam museus, livrarias, galerias, ateliers, espaços e actividades associadas às «novas tendências».

[64] Carlos Fortuna, «Sociologia, cultura urbana e globalização», in Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: ensaios de sociologia*, Oeiras, Celta Editora, 1997, p. 19.
[65] Idem, *ibidem*, p. 23.
[66] Louis Wirth, «O urbanismo como modo de vida», in Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: ensaios de sociologia*, Oeiras, Celta Editora, 1997, p. 51.

Neste caso encontramos na cidade do Porto uma zona denominada por alguns de «Soho» (em analogia ao Soho de Londres), pela quantidade de galerias aí implantadas, o Bairro Alto em Lisboa ou a antiga zona portuária de Bilbau entretanto «revolucionada» pelo Museu Guggenheim.

Através desta actuação é possível constatar que a cultura urbana «tradicional»[67] (caracterizada pelo domínio das elites tradicionais e pela restrição de públicos) tem vindo a dar lugar a um outro modelo com três linhas de orientação:

a) alargamento e diversificação de audiências com o crescimento das novas classes médias urbanas potenciado pelos processos de tercearização e urbanização. Estes factores conduzem ao surgimento de novos públicos com maiores níveis de instrução e de rendimento que podem resultar em procuras mais diversificadas. Contudo, registam-se fracos índices de públicos pelo que são necessários estudos mais profundos sobre os públicos;

b) profissionalização da produção e difusão cultural através da multiplicação de empresas de produção e promoção;

c) complementaridade das formas de apoio financeiro à cultura com formas mistas público/privado nos financiamentos.

Quanto ao alargamento da participação cultural pela via de formação e do ensino artístico verifica-se que tal ainda não se concretizou pois ainda não se efectivou o ensino artístico em muitos níveis de ensino.

"Numa altura em que a liberalização económica, os avanços tecnológicos e a conjuntura do comércio internacional não favorecem as prioridades culturais, caberá ao Estado...preservá-las..."[68]

[67] A propósito do domínio da cultura urbana recordemos Louis Wirth no texto «O urbanismo como modo de vida», in Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: ensaios de sociologia*, Oeiras, Celta Editora, 1997, p. 47: *"A preponderância da cidade, especialmente da grande metrópole, pode considerar-se resultante da sua elevada concentração em instalações e actividades industriais, comerciais, financeiras e administrativas, vias de transporte e linhas de comunicação, equipamento cultural e recreativo como a imprensa, estações de rádio, teatros, bibliotecas, museus, salas de espectáculo, óperas, hospitiais, instituições de ensino superior, centros de investigação, editoras, organizações profissionais, instituições religiosas e de assistência social."*

[68] Mª. de Lourdes Lima dos Santos, *As políticas culturais em Portugal: relatório nacional*, Lisboa, OBS/OAC, 1998, p. 283.

2.4 capital cultural *versus* consumo cultural

Algumas perspectiva consideravam que os entraves à democratização cultural eram principalmente obstáculos materiais, financeiros e geográficos e que os poderes públicos através de uma política de preços e de equipamentos seriam capazes de combater.

A imagem do público indiferenciado e homogéneo é errónea mas a representação simplista entre praticantes assíduos e ocasionais não dá conta de toda a multiplicidade de combinações possíveis quanto à frequência e natureza de saídas/visitas. Não existe, por isso, uma homologia directa entre nível de conhecimento e práticas culturais.

A forte ligação entre nível escolar e interesse pela vida cultural fizeram crer que o aumento da escolaridade se iria reflectir no aumento da apetência para o consumo cultural.

Em França, depois de 30 anos de democratização escolar constata-se que aumentou o conhecimento sobre o património artístico e que a televisão se constituiu como uma segunda escola, um meio de
divertimento e de evasão e responde a uma cultura de curiosidade e de informação mas não se constitui num vector de difusão da cultura cultivada.

Nem os esforços ao nível da oferta cultural, nem a elevação dos níveis de escolaridade e do poder de compra, nem o desenvolvimento dos meios de difusão multimedia e das indústrias culturais conseguiram aumentar de modo significativo o círculo dos «amadores» da literatura, teatro ou arte contemporânea. Há que repensar as estratégias, propiciar processos de desconstrução de modo a potenciar novas inteligibilidades e porque não novas «utopias» enquadradoras da acção para este novo milénio.

A posse de um alto grau de escolaridade é garante, até certo ponto, da elevada intensidade de práticas culturais quaisquer que elas sejam: cinema, leitura, música, teatro... Contudo, não podemos esquecer que consumos culturais mais eruditos são minoritários mesmo entre os mais escolarizados (leitura de poesia, ida ao teatro, assistência a concertos, visita a museus). *"Assim, a escolarização, apesar de necessária, não é condição suficiente para o acesso a bens e práticas mais discriminativas, mesmo no interior dos grupos sociais elevados em termos de status sócio-económico e capital escolar".*[69]

[69] João Teixeira Lopes, *A cidade e a cultura - um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Edições Afrontamento, 2000, p. 95.

As políticas culturais têm seguido uma lógica que, pelo que foi anteriormente descrito, pode ser colocada em causa e é ela. O simples facto da multiplicação da oferta cultural e a expansão dos níveis de instrução não conduzem à resolução dos problemas de acesso à cultura e à democratização.

Perante os efeitos já descritos podemos avançar com a ideia de que a democratização cultural, quer no sentido mais lato (direito à cultura como direito de cidadania), quer no sentido mais restrito (alargamento da cultura erudita através de uma apropriação mais alargada de obras), ainda não se concretizou.

Augusto Santos Silva[70], face a esta realidade, propõe uma estratégia dupla: por um lado consolidar uma oferta cultural coerente e persistente de forma a estabilizar o público já existente, aumentando a intensidade e a frequência; por outro conquistar públicos virtuais (não-público) com potencialidades no que se refere, pelo menos, ao capital escolar.

Depois dos conturbados anos do pós-25 de Abril e da consolidação da democracia em Portugal, os anos 90 assistiram à definição de políticas culturais mais objectivas distinguindo-se duas actuações: por um lado iniciativas que visaram reforçar a imagem externa de cidades ou de países (Europália, Lisboa 94, Expo'98, Porto 2001, Euro 2004), e por outro uma preocupação em criar infraestruturas e equipamentos culturais que possibilitaram espaços de alguma concentração de actividades antes dispersas. Nesta área temos assistido a um planeamento mais cuidado e a um gradual aumento da despesa da administração pública central e local embora ainda não se tenha alcançado o tão desejado valor de 1% do PIB para a cultura. Enquanto as autarquias investem mais no sector tradicional (património, publicações, recintos e actividades socioculturais), a administração central investe mais no sector «emergente» como a música, as artes cénicas e plásticas, o cinema e a fotografia.

Face ao recuo/diminuição do investimento central é quase evidente a dificuldade das autarquias em continuarem a apoiar sozinhas as despesas com a cultura e é urgente o estímulo à criação de parcerias entre o sector público, o privado e o associativo. A ausência do Estado acaba por conduzir à concentração das iniciativas nos pontos privilegiados de Lisboa e Porto e dá mais espaço à imposição das regras do mercado.

[70] Augusto Santos Silva, Helena Santos, *op. cit.*

Em Portugal, como na Europa, assiste-se à tendência da privatização e comercialização das actividades culturais que se traduz no aumento dos preços dos bens e serviços. Tal tendência reforça os *«mecanismos de acesso selectivo e segregado dos públicos da cultura em Portugal, ao mesmo tempo que fará ampliar o universo de práticas culturais que decorrem no domínio privado da domesticidade»*[71]. Deste modo os espaços públicos sofrem uma retracção enquanto lugares de relacionamento entre indivíduos e a cultura e reforça a segmentação e a elitização. De novo está em causa a produção de formas mais democráticas de produção e consumo de cultura.

2.5 as políticas culturais em Portugal

A política da cultura é um tema muito recente no contexto europeu e mais recente ainda se pensarmos na realidade portuguesa.

O estabelecimento de uma política cultural é uma matéria de grande complexidade técnica e política com fortíssimas implicações em outras áreas da vida do país, como o ambiente, o ordenamento do território, a educação, as relações entre os poderes local e central, a economia, o turismo, as obras públicas, etc. Não podemos deixar de, uma vez mais, reforçar a ideia de que no âmbito do desenvolvimento harmonioso e sustentado a identidade cultural inscreve-se como um dos elementos estruturantes e potenciadores desse mesmo desenvolvimento.

É em França, com o Ministro da Cultura André Malraux (década de 60 do século XX), que as políticas culturais se formalizam. O Estado usa o seu poder para intervir intencionalmente através de políticas e instrumentos práticos e específicos integrados numa ordenação geral, lógica e coerente. O património assumiu lugar de destaque nos primeiros tempos, seguindo-se medidas de apoio à criação. No presente a atenção é colocada na economia da cultura e os agentes que intervêm são plurais e envolvem o Estado, a sociedade civil (criadores e público) e o denominado 3º sector (associações, cooperativas, etc).

[71] Boaventura de Sousa Santos (org.), *Globalização - Fatalidade ou Utopia?*, Porto, Edições Afrontamento, 2001, p. 419.

É pois em França, face a esta valorização da cultura, que surge o Estatuto de Excepção Cultural que visa «proteger» os bens culturais do processo de «mercadorização» típico do sistema de mercado livre.

A cultura não é um produto e por isso não deve ser sujeita às regras de comércio internacional que colocam entraves aos subsídios estatais e às quotas de difusão. Temos então o mercado assistido que salvaguarda os direitos dos artistas e onde o estado assume um papel activo na construção de infra-estruturas e equipamentos e na promoção da circulação e do acesso às obras. Promove-se a democratização na esfera da criação e no acesso à cultura.

Este estatuto é tão caro aos franceses que muito recentemente gerou-se uma grande polémica quando Jean-Marie Messier (responsável pela Vivendi Universal Enterteinment) proferiu afirmações em torno da «morte da excepção cultural francesa»[72]. Referia ele que a excepção cultural à francesa não era mais válida e que hoje terá que prevalecer a diversidade cultural numa lógica mundial-nacional.

O conceito de *«excepção cultural francesa»* argumenta que a cultura não é um produto e que, portanto, não deve ser submetida às regras de comércio internacional que proíbem os subsídios estatais e quotas de difusão, nem deve ser guiada por princípios de rentabilidade.

Comentado esta discussão Augusto M. Seabra afirma: *"Se a singularidade dos objectos culturais não os pode fazer considerar num processo apenas mercantil, então a «excepção» só poderá ser profícua se o próprio conceito for considerado preventivamente como estímulo institucionalizado à prossecução da diversidade. É também um outro modo de reafirmação pluralista."*[73]

A concretização do projecto euro, meta importante a nível monetário, político e simbólico, terá ainda que ser seguido do projecto de Constituição Europeia o que torna deveras pertinente a preservação da diversidade como parâmetro a considerar. A União Europeia, para além do seu carácter de mercado único, é um espaço político em que tem coexistido uma cada vez maior diversidade de expressões culturais, incluindo *«mestiçagens»* com correntes de proveniência exterior. Neste cenário, e num quadro pautado pela globalização, é cada vez mais necessário velar pela diversidade da cultura esse património comum da humanidade que é um dos factores que preserva a diversidade entre os povos.

[72] Ana Navarro Pedro, «Messier defende diversidade cultural», in jornal *Público*, 5 Janeiro 2002, p. 42.
[73] Augusto M. Seabra, «Excepção cultural? Diversidade?», in jornal *Público*, 13 Janeiro 2002, p. 8.

Em Portugal é com a tomada de posse do XIII Governo Constitucional e com a criação do Ministério da Cultura que se assume o compromisso de levar a cabo uma efectiva política cultural distinguindo-se assim dos governos da década anterior nos quais a *"política cultural liberal era claramente ornamental e instrumental, dominada pelo carácter pontual, fragmentário e incoerente das acções."*[74] O novo ministério assume claramente a ideia de que *"a cultura ocupa um lugar central no desenvolvimento do país e que a política cultural deve tanto quanto possível ser levada a cabo numa perspectiva transversal."*[75] Os objectivos então definidos foram: dignificar a administração cultural, reforçar o estatuto da cultura, colocar a política cultural ao mais alto nível de discussão, dialogar e estabelecer sinergias com os restantes ministérios.

Definem-se cinco áreas estratégicas: o livro e a leitura, o património, a criação (artes plásticas, artes do espectáculo, cinema e audiovisual), a descentralização e a internacionalização. Outra medida logo apontada foi a do desenvolvimento da Lei do Mecenato. Alguns pressupostos assumidos são sintetizados na seguinte afirmação:

"Num país em posição de não-centralidade, e numa conjuntura em que os planos nacional e local permanentemente se entrecruzam com o plano internacional, a definição das políticas culturais necessita dotar-se de uma enorme abertura, actualidade e flexibilidade para repensar as relações entre o Estado, a sociedade civil e o mercado, numa tentativa de afirmação da diversidade própria sem localismos estéreis nem cosmopolitismos seguidistas."[76]

Uma breve resenha da evolução das políticas culturais permite-nos definir alguns cenários. Antes do 25 de Abril de 1974 as iniciativas culturais tinham um forte carácter nacionalista e historicista e pautavam a censura e a vigilância sobre as actividades criativas a bem da «saúde moral da vida portuguesa».

A denominada «primavera marcelista» realizou uma renovação na continuidade» e as mudanças efectivas não foram significativas.

No pós 25 de Abril são implementadas medidas que visam a mobilização de esforços para a erradicação do analfabetismo e a promoção da cultura nomeadamente nos meios rurais.

[74] Mª. de Lourdes Lima dos Santos , *As políticas culturais em Portugal: relatório nacional*, Lisboa, OBS/OAC, 1998, p. 17.
[75] Idem, *ibidem*, p. 19.
[76] Idem, *ibidem*, p. 36.

De 1976 até 1995 o dado talvez mais significativo em termos organizacionais foi a criação da Secretaria de Estado da Cultura. A prioridade foi então para "*a inventariação, classificação, conservação e defesa do património cultural, mas dá-se também atenção à democratização e à descentralização cultural, ao estímulo à criação e à cooperação e promoção cultural externa.*"[77]

As políticas culturais dos anos 80 (X, XI e XII Governos) foram caracterizadas por:

a) contenção da intervenção do estado;

b) salvaguarda do património;

c) diversificação das fontes de apoio com o desenvolvimento do apoio particular e empresarial;

d) papel supletivo do estado com uma perspectiva mais liberal.

Em 1995 o programa do XIII Governo alarga o espaço da cultura e orienta a sua acção em função de cinco grandes princípios:

- democratização: alargamento do acesso às práticas culturais; reforço do ensino artístico;
- descentralização: cooperação com autarquias e instituições locais; itinerância de espectáculos;
- internacionalização: participação em projectos internacionais; promoção da cultura no exterior;
- profissionalização: parcerias Estado/entidades de formação;
- reestruturação: desconcentração institucional num conjunto de organismos flexíveis e autónoma de modo a aumentar a eficácia das intervenções (criação das Delegações Regionais da Cultura no Norte, Centro, Alentejo e Algarve).

"Foi em torno destas causas que se mobilizou o Ministério da Cultura. Mas esta mobilização envolveu também - por todo o país -, e esse é um dos grandes resultados destes últimos anos, todo o país: os autarcas, os criadores, os agentes culturais. Todos compreenderam que a cultura é uma dimensão fundamental do desenvolvimento equilibrado do país; que nela se encontra uma das chaves mais eficazes da afirmação de Portugal numa Europa unida e num mundo globalizado; que a cultura é a grande matriz da identidade de um povo e da sua reinvenção no quadro das grandes transformações da sociedade contemporânea. (...) uma nova posição política no domínio cultural - a de um intervencionismo determinado e prudente, que intervém sem interferir, apoia sem condicionar, estimula sem orientar."[78]

[77] Idem, *ibidem*, p. 67.
[78] Ministério da Cultura, *A Afirmação de uma Política* (1995/1999).

Para o XIII Governo o Estado tem uma responsabilidade inalienável, deve criar infra-estruturas a apoiar as entidades e encara a cultura como área prioritária a par da educação, da formação e da ciência.

O vasto campo cultural estrutura-se então nos seguintes sectores: artes plásticas, música, dança, teatro, cinema, televisão e rádio, livro, publicações e bibliotecas, património, museus e arquivos, actividades sócio-culturais.

O sector património, museus e arquivos continuam a ter alguma preponderância face aos demais. *"Pedra de toque da memória colectiva, da história e da identidade nacional, o património tem honras de prioridade nas políticas culturais (...) A singularidade de cada país parte dessa herança, cuja preservação se torna imperativa em tempos de globalização com a dissolução/reconversão de fronteiras e universos culturais."*[79] O XIII Governo afirmou assim, que a democratização cultural passa pelo alargamento do acesso dos cidadãos às práticas culturais, pela instituição de passes culturais, pelo apoio à produção e difusão de produtos multimedia, pela cooperação entre o Ministério da Cultura e o Ministério da Educação com vista ao reforço do ensino artístico, pela divulgação/promoção pelos órgãos de comunicação social no cumprimento do seu serviço público.

Relativamente à descentralização no sector cultural registam-se problemas ao nível do atraso da descentralização de organismos e na delegação de competências.

"...o país continua a viver em várias velocidades e segundo a lógica da concentração/rarefacção da oferta e das infra-estruturas. O que implica, necessariamente, um desigual acesso aos produtos e serviços culturais, bem como défices acumulados na construção do processo de democratização cultural."[80]

Apesar de toda a visibilidade que o cultural conquistou não chegamos a registar uma política cultural articulada e sistemática que fosse capaz de acompanhar e estimular mudanças reais na sociedade civil.

[79] Mª. de Lourdes Lima dos Santos, *op. cit.*, p. 235.
[80] Idem, *ibidem*, p. 349.

Outros problemas sempre constatados são o distanciamento entre o discurso e a realidade, o excessivo ênfase nas obras do *«regime»* e nos *autores «consagrados»,* a exibição da cultura institucional e a demissão do Estado enquanto promotor da «cultura como serviço público» (veja-se a discussão sobre o canal 2 da RTP).

Doravante, as políticas culturais que desejem prosseguir efectivamente os objectivos de alargamento da participação, de democratização cultural e de democracia cultural não poderão perder de vista as orientações que visem:

a. desenvolver políticas de animação sócio-cultural;
b. promover parcerias entre instituições (público, sector lucrativo e não lucrativo).

Trazendo à memória o esquema de análise proposto por Madureira Pinto[81] não podemos deixar de chamar a atenção de que as políticas culturais têm de ter subjacente os diferentes modos como as populações se relacionam com os bens culturais e os diferentes espaços de afirmação cultural pois não o fazendo tornar-se-á a democratização ao nível da produção e do consumo um objectivo de difícil alcance.

Uma das razões da falta de afirmação de uma política cultural coerente é a dispersão das responsabilidades por vários órgãos governamentais (cultura, educação, negócios estrangeiros, comércio externo, turismo). As iniciativas são dispersas e por vezes até concorrenciais face à indefinição de prioridades e medidas operativas. A incoerência e a pulverização das iniciativas é por exemplo patente ao nível da política da língua portuguesa com medidas contraditórias de duas instituições: Ministério da Educação e Instituto Camões. Em 1997 as medidas assumidas quase que se reduziam a respostas às solicitações que chegavam do estrangeiro. Não são a ilusão culturalista ou o voluntarismo político suficientes para levar a efeito uma política cultural coerente e eficaz.

[81] José Madureira Pinto, «Democratização e Desenvolvimento Cultural Sustentado: o papel do Estado», in *OBS*, Maio 1997.

Perante esta realidade há que actuar nas esferas da oferta e da procura. Na oferta consolidando, diversificando, alargando, descentralizando e dessacralizando, na procura formando e legitimando as várias expressões.

"Aproximando-as mutuamente (oferta e procura), não só pela disseminação de competências decifratórias dos códigos de construção das obras, como pelo envolvimento de todos os actores envolvidos na criação e acção cultural (dos artistas aos animadores, passando pelos profissionais da cultura e toda a panóplia de intermediários culturais)..."[82]

No período dos anos 90 do século XX, alguns projectos marcaram o processo de abertura de Portugal ao exterior:

Europália em 1991, Lisboa 94 Capital Europeia da Cultura, presença portuguesa na Feira do Livro de Frankfurt em 1997, a Expo'98 e Porto 2001 Capital Europeia da Cultura.

Tais projectos possibilitaram a criação de equipas mais profissionais, maior visibilidade do país no estrangeiro, maior investimento em materiais de promoção e divulgação da cultura, restauro de espaços e objectos da cultura portuguesa e dinamização de sectores menos desenvolvidos como por exemplo a dança.

Um problema inerente à tentativa de avaliação e comparação de políticas culturais coloca-se ao nível da dificuldade em obter informação quantitativa e qualitativa sobre as medidas tomadas e os resultados obtidos. Existem também problemas de base profundos que, por vezes, se prendem com a própria clarificação de conceitos. Uma das discussões mais consensuais é em torno da democratização cultural que arrasta consigo outras noções como sejam a descentralização, a regionalização e o pluralismo. É consensual que se deve melhorar as condições de acesso das populações à formação e informação cultural de base mas, quando se tenta definir medidas e agentes, a discussão é mais complexa. Uma das oposições conceptuais mais nítidas coloca frente a frente política cultural e mercado, isto é, entre produção cultural e circulação mercantil. Tornou-se entretanto óbvio que cultura e indústria, arte e mercado teriam de ser pensadas em conjunto. As dimensões criativas não podem deixar de considerar as dimensões mercantis da actividade artística.

[82] João Teixeira Lopes, *A cidade e a cultura - um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Edições Afrontamento, 2000, p.111.

Passar ao pólo oposto de colocar o mercado como critério único ou determinante de avaliação das políticas e das práticas culturais também não será de todo correcto pois corre-se o risco de as audiências determinarem a continuidade ou o finalizar de certas políticas culturais.

Partindo de concepções activas de política cultural para chegarmos ao objectivo da democratização cultural aberta e dinâmica, é fundamental a valorização e a promoção do pluralismo, da inovação, da experimentação tornando assim possível a formação e a dinamização criativa do tecido cultural e social.

A sociologia tem contribuído teoricamente para a análise das políticas culturais através da:

- ✔ análise dos campos culturais, dos agentes e das práticas culturais nos seus mais diversos enquadramentos sociais;
- ✔ análise das políticas culturais.

As políticas culturais são, sob o ponto de vista teórico, um objecto por excelência da sociologia. Combinam-se nelas duas dimensões fundamentais das relações sociais: cultura e poder. Estes elementos são pilares da organização das sociedades e dos processos, dois componentes do relacionamento humano e dimensões de todas as relações sociais.

Alguns dos estudos mais relevantes sobre esta problemática foram desenvolvidos por Augusto Santos Silva[83] e José Madureira Pinto[84] tendo ambos problematizado o âmbito da incidência das políticas culturais.

Madureira Pinto propõe um critério analítico que parte da distinção dos diversos espaços sociais de afirmação cultural e da diferenciação segundo os diversos graus de institucionalização e de reconhecimento de legitimidade cultural. Constituem-se, assim, cinco espaços culturais:

1. cultura «erudita» ou «cultivada» sujeita actualmente a processos de dessacralização em virtude do mercado, da mediatização e das transformações possíveis pelo aumento do capital escolar;
2. indústrias culturais ou «cultura de massas» (produção, difusão e consumo);
3. sub-culturas dominadas e emergentes (espaço associativo ou tutelado) onde se incluem o artesanato tradicional e urbano, bandas filarmónicas, grupos folclóricos, teatro amador, associações várias;

[83] Augusto Santos Silva, «Políticas culturais municipais e animação do espaço urbano: uma análise de seis cidades portuguesas», in Maria de Lourdes Lima dos Santos (coord.), *Cultura e Economia*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1995.
[84] José Madureira Pinto, «Uma reflexão sobre políticas culturais», in *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local*, Lisboa, Associação Portuguesa de Sociologia, 1994.

4. espaço colectivo público (festa urbana) ou reservado (café, bar, discoteca);
5. espaço doméstico (televisão, música, fotografia, vídeo).

Este quadro analítico cruza-se com os modos como os indivíduos se relacionam com os bens culturais onde se distinguem quatro tipos:

a) criação cultural (com autor ou sem autor);
b) expressão cultural (convívio, festa, situações interactivas e comunicacionais);
c) participação em produções de outros (museus, exposições, concertos, espectáculos);
d) recepção mais ou menos passiva da circulação mediática.

O quadro resultante do cruzamento das duas propostas analíticas é um quadro complexo, com muitas interligações, sobreposições, ambiguidades, fronteiras difusas e em permanente alteridade. Face a tal complexidade como equacionar políticas culturais?

Madureira Pinto propõe três possíveis pistas de intervenção:

a) valorizar vectores estruturantes (preservação, valorização e disponibilização do património cultural acumulado) no reconhecimento e inclusão da diversidade de expressões culturais, no respeito pelas identidades culturais e na abertura à alteridade cultural;
b) democratização passa não só pelo alargamento dos públicos mas também pelo alargamento do conjunto dos criadores e produtores culturais. O autor propõe uma aproximação entre criação e recepção através da educação artística, pela ligação das artes às escolas, pela pedagogia de familiarização com os produtos culturais e com os processos de criação e produção cultural;
c) destaque ao associativismo e ao espaço público como vectores decisivos para a efectiva concretização e desenvolvimento das dinâmicas culturais.

Noutra perspectiva Augusto Santos Silva[85] analisa as políticas culturais sob o ângulo das relações entre Estado e Sociedade Civil. Assim, as políticas têm-se desenvolvido em torno de quatro pólos:

1. políticas de património;
2. políticas de formação educativa de públicos;
3. políticas de sustentação de oferta cultural;
4. políticas de uso económico, social e político da cultura.

[85] Augusto Santos Silva, «Políticas culturais municipais e animação do espaço urbano: uma análise de seis cidades portuguesas», in Maria de Lourdes Lima dos Santos (coord.), *Cultura e Economia*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 1995.

Este autor estende a sua análise aos agentes culturais que se distinguem pelo seu nível de organização e actuação: o Estado através de agentes locais, regionais, estatais e inter-estatais; a Sociedade Civil através de empresas culturais, fundações, cooperativas, associações de criadores, de produtores ou de receptores-consumidores e agentes mediadores que actuam no duplo campo da produção-consumo. Algumas propostas apresentadas por Augusto Santos Silva referem determinadas questões:

a) não existência de oposição entre Estado e Sociedade Civil nas acções promovidas em associação de agentes de vários tipos que dão origem ao «terceiro sector». Num país em que a oferta cultural é fortemente subordinada a centros de produção e difusão hegemónicos à escala mundial e em que o apoio mecenático é diminuto, a partilha de iniciativas entre Estado e Sociedade Civil é vital para a dinamização cultural;

b) ênfase à centralidade das políticas estruturantes ao nível das infra-estruturas culturais e da estruturação de campos de agentes no lado da oferta e do lado dos públicos. O autor atribui relevância às dinâmicas de parceria e partenariado.

Para Augusto Santos Silva[86] cabe ao Estado a prioridade quanto a serviços a actividades estruturantes. Deve ainda o Estado promover as parcerias de modo a incorporar a pluralidade dos protagonistas dos campos culturais assumindo especial papel o denominado «terceiro sector».

Segundo José Madureira Pinto[87] o objectivo central de uma política cultural é o incentivo à criação e inovação artística e intelectual. Para alcançar esta meta global indica três princípios estratégicos para a política cultural:

I. criar e/ou salvaguardar infraestruturas básicas especializadas e promover estímulos duráveis à criação e criatividade culturais em todos os espaços sociais e sob todas as formas em que elas podem desenvolver-se. É necessária a afectação de recursos humanos, financeiros e organizacionais essenciais à preservação e enriquecimento do património cultural acumulado (arquivos, bibliotecas, museus, salas de espectáculo). A criação cultural apela a um património acumulado de obras culturais e a democratização cultural implica a incorporação durável de disposições intelectuais e estéticas só a partir de um limiar mínimo de equipamentos culturais acessíveis.

[86] Idem, *ibidem*.
[87] José Madureira Pinto, «Uma reflexão sobre políticas culturais», in *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local*, Lisboa, Associação Portuguesa de Sociologia, 1994.

Uma política de desenvolvimento cultural sustentado deve, em suma, apelar à cooperação entre instituições da administração pública central e local e a «sociedade civil». Nos meios populares, por exemplo, onde o associativismo é elevado, o apoio local deve dirigir-se à renovação de equipamentos, à formação de técnicos, dirigentes e animadores a fim de aumentar a oferta cultural.

II. propiciar a segmentos populacionais vastos o contacto com as formas culturais mais exigentes (alargamento de públicos). É necessário igualmente o alargamento do universo dos criadores culturais e assim, a dessacralização dos critérios de hierarquização da produção intelectual e artística.

III. procurar através do apoio ao associativismo e da multiplicação de estímulos culturais que as actividades de lazer contribuam para contrariar as tendências de evasão e demissão cívicas e permitir a sobrevivência e a afirmação das culturas dominadas e emergentes.

Procura-se acima de tudo que na relação com os bens culturais se abandone o nível da recepção passiva (se é que a própria atitude de recepção não possa já ter uma dose de subjectividade), para se alcançar o da participação, expressão e criação.

Quando se discute a relação do Estado com a esfera cultural surgem duas posições: uns que vêm no movimento da globalização mercantil da produção simbólico-cultural, a oportunidade para o incrementar do pluralismo cultural, outros descontentes com as novas tendências defendem antes um intervencionismo no campo cultural. Por campo cultural em sentido lato compreendemos o campo da produção, de consagração, de conservação, de difusão e consumo.

Se prestarmos a devida atenção às características do mercado livre, o argumento da igualdade de oportunidades face à concorrência perfeita não é totalmente alcançada. Para os que dominam os circuitos de produção e difusão das indústrias culturais, a igualdade de acesso ao mercado não é uma realidade ainda concretizada. Por outro lado, os defensores do intervencionismo do Estado em contraponto às regras do mercado consideram que a actuação do Estado «liberta» os criadores da censura do mercado. Não podemos contudo esquecer que qualquer intervenção acaba por ser sempre uma tutela orientadora das tendências.

Para José Madureira Pinto é insubstituível, mas não exclusiva, a intervenção do Estado no sentido de permitir condições de «fuga» às regras do mercado mas são necessárias algumas condições como sejam a valorização da autonomia dos criadores em processos de democratização cultural, o estímulo à colaboração entre instituições (parcerias, redes de biblioteca e museus) e a aproximação entre estes e os estabelecimentos de ensino. Ainda segundo este autor, a expansão da escolarização *"é um espaço privilegiado para a inculcação de operadores intelectuais e disposições estéticas indispensáveis a uma fruição criativa da obra cultural"*[88]. *Aproximar o sistema escolar das novas tendências culturais é o principal objectivo. Porque continuará a cultura afastada da educação? Uma proposta já apresentada aponta a figura da «Alta Autoridade Cívica»*[89] como um conjunto de instituições e cruzamentos que actuam na vida social como uma instituição crítica.

Outro ponto muito importante é de que a intervenção do Estado deve não só garantir objectivos de alargamento social no âmbito da produção intelectual e artística, mas também preocupar-se com o alargamento, fidelização e formação de públicos. Para tal objectivo é vital a acção das escola através dos processos de incorporação durável de um conjunto de disposições estético-cognitivas vitais para a prossecução de um desenvolvimento sustentado.

Para complementar este processo é necessário um mínimo de equipamentos culturais e uma política persistente e estruturada de atracção e fidelização de públicos.

Quando se levanta o tema da economia do subsídio não são apenas as actividades culturais e as artes a estar em questão. Toda a economia, da agricultura às pescas, do turismo ao desporto, da indústria aos transportes tem uma relevante componente subsidiária. Na arte e na cultura, bem como na saúde e na educação, o retorno do investimento não é imediato nem a médio prazo mas antes um investimento com retorno em «termos de economia de valores sociais e de bens simbólicos que sustentam uma ideia de futuro da comunidade».

Não é só em Portugal que a cultura depende de subsídios. Todos os países da União Europeia bem como o Canadá e a Austrália contemplam apoios a este sector. Já nos Estados Unidos da América é o mecenato que impera para além de apoios governamentais.

[88] José Madureira Pinto, «Democratização e desenvolvimento cultural sustentado: o papel do estado», in *OBS*, Lisboa, OAC, Maio 1997, p. 5.
[89] Idem, *ibidem*, p. 6.

Esta estrutura é no entanto algo frágil e há muito que os artistas americanos encontram na Europa mercado para produtos e produções nas mais variadas áreas (música, dança, artes plásticas). Portugal, com aproximadamente 10 milhões de habitantes, conta, eventualmente, com 200 mil[90] consumidores de «coisas das artes» o que é um mercado verdadeiramente limitado.

Na sua maioria, as verbas[91] atribuídas à cultura pela administração central dos novos membros da União representam mais de 1% do Orçamento de Estado enquanto Portugal, por exemplo, se fica pelos 0,6%. Em países como a Eslováquia o orçamento da cultura cresceu 21,7% de 2001 para 2002 representando actualmente 1,1% do Orçamento de Estado. Na Hungria há seis anos que os cidadãos têm a possibilidade de atribuir 1% dos seus impostos a uma instituição cultural da sua escolha, pública ou privada.

A problemática em torno do subsídio às artes é também alimentada pela «profunda desvalorização que estas actividades têm na sociedade portuguesa» desvalorização esta causada pelo analfabetismo (entretanto em franca redução) como também pela elevada taxa de iliteracia.

Enquanto noutras cidades e países os produtos da baixa cultura e da alta cultura se mesclaram dando origem às denominadas «criações híbridas», em Portugal tal facto ainda não se verificou. Existem produtos de consumo imediato e de puro entretenimento e criações minoritárias que só subsistem pela via do subsídio.

É óbvio que o subsídio não deverá constituir a única fonte de financiamento pois corre-se o risco da completa desresponsabilização dos cidadãos e não deve constituir uma medida isolada. Conforme a natureza de cada projecto podemos ter bolsas de criação ou subsídios à circulação de obras. Para além destas medidas deverá ser incrementada uma estrutura em rede que siga uma lógica de rentabilização de recursos pela partilha de serviços e equipamentos. Um apoio/subsídio essencial é ainda o vocacionado para a formação/fidelização e crescimento de públicos. Para este objectivo é vital a ligação de proximidade entre os criadores e a comunidade em geral de modo a que os públicos correspondam verdadeiramente à tríade *«espectadores-contribuintes-fruidores»*.

[90] António Pinto Ribeiro, «Sobre a Necessidade de Subsidiar os Públicos», in jornal *Público*, 24 Agosto 2000.
[91] António Pinto Ribeiro, «A Europa Cultural», in jornal *Público*, 8 Dezembro 2003.

O conceito de *«utilizadores-fruidores»* das actividades culturais considera que estes paguem, pelo menos, uma parte dos custos de criação e produção e que a parte restante possa ser coberta por mecenas. Continuamos a considerar que o apoio do estado é importante como potenciador de outros tipos de apoios.

> *"Contrariando perspectivas que defendem que a «verdadeira cultura» se restringe aos produtos, instituições e modos de criação/recepção legitimados no e pelo campo da cultura erudita, pretendeu-se (...) valorizar um processo de relação com as obras culturais onde estivesse também presente uma dimensão de fruição/divertimento (...)".*[92]

Neste ponto dá-se uma acção essencial ao nível do alargamento do campo dos possíveis acessos. A democratização do acesso, da recepção/difusão e da formação são contributos para garantir a diversidade e o alargamento dos horizontes culturais e do mercado.

Neste contexto, João Miguel Teixeira Lopes[93] apresenta uma proposta de classificação das políticas culturais:

A política cultural de 1ª geração diz respeito à afectação de meios e recursos, públicos e privados, em contextos de aproximação a modelos de desenvolvimento cultural assentes em pressupostos de rápida exequabilidade. Actua-se em força do lado da oferta cultural promovendo a construção/distribuição de equipamentos e infraestruturas, eliminando barreiras burocráticas e simbólicas de acesso às «grandes» obras, baixando o preço dos espectáculos através de uma gestão político-social de subsídios.

A política cultural de 2ª geração actua na certeza dos efeitos quase automáticos de maior exposição aos agentes de sociabilização: *mass media* e escola.

A política cultural de 3ª geração insiste num trabalho «subterrâneo» junto das escolas e associações envolvendo os agentes numa perspectiva de praticantes culturais de pleno direito e não apenas restrito ao papel de consumidor e/ou receptor envolvendo o seu quotidiano, cruzando-o com preocupações estéticas ao nível dos vários níveis de cultura popular, erudita e de massas.

---

[92] José Madureira Pinto, Maria Benedita Portugal, *Pontes de Partida - traços de expressão artística das escolas do Porto*, Porto, Edições Afrontamento, Porto 2001, p. 13.
[93] João Miguel Teixeira Lopes, «Os dias da escola ou a utopia em acção (uma ilustração de políticas culturais de terceira geração)», in *A Revista da ESES* (Escola Superior de Educação de Santarém) nº 10 (Nova Série), Dezembro 1999.

"É reconhecido (...) que o estabelecimento de fronteiras rígidas entre produções/consumos culturais «legítimas» e «não legítimas» não só condiciona fortemente os modos possíveis da percepção estética, como constitui um severo marcador (quando não acelerador) de distinções e hierarquias sociais."[94]

Teixeira Lopes sublinha que "no caso português, e dado o carácter incipiente do processo de democratização cultural, tudo aconselha à aplicação em simultâneo dos três ideais-tipo de política cultural, embora mantendo sempre a consciência de que a categoria de terceira geração produz efeitos multiplicadores vários nas várias esferas de participação social, ao mesmo tempo que tende a assegurar nos praticantes culturais disposições duradouras."[95]

Uma das problemáticas mais discutida tem sido a da privatização/desestatização da cultura. Este tem sido um processo actual em países fora da Europa mas não se constitui como prioridade em Portugal. Apesar da Lei do Mecenato, da criação de Fundações e do surgimento de privados na televisão e rádio, ainda se espera um papel de apoio por parte do Estado, apesar da sua parca actuação.

Relativamente à Lei do Mecenato ela ainda é desconhecida para muitos agentes em parte devido ao facto do tecido empresarial português registar algumas fragilidades entre as quais a falta de informação em relação às disposições da referida lei. Torna-se por demais necessária a participação conjunta sector público/sector privado cabendo ao Estado a coordenação do Mecenato e garantir a sua presença de modo a qualificar e viabilizar projectos alvos de mecenato.

As políticas culturais são, em resumo, ordenações gerais, lógicas e coerentes que estabelecem instrumentos práticos específicos que visam uma intervenção intencional. Requerem vontade política para a efectiva actuação sobre as dinâmicas utilizando para o efeito o poder do Estado ou das instituições públicas ou privadas. O Estado, em especial nas políticas culturais, tem que ter uma garantia de continuidade e ter-se-á que vislumbrar o tempo continuo das políticas a longo prazo ao contrário do tempo descontínuo próprio dos media.

[94] José Madureira Pinto, Maria Benedita Portugal, *op. cit*, p. 14.
[95] João Miguel Teixeira Lopes, *art. cit*.

A política da cultura é portadora de uma memória, é um projecto de longo prazo, é a gestão da memória projectada no futuro.

Partindo de concepções activas de política cultural para chegarmos ao objectivo da democratização cultural aberta e dinâmica, é fundamental a valorização e a promoção do pluralismo, da inovação, da experimentação tornando assim possível a formação e a dinamização criativa do tecido cultural e social.

Perante estes contextos há que actuar nas esferas da oferta e da procura. Na oferta consolidando, diversificando, alargando, descentralizando e dessacralizando, na procura formando e legitimando as várias expressões.

"Aproximando-as mutuamente (oferta e procura), não só pela disseminação (junto dos públicos) de competências decifratórias dos códigos de construção das obras, como pelo envolvimento de todos os actores envolvidos na criação e acção cultural (dos artistas aos animadores, passando pelos profissionais da cultura e toda a panóplia de intermediários culturais)..."[96]

Analisando o jogo entre oferta e procura cultural, ou seja, os modos como se articulam a oferta (bens, serviços e eventos criados e difundidos pelos campos culturais eruditos ou mercantis) e a procura (diferentes públicos com acesso e contacto com esses bens culturais), verificamos que a dinâmica cultural se estrutura em patamares.

Num primeiro patamar encontram-se as actividades de fácil acesso social e as que são alvo de difusão pelos meios de comunicação social: passear nos centros comerciais, ouvir rádio, ver televisão, ler jornais e revistas.

Noutro patamar encontramos formas de cultura e lazer intermédias: cinema, fotografia, imprensa especializada, discotecas e bares com animação musical.

Num terceiro patamar colocam-se as formas culturais socialmente menos acessíveis pois são mais exigentes em meios de interpretação e menos frequentes na vida quotidiana: literatura, artes plásticas, música erudita, museus.

Assim, a relação entre os actores sociais e os diferentes segmentos culturais pode ser compreendida em função do maior ou menor grau de distância, logo de acessibilidade, dos actores a esses mesmos segmentos. As distâncias e os acessos aumentam ou diminuem conforme se percorrem os bens, actividades e acontecimentos tidos como culturais.

[96] João Teixeira Lopes, *A cidade e a cultura - um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Edições Afrontamento, 2000, p.111.

Estudos feitos sobre as procuras de cultura e lazer, isto é, sobre o consumo, verifica-se que são necessárias qualificações escolares intermédias ou superiores e se atendermos à posição dos bens culturais quanto mais esta for elevada mais qualificações são requeridas. Tais qualificações são tanto ou mais significativas que o estatuto social ou o nível de rendimentos.

Talvez por isto se verifiquem as mais altas taxas de prática cultural nas fracções escolarizadas das classes médias e superiores. Apesar de tudo, constata-se que mesmo nestes grupos a prática cultural regular é uma realidade minoritária e ainda mais minoritária quando se trata de consumos relacionados com a alta cultura (museus, literatura, artes plásticas, música erudita).

E, apesar do entusiasmo revelado pelo desejo que sejam superadas as hierarquias estabelecidas, há determinantes profundamente enraizadas: *"a prática cultural depende do capital cultural e este encontra-se fortemente associado ao capital escolar; a prática cultural regular é estatisticamente minoritária mesmo entre os grupos de maior qualificação escolar e profissional"*[97].

Apesar do aumento dos meios de produção e difusão disponibilizados pelas indústrias culturais e pelo desenvolvimento dos meios audiovisuais, é efectivamente "pesada" a determinação do capital cultural na sua dupla vertente de informação e conhecimento/gosto.

O capital informacional e o conjunto de disposições intelectuais e afectivas do conhecimento/gosto são determinantes das práticas/consumos culturais funcionando como *"chaves interpretativas accionáveis numa pluralidade de situações para que o entendimento e o deleite tenham lugar, tendo com eles a posse ... desse recurso escasso que é o capital cultural..."*[98]

Apesar de termos já afirmado que o capital cultural é determinado pelo capital escolar a sua relação não é assim tão redutora quanto poderíamos supor.

[97] Augusto Santos Silva, Paula Brito, Helena Santos, Paula Abreu, «As práticas e os gostos: uma sondagem do lado das procuras de cultura e lazer», in Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva (orgs), *Projecto e circunstância - culturas urbanas em Portugal* ,Porto, Edições Afrontamento, 2002, p. 109.
[98] Idem, *ibidem*, p. 117.

O capital cultural é *"tanto mais operativo, socialmente, quanto mais se construir através de um processo longo e sustentado de socialização, isto é, quanto menos dependente estiver da simples escolarização formal, porque o que é adquirido através da escola é consolidado e, até corrigido, em função do que, na família, no meio relacional, através das práticas de educação do gosto pelo hábito cultural, se foi e se vai desenvolvendo como um habitus favorável e adequado em matéria cultural"*[99].

Em relação ao caso mais específico dos museus podemos afirmar que é não só pelas suas qualidades simbólicas e pelo alargamento da escolarização a uma população cada vez mais vasta que se pode explicar a manutenção de uma instituição cultural antes destinada ás elites e a uma função de distinção e de isolamento social. A sua sobrevivência passa também pela acção mais interventiva de novos protagonistas (artistas, programadores) e pela assumpção do museu como um espaço multicultural e multisignificante contando para tal com uma oferta deveras variada e tecnologicamente mais sofisticada.

Por serem as políticas culturais objectos de análise complexa, foi instituído o Observatório das Actividades Culturais destinado a proceder à análise comparativa e avaliação das políticas culturais nacionais no âmbito do Conselho da Europa. Foi este último organismo, em conjunto com a Unesco, a desenvolver desde os anos 60 políticas culturais e também a problematizar conceitos base de tais políticas como sejam os conceitos de cultura, desenvolvimento cultural e animação sócio-cultural. A partir de análises comparativas dos objectivos principais prosseguidos, foram classificadas três tipos de políticas culturais[100]:

I. políticas culturais carismáticas caracterizadas pelo apoio a criadores reconhecidos;
II. políticas de democratização da cultura onde o objectivo é alargar o acesso às obras por públicos mais vastos;
III. políticas de democracia cultural que visam estimular e alargar a criatividade e proporcionar a expressão cultural dos diversos grupos sociais.

Na Europa foi possível por comparação estabelecer que as políticas carismáticas são sobretudo de partidos de direita, as segundas de partidos de esquerda e as terceiras promovidas pelos novos movimentos sociais. Contudo, esta tipologia não é estanque e hoje assiste-se a intensas mutações, reexperimentações e reconfigurações.

[99] Idem, *ibidem*,
[100] António Firmino da Costa, «Políticas Culturais: conceitos e perspectivas», in *OBS*, nº 2, Outubro 1997.

O ERICARTS (European Research Institute for Comparative Cultural Policy and the Arts), serviço do Conselho da Europa e do seu Comité Cultural, coordenou e divulgou a publicação "Cultural Policies in Europe: a compendium of basies facts and trends" que reúne os resultados de 14 países a partir dos relatórios que têm vindo a elaborar no âmbito do European Programme on National Cultural Policy Reviews[101].

A partir deste documento é possível fazer o balanço em torno da definição de cultura, das prioridades das políticas culturais e das questões e debates mais recentes.

Quanto à definição de cultura ora surge de modo mais estrito ora mais alargado (indústrias culturais, média, actividades sócio-culturais, desporto, turismo), ou ainda referindo-se a áreas mais «clássicas» como o património, música, artes plásticas, livro, dança, teatro. Em relação à própria definição de cultura constata-se que nos países de leste assume-se como factor de identidade nacional enquanto que em Portugal ou na Finlândia a cultura define-se como factor de desenvolvimento. De referir que em Portugal este papel é recente tendo até muito recentemente um papel de ornamento e factor subalternizado.

Relativamente às prioridades das políticas culturais e segundo o Conselho da Europa, dá-se especial destaque ao apoio à criatividade e inovação, à descentralização e democratização da cultura, à salvaguarda do património. Subsistem no entanto variações. Nos países de leste releva-se a conservação e restauro do património e nova legislação enquanto na Suécia, Portugal, Finlândia, Países Baixos dá-se enfoque à modernização dos serviços através da introdução de novas tecnologias e de um sistema misto de financiamento que envolve o Estado e outros agentes.

A descentralização *versus* centralidade são questões muito presentes nos relatórios de cada país bem como as estratégias de estímulo ao emprego no sector cultural (formação e regulação do respectivo mercado).

Dos 14 países metade tem uma percentagem de despesa local superior à despesa central destacando-se o caso da França onde Estado e Colectividades Territoriais contribuem com partes iguais. Em Portugal a subida no total da despesa pública deve-se sobretudo à despesa local sendo a despesa central superior na Áustria, Eslovénia e Bulgária.

Em termos gerais a função mais privilegiada pela despesa pública é a tríade educação/formação/animação cultural.

[101] Maria de Lourdes Lima dos Santos, «Políticas Culturais Europeias (II)», in *OBS*, nº 9, Junho 2001.

As funções administração/funcionamento/serviços registam valores mais modestos e as funções difusão/divulgação/publicação valores ainda mais baixos. As áreas mais favorecidas em mais de metade dos países são as artes cénicas, os museus e o património estando no ponto oposto o cinema, as artes plásticas e a literatura. Instituições como museus, teatros e bibliotecas são os mais privilegiados assistindo-se por vezes à complementaridade apoio central-local como é exemplo o livro/biblioteca em Portugal e França.

O apoio local nota-se mais presente na função animação em países como Portugal, França e Rússia.

Quanto aos métodos de co-financiamento o Compendium destaca dois métodos: o partenariado entre sector público e sector privado (lucrativo e não lucrativo) e o partenariado entre o poder central e o local.

No primeiro caso podemos apontar a Áustria onde, contudo, é chamada a atenção para a possibilidade de uma crescente dependência face ao sector privado que pode deixar a cultura à mercê das exigências do mercado. Nesta situação têm-se criado códigos de conduta para enquadrar o partenariado e apesar de se reconhecer o papel do mercado a responsabilidade pública deve manter-se. Em Portugal a legislação de incentivo à prática mecenática tem servido como escudo para a desestatização da cultura.

No segundo caso é a França a experiência mais relevante ao nível da colaboração Estado-Município. Um modelo mais flexível incorpora a participação de instituições não governamentais ou para-governamentais (associações, centros culturais). As Fundações, em certos casos, apesar da participação do mecenato privado, dependem em larga medida do financiamento estatal (exemplo da Fundação de Serralves no Porto).

Um ponto em comum às várias políticas prende-se com o aumento dos públicos da cultura. Para tal lançam iniciativas políticas que visam criar mercados assistidos, estimular as práticas amadoras, promover campanhas de sensibilização cultural e artística, desenvolver a formação artística.

Outra questão em debate prende-se com as Indústrias Culturais e Média e com a problemática do público *versus* privado. Como os públicos tendem a aumentar no sector mediático e das indústrias culturais, o sistema de mercado assistido vira-se mais para outros sectores (artes cénicas por exemplo).

Algumas medidas especiais são comuns a toda a Europa: tarifas reduzidas para acesso a museus e teatros, promoção de eventos especiais (Coimbra Capital Nacional da Cultura), itinerância de projectos, incremento do ensino/formação artística.

Tomando em consideração o triângulo mediação/educação/sensibilização e a necessidade de mais e melhor participação cultural torna-se urgente conceber e incrementar políticas culturais que tenham como pressupostos base o alargamento dos grupos sociais que acedem aos bens e serviços culturais e o aumento da diversidade das suas práticas culturais e respectiva frequência articulado com o apoio à criação e à descentralização.

Em 2002, o panorama traçado para as políticas culturais em Portugal[102] referia que o Estado não pode criar os valores em que os portugueses se revêm e que contribuem para a preservação e reforço da identidade nacional. No programa então apresentado referia-se que o "Estado deve estimular" e apoiar a criação cultural, aceitando e reconhecendo a pluralidade das suas expressões. Neste contexto surgem termos como «exclusão social», «comunidades locais», «pluralismo», «interculturalidade». Reconhece-se o crescente papel que podem desempenhar as comunidades de imigrantes e a necessidade da descentralização da cultura que não deve concentrar-se apenas em Lisboa e no Porto.

Uma referência a destacar no programa de intenções era a prioridade a dar à articulação entre o Ministério da Cultura e Ministério da Educação introduzindo a obrigatoriedade curricular das visitas de estudo ao património e a exposições, bem como a assistência a espectáculos.

Neste âmbito e como contrapartida a apoios públicos, seria exigida uma presença regular das escolas nos espaços culturais. Ao Governo competiria incrementar a participação privada da cultura estimulando o recurso à Lei do Mecenato.

Como contrapartida ao apoio estatal e privado as instituições comprometer-se-iam a desenvolver acções pedagógicas, de formação de públicos, de inserção social e de itinerância.

Algumas medidas preconizadas nesta intenção de proximidade inter-ministerial passavam pela elaboração de roteiros de museus e sítios, apoio à presença de docentes nos serviços educativos dos museus e desenvolvimento de acções de formação de docentes na área da arte e do património. Proponham-se ainda medidas de sensibilização de crianças e jovens para o património cultural, de aproximação entre escolas e os sítios e monumentos e reforço da componente educativa das estruturas culturais.

[102] I.S., «Os vinte pontos-chave do programa», in jornal *Público*, 16 Abril, 2002.

Na área mais particular dos museus prometeu-se reforçar o Instituto Português de Museus, reformular o projecto do Côa e dar prioridade às obras no Museu Nacional de Arqueologia e Museu do Chiado. Para continuar estaria a aposta nas redes e sua descentralização nomeadamente no âmbito da leitura pública, dos cine-teatros e dos museus.

Tal como refere Paulo Mendes – artista e comissário de exposições – *"a principal prioridade para uma política de arte contemporânea é o definitivo investimento na educação. As novas gerações não podem continuar submersas no culto da ignorância e da mediocridade. Todos sabemos o grau de conhecimento estético e de educação visual da nossa população. (...) O Estado, o sector empresarial e a população têm de perceber quanto é importante o testemunho da cultura de um povo e o investimento que para ele é preciso assegurar."*[103]

Neste momento todos sabemos quão grande é a distância entre as intenções e a realidade das práticas sociais.

A problemática do financiamento da cultura é articulada com a da redistribuição das responsabilidades públicas e com o estímulo à participação na vida cultural através do formato parcerias.

O discurso padrão estabelecido pelo Conselho da Europa esbate situações assimétricas que se constatam nos países objecto de estudo. Neste campo destacam-se assimetrias e diferentes nomenclaturas entre os relatórios dos países pelo que a comparação não é fácil. Outro problema destacado é que a fragilidade da produção de indicadores fiáveis dificulta também a comparação. Os agentes implicados na cultura são reticentes quanto ao relacionamento dos dados quantitativos e qualitativos e políticas culturais.

Uma das tentativas já concretizadas em Portugal é a Base de Dados - Museus elaborada a partir de um protocolo estabelecido entre o Instituto Português de Museus, o Instituto Nacional de Estatística e o Observatório das Actividades Culturais.

[103] Paulo Mendes, «A prioridade é investir na educação», in jornal *Público*, 18 Janeiro 2002.

2.6 o caso específico dos museus

Em Portugal e no âmbito da Secretaria de Estado da Cultura é criado, em 1991, o Instituto Português de Museus apesar de que no sector museológico continuaram a existir justaposições e cruzamento de responsabilidades e competências entre um vasto conjunto de instituições públicas e privadas. Em 1985 existiam 229 museus abertos ao público e em 1995 registaram-se 303 museus. Em 1999 o número global de museus já abarcava 680 registos. Considera-se mesmo que as últimas décadas assistiram a um «excessivo» processo de musealizações.

"É na região de Lisboa e Vale do Tejo que se concentram mais de um terço destas instituições, seguindo-se a região Norte. (...) Sinal de uma concentração nas zonas de maior densidade populacional onde, eventualmente, a procura é mais encorajadora, ou indicador de centralização?"[104]

Em termos de número de visitantes constata-se que Lisboa e Vale do Tejo superam as demais regiões. Será a atracção da capital e a concentração em Lisboa dos museus mais atractivos e melhor dotados a explicar a diferença de número de visitantes?

É no contexto do XIII Governo que se prevê a reabilitação, valorização e dinamização dos Museus com a redifinição da Rede Portuguesa de Museus projecto este apoiado com Fundos Estruturais do III Quadro Comunitário através do POC (Plano Operacional da Cultura). A Rede Portuguesa de Museus é um sistema de mediação e articulação entre entidades de índole museal, tendo por objectivo a promoção da comunicação e da cooperação, com vista à qualificação da realidade museológica portuguesa.

Um dos problemas entretanto mais identificados são a falta de transversalidade das políticas num sector que é claramente de grande dimensão e dispersão. As atitudes dominantes são a descoordenação e a desresponsabilização. Os museus acusam problemas, que lhe não são específicos, mas que fragilizam o sector: falta de qualificação e de aumento do número de técnicos especializados, défice financeiro que coloca em risco os edifícios e as próprias colecções.

[104] **Mª. de Lourdes Lima dos Santos**, *As políticas culturais em Portugal: relatório nacional*, Lisboa, OBS/OAC, 1998, p. 240.

Uma área pouco desenvolvida envolve a animação dos espaços museológicos e a «divulgação activa» que são estratégias para a captação de novos públicos e que podem tomar a forma de campanhas de divulgação, edição de materiais informativos (folhetos, livros, roteiros, cd'rom, sites), criação de ateliers/oficinas para actividades com grupos escolares/familiares, oferta de serviços de apoio (loja, cafetaria, áreas de descanso), criação e disponibilização de sites. A investigação continua a ser uma área que se recente da falta de efectivos e de investimentos em recursos físicos, humanos e financeiros.

Em termos de animação esta "pode contribuir para romper, utilizando uma expressão de Giddens, com a *«fixidez espácio-temporal», subvertendo rotinas há muito institucionalizadas (...) Noutros casos, permite a fidelização, o alargamento e a formação de públicos, contribuindo, mais ou menos decisivamente, para ultrapassar o mero efeito de marketing cultural, imprescindível, sem dúvida, mas de cariz demasiado efémero."*[105]

Segundo Olivier Donnat[106] mais do que a questão de praticantes *versus* não praticantes culturais, é necessário questionar o conhecimento, as *«disposições técnicas»*, as *«competências»* que os sujeitos têm sobre determinada área (teatro, literatura, pintura...).

Em relação às visitas a museus pelos franceses, estas aumentaram nos anos 80 sem que no entanto tenham diminuído as disparidades sociais e geográficas dos visitantes. Não tem havido conquista de novos públicos e os públicos tradicionais encontram-se entre o público altamente escolarizado fruto do aumento da escolaridade, estimulado também pelo desenvolvimento do turismo internacional. Em finais dos anos 80 o aumento da frequência de museus passou de uma média de 3 para 4 visitas por ano e por visitante. Este aumento não foi alheio à abertura de novos museus e a acontecimentos museais de grande envergadura.

Falar de democratização da frequência dos museus não é completamente correcto pois não houve uma efectiva evolução em relação aos grupos sociais que frequentam os museus.

[105] Idem, *ibidem*, p. 250.
[106] Olivier Donnat, *Les Français Face à la Culture - de l'exclusion à l'écletisme*, Paris, Éditions La Découverte, 1994.

O aumento da frequência não é sinónimo de diversidade social e de alargamento efectivo de públicos. Constata-se que o aumento da escolarização não se reflecte no aumento da frequência de certos espaços culturais como o cinema, o teatro ou os museus. Demonstram a persistência de obstáculos de foro material e simbólico que limitam o acesso a formas de expressão da «cultura cultivada» e mostram que 30 anos de políticas culturais não foram suficientes para reduzir de modo significativo as disparidades de comportamentos no domínio das saídas culturais. As políticas tiveram sucesso no domínio patrimonial e no espectáculo mas ficaram-se por contextos particular e pontuais não se notando um efeito de propagação a toda a população francesa. É óbvio que a televisão permite a difusão de certos eventos em larga escala mas no plano estético a cultural, assistir a uma peça de Shakespeare na televisão será equivalente à presença real no espaço físico teatro?

O termo democratização revela-se «*polissémico*» e contém tensões e contradições. A tentativa de alcançar um destes objectivos pode colocar em risco um outro: aumentar o número de praticantes; reduzir as disparidades entre categorias; conquistar um público conhecedor e regular. A confusão em torno dos números de praticantes é patente nas conclusões obtidas a partir da análise das visitas a museus:

- o aumento verifica-se pela maior frequência de estrangeiros e não pelos nacionais;
- aumenta o nº de visitas mas não o nº de visitantes;
- ligeira discrepância entre os comportamentos reais e as representações pode adulterar os números totais;
- diferenças entre categorias sociais no painel do público dos museus e a penetração dessas categorias face à estrutura social global do país. O aumento dos estudantes e dos quadros superiores e médios nos públicos dos museus reflecte o seu aumento na população total;
- o aumento da frequência pode corresponder ao aumento da oferta e não ao aumento real em determinados museus.

Em Portugal os dados são ainda exíguos pelo que o Instituto Português de Museus tem vindo a sensibilizar os museus para a necessidade de registos mais regulares e completos a fim de poder ter uma imagem mais clara sobre as visitas e os visitantes dos museus. Só através de um conhecimento rigoroso sobre os públicos, sobre as suas práticas e expectativas se poderão accionar políticas culturais realistas, eficazes e ajustadas à realidade social.

Capítulo 3. Museu: viagem em torno do conceito

Dimensão a destacar do património cultural e histórico, os museus contam com uma história recente. Surgindo com o iluminismo, multiplicam-se nos meados do século XIX e estão actualmente num momento de profunda reflexão, reflexão essa directamente associada à *"sua gradual transformação de espaços reservados e elitistas em espaços públicos, de entretenimento e de lazer."*[107]

A procura de possíveis respostas para este questionamento passa pela revisão dos objectivos e funções dos museus. Antes, nos espaços sagrados da arte, onde a sociedade burguesa do século XIX depositou relíquias de um passado que não o seu, tudo parecia levar à conclusão que o mundo da arte se opunha ao mundo de todos os dias tal como o sagrado se opõe ao profano: não se poder tocar nos objectos, o silêncio, a solenidade, o desconforto, estabelecem uma quase "metamorfose" de passagem do mundo profano para o mundo sagrado.

Hoje, não podendo esvaziar-se de público, tende a encarar o visitante na sua vertente de consumidor e diversificado do ponto de vista social, dos seus interesses e motivações. É um palco de tensões da individualização dos significados e mensagens e da universalização das suas narrativas e discursos.

"As narrativas dos nossos museus são actos culturais, momentos de encontro entre diferentes dimensões físicas e históricas. Da sobreposição de tempo, espaço e alteridade, a visita aos museus, hoje públicos e acessíveis a todos, é um acto generalizado de desdiferenciação social (...). Tornaram-se um espaço de visitação e de contemplação espaciais, em que o público se tornou privado, o colectivo se tornou individual. Nos nossos museus de hoje os visitantes não se limitam a observar. Eles apropriam, a seu belo prazer, os sinais, as narrativas e a estabilização do ambiente que o museu encerra. (...) Como as ruínas ou os monumentos das cidades eles são modos particulares de expressão cultural numa sociedade de sujeitos descentrados em busca permanente e criadora das suas identidades. (...) Para além do mais, seria de todo incorrecto que, por detrás do reconhecimento da dificuldade em definir o que é autenticidade dos objectos e dos museus,

[107] Carlos Fortuna, *op. cit.* p. 40.

se escondesse veladamente a intenção de desprezar o lugar de lazer, da cultura de consumo e da estetização do quotidiano que permeiam hoje as nossas cidades."[108]

3.1 o museu como construção sociológica

> *"O museu é impotente e se algo cria nada mais é que confusão, indiferença, e recusa pela cultura. A palavra museu conota, à partida, para todos um significado hostil, uma violência apriorística de aborrecimento e cansaço. É monolítico, encerrado a todo o ar renovador, denso e negador da liberdade: o controlo policial da entrada, a obrigatoriedade do circuito, a imposição de fronteiras para o visionamento da obra...o museu é um intermediário, o instrumento que (im)possibilita o entendimento face a face do espectador e da obra."*
>
> Aurora León[109]

Os museus são símbolos e lugares para o desenrolar de relações sociais, de identidades, de diferenças, de saber e poder, de teoria e representação e ocupam um intrigante e paradoxal lugar na cultura global. Uma possível definição apresenta-nos os museus como instituições representativas da memória cultural, que seleccionam, legitimam e interpretam o passado para os visitantes e onde os objectos são percebidos estética e moralmente tal como os seus aspectos funcionais e nostálgicos. Existe actualmente uma lista infindável de objectos museáveis, quando não mesmo museificados de facto pela obstinada tendência do homem em venerar de forma institucionalizada e ritualizada os objectos que rodeiam a nossa existência.

Actualmente, o aumento do número de museus não é um indicador de segurança e estabilidade. Pelo contrário, os museus enfrentam questões profundas que os levam a interrogar-se sobre quem são e qual o seu papel.

[108] Idem, *ibidem*, p. 42-43.
[109] Aurora León, *El Museo - teoria, praxis y utopía*, Madrid, Cuadernos Arte Cátedra, 1995, p. 10.

A diminuição do número de visitantes, a fraca atracção sobre as minorias, o aumento das despesas com as reservas e a sua conservação e a competição dos meios tecnológicos e outros lazeres "ameaçam" o futuro dos museus. Os mais preocupados com esta realidade não sabem mais dizer o que é um museu.

Enquanto enfrentam todas estas interrogações, os museus vêm cair sobre si muitas atenções, ocupando um considerável tempo e espaço nos meios de comunicação social e na produção de literatura académica. Não só tem aumentado o número de museus como também se multiplicam formas diferentes e conteúdos diversos. Abrem-se ás comunidades e multiplicam as suas mostras e conteúdos, recorrem aos novos media e a tecnologias interactivas e certos estilos aproximam-se das linguagens utilizadas no teatro. Muitos museus recorrem a actores para dramatizações, efeitos sonoros, projecções de vídeo para tornar o museu mais "vivo". Através de edições em cd-rom ou da internet é agora possível visitar museus sem sair de casa. O museu ultrapassa as barreiras físicas das suas paredes, sai para "fora de portas", problematiza cada vez mais diferentes aspectos da cultura e aproxima-se de diversos sectores da sociedade. Através da sua acção quotidiana questiona temas como o conhecimento, o poder, a identidade, a diferença, a permanência e a alteridade.

Os museus chamam a atenção para as questões das performances da identidade e da diferença e como o sentido da continuidade se relaciona com a aceleração das transformações nacionais e globais.

Os museus estão social e historicamente identificados. Eles não são apenas espaços para o reflexo das relações sociais internas e externas. São simultaneamente estrutura e processo, têm um papel reflexivo mas também formativo. constatada esta multiplicidade a abordagem do museu pode seguir várias perspectivas (antropológica, sociológica, tecnológica, organizacional, comunicacional) dado que é um terreno de múltiplos e inesperados encontros e alinhamentos. Tal como a antropologia ou a sociologia os museus, tal como hoje os conhecemos, são fruto da modernidade e o seu desenvolvimento está profundamente implicado no processo de formação dos estados-nação. Têm a capacidade de materializar, através dos objectos, a cultura. Através deles é possível estruturar, observar e compreender o mundo como se ele fosse uma exposição.

Deste modo o museu existe num contexto espacio-temporal determinado e uma das suas funções é articular diferentes ordens espacio-temporais. Ao problematizarem questões e ao proporem possíveis respostas, os museus e as suas exposições são sempre uma tomada de posição face aos fenómenos em causa.

A abertura da Europa face a outras culturas, a partir do século XIV, e o iniciar da construção do sistema mundial, pode relacionar-se com a difusão dos museus em todo o mundo.

O crescimento do comércio a nível global, as crescentes migrações, a fluidez da informação, das imagens e do conhecimento geraram relações de troca intensas e uma escala mundial. Neste processo intervêm instituições das mais diversas naturezas: instituições governamentais, religiosas, sindicais, políticas, etc. Nesta rede uma parte é constituída por 35.000 museus.

As primeiras instituições surgiram durante os séculos XV e XVI nas capitais europeias da época: Florença, Madrid, Paris e Londres, seguindo-se nos séculos XVIII e XIX a difusão de museus pela "periferia" da Europa. Fora deste espaço geográfico os museus que surgem estão de alguma maneira associados a territórios coloniais como sejam os Estados Unidos da América, a Austrália, o Brasil e a África do Sul.

A partir dos finais do século XIX assistiu-se a um autêntico "boom" de museus um pouco por todo o mundo: Japão, China, Coreia e Afeganistão na Ásia, Egipto, Madagáscar, Rodésia, Uganda, Quénia e Moçambique em África, Cuba, Costa Rica, Panamá e Argentina no continente Americano.

Um dos factores que tradicionalmente dão razão de ser ao museu foi em primeiro lugar a colecção em torno da qual girava uma instituição «caduca» encarregue de tutelar e conservar os fundos do museu. Nos anos 30 do século XIX a teoria considerava o museu como a «casa / palácio das musas» onde se encontra a Arte, a Cultura e a Ciência.

"Instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e exibe, para fins de estudo, de educação e de deleite, testemunhos materiais do homem e do seu meio envolvente."

Estatutos ICOM 1974
Ratificada na 16ª Assembleia Geral de Haia - 1989

"Os museus são instituições culturais cujo principal objectivo é conservar, enriquecer, estudar e expor, tendo em vista a educação e o deleite do público, colecções definidas como conjuntos permanentes de bens móveis ou imóveis, materiais ou imateriais, apresentando um interesse de ordem artística, histórica, antropológica, etnográfica, científica ou técnica."

(definição de museus proposta pela Federação dos Ecomuseus e Museus de Sociedade – assembleia geral, Março 1997)

"Museu: um lugar de aprendizagem sensível de outras coisas, as que não parecem necessárias, e que por isso só entram nas nossas vidas pela via dos afectos e das emoções."

Raquel Henriques da Silva, ex-directora do IPM, 2000

Em resumo, um museu é uma instituição para o público, possuidora ou não de uma colecção/conteúdo, alojada num edifício e capaz de desenvolver funções sociais.
Assim, os componentes essenciais do museu são a sociedade/públicos, a organização/planificação do museu, e edifício (arquitectura) e o conteúdo (colecção, fundos e conteúdos do museu).
Quanto aos públicos, o ponto de partida é constituído pelo círculo de pessoas que acedem ao museu: um complexo público «burguês» e «pequeno burguês» constituído por intelectuais, historiadores, estudantes, trabalhadores especializados, proletários de origem mas de formação intelectual média e superior. Um público cuja prática de visita ao museu está ligada a um comportamento cultivado que requer uma certa formação intelectual.

No ocidente países há que diminuíram o desnível socio-económico da população e que vêm um maior interesse pelos aspectos culturais enquanto outros retêm a ideia do museu-conservador das obras e acolhedor de um público que paga a sua entrada sem receber nenhuma atenção pedagógica.

O estudo dos públicos é também crucial para uma melhor planificação da actividade e melhor organização dos espaços expositivos e de apoio. As relações públicos-museu podem analisar-se sob diferentes perspectivas:

a) localização do museu (urbano ou rural) - condiciona a afluência de públicos limitados pelo tempo, espaço e acessibilidades. Se localizado no centro de uma cidade receberá uma multiplicidade de público (estudantes, turistas, investigadores). Se localizado num espaço rural será esporadicamente visitado em momentos festivos.

b) exigências intelectuais - um público «cultivado» requer do museu respostas às suas necessidades, à sua formação e sensibilidade.
c) objectivos etnológicos - favorecem um tipo mais homogéneo de público e de museu.
d) valores estéticos - diferenciação de público conforme se «ofereçam» obras consagradas ou obras «menores» (cerâmica, tapeçaria, vidro...).

O museu deve conhecer os seus públicos para lhe oferecer o que este espera e fazê-lo de forma convincente.

Talvez os públicos necessites do museu mas só aí não vão porque porventura não encontram aí ideias inovadoras, fantasia e sentidos para a própria visita. Ideias, sentidos e fantasia são verdadeiramente essenciais para que o museu tenha poder de atrair e conquistar os públicos.

Quanto à organização/planificação está depende muito da política cultural assumida pelo Estado ou pelas entidades privadas no caso dos museus não estatais e da ideologia da equipa que dirige o projecto.

A museologia como ciência que sistematiza abordagens em torno da realidade museu, estabelece modos de entendimento e de acção ao nível da planificação e da organização.

A aquisição e conservação de obras, a sua exploração educativa e social e outros aspectos múltiplos que passam pela conjunção do trabalho entre urbanista, arquitecto e museólogo, pela função educativa, apresentação de obras, divulgação, utilização de meios audiovisuais, catalogação de fundos, actividades culturais são alguns dos items abordados pela Museologia. O importante neste momento é que os organismos conceptores das políticas culturais e os responsáveis pelos museus tomem a consciência da necessidade de sistematizar e organizar as suas actividades e de aplicar uma pragmática rigorosa.

Organizar um museu é, acima de tudo, ter a clara noção da sua razão de ser e da repercussão que este exerce em campos tão diversos como a sociedade, a cultura, a história, o progresso e a arte. Quando estas noções estão assumidas o museu está preparado para se lançar no plano concreto.

A natureza da colecção, a dificuldade em flexibilizar o edifício ás funções museológicas, o tipo de públicos e de museu são os factores primordiais a ter conta num projecto museológico.

Na fase de projecto deparamo-nos com alguns problemas como sejam a instalação de peças de modo deficiente, o circuito exceder a capacidade e a resistência física do espaço e mental do público, a falta de espaço para as exposições e o espaço de reservas suplantar em muito os espaços de descanso e de serviços de apoio (cafetaria, restaurante, loja, guarda-roupa), não existem espaços adequados a oficinas de restauro, biblioteca, auditório para usos vários tais como conferências e exposições temporárias. Muitas destas dificuldades colocam-se com mais premência nos casos em que os edifícios são antigos e as adaptações impossíveis ou de menor qualidade. Pelo contrário, um edifício concebido e construído de raiz e com possibilidades de se expandir tem capacidade para alojar e cumprir os objectivos estabelecidos pelo projecto museológico.

No interior do edifício que aloja o museu, estrutura arquitectónica e actividade museológica são conceitos inseparáveis ainda que por vezes em contradição.

A arquitectura de museus reveste-se de características de flexibilidade, é não permanente, aberta a modificações e ampliações. É uma arquitectura inacabada, gradual e transitória adaptando-se à dinâmica do museu, às suas funções, ao seu público e à sua programação. O carácter permanente do edifício em si é também algo de móvel que pode ser apresentado sob diversos pontos de vista. A construção de raiz ou a adaptação de edifícios antigos requerem um profundo e atento estudo de aspectos diversos como arquitectura, urbanismo, museologia, conservação, função social.

Os profissionais destas áreas deverão, durante a construção ou restruturação, definir um plano que explicite as exigências e as necessidades do momento mas também as previsíveis no futuro. Flexibilidade e extensibilidade são as qualidades primeiras de todo o museu que deseje modificar a funcionalidade dos espaços pré-existentes em função do seu crescimento «natural» (aquisições, doações, depósitos, empréstimos), em função do seu crescimento «intelectual» (novas formas de expor e novas linguagens), em função do seu crescimento «técnico» (mais salas de restauro, oficinas), em função do crescimento «social» (afluência de mais público - estudantes, turistas, idosos, portadores de deficiência), em função do crescimento cultural (salas de conferências e concertos).

A fisionomia, a aparência da «ossatura» do museu é um interesse primordial quer para a equipa técnica quer para o público.

Beleza, fantasia, audácia, sensação de liberdade...são património de ordem estética que expressam um conteúdo emocional e comunicativo e que dotam o edifício de uma personalidade única, que fala por si mesma e de forma espontânea com o público que se sentirá atraído pela «naturalidade» que o museu espelha desde o exterior até ao interior e vice-versa.

Abordemos finalmente o item conteúdo. Normalmente referimo-nos à «colecção» do museu quando na realidade estes conceitos são, até certo ponto, incompatíveis já que o carácter de uma colecção é essencialmente privado enquanto que o do museu se assume como instituição pública. A totalidade da colecção é sempre difícil de ser exposta pelo que a selecção, apesar de complexa e difícil, é necessária. As bases para uma selecção mais eficiente fundamentam-se num princípio simples: a utilidade pública. Muitas vezes expor o máximo de peças nem sempre tem os melhores resultados pois torna-se difícil contextualizar e valorizar todas elas. Tornar «eternamente» permanente uma exposição pode também fossilizar o museu. Os fundos deverão tornar-se vivos e activos recorrendo à ciência, à história, à arte, à crítica, à estética e à imaginação para os vivificar. As obras necessitam de respirar, expressar-se, contestar, sugerir, mostrarem-se vivas.

O conteúdo marca em definitivo o museu e o público. Sem ele o museu não teria razão de ser e com ele o homem sensibiliza-se para a educação, para a formação visual e intelectual e para desenvolver o seu gosto. O conteúdo exerce uma importante acção sobre o espectador que selecciona, degusta, recebe ou regista com um simples olhar os objectos e as imagens apresentadas.

Outro problema a ser ultrapassado passa pelo carácter possessivo que os responsáveis, directores e conservadores, exercem sobre o conteúdo que deve antes de mais ser «activado» segundo diversas acções culturais de modo que a sociedade em geral as possa usufruir. Defende-se, acima de tudo, uma possessão e uma acção colectivas.

A heterogeneidade ou homogeneidade dos conteúdos dos museus estão subjacentes às diferentes tipologias museológicas que diferenciam os museus por disciplinas. Por disciplina entendemos uma actividade humana que apresenta um corpo de regras e métodos próprios podendo-se distinguir cinco grupos de materiais museáveis conforme as orientações se dirijam para a Arte, História, Ciência, Tecnologia ou Etnologia.

Os objectos museáveis revestem-se de valores estéticos e culturais reconhecidos e expressam um certo nível civilizacional.

Assim podemos apontar oito tipos de museus:

Museu de Arte: acolhe peças dotadas de um valor artístico conferido pela intenção do autor, pelo reconhecimento progressivo da história e crítica artística e pela sua pertença ao campo da arte;

Museu de Arqueologia: com amplo campo de acção tanto no que diz respeito a legados da Antiguidade como no que concerne às descobertas permanentes das escavações que dotam este museu de uma renovação e de um enriquecimento permanentes;

Museu de Belas Artes: albergam tradicionalmente obras escultóricas, pictóricas, artes menores, gravações e desenhos. São, no geral, edifícios monumentais de velha planta, aproveitados para fins museológicos e com conteúdos herdados dos grandes coleccionadores;

Museus de Arte Contemporânea: pela sua natureza são os mais súbtis expoentes do estado que caracteriza os níveis socioculturais da civilização actual. Cruzam-se conceitos como ideologia, vanguarda, polémica, liberdade, audácia, inovação, provocação, tradição...;

Museus de História: definem-se essencialmente pela exposição de material narrativo e discursivo dos feitos e das mudanças sociais que afectaram a história das civilizações;

Museus de Etnologia: estudos das civilizações materiais, as primitivas e as mais desenvolvidas e os fenómenos de sobrevivência caracterizados pelas artes e ofícios;

Museus de Ciência: recolha, estruturação e análise de peças de carácter científico. O seu interesse radica no estudo da evolução dos objectos naturais, transformados, conservados na sua natureza originária ou incorporados pela sociedade;

Museu de Tecnologia: as actividades humanas realizadas em ordem da ciência e da arte, com aplicação de métodos e técnicas industriais e com base numa ideia geradora e criativa.

Os museu também se podem distinguir segundo a densificação objectual, isto é, o conteúdo define o seu comportamento. Assim, temos:

Museus Gerais: aqui predominam a ideia da Arte Absoluta Universal e citam-se as mais diversas actividades artísticas que se produziram em diferentes momentos cronológicos, em áreas geográficas diversas, com técnicas múltiplas e com tendências estilísticas heterogéneas;

Museus Especializados: dotados de um material completo que se expressa como centro de informação e de investigação (museu têxtil, museu do vidro, museu da moeda, museu dedicado a um artista, casa-museu...);
Museu Misto: produto da simbiose entre museus gerais e especializados.

Também se podem distinguir diferentes tipos de museus segundo a propriedade ou tutela:
Museus Públicos: fazem parte do património nacional e são financiados pelo estado, municípios ou instituições ligadas de algum modo a organismos estatais ou ministeriais;
Museus Privados: a fonte de rendimento são os ingressos e são administrados por uma fundação ou associação de tipo privada seja ela familiar, pessoal ou institucional.

O museu pode, assim, ser encarado como um espaço físico; a obra de arte é o conteúdo. O arquitecto estrutura o mundo, o artista refá-lo continuamente. O museu é fixo e perene, as obras de arte são os elementos móveis voláteis.

A cidade enquanto espaço social complexo é um repositório das memórias dos indivíduos e do passado e receptáculo dos símbolos culturais e são os espaços onde os museus surgem com mais frequência. Com o aumento dos fluxos de ideias, imagens e informação, o processo de recordar o passado é cada vez mais rápido e híbrido.

André Malraux[110] e a sua defesa do *"museu sem paredes"* insere-se globalmente nesta problemática através da reprodução da arte graças ao desenvolvimento da fotografia. Ele descreve, pelo menos implicitamente, três espaços, três momentos históricos do museu e da sua relação com a arte:

a) um pré-museu onde a arte se localiza em contextos sociais precisos tais como igrejas, casas particulares, palácios...;
b) um museu clássico que desenvolve as colecções e os gabinetes de curiosidades durante os séculos XVII e XVIII;
c) o "museu sem paredes" com o advento da reprodução mecânica da arte e que Malraux localiza nos livros.

Actualmente não apenas os livros mas os novos recursos tecnológicos (cd-rom, internet, televisão e outros) ampliaram ainda mais o conceito de "museu sem paredes".

[110] André Malraux, *O Museu Imaginário*, Lisboa, Edições 70, s/d

Os museus não podem ser pensados em relação a espaços/sítios e edifícios mas antes como espaços de relação e de ordenamento/organização localizados em sítios ou edifícios. Ordenam e classificam os trabalhos artísticos mas, acima de tudo, são expressões da organização social. Estão imbuídos de poder e conhecimento que derivam do contexto social e com o qual produz modos distintos de ordem sobre esse mesmo contexto.

Este *"museu sem paredes"* é apresentado como utópico e lugar da *"heterotopia"*. Esta última característica diz respeito a lugares de relações espaciais incongruentes que desafiam o espaço dominante de representação no interior da sociedade. A lugares nos quais os elementos marginais, rejeitados ou ambivalentes são ajustados e este "ajuste" torna-se a base de um modo alternativo de ordem que tem o efeito de oferecer um contraste ao sistema de representação da ordem social dominante. Enquanto *"heterotopia"* os museus emergem da incerteza e da incongruência e desenvolvem-se como lugares de ordem social durante o século XIX. Emergem como espaços de representação a partir do caos do gabinete de curiosidades em direcção a um espaço mais racional e discursivo.

O *"museu sem paredes"* quebra com a disciplina dos museus mais clássicos e permite modos espectaculares de exibição e de interpretação mais livres pelos visitantes. Os actores sociais são agentes capacitados para possuírem um modo próprio de ver o mundo e não necessitam que esse olhar seja estabelecido pelo museu. Alguns podem aceitar as propostas dos museus outros podem optar por perspectivas próprias resultantes do contacto negociado ou oposto ao museu.

Para Pierre Bourdieu[111] os museus dissimulam a arbitrariedade do gosto e sancionam o gosto das elites como cultura. Desta forma institucionalizam a arbitrariedade cultural e neste sentido os museus são sítios de violência simbólica, uma violência que é exercida com o "consentimento" e a "cumplicidade" dos sujeitos. Coleccionismo e classe dominante estão associados desde sempre. Esta relação alimentada por uma elite ilustrada e poderosa cumpre a função precisa de impor os seus juízos estéticos, de manipular a criação artística e de exercer uma influência totalizadora na história da cultura. O objecto artístico cria um público sensível à arte e capaz de um gosto estético. Assim, a produção elabora um objecto para o sujeito e simultaneamente um sujeito para o objecto. Produz deste modo o consumo.

[111] Pierre Bourdieu e A Darbel, *L'Amour de l'art. (Les musées d'art européen et son public)*, Paris, Minuit, 1969.

Ele traz um público com forte poder aquisitivo e que subordina o valor estético ao factor económico e um público não comprador que ao emitir juízos de valor eleva o prestígio social das obras proporcionando à elite o prazer de serem os únicos consumidores de arte.

Sacerdotes egípcios, cônsules romanos, igreja medieval, nobreza renascentista, monarquias absolutas e burguesias ascendentes dirigiram a história da arte, do gosto e da moda com os seus interesses artísticos que muitas vezes pouco ou nada tinham algo a ver com arte.

O museu é uma instituição multipolar, onde se cruzam o local, o nacional e o global e onde se expressam interdependências várias que se traduzem em diferentes tipos de museus: museus de arte, museus de indústria, museus de ciência, museus etnográficos, etc.

Como *"agências de classificação"* os museus sancionam discursos relacionados com a arte e o coleccionismo, são espaços de estrutura e de actuação e é, simultaneamente, um agente de classificação e espaço de relação de interdependência cultural entre grupos (coleccionadores, conservadores, programadores, visitantes). Os museus têm ainda uma função ideológica pois as suas práticas actuam ao nível da construção de valores, de imagens, de representações assumindo deste modo funções políticas e ideológicas. Os museus são ditos como abstracções *objectuais*, invólucros que podem estar em qualquer edifício e cujos acervos visam *leituras individualizadas*.

Para Raquel Henriques da Silva[112] *"tais concepções são, cronologicamente, menos que oitocentistas e nada têm que ver com as linhas dinâmicas da museologia contemporânea, empenhadas num discurso culturalista, complexo e aberto. De tal modo os museus são hoje instrumentos axiais de políticas patrimonialistas e lugares desafiantes de elaboração da cultura do presente que não param de crescer novas tipologias de museus nos quais se estrutura a comunicação ancorada na preservação, na memória e na fruição. (...) As colecções têm de ser estudadas, conservadas, inventariadas, documentadas e expostas. Devem realizar-se exposições temporárias, renovar-se as exposições permanentes, elaborar-se catálogos..."*

[112] Raquel Henriques da Silva, in jornal *Público*, 13 Junho 2003.

3.2 do coleccionismo ao museu

O termo museu procede de *"Mouseion"* que designava um edifício fundado em Alexandria por Tolomeo Filadelfo dedicado às Musas.

Podemos afirmar, com toda a certeza, que o museu surge a partir de um conjunto de objectos, de uma colecção logo, museu e coleccionismo são conceitos que se desenvolveram a par e ao longo dos tempos. De facto, é no coleccionismo que radica a origem do museu.

É nas antigas culturas urbanas orientais que surge o coleccionismo enquanto fenómeno cultural. Com um regime essencialmente religioso predominam os objectos preciosos nos templos, santuários e sepulturas. Na Mesopotâmia o desenvolvimento da agricultura e da indústria e o surgimento de um sistema monetário favorecem o desenvolvimento das artes. Os apoios aos artistas e o consumo da arte faz-se pelos sacerdotes e príncipes que apoiam a instalação das oficinas artísticas junto aos templos e palácios para poderem controlar as produções artísticas.

Em Creta, apesar da submissão da cultura ao poder existe uma maior liberdade que estimula o comércio artístico.

Com a civilização Grega o fenómeno do coleccionismo afirma-se mais. Para além das obras depositadas em santuários e com carácter religioso e funerário, existem já objectos de tipo religioso produzidos segundo finalidades laicas para exaltação da realeza, para manifestação de faustosidade e poder da monarquia que colocava as obras em palácios a fim de serem admiradas pelos cidadãos e assim cumprirem objectivos propagandísticos.

No período helénico a abertura ao mundo e o contacto com culturas distantes afirma-se o gosto pela arte e pelo coleccionismo. Para tal contribui a percepção sobre um passado exemplar e a observação racionalizada e planificada sobre uma antiguidade próxima.

A cultura romana suplanta esta realidade e o aparato do estado envia ao povo directrizes por meio da imagem. A imagem é tudo: propaganda, informação, notícia. O comércio artístico é estimulado pela exportação e expoliação a partir dos territórios conquistados para o domínio do Império Romano. Mármores e bronzes gregos são utilizados para prestigiar a República a partir da sua exposição em lugares públicos.

O fenómeno do coleccionismo vai-se assim consolidando. As casas dos dirigentes tinham que possuir uma biblioteca, obras de arte, bronzes gregos e helénicos. A impossibilidade de expor as obras originais era ultrapassada pela disponibilidade de cópias produzidas por especialistas. Apesar dos motivos subjacentes às colecções privadas não serem exclusivamente artísticas, o deleite e o conhecimento das obras não eram totalmente alheios aos seus proprietários. De facto, os motivos hedonistas e «snobistas» constituíram a base do coleccionismo.

É em Roma, onde se consolidou o valor hedonista e económico da arte, que se produz o princípio crucial da história do coleccionismo e dos museus: o de dar visibilidade e utilidade pública às obras de arte. O reconhecimento da história e a necessidade de reagrupar obras "exiladas" e "silenciadas" em colecções privadas trazem-nas para o espaço de domínio público. O povo participa em fenómenos culturais até então apenas do domínio privado e as colecções são assumidas como património cultural de todos.

A força moralizante do Cristianismo acentua as metas pedagógicas definindo que a arte deve ser, acima de tudo, educação moral ficando de fora todos os outros propósitos.

Apenas Constantinopla se reveste de obras procedentes de todo o mundo clássico. O advento da Idade Média assiste a uma polarização religiosa da actividade artística. A igreja assume-se como única forma de museu público. Os objectos preciosos recebidos como doações dão corpo ao tesouro eclesiástico e são minuciosamente inventariados por monges ilustrados. Outra fonte de peças eram os roubos e saques que constituíam um grande valor económico pela qualidade artística e pela riqueza dos materiais. Fora do âmbito monopolizador da igreja a actividade e o comércio em torno da arte tinha lugar pontual nos domínios reais e senhoriais.

O período gótico com a aparição de um ambiente urbano que centra a vida nas cidades, com o seu crescente comércio e florescente burguesia produz uma transformação social que determina os três âmbitos do coleccionismo: o religioso, o senhorial/cavaleiresco e o burguês. Nasce o gosto pelo profano e pela construção de casas ricamente decoradas com objectos museáveis.

A ascensão da burguesia e o desenvolvimento da arte gráfica produzem uma mutação qualitativa na evolução artística e na valorização da obra.

Amplia-se o mercado da arte com um novo público (burguesia, mediadores, vendedores) que acedem aos lugares de venda (estúdios, oficinas, livrarias).

Após séculos de dominação cultural por parte da igreja e dos senhores, a ascensão da burguesia assume-se como clima favorável ao progresso e a novos valores.

Com o humanismo assiste-se a uma ampla renovação do coleccionismo. Uma cultura fundamentada em regras científicas e racionais busca as suas fontes de inspiração na Antiguidade Clássica. Ao valor hedonista e económico da obra no período romano, o Renascimento acrescenta o valor formativo/humanista e científico para o processo de formação do homem moderno em contacto com as obras do passado. Novos modos de vida e novas concepções culturais conduzem a uma apreciação estética e histórica dos objectos.

Esta etapa é seguida por uma outra de maior carácter hedonista. O público conhecedor e comprador é constituído em grande parte pelas cortes principescas e pela burguesia. Depois de adquirir peças para doar à igreja a burguesia passa a fazê-lo com o intuito de adornar a sua casa e constituir a sua própria colecção como forma de valorizar o seu status. Por seu lado a aristocracia coleccionava produções artísticas por motivos de fascínio, enciclopedismo e hedonistas.

As camadas sociais inferiores não tinham acesso a meios de compreensão sobre a arte que ficavam restritos a uma pequena minoria constituída pela estrutura eclesiástica, banqueiros, comerciantes, famílias nobres e burgueses. No interior deste círculo produziam teorias estéticas que legitimavam as concepções da classe dirigente. Os artistas recebiam o apoio privilegiado por parte dos senhores.

No período Maneirista o projecto para o Palácio Uffizi em Itália, constituiu-se como o primeiro edifício construído para receber um museu.

Os tratados de arte multiplicam-se, submetem artistas e estabelecem os critérios do coleccionismo. Surgem os primeiros guias artísticos e catálogos de colecções. O espírito coleccionista alarga-se para além da pintura, escultura e arquitectura. A busca do raro, do maravilhoso e do precioso procura no mundo das ciências naturais novidades animais, vegetais e minerais. Surgem os museus de História Natural com um novo critério de exposição no qual cada objecto vale mais pelo que possa ensinar do que pela sua beleza.

O incremento do coleccionismo no século XVII deve-se principalmente à próspera ascensão dos burgueses, ao monopólio artístico das monarquias absolutistas e a uma imagem mais concreta do autêntico espírito coleccionista que adquire por prestígio social mas também por gosto pessoal e deleite.

Em Itália e Espanha os óleos, mármores e bronzes gravam a ideologia da igreja católica barroca. A arte protestante é marcada por uma burguesia que reclama a livre expressão da cultura e da arte.

Uma grande procura proporciona um mercado superactivo que gerou uma considerável competição. Além do mais este mercado impõe condições aos artistas que para poderem vender mais submetem-se aos temas de maior procura. Esta acaba por contribuir para o surgimento de um mercado mais barato inundado por cópias e falsificações e que põe em causa o valor das obras originais.

A consolidação do poder absolutista e o crescente poder da aristocracia condicionam um coleccionismo cada vez mais selecto e de qualidade. Caminha-se para a formação de um gosto único e de grande carácter classista com o coleccionismo a funcionar como imagem de uma ideologia monárquica, como expressão do alto nível social e do enriquecimento do património no qual a obra de arte assume valores ideológicos e políticos.

A monarquia exerce uma acção múltipla sobre o mercado de arte: primeiro impõe o estilo da corte que depois é assumido pela burguesia, segundo mantém o monopólio da educação artística dirigindo escolas e academias e em terceiro organiza estatalmente a produção artística.

A perda de importância de Roma no campo do coleccionismo conduz à dispersão das obras e a França assume-se na primeira linha no panorama cultural europeu declarando-se como definidora da educação e do gosto.

No século XVIII intensifica-se um mercado cada vez mais internacional e especulativo. É no círculo restrito da burguesia rica e ilustrada que se desenrolam os acontecimentos culturais. Se antes eram a base de sustentação da cultura agora são também os seus apropriadores ocupando o duplo espaço de produtores e consumidores.

A burguesia produz, vende, compra e deleita-se com a cultura. Como exemplo podemos apontar que tanto Rousseau como Voltaire pertenciam à burguesia.

Apesar das permanentes lutas de classes que conduzirão à Revolução Francesa os princípios fundamentais da cultura e do coleccionismo continuam marcados pela diferenciação social, pelos privilégios de uma minoria e pela marginalização da cultura dita popular. Com a Revolução Francesa a arte é algo marginalizada e "atrasa-se" em relação à nova ideologia.

Até finais do século XVIII as colecções detinham um carácter privado. Apenas em algumas ocasiões festivas os coleccionadores abriam as portas ao público. Aos gabinetes e galerias privadas só acede um grupo minoritário constituído pelas classes altas, intelectuais, eruditos, cientistas e conhecedores da arte.

Os anos que se seguiram à Revolução Francesa assistiram à nacionalização dos bens da coroa, surgindo o Louvre como Museu da República por justificativos ideológicos e políticos. Apesar de poder abranger camadas sociais diversas o público mostrou-se reduzido face à distância, ao desconhecimento e ao pouco deleite entre si e as obras.

Em meados do século XVIII outras colecções reais tinham passado a fazer parte do Património Nacional. É desta forma que surge, por exemplo, em 1753 o British Museum em Londres.

No começo do século XIX o Rijksmuseum de Amesterdão é já também um museu nacional e em 1824 ao tornarem-se públicas grandes colecções privadas como a de George Beaumont (renascimento e pintura inglesa) ou a de Chantrey Tate dão lugar à National Gallery de Londres e à Tate Gallery (arte contemporânea).

Os museus italianos devem-se a motivos mais específicos que passam pelo grande interesse do Vaticano e de alguns papas em formarem colecções de grande interesse que vêm a dar lugar a museus nos séculos XVIII e XIX. Por seu turno, colecções significativas como a dos Médici dão corpo à Galeria de Los Uffizzi em Florença. O museu do Prado em Madrid deve-se à iniciativa real de Fernando VII quando decide criar um museu de pinturas e que acaba por alojar-se no inicial Museu de Ciências Naturais. Para lá decide enviar a colecção real e obras de Rubens e Tiziano provenientes de outras colecções.

Durante a primeira metade do século XIX a arte revaloriza a idade média. É valorizado o mais exótico e o mais estranho ao clássico. O subjectivismo e a independência criativa conduz o artista a criar conforme os seus próprios critérios e são conotados com os novos valores revolucionários e progressistas.

Na segunda metade deste século a entrada da América no mercado da arte traz um novo fôlego. Viajando pela Europa os homens da finança e da indústria constituem o público coleccionista por excelência da Europa. Ao contrário do restrito mercado europeu o coleccionador americano não entende, não conhece nem faz amizades artísticas mas em contrapartida compra com dólares e ao preço que for. Desta forma, pretendem dotar os EUA de um património artístico e cultural para se afirmarem perante o velho continente, procuram afirmar o seu estatuto e evitar as contribuições e os impostos constituindo um museu público com administração privada. O museu americano, desde o seu surgimento, apresenta-se com objectivos pedagógicos e activos em relação à cultura popular. O Metropolitan Museum de Nova York oferece, aquando da sua fundação em 1870, secções variadas de arte universal. Desde os primórdios tem uma publicação com as diversas actividades (compras, exposições temporárias, concertos, conferências) e uma revista relacionada com o ensino escolar. Este modelo é seguido por outros (Museu de Arte Moderna de Nova York, Guggenheim) que traçam um caminho de desmistificação e de aproximação do homem com a sua obra, com os seus objectos.

O coleccionismo actual "abastece-se" num mercado onde o clandestino e o oficial se cruzam, onde dominam o capital financeiro e industrial, as ideologias políticas, os interesses artísticos e extra-artísticos, a crítica de arte que tanto eleva como derruba artistas a partir de valores mais monetários que estéticos.

Analisar o coleccionismo e os valores culturais implicados é definir a ideologia de um grupo social minoritário. «Os indivíduos que compõem a classe dominante, entre outras coisas, também dominam como pensadores, como produtores de ideias que regulam a produção e a distribuição das ideias do seu tempo».[113]

Deste modo, e em primeiro lugar, o coleccionismo afirma um mundo de preferências ideológicas, visões do mundo particulares já que não é partilhado com outros e se restringe mais a um espaço próximo e íntimo do coleccionador. Em segundo o coleccionismo também se relaciona com a função ideológica da cultura. A «clientela» da arte representa uma classe que dirige, controla e instrumentaliza os objectos da cultura em função dos seus interesses e objectivos.

«Na actualidade o *progresso democrático* que caracteriza a gestão da nova classe dirigente manifesta-se numa *democratização cultural* que mascara a autêntica realidade. Trata-se de um truque quantitativo-qualitativo que atende mais ao crescimento progressivo, à super- produção e consumismo dos objectos culturais do que a uma autêntica acção cultural dirigida a todos (...)»[114].

Em terceiro lugar o coleccionismo tem um valor formativo que actua sobre a arte, a crítica e o gosto. É uma espécie de guia de estilo e de direcção artística para um futuro próximo. O coleccionismo elege valores que cotizam em maior ou menor grau as obras de arte e que podem ser a unicidade, a originalidade, a rareza, a procedência dessas mesmas obras.

Karl Marx é um dos autores que analisa a sociedade moderna e capitalista e os artefactos que dela fazem parte. As colecções de objectos são como que «fetiches» retirados dos seus contextos e da esfera das relações sociais. Os coleccionadores criam deste modo universos particulares. Coleccionar é um acto intelectual que procura demonstrar um ponto de vista. A recriação de uma contextualização física e relacional e a manipulação aí implícita, serve para convencer ou impor um novo contexto e um novo estado mental. As colecções não são capazes de reproduzir a realidade objectiva e externa. São apenas uma imagem, um reflexo dessa mesma realidade.

[113]Karl Marx e F. Engels in Aurora León, *El Museo - teoria, praxis y utopía*, Madrid, Cuadernos Arte Cátedra, 1995, p. 45.
[114] Aurora León, *op. cit*, p. 48.

Segundo Hegel trata-se de um processo de "objectification" (objectificação) que separa a dualidade sujeito e objecto ou humanidade e mundo exterior. Daqui resulta ou a subordinação do objecto à visão romântica do sujeito, tal como as recordações, ou a subordinação do sujeito aos objectos romantizados tal como as colecções de «fetish». Ambas são estáveis, estéreis e não nos levam a lado nenhum.

A ideia de colecções como tesouros associados à arte e aos mercados de antiguidades está em íntima relação com o mundo capitalista. Não é por acaso que os museus, tal como hoje os entendemos, e o moderno capitalismo surgem ao mesmo tempo. Aurora Leon[115] referindo-se a Marx afirma que se os grandes feitos da História se repetiram duas vezes, como tragédia e como farsa parece-nos, então, que o coleccionismo supõe a fase trágica da cultura, trágica mas necessária e o museu, herdando essas mesmas bases dramáticas degenera numa farsa.

3.3. os museus no contexto europeu

Durante a Idade Média na Europa as colecções de objectos localizavam-se nos tribunais e igrejas de forma não sistematizada. No século XIV o acto de coleccionar tornou-se mais sistemático em consequência do humanismo e no enfoque dado ao homem e ás coisas com ele relacionadas.

No início do século XV salas específicas para as colecções, constituídas para a educação dos seus próprios donos quebrou as anteriores convenções da "casa do tesouro". Os descobrimentos nos séculos XV e XVI alargaram os horizontes da Europa a par das invenções técnicas como o telescópio e do aumento da circulação dos livros a partir da utilização dos meios de impressão de Guttemberg. Para os "gabinetes de curiosidades" eram remetidos os objectos novos, desconhecidos e não integrados na percepção do mundo daquela época.

Nos finais do século XVI assiste-se a uma institucionalização dos gabinetes e ao emprego dos primeiros "curadores" (conservadores). São ainda publicados os princípios

[115] Aurora León, *op. cit.*

básicos do coleccionismo, surgem os primeiros catálogos e os objectos são adquiridos por agentes ao serviço dos ricos coleccionadores.

A partir do século XVIII a nação e o Estado tornaram-se elementos estruturantes da organização dos museus. A tarefa de "inventar" a nação tornou-se uma dimensão chave nas novas nações como a França e os Estados Unidos da América e o museu auxilia nessa tarefa expondo a história, os mitos, os símbolos, os heróis, os objectos e outros ícones que dão forma e conteúdo a essas mesmas nações.

Na primeira metade do século XVIII surgem reivindicações em defesa do livre acesso dos cidadãos às colecções particulares das classes superiores. Em 1870 Luís XV coloca cem pinturas disponíveis por um ano no Palácio Luxemburgo. Em 1793 um museu de livre acesso ao público é instalado na Grande Galeria do Louvre exibindo a colecção do rei agora "nacionalizada". É neste contexto político que abre, em 1764, o Hermitage em São Petersburgo, em 1772 o Museu Nacional em Estocolmo e o Museu Pio Clementino em Itália, em 1784 o Museu Belvedere em Viena e desenvolvidos planos para o Museu Nacional Polaco em 1775 e para o Museu Nacional de Espanha em 1787.

No século XIX o desenvolvimento das nações e dos estados-nação tornou o museu num espaço onde a nação pode apresentar-se a si mesma como uma "comunidade imaginada" nos seus mais diversos aspectos. As colecções têm subjacente uma certa dose de folclore nacionalista e neste contexto surge em 1807 o Museu para as Antiguidades Nórdicas em Copenhagen, a Galeria Nacional em Budapeste (1802) e o Museu Nacional em Praga (1818).

Depois de 1840 os movimentos nacionalistas entraram numa nova fase. Associações nacionais surgiram um pouco por toda a Europa promovendo a "ideia nacional" através de jornais e instituições culturais e educativas. Foi neste contexto que surgiu em 1853 o Museu Nacional Alemão em Nuremberga dando visibilidade e expressão à burguesia liberal.

O Estado passa a financiar instituições educacionais entre as quais os museus pois estes contribuem para a definição da natureza da nação sendo um espaço onde a cultura e a história nacional são construídas na diferenciação face a outras. Na forma de "museu nacional" o museu apresenta uma história e cultura comum, simbolizando, a um nível político, a unidade da nação.

A criação, em paralelo, de museus etnológicos que dão visibilidade às culturas ditas de povos "não civilizados" e a aparição de pavilhões coloniais nas exposições mundiais ilustram a diferença entre povos e reforçam a consciência nacional.

Os finais do século XIX assistem à proliferação dos movimentos nacionais. Museus e exposições florescem em grande número. As feiras industriais, agrícolas e de artesanato encontram audiências entre as classes mais populares. As feiras mundiais são os primeiros grandes espectáculos na história dos museus cuja grande adesão é tornada possível pelos novos meios de transporte e de comunicações como por exemplo o comboio.

A partir dos anos 80 do século XIX os museus passam a integrar o sistema educativo de alguns estados. Os museus representam a memória social e colectiva constituindo uma "comunidade imaginária" rica em simbolismo. Colocando os museus no contexto do sistema educativo (literatura, monumentos públicos, rituais e representações visuais) este reveste-se de um papel relevante na construção da narrativa de uma nação.
Mais do que símbolos da nação muitos museus tornam-se símbolos do estado. Surgem museus dedicados aos correios, museus de escola, museus da polícia, museus dedicados a personalidades relevantes e o número crescente conduz mesmo à constituição de organizações de museus como sejam a Associação de Museus de Inglaterra (1899), a Associação Americana de Museus (1906), a Associação Alemã (1917) e a Conferência Russa de Museus (1919).

A primeira organização mundial de museus, The International Museums Office constitui-se em 1922. O ICOM (International Council of Museums) é fundado em Novembro de 1946 sob os auspícios da UNESCO. Desde então é a maior e a mais relevante organização internacional congregando cerca de 10.000 membros. Neste contexto assiste-se a um discurso global e sistematizado em torno dos museus e das questões a eles associadas. Este discurso promulga a ideia de museu como um espaço para a identificação da identidade local e nacional, um lugar de encontro e da localização dos indivíduos perante a dupla tempo e espaço, para a percepção da realidade e da condição humana. Ao visitante o museu faculta uma permanente ligação entre o local e o global e propõe uma ordem para as coisas. É evidente que esta interpretação da ordem pode ser contestada, não devendo o museu ser mais do que propostas, pontos de referência abertos a uma multiplicidade de interpretações por parte dos visitantes.

Definitivamente, os museus, ao proporem "ordens possíveis" para o mundo, estão envolvidos no processo de globalização. Estão embebidos
em conceitos de individualidade e humanidade, de sociedade nacional e sistema internacional, propondo fronteiras e pontes no espectro das categorias políticas e culturais globais.

3.4 museus na actualidade - espaços em redefinição

O percurso traçado até ao momento permite-nos verificar que foram a aristocracia e a burguesia aquelas que estiveram na base da criação do museu actual que em vez de se caracterizar por um nivelamento social e uma participação colectiva, segue sempre um espaço fechado de uma classe privilegiada (ampliada com o capitalismo contemporâneo) que de um modo ou de outro coloca obstáculos ao acesso à cultura.

Os conceitos de democratização, socialização da arte ou cultura de massas são entendidos segundo um carácter gradual e não de forma totalizadora e absoluta.

Contra a noção de que os museus são *"cemitérios", "espaços bafientos"* manifestaram-se alguns autores dos quais podemos destacar André Malraux.

Desde 1927 que a museologia conta com uma revista especializada (*Mouseion*) que se preocupará por uma constante renovação de métodos e técnicas de apresentação de modo a favorecer uma maior partilha cultural. Contudo, não há uma planificação que se preocupe com a projecção externa e a conservação das peças é eleita como a tarefa e o objectivo primeiro do museu. O objecto conservado impõe-se ao sujeito. Por isto, não é nada surpreendente que o público considerasse o museu como algo alheio e distante de si, como uma jóia inacessível à qual estava impedido de aceder.

Os anos 50 do século XX representam o princípio da ruptura com algumas destas concepções. O homem substitui os seus ídolos e mitos românticos por outros que se podem compreender através do olhar, de forma experimental e directa.

É notório o direito a um património artístico-cultural que lhe pertence e a tomada de consciência social sobre a necessidade da cultura, a introdução no museu de novas técnicas expositivas, os novos valores da arte contemporânea, a ampliação da cultura a camadas sociais até então dela arredadas.

A instituição museu precisava de novas perspectivas e exigências. Em 1948 a revista *Museum* substitui a *Mouseion* e está atenta à organização do museu e à sua função de educação. Dependendo da UNESCO o ICOM (International Council of Museums) abrange grande e congrega grande parte da realidade museológica.

A civilização contemporânea, em permanente mutação, transforma as metas da produção em favor da utilização e o museu passou da "era da aquisição" à da "utilização" em que o principal é a exploração dos materiais, documentos e objectos e em que um novo humanismo coloca em relação homem e museu tendo aquele preponderância sobre este. Esta é, sem dúvida, a transformação mais significativa. Consequente é a importância e a valorização do homem enquanto produtor, autor e actor integrante da obra. O homem volta-se sobre a sua própria obra que ao é mais coisa de um génio mas uma parte integrante da vida social de todos. A visita ao museu não será mais um "frio monólogo" mas uma aproximação gradual a um diálogo aberto entre a obra e o espectador mediatizados pelo papel intermediário do museu e seus dirigentes. O museu apresenta-se agora como um "ser vivo", adaptando-se continuamente ao meio social e exercendo uma actividade autocrítica perante as exigências da sociedade "consumidora" do museu.

O avanço das técnicas como a informática e a electrónica são instrumentos vitais nesta realidade e que auxiliam na difusão e informação dos fundos.

Um novo conceito de museu que se tem vindo a afirmar é o dominado museu «*Beaubourg*» (Centro Georges Pompidou por exemplo) e que assenta nos seguintes pressupostos:

a) concepção e integração no enquadramento urbanístico;
b) assunção da sua função e influência social sobre os visitantes;
c) carácter dinâmico da sua concepção enquanto centro nevrálgico do desenvolvimento da visa urbana.

No caso específico do Centro Georges Pompidou, trata-se de um edifício "aberto", estruturado com tubos transparentes diferenciados por cores que simbolizam as suas funções, especializada para vários usos e com diferentes pisos onde se alojam as exposições temporárias, serviços de apoio (restaurante, guarda-roupa) e espaços adaptados para espectáculos improvisados, animados com programas de expressões corporais, artística e teatral.

A ideia motriz subjacente ao «*Beaubourg*» parte da consideração da expressão cultural (dança, pintura, música, teatro...) como comunicação e significação. Assume-se uma «obra aberta» que é posta em cena com o objectivo de fazer participar o público no processo de realização da obra integrando-se como actor-espectador do próprio espectáculo. O mais relevante no conceito «*Museu Beaubourg*» é a imediatez com que o público reage ao encontro com um espaço cultural com que pode identificar-se ou não.

O debate, a crítica, a aceitação, a defesa deste espaço depende de factores tais como:

a) intencionalidade e dinamismo da instituição;
b) significado e uso que o público lhe atribua.

Tudo é possível para uma instituição recente excepto a indiferença, e o público é estimulado por motivos diversos: curiosidade, entretenimento, descanso, conhecimento, ócio, distracção. Contudo, existem riscos para o «Museu Beaubourg» permanecer como instrumento de uma cultura viva e não cair na inoperância e são eles:

i) basear-se em fins propagandísticos, comerciais e efémeros;
ii) instrumento de uma falsa ideologia vanguardista que assume o espectáculo e o ócio por si mesmos e não como instrumentos enriquecedores da cultura;
iii) não supor uma baixa da qualidade da experiência artística, refugiando-se no puro espectáculo de ócio e entretenimento;

Pelo contrário as potencialidades são inúmeras:

i) autêntica acção dialéctica a partir da interacção;
ii) promoção do estímulo social e artístico através de inter-relações culturais e humanas;
iii) símbolo de uma cultura com base em sujeitos activos;
iv) missão não se reduz à elaboração de uma linguagem mas que esta seja expressão da acção sócio-cultural.

Fala-se muito sobre os museus. Que estão velhos, que são aborrecidos, que nada dizem ou que pelo contrário são atractivos, que ensinam muitas coisas, que servem de descanso. É certo igualmente que hoje muitos falam do museu. É o turista que o visita, são os alunos que têm aulas no museu, que proliferam obras sobre o museu, que as universidades têm cursos na especialidade de arte e museologia, que o museu é o porta voz da cultura da cidade, que neles entram conferencistas, concertos e outros espectáculos culturais, que as revistas e a imprensa diária dedicam-se cada vez mais ao museu, que numa manhã de domingo apetece ir a museus, que as agências de viagens aconselhem a visitá-los.

É claro que algo se passa com os museus. cada momento histórico teve um elemento constitutivo que caracteriza e aglutina a sociedade: o templo nas sociedades antigas, o teatro para os gregos, a *ágora* para os romanos, o mosteiro e o castelo para a Idade Média, o palácio para o homem da renascença, a natureza para o romântico. Não será o museu o complexo cultural mais típico da sociedade contemporânea? Sim se considerarmos que hoje em dia o museu está capacitado para ser recipiente e expoente da nossa cultura.

O museu, imerso que está na sociedade na qual todos os valores estão em constante mudança, reflecte essas brechas como receptor da sensibilidade social.

Em 1º lugar ao público elitista que acedia ao museu no século XIX sucede um cada vez maior número de pessoas com interesse nos fenómenos culturais. Este interesse conduz a uma mudança na noção de museu, na estrutura arquitectónica e na sua organização/dinâmica. A meta da museologia é atrair o maior número de pessoas e contribuir para o surgimento de novas actividades e funções.

Outro aspecto importante a considerar é que o desenvolvimento económico requer uma nova concepção de museu.

O museu tem de se actualizar e reduzir ao máximo, ou abolir mesmo, a distância entre a obra do passado e o homem contemporâneo. Há que transformar em contemporâneos os centros que acolhem obras do passado porque o contemporâneo não é só o que advém do presente mas antes tudo o que contém em si actualidade e possibilidade de futuro.

A propriedade deverá deixar de ser exclusiva de um pequeno grupo mas assumir-se como colectiva conjugando esforços para que o museu seja uma força viva e activa na vida social. Para tal é essencial, senão mesmo vital, a descentralização, a cooperação, o desenvolvimento da criatividade e novas relações humanas.

A descentralização da estrutura museística é, efectivamente, necessária sem prescindir de uma relação e cooperação activas entre museus locais e regionais em relação com os nacionais. A cooperação entre o museu e a sociedade em direcção ao exterior e ao interior da sua própria organização ajuda a que o público se sinta mais livre no museu e que seja a favor de um crescente deleite e educação do público, ajudando em definitivo que o público capte, sinta e viva o museu enquanto espaço de descanso, de aprendizagem e de centro de realização humana.

Este museu utópico é um mundo em aberto, um espaço dialéctico e de encontro de forças opostas – o museu e a sociedade – que supõe um intercâmbio de relações entre o museu e a sociedade. Esta inter-relação dinâmica tornará possível um entendimento recíproco para enfrentar novas realidades, novas *praxis* e utopias que incrementarão com as suas inovações e vitalidade a utilidade do museu. Por seu turno a sociedade tem de cooperar com o museu num interesse cultural comum: a conservação do património histórico e artístico.

Mas todos os dias os limites estão a ser ultrapassados e depois da proposta do *«museu sem paredes»* de André Malraux, os museus projectam-se já no ciberespaço. A confirmar esta nova tendência foi apresentado o novíssimo "Guggenheim.com" enquanto o mais inovador e arrojado museu online. Com o objectivo de combinar a arte com os novos meios electrónicos, propõe-se oferecer uma variedade de conteúdos e serviços culturais, na sua maioria de acesso gratuito, num ambiente visual que vai muito além do que acontece na maioria dos convencionais sites de museus existentes na internet.

3.5 do objecto à experiência

> *"Os objectos não são apenas mostrados, mas também explicados e interpretados; não vivem só por si, mas também pelo contexto de onde provêm, pela função que possam ter desempenhado. Evocam situações, temas, problemas, relacionando passado com presente, locais com outros locais, diferentes modos de pensar, de sentir e de viver.*
> *Ao silêncio sepulcral e à imobilidade absoluta dos objectos, sucedeu o som ambiental, a música de fundo, a rotação da peça, a variação da luz; entrou-se no domínio do espectáculo, da sedução, da comunicação."*
>
> Maria Beatriz Rocha-Trindade (coord.), Iniciação à Museologia[116]

Neste actual estado de metamorfose, a premência do homem sobre o objecto pode ser a primeira etapa de uma mudança mais profunda que marcará o museu do futuro: chegar a um ponto de consciência artística tal que o património do museu seja a acção da colectividade. Neste ponto é crucial observar a relação sujeito-objecto.

A civilização ocidental está apegada à ideia de que o museu é algo inacessível. Para contrariar esta atitude é necessário promover uma permanente ligação e actividade entre o espectador e a obra afim de derrubar barreiras.

"Durante muito tempo os responsáveis dos museus desenvolveram o seu trabalho concentrando-se no estudo e na salvaguarda das colecções, virando as costas ao público. Os tempos mudaram, os hábitos também. Entende-se agora que o museu é um dos produtos da democratização da sociedade e que é necessário abrir canais de comunicação com os seus actuais e potenciais utilizadores."[117]

Na sua última definição de museu em 1998, a Museums Association colocou o público em destaque, afirmando que os museus facultam às pessoas a exploração de colecções para se inspirarem, aprenderem e divertirem. Neste âmbito, os museus não coleccionam, preservam e documentam pelo objecto em si mas antes porque, este mesmo objecto, ao ser exposto, interpretado e usufruído, pode, e deve servir, os membros da sua comunidade.

[116] Maria Beatriz Rocha-Trindade (coord.), *Iniciação à Museologia*, Lisboa, Universidade Aberta, 1993, p. 17.
[117] Maria Vlachou, Marketing de museus: será que afinal é só o termo que incomoda?, in *Museus – Boletim trimestral da Rede Portuguesa de Museus*, Lisboa, Dez. 2002, p. 14.

Tudo o que um museu faz é afinal de contas pelas pessoas, pela comunidade e não apenas pelos especialistas ou pelas elites educadas. É o público em geral o principal alvo, aqueles que não sabem mas desejam saber, os que não têm por hábito visitar mas que estão desejosos e dispostos a experimentar.

O museu nasce de uma grande contradição: o seu carácter privado e de conservação das obras contrapõe-se à actual visão do museu como um centro aberto e público. O museu acaba por cair no pólo quase oposto, com obras descontextualizadas e objecto de sentido crítico, da sensibilidade e da capacidade reflexiva do homem.

Quando o museu exerce uma atracção sobre as pessoas, estas surgem «transfiguradas» nas salas de exposição. É um estar fora do seu próprio mundo constituído pelo quotidiano. No museu o homem sente-se livre e centra a sua atenção na compreensão das obras, evoca recordações, as obras transpõem-no para as experiências vividas, abre-lhe horizontes a novas formas de ver o mundo.

Neste contexto é cada vez mais importante o partilhar das experiências. A arte tem a ver com comunicação, com a partilha de emoções, pensamentos, intuições, pressentimentos mais ocultos que verbalizados. Uma visita ao museu deverá ser, acima de tudo, uma experiência que irá ter consequências a longo prazo. Assumimos que a transmissão de conhecimentos é o menos interessante e por isso a experiência e a construção devem ser valorizadas.

Em resumo, o museu convida a uma viagem, predispõe para uma evasão, evoca um passado que pode exercer uma acção concreta no presente e no futuro. Este dinamismo temporal permanente do museu, no qual se mesclam sonho, recordação, quimera, fantasia, opera uma «metamorfose» no homem que se transporta a pontos de referência diferentes dos da sua vida quotidiana. O efeito de evasão pode ter dois sentidos diferentes: a fuga do mundo do museu pode não dar frutos ficando como um simples descanso, uma acção supérflua, que carece de conteúdo ou, por outro lado, a evasão pode ser positiva quando leva à transformação da própria realidade.

3.6 entre a educação e a diversão

"...O museu é um importante instrumento no processo de educação permanente do indivíduo, contribuindo para o desenvolvimento da sua inteligência e capacidades crítica e cognitiva, assim como para o desenvolvimento da comunidade, fortalecendo a sua identidade, consciência crítica e auto-estima, e enriquecendo qualidade de vida individual e colectiva..."

Declaração de Caracas – 1992

"...Face aos múltiplos desafios do futuro, a educação surge como um tempo indispensável à Humanidade na sua construção dos ideais de paz, de liberdade e de justiça social..."

"Educação um Tesouro a Descobrir", edições ASA

Uma das finalidades da museologia é a projecção didáctica do museu para o público surgindo o museu, por esta acção, como centro de educação não formal e de informação.

Nesta finalidade a museologia encontra duas dificuldades: a heterogeneidade de níveis culturais e a variedade de conteúdos, dificuldades estas que tem sabido resolver parcialmente ao oferecer um museu didáctico, de leitura acessível para um maior número possível de público, embora saibamos que este possui diferentes códigos de interpretação. A finalidade educativa difere da tarefa de ensino tradicional embora estejam ambas englobadas no carácter didáctico do museu e dos diversos níveis de aprendizagem que proporciona.

Esta discussão não é recente e já nos finais do século XIX, um artigo assinado por Y no jornal O Século referia o seguinte:

"São os museus (...), instrumentos poderosos de facil educação popular, pois que, sendo, como os livros, mestres mudos, educam com menos fadiga e até com recreio; mas não vemos que, da parte dos poderes públicos, haja para com elles a serie de attenções e disvelos de que são merecedores. (...) É também necessario obrigar as escolas officiaes , de toda a qualidade de ensino, a mandarem os seus alumnos aos museus (...)"[118]

[118] Y., «Museus», in O Século de 25 de Novembro de 1897, in Maria Beatriz Rocha-Trindade (coord.), *Iniciação à Museologia*, Universidade Aberta, Lisboa, 1993, p. 43.

A educação que o museu deve proporcionar fundamenta-se no serviço como guia para o cultivo do gosto, da sensibilidade artística e para o estímulo das faculdades intelectuais do público. A este nível educativo, os objectos, mais que «impressionar» devem sugerir, mover em direcção da surpresa e da admiração.

"De espaço erudito, dedicado a uma pequena franja de especialistas, de estetas ou de curiosos iluminados, os museus de hoje visam alargar ao máximo o espectro dos seus frequentadores: crianças e velhos, turistas e passantes, estudantes e estudiosos. Das salas frias e sombrias do passado, das vitrines hirtas e fechadas, da profusão de peças só à distância apercebidas, procura passar-se hoje aos contrastes do fundo negro com dramáticos oásis de luz, em percursos de sucessivos deleites, de surpresa em surpresa."[119]

Por outro lado, a educação exerce-a o museu ao oferecer a possibilidade de desenvolvimento do pensamento humano indicando pecularíedades, relações, divergências e conexões entre os objectos, fazendo confrontar o público com mundos artísticos diversos, incitando a reflexão científica e despoletando uma imaginação cada vez maior.

Contudo, o campo de acção para a criação de um verdadeiro serviço público é tão vasto que o museu se deve aliar com outras instituições culturais e educativas com as quais pode e deve compartilhar os objectos que visam a formação, a educação e a investigação.

A abertura do museu ao mundo fazendo exposições de colecções emprestadas, organizando mostras colectivas em colaboração com outros organismos é uma manifestação do carácter activo para o desenvolvimento da cultura.

Agora, a missão educativa deve dirigir-se num duplo sentido: local e universal. Por um lado deve dar uma imagem sintética do que é característico de si próprio e por outro oferecer uma ideia global acerca das expressões culturais internacionais. O museu deve não só transmitir datas, objectos, imagens da história de uma civilização mas também relacionar o microcosmos que o espectador tem diante de si com o macrocosmos da cultura em que está imerso.

A atenção prestada aos públicos, e em especial ao grande público, constitui uma manifestação do autêntico sentido do museu. A um maior dinamismo museológico corresponde uma maior afluência de pessoas, melhores meios e serviços educativos, mais investigação, uma maior e mais profunda ampliação e interconexão entre os diversos níveis socioculturais.

[119] Maria Beatriz Rocha Trindade, *op. cit.*, p. 17.

Para o grande público, o menos preparado intelectualmente para compreender as visões que o mundo propõe, é essencial o uso da imagem já que ela é física e psicologicamente entendida dado ser um fenómeno cultural incorporado mecanicamente através do cinema, da televisão, da fotografia, da banda desenhada, dos anúncios publicitários.

Outro meio eficaz de educação é o serviço de informação que o museu deve possuir com um duplo sentido:

a) orientação para informar o público sobre as exposições; guias e publicações sobre a programação permanente e temporária;

b) painéis explicativos das actividades diárias do museu assim como uma informação o mais completa possível sobre a actividade cultural que transcende o universo do museu mas que se insere nos mecanismos culturais de que o museu é parte integrante e actuante.

Outro ponto essencial é a afectiva aproximação entre a equipa do museu e o público. O distanciamento entre estes sujeitos predispõe para um alheamento progressivo por parte do visitante já que não se verifica uma relação humana efectiva, afectiva e interessada pelas procuras públicas. Quase que se torna premente concretizar um processo de humanização dos museus.

É de extrema importância alcançar um equilíbrio biológico que coloque em estreita conexão a percepção (sensitivo), a interpretação das percepções (valor psicológico) e a compreensão (intelecto) das suas vivências e conhecimentos confrontados com a realidade museológica. Se o museu está verdadeiramente concebido para o deleite e educação do público, objectivos a alcançar pelas actividades proporcionadas pela equipa do museu, destaca-se uma diferença fundamental na atitude que uns e outros adoptam no museu.

Por um lado o comportamento do público é homogéneo no sentido em que acede ao museu como receptor ou até como cooperador enquanto a equipa se move em dois níveis – profissional e humano – que não podem ser desligados um do outro. Para uma acção eficaz por parte da equipa alguns procedimentos seriam de extrema relevância:

1. abolição das hierarquias de modo a promover e a facilitar um sistema de relações humanas igualitárias entre todos os membros da equipa;

2. desmistificação da aura dos dirigentes e do carácter qualitativamente superior do seu trabalho;
3. autocrítica permanente na equipa com profunda reflexão sobre a razão de ser da equipa e do trabalho por si desenvolvido;
4. do grau de abertura ideológica e intelectual, da unidade profissional e humana, da capacidade de adaptação, flexibilidade e coordenação da equipa depende o comportamento do público no museu, comportamento esse que pode ser de maior ou menor disponibilidade e receptividade.

Uma *praxis* museológica eficaz implica uma atitude de abertura e cooperação com o público que assim se sente familiarizado e como que «em casa» e desbloqueia o seu silêncio e passividade com ideias e sugestões que são, por vezes, melhor entendidas fora do que pelos que dirigem o museu. Esta desinibição é altamente educativa e pressupõe uma grande reflexão, participação responsável e alcance psicológico e humano tanto ao nível dos comportamentos do público como dos da equipa.

Existe, por estas vias de trabalho, caminhos e estratégias propiciadoras de uma maior proximidade do o público:

1. organização de estruturas do tipo «amigos do museu» que além de permitir a colaboração na execução de algumas tarefas (vigilância, visitas) propiciam a partilha da ideia de que o património a todos pertence e a todos diz respeito a responsabilização face ao mesmo.
2. aproximação ao público através da solicitação para participar dando sugestões, elaborando críticas e artigos de opinião para jornais ou dirigidas ao próprio museu.

Existirão muitas outras formas de aproximação que serão tão profícuas quanto seja possível o diálogo aberto e sincero entre as procuras sociais e o serviço que o museu disponibiliza.

Entre muitas tarefas que o museu deve alcançar encontramos a que diz respeito à interacção público-objecto, interacção esta «catalizada» pelo pessoal do museu e que podemos sintetizar em três missões: missão educativa, missão científica e missão difusora e social.

A Missão Educativa é a força primordial de toda a actividade museológica aquela que radica no desenvolvimento e aperfeiçoamento das faculdades humanas (intelectuais, culturais, artísticas, ideológicas, perceptíveis, afectivas...). Trata-se de predispor a mente e a sensibilidade do visitante para um «encontro» com civilizações passadas ou actuais e que possibilita uma reflexão do homem sobre si mesmo. A educação neste sentido não é entendida como instrução erudita ou excessivamente intelectual mas antes como uma abertura de caminhos diversos para a atitude reflexiva. A maior dificuldade radica no encontrar do equilíbrio entre a pedagogia objectiva e a subjectiva, em compatibilizar critérios educativos com validade científica e ideias sugestivas que despertam e vivificam, por meios também afectivos, as faculdades específicas e únicas de cada indivíduo – imaginação, sensação, fantasia, curiosidade, criatividade.... A educação a nível objectivo é sustentada em princípios sólidos e científicos mas que aceitam contradições, modificações e matizes diversas que podem ser revistas permanentemente para benefício de uma, cada vez maior, aproximação à realidade quotidiana.

A um nível subjectivo a educação manifesta-se sob os estímulos capazes de despertar a curiosidade dos visitantes e podem materializar-se em questões que se podem resolver com a imaginação, com a reflexão e com a confrontação com outras situações e realidades. Neste aspecto o museu não impõe, ou não deveria impor, um única perspectiva mas antes disponibiliza várias.

Na Missão Científica a investigação é algo essencial e necessário no desenvolvimento do museu, quer a nível interno quer a nível externo, quando o museu é procurado por especialistas em busca de conhecimentos. É importante neste aspecto o contacto com universidades, com instituições científicas e culturais que possibilitem o alargamento de perspectivas possíveis e a avaliação das práticas desenvolvidas aos mais diversos níveis (gestão, catalogação, preservação e conservação, animação, comunicação...).

Para o cumprimento da Missão Difusora Social são usados meios diversos – escrita, palavra, imagem – que exercem uma influência considerável na educação do público. Para tal, o museu não deve atender apenas aos valores sacralizados da cultura e deve atender não só às obras ditas consagradas mas expandir-se numa dupla perspectiva: 1ª difundindo os objectos consagrados que se desacralizam ao serem manipulados por meios difusores; 2ª projectando os objectos não consagrados pelo uso quotidiano que os caracteriza valendo-se dos grandes meios de difusão. Com esta perspectiva difusora e informativa, a cultura dos museus ultrapassa as suas paredes e «invade» a ruas e o espaço quotidiano.
O objectivo é o de educar e sociabilizar o homem mesmo que fora do museu, isto é, exercendo este uma influência directa sobre o indivíduo que ao sair do museu pode seguir com a liberdade que o museu lhe ofereceu através da educação, do conhecimento de si mesmo e da comunidade para o desenvolvimento da sua sensibilidade, das suas aptidões intelectuais e sensitivas.

Como que podemos afirmar que a tensão intrínseca que o museu comporta enquanto «conservador» e vivificador de obras e conteúdos de um passado para uma contemporaneidade e a oposição e resistências face à necessidade de fazer de si um centro vivo e dinâmico da cultura, faz parte da sua natureza. Também são conhecidas as oposições que surgem entre o domínio público e os objectos de carácter privado, mas todos reconhecemos que o museu é necessário para a sociedade.

Para ultrapassar estes conflitos há que recorrer à utopia.

"A utopia entendida positivamente no domínio do enunciado de grandes finalidades, é uma componente estruturante do trabalho em cultura que sempre pressupõe um desejo de transformação dos contextos e das práticas sociais."

Raquel Henriques da Silva, ex-Directora do IPM, 2000

Não consideramos esta uma tarefa impossível nem um objectivo nunca alcançado totalmente. Tenta-se a busca de uma realidade melhor o que pressupõe um acto de aproximação a uma nova realidade em permanente confronto com a realidade actual.

A utopia expressa um mundo de possibilidades e presume uma certeza baseada numa série de motivações que se fundamentam racionalmente na possibilidade de transformação do mundo presente. Neste contexto a transformação do museu é uma necessidade urgente.

O museu é um reduto cultural de alguns grupos quando deveria ser de todos e para ser desfrutado na sua plenitude terá de se transformar. Tal transformação não será imediata, espontânea e realizada sem esforços. Será antes de mais uma transformação consciente, planificada e induzida racionalmente por todos.

O museu deverá ser de todos e para todos mas o cenário actual indica-nos que ele não oferece respostas para toda a sociedade pois nela existem sectores que não foram preparados culturalmente para aceder a um centro que lhes pertence. Esta situação real deveria obrigar a uma revisão da política educativa, política esta baseada numa estruturação social de desigualdade que elege os privilégios da cultura através de uma grelha arbitrária que não reconhece o direito do indivíduo à cultura e perpetua as desigualdades socioeconómicas que a estruturação de classes implica.

Para além de outras fragilidades a escolarização é manifestamente insuficiente ao nível das expressões, do contacto com a arte e do questionamento sobre o mundo que nos cerca. Na maioria dos programas os professores sofrem do déficit de intervenção criativa com manifesta incapacidade para a integração de saberes e áreas disciplinares artísticas.

Portanto, para que o museu possa ser utilizado por todos, impõe-se uma planificação estatal no sistema educativo que possibilite e assegure a igualdade no acesso educativo à cultura, estabelecendo planos de estudo nos quais a capacidade intelectual crítica, criativa e a sensibilidade possam ser desenvolvidas por todos e activadas no museu enquanto centro eminentemente educativo e pedagógico. Ao mesmo tempo, as instituições de ensino manterão contactos com o museu para programar actividades complementares aos cursos teóricos.

O museu acredita que através do desenvolvimento da criatividade, do acto criador potenciado pela comunicação activa com o público, novas relações humanas se implantarão neste museu utópico que será produto da igualdade e não do domínio e da submissão. Nesta acção a cultura assume-se como elemento fundamental para a humanização da sociedade.

Ela é uma «arma» poderosa que possibilita ao homem perceber, sentir, criticar, reflectir e actuar porque ao ser assumida pela sociedade é a força que mais pode pôr em marcha o caminho do autêntico progresso.

Os museus assumem um papel didáctico cada vez mais importante na sociedade contemporânea pelo que se necessita de instituições museológicas que sejam referências culturais, essenciais para a formação e desenvolvimento da cidadania.

3.7 os estudos de públicos

Nos últimos anos multiplicaram-se os estudos sobre públicos da cultura faltando ainda proceder a um estudo de âmbito nacional que para além dos indicadores meramente estatísticos dê maior visibilidade aos aspectos de carácter qualitativo e etnográfico.

Contudo, é clara a noção da importância de um conhecimento minimamente aprofundado e actualizado destes públicos e de esta ser uma condição indispensável para analisar a relação entre oferta e procura no campo da cultura.

O museu apresenta para todos, como herança pública, os monumentos do passado, os instrumentos para a extravagante glorificação das grandes personagens e momentos históricos. Esta herança é, no entanto, uma falsa generosidade já que os que estão "equipados" com as habilitações para a apropriação das obras de arte, têm o privilégio do uso e têm o monopólio da manipulação dos bens culturais. De facto, uma ideia há muito enquistada refere que um museu é um espaço neutral, inocente em convicções, onde predomina a palavra da legenda e o "silêncio" da mensagem transmitida pelos objectos que "falam por si". Sabemos agora que o sucesso futuro dos museus reside essencialmente na relação desenvolvida com os visitantes.

Os museus abriram as suas portas à avaliação na década de vinte do século XX, particularmente nos Estados Unidos da América, num tempo em que se sentia uma certa pressão para justificarem a sua utilidade face aos fundos dispendidos pelo estado e pelos mecenas.

Edward Robinson[120], professor de psicologia da Universidade de Yale, procedeu à quantificação temporal e espacial do comportamento do visitante como um meio de avaliar as exposições. Contudo, esta preocupação demasiado "*behaviourist*" com a medida das variáveis físicas, conduzia a conclusões reducionistas. Os aspectos empíricos e as generalizações são insuficientes para captar toda a informação.

Com a chegada de novas perspectivas teóricas e metodológicas trazidas pelo interaccionismo simbólico, pela etnometodologia, a análise empírica é então substituída pelo pluralismo de abordagens possíveis. O princípio introduzido pela Escola de Chicago nos anos 20 e 30 do século XX mantêm todo o seu significado e pertinência: os factos sociais surgem a partir da interacção dos actores sociais. Questionários e entrevistas servem agora ao investigador como meios de objectivar a realidade social. O social, como uma construção dos actores, e o sentido que estes mesmos atribuem à acção são agora aspectos essenciais. A subjectividade prevalece sobre a objectividade.

Pierre Bourdieu[121] também fez a sua proposta de estudo do público partindo dos conceitos de "*habitus*" e "*capital cultural*".

Para aquele autor os elementos necessários para o acesso intelectual, artístico e perceptivo estão afectos a uma classe culta e minoritária que possui as chaves para a interpretação dos fenómenos culturais de onde resulta que as instituições culturais, e neste caso, os museus, favorecem e contribuem para a diferenciação de classes e de níveis culturais embora a museologia tenha desenvolvido esforços para abolir as fronteiras criadas entre o museu e o público.

A necessidade cultural aparece como produto consequente e paralelo ao processo educacional que se desenrola em diversas e progressivas escalas de valores desde o primeiro movimento cultural humano – a curiosidade – e os consequentes factores que beneficiam – desejo de aprender, de obter informação, de educar o gosto e a sensibilidade através de aprendizagens contínuas.

[120] Margarida Lima de Faria, *Avaliação dos Museus na Perspectiva dos Públicos* (proposta de texto para a Revista do Centro de Estudos de Etnologia da Universidade Nova de Lisboa, 2003).
[121] Pierre Bourdieu & Alain Darbel, *The Love of Art*, Cambridge, Polity Press, 1991.

Tendo em conta o critério necessidade cultural podemos distinguir três tipos de público:

a) público especializado – quantitativamente escasso abarca: investigadores e cientistas; eruditos; artistas e críticos de arte.

Para estes o museu é um centro de investigação (museu-laboratório) e a meta é o estudo científico e especializado.

b) público culto – quantitativamente minoritário mas complexo qualitativamente no nível sócio-cultural. Abarca: estudantes universitários; médicos, advogados, arquitectos; classe social alta mas sem profissão definida.

Para este público o museu é acima de tudo um «espaço estético», uma experiência de fruição estética de grande sensibilidade.

c) grande público – maioritário quantitativamente e minoritário qualitativamente. Engloba: trabalhadores (operários, agricultores); alunos do ensino básico e secundário; profissionais médios (artesãos, comerciantes). Para este público o museu constitui-se como um «museu educativo».

Apesar de tudo continuam a existir dimensões de difícil análise nas visitas aos museus que nem mesmo as técnicas de observação empírica são capazes de captar. A relação entre atitude e comportamento tem constituído um notório problema no campo das ciências sociais. Na sociologia interpretativa reconhece-se que não existe uma solução técnica verdadeiramente eficaz e não existe uma fundamentação teórica que suporte uma coerência total entre o que se diz e o que se faz.

A visita ao museu é uma escolha feita pelo prazer dos museus serem lugares visitáveis com a família e os amigos. Estas motivações são importantes para o modelo de comunicação escolhido pelo museu. O momento de relaxamento e de contacto com a família é tão importante para os visitantes como a exposição que estão a visitar. Relaxamento, prazer e informação trabalham conjuntamente para "colorir" a relação do visitante com o museu.

O modelo de comunicação accionado deve ter também em linha de conta a forma como as pessoas se organizam e se apresentam na visita.

Assim, podemos ter:

- grupos com crianças: constituem o maior número de visitantes. Gostam de participar em exposições interactivas, em conversas extensas e em consequência a visita alonga-se. Não se observam comportamentos de leitura, a não ser pelos adultos do grupo. Sempre que possível a visita deve envolver conversas, discussões e participação activa nas situações passíveis de interactividade;
- visitantes sozinhos/isolados: visitas mais rápidas e com grande detalhe na leitura da informação escrita. Não participam nas actividades de interacção. Os objectos e o jogo são relegados para segundo plano. A legenda, o elemento escrito é o principal objecto de atenção;
- casais: visitas longas e marcadas pela leitura atenta das legendas. Os participantes não conversam muito entre si;
- grupos de adultos: visitas não muito longas, não lêem muito. O principal motivo é a interacção entre os elementos do grupo e menos atenção e tempo para a exibição.

Deste modo verificamos que os contextos sociais de cada visita são importantes para o accionar de estratégias de comunicação que se adaptem a tais contextos e que envolvam os visitantes. Às diferenças de comportamento de cada visitante ou grupo de visitantes deverão corresponder diferentes modos de comunicação.

Nesta perspectiva, a linguagem usada nas exposições torna-se muito valorizada sendo dada muita atenção às legendas e à oralidade. Mesmo que existam outros elementos que dão sentido à exposição: gráficos, modelos, fotografias, meios audiovisuais ou artefactos, a linguagem acaba por ser o elemento chave que dá sentido à mostra. Estabelece-se por vezes um diálogo com as legendas ou com o monitor da visita como que se estivesse a conversar com os seus autores e traz-se para a discussão do grupo os sentidos que esses mesmos autores terão dado aos conteúdos.

De facto, as estatísticas mostram que o acesso às obras de arte é privilégio das classes ditas «cultivadas».

Sabendo que os museus são, em regra, de fácil acesso físico, e que os obstáculos económicos, importantes noutras esferas, são aqui de menor importância, temos, talvez, que invocar outras desigualdades dentro das quais se destacam as «necessidades culturais».

Apesar de no plano meramente teórico podermos afirmar que a sociedade «oferece» a todos a «possibilidade pura» de aceder aos museus, sabemos que no plano real só alguns têm a «real possibilidade» de o fazer.

As «necessidades culturais» e as «práticas culturais» estão intimamente associadas às aspirações para a prática cultural e todas por sua vez ligadas à educação de cada indivíduo.

A escola estimula as «necessidades culturais» e ao mesmo tempo providenciará os meios para as satisfazer tendendo a inculcar disposições, definidas pelo reconhecimento do valor dos objectos de arte e por uma atitude generalizada para a apropriação de meios para sua interpretação.

Enquanto a obra de arte apenas existir para quem a decifrar e compreender, a satisfação perante a sua percepção só está acessível para aqueles que são portadores das disposições de apropriação. Logo, esta distinção só a possui quem teve no seu ambiente escolar e familiar os meios de apropriação dessa mesma obra de arte.

Assim, ao contrário das necessidades primárias, as «necessidades culturais» multiplicam-se à medida que são satisfeitas. Cada apropriação tende a aumentar o desejo para novas apropriações.

Ao ignorar as predisposições transmitidas pela família a escola faz das «necessidades culturais» características inatas capazes de ditarem o sucesso de quem as possui e o insucesso dos delas desprovidos. As desigualdades em relação às práticas culturais não podem ser consideradas "naturais", simples diferenças de talento quando tais diferenças derivam, antes de mais, do meio familiar. Se defender a "naturalidade" das desigualdades, o sistema escolar perpetua as desigualdades iniciais. Segundo esta linha o museu acaba por ser um terreno onde alguns se sentem incluídos e outros excluídos.

Para que a obra de arte "desperte" a inspiração estética em todas as pessoas, por mais desvantagens culturais que possam ter, e para promover a sua difusão é necessário acabar como carácter arbitrário e natural do "talento" individual já que este é sempre produto de processos educacionais desiguais.

O ensino de história da arte, o ensino artístico ao nível das várias expressões são factores tão importantes para promover um maior acesso à prática cultural como o apoio e o estímulo das famílias e dos grupos de referência. Torna-se deveras importante a formação do *habitus* desde a primeira infância socializando os indivíduos nos estilos de vida e de consumos e práticas culturais das respectivas famílias. A família e a escola monopolizam, desta forma, as mais importantes fontes de formação do gosto cultural.

A observação sociológica permite descobrir as formas de percepção correspondentes a diferentes níveis que a análise teórica enumera. Todos os bens culturais podem ser "apreendidos" de modos vários desde a simples reacção mais sensorial até ao deleite do conhecedor familiarizado com o assunto. O comportamento dos visitantes varia e a atitude muda com a oposição entre o universo do sagrado e o universo do profano, entre o intocável e o tocável, entre o barulho e o silêncio mais contemplativo.

Segundo Pierre Bourdieu[122], a "classe trabalhadora" prefere visitar os museus em grupo e ter disponível um guia para os acompanhar de modo a facilitar o "acesso" ás obras de arte. A população e visitantes mais educados prefere fazer a visita sozinha ou com a ajuda de um amigo "conhecedor". O sentimento de "incompetência" que caracteriza os visitantes menos cultivados é uma das causas para os manter mais distantes dos museus. Informações, guias, recepcionistas não serão capazes de ultrapassar a lacuna na educação mas serão grandes auxiliares na transmissão de informações passíveis de minimizar a aparente inacessibilidade das obras de arte para os visitantes das "classes trabalhadoras". Neste caso o perfil dos visitantes regulares pode ser considerado um indicador do nível de informação disponibilizado pelos museus. Quanto mais diversificada a oferta dos museus mais diversificada será a composição dos seus visitantes e daqui a necessária e fundamental urgência de os museus procederem à renovação e diversificação das suas propostas culturais.

[122] Pierre Bourdieu & Alain Darbel, *op. cit.*

A própria constituição das equipas de trabalho dos museus carece de renovação já que os "curadores", escolhidos antigamente pela teia de conhecimentos e pela origem e prática aristocrática e não pela sua preparação técnica, estão hoje desadequados ás sociedades em permanente transformação.

A utilização socialmente mais alargada dos museus coloca tensões e forças entre tendências mais conservadoras e outras que vêm nestes espaços condições propícias à criação de práticas e relações inovadoras com a comunidade. Esta inovação não é apenas registada na diversidade social dos utilizadores dos museus mas também constatada nos meios tecnológicos accionados e nas concepções estéticas assumidas.

Se por um lado o museu, enquanto instituição de cultura erudita, *"continua a estar bem cotado na escala de classificação simbólica dos espaços culturais, servindo de referência à mobilidade de indivíduos que vêm na sua frequência uma forma de valorização social, por outro, conta com uma população hoje mais escolarizada, e que possui um renovado interesse em se cultivar através de uma experiência pedagógica de digestão fácil e de componente lúdica..."*[123]

Todos os estudos disponíveis confirmam a *"...fortíssima correlação entre condição social e consumo cultural. Mostram, em particular, que este consumo tende a ser mais regular e intenso entre os grupos detentores de mais elevados diplomas escolares; entre os grupos socio-profissionais de actividade técnica, científica e liberal; e entre os jovens, designadamente, os estudantes de ensino superior."*[124]

«...fidelizar os públicos que hoje se manifestam como ocasionais, esporádicos ou erráticos. Transformar procuras ocasionais em audiências consolidadas e exigentes de bens, eventos e operadores culturais. O que, provavelmente, requer, mais uma acção determinada de estruturação e qualificação da oferta cultural disponível, dos seus modos de relacionamento com os públicos, e da sua parceria com instituições educativas em programas de longo prazo para a formação de públicos.»[125]

[123] Margarida Lima de Faria, Etapas e limites da globalização da cultura institucional: os museus, in Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva (orgs), *Projecto e circunstância - culturas urbanas em Portugal*, Porto, Edições Afrontamento, 2002, p. 322.
[124] Augusto Santos Silva, Felícia Luvumba, Helena Santos, Paula Abreu, *Públicos para a cultura na cidade do Porto*, Porto, Edições Afrontamento, 2000, p. 10.
[125] idem, *ibidem*.

A mudança ao nível da oferta será assim apresentada como estratégia para a alteração na estrutura social da procura? Acreditamos que sim.

Contudo, esta mudança terá que ser o mais abrangente possível e tocar aspectos como a produção e programação permanente e temporária, a comunicação e o acolhimento, a política de preços e horários, a programação complementar e alternativa, a formação, os serviços de apoio à informação e investigação, a relação com a comunidade próxima...

Quando se actua a penas a um nível os resultados mesmo que positivos poderão ser aparentes e de carácter efémero. Vejamos, a título de exemplo, o estabelecimento de entradas gratuitas em museus britânicos.

Na sequência das medidas de democratização do acesso à cultura preconizadas pelo Partido Trabalhista Britânico, foram estabelecidas entradas gratuitas em mais de 20 museus ingleses tendo, para o efeito, sido reforçados os financiamentos público, nomeadamente os oriundos da Lotaria Nacional. Entre estes museus podemos encontrar o Victoria & Albert Museum e os Museus da Ciência e de História Natural e o objectivo era atrair novos públicos aos museus nomeadamente jovens e classes desfavorecidas.

O balanço positivo apontava para um aumento de 62% no número de visitantes, perfazendo mais de 2,7 milhões de entradas gratuitas[126]. Apesar deste aparente sucesso os números escondiam uma outra realidade. Na verdade, a população que visita estes espaços e galerias de arte tinha aumentado apenas 7% e continuavam a predominar as classes A e B sendo que a maior parte dos visitantes é licenciada. O que aconteceu foi que os públicos que já iam ao museu, aproveitaram o facto de ser gratuito para poder repetir as suas visitas.

O problema de base não foi ultrapassado pela simples gratuitidade das entradas mas antes viu reconhecida uma complexidade que merece uma maior atenção e um maior investimento que vai muito para além dos meios financeiros.

Notícias recentemente vindas a público[127] apontavam a exigência do governo britânico em relação ao aumento de públicos em quatro dos principais museus: Museu Britânico; National Gallery; Tate Gallery e Victoria & Albert .

[126] Catarina Gomes, «Entradas gratuitas em museus britânicos são alvo de contestação», in jornal *Público*, s/d.
[127] «Reino Unido Museu têm de conquistar minorias», in jornal *Público*, 10 Dezembro 2003.

Só este facto justificaria a manutenção dos financiamentos públicos e para tal haveria que cativar mais crianças, deficientes e minorias étnicas.

Apesar da Tate Modern prever nesse momento uma descida no número de visitantes, fruto do ambiente eufórico da pós inauguração, o governo britânico mantinha expectativas de um crescimento global de 2,5 % entre 2003 e 2006. Para atingir tais objectivos anunciaram então medidas de revalorização que envolvem obras e programas especialmente concebidos e adaptados para minorias étnicas.

Como se verifica a discussão em torno de qual é o público da cultura continua actual.

Em Novembro de 2003, a propósito do encontro "Públicos da Cultura", organizado pelo Observatório das Actividades Culturais (OAC), no Instituto de Ciências Sociais (ICS) da Universidade de Lisboa[128], esta temática voltou a estar sob o olhar atento de diferentes especialistas. Várias foram as classificações atribuídas aos públicos: «*circunstanciais*», «*relativos*», «*habituais*», «*irregulares*», «*retraídos*», «*cultivados*», «*displicentes*», «*públicos cultivados*», «*públicos relativos*».

Segundo José Paquete de Oliveira (ISCTE) «*o público não existe; cria-se*» e a sua existência legitima a oferta (veja-se o caso da Expo'98 enquanto forma de dinamização que visava formar novos públicos que não são mais do que públicos circunstanciais visto carácter efémero deste evento). Para Rui Telmo Gomes (OAC) existe um tipo de públicos da cultura que apesar de cativado para eventos deixou depois de frequentar actividades culturais (de novo o carácter excepcional e festivo a determinar a temporalidade do público). Para este investigador estes são por excelência os «públicos displicentes», ou seja, pessoas que apesar de deterem recursos económicos consideráveis, não frequentam actividades culturais com regularidade. Os chamados «públicos relativos» são os que têm recursos reduzidos e «práticas culturais frágeis» (veja-se o caso das acções desenvolvidas pela Porto 2001 que envolveram populações dos bairros e de instituições «sensíveis» da cidade e que não tiveram continuidade).

Para João Teixeira Lopes (FLUP), podem-se ainda distinguir mais três grupos de públicos:

[128] Nyara Figueiredo, «Qual é, afinal, o "público da cultura"?», in jornal *Público*, 27 Novembro 2003.

Os «habituais» são compostos por um pequeno círculo minoritário, com elevado capital escolar e gostos ecléticos.
Para estes a recepção implica o domínio dos códigos de leitura dos diferentes estilos; os «irregulares» não frequentam de forma regular a mundo da cultura envolvendo-se de forma «espontânea»; os «retraídos» dizem respeito aos públicos susceptíveis de serem influenciados pelos media registando uma recepção «distraída e incompetente».

Subjacente a esta discussão está uma outra que gira em torno do próprio conceito de «público». Este apresenta-se de forma difusa e pauta-se por uma enorme diversidade de classificações. A anterior ideia de que «público» seria um grupo de pessoas com interesses comuns e que, por isso, se opunha à «massa» anónima já não é suficiente. Os públicos da cultura serão, acima de tudo, grupos diferenciados num grupo homogéneo da sociedade portuguesa.

3.8 sobre a história dos museus em Portugal

A visão enciclopédica do Iluminismo do século XVIII fez nascer em Portugal o Real Museu da Ajuda (criado pelo Marquês de Pombal para o príncipe D. José) e o Museu da Universidade de Coimbra[129] que se constituíram como herdeiros das colecções que os monarcas haviam reunido em épocas anteriores para as quais muito terá contribuído a diáspora portuguesa, o contacto com outros ambientes naturais e culturais e a consequente recolha de espécies naturais (plantas, animais, minerais) e artefactos de carácter etnográfico. Para abarcar toda esta diversidade o Real museu da Ajuda era constituído por um Museu de História Natural, um Jardim Botânico e um Gabinete de Física. O espólio do Museu de História Natural era tão rico que não passou despercebido aos interesses de Napoleão durante o período das invasões francesas interesse este que se traduziu na «subtracção» de milhares de espécimes minerais, animais e herbárias.

[129] A este propósito refere-se o próprio Marquês de Pombal: "E porque muitas pessoas particulares por gosto, e curiosidade tem ajuntado muitas colleções deste genero, que fechadas nos seus Gabinetes privados não produzem utilidade alguma na instrução pública (...) e poderão os ditos primeiros possuidores deixar as referidas Colleções ao Gabinete da Universidade, que deve ser o Thesouro público da História Natural, para a instrucção da Mocidade que de todas as partes dos meus Reinos, e Senhorios a ella concorrem." Estatutos da Universidade de Coimbra, Tit VI, Cap. I, Lisboa, MDCCLXXII, p. 265, in Maria Beatriz Rocha-Trindade (coord.), *Iniciação à Museologia*, Lisboa, Universidade Aberta, 1993, p. 22.

Em 1779 foi criada a Academia das Ciências de Lisboa, Muitas vezes referenciada como Museu Nacional ou Museu Nacional de Lisboa, tinha como objectivo ilustrar o estado da indústria nacional e popular e o desenvolvimento das ciências e das artes.

Durante o cerco da cidade do Porto pelas forças realistas (1832-1833), D. Pedro IV decidiu aí instalar um Museu de Pinturas, Estampas e outros objectos de Belas Artes.

Documentos programáticos elaborados por João Baptista Ribeiro[130] apontam para o surgimento do primeiro museu de carácter público em Portugal:

"...A primeira abertura do Museo Portuense n'esta Heroica, e Fiel Cidade do Porto formará para sempre uma época memorável na história da Monarchia Portugueza (...) por ter dado pela primeira vez aos Portuguezes um centro de reunião às producções d'Arte, da Pintura, Gravura, Escultura e Architectura Civil (...) a Nação concorrerá ao Museo a declarar o seu gosto pelas Bellas Artes (...) as obras magistraes que por ventura alli estejão, espalharão até nas ultimas classes do Povo o gosto do bello, o amor e o sentimento das Artes (...) O Governo dando protecção a tal estabelecimento mostrará que marcha na mesma senda das Nações civilisadas. O Museu recolherá proveitosamente a sentença do homem velho, o pensamento do menino, o juízo do litterato, o dito do homem do mundo, e os propositos do Povo."

Aberto ao público em 1840, o Museu Portuense instalou-se numa primeira fase no Convento de Santo António da Cidade passando em 1911 a adoptar a designação de Museu Soares dos Reis.

Durante o período da monarquia constitucional (1820-1910) surgem também os museus regionais («gabinetes de raridades de qualquer espécie e de pinturas»), o Museu da Academia das Ciências, o Museu Nacional de Belas Artes, o Museu de Arqueologia, alguns Museus Industriais, o Museu Colonial e o Museu dos Coches Reais (o último a ser inaugurado por um Rei em 23 de Maio de 1905).

As décadas de 60 e 70 do século XIX assistiram a uma vaga de escavações arqueológicas que percorreram todo o país dando origem a museus de forte componente arqueológica como são os casos de alguns Museu Regionais dos quais se destacam a título de exemplo o Museu Arqueológico de Elvas e o Museu Municipal da Figueira da Foz (desde 1910 designado Museu Municipal Dr. Santos Rocha).

[130] Cit. Por Pedro Vitorino, Os Museus de Arte da Cidade do Porto, Coimbra, 1930, pag. 11-16, in Maria Beatriz Rocha-Trindade, *op. cit.*, p. 31.

A implantação da República em 1910 trouxe consigo a reestruturação das instituições de carácter museológico. Neste contexto surgem os Museus Nacionais de Arte Antiga e de Arte Contemporânea (actual Museu do Chiado), constituídos a partir da divisão de grande Museu de Belas Artes, e os Museus Regionais de Aveiro, Évora, Faro, Bragança, Viseu, Lamego, Leiria, Beja, Tomar, Abrantes, Chaves e Vila Real, os quais se juntaram aos já então existentes em Coimbra, Porto, Guimarães e o de Alcácer do Sal, fundados ainda no século XIX.

Ao Estado Novo deve-se as obras de melhoramentos no Museu Nacional de Arte Antiga que visaram acolher a Exposição dos Primitivos Portugueses, durante as comemorações da fundação e da restauração da nacionalidade em 1940, a reorganização do Palácio dos Carrancas, no Porto, espaço para onde se deslocou o Museu de Soares dos Reis, passando, desde então, a Museu de carácter Nacional, as fundações dos Museus de Arte Popular e de Etnologia do Ultramar, actualmente Museu Nacional de Etnologia.

É no período do Estado Novo que os museus se organizam em três grupos:

Museus Nacionais: Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Arte Contemporânea e Museu Nacional dos Coches a título de exemplo;

Museus Regionais: onde figuram entre outros o Museu Machado de Castro e o Museu Grão Vasco;

Museu Municipais: espalhados um pouco por todo o país.

Em Dezembro de 1965 é publicado o Regulamento Geral dos Museus de Arte, Historia e Arqueologia. Este documento, para além de elencar os «museus oficiais», trouxe consigo um carácter inovador quando aponta as grandes linhas orientadoras para a prática museológica:

a) os museus deveriam ser organismos vivos e centros activos de divulgação cultural;
b) a prática museológica deveria observar os modernos preceitos;
c) os museus deveriam accionar mecanismos para atrair visitantes e sobre eles exercer uma acção pedagógica eficiente;
d) sugerem-se contactos estreitos e constantes entre os museus e as escolas.

Ainda em 1965 é instituída a APOM – Associação Portuguesa de Museologia que visa congregar profissionais ligados aos problemas museológicos e promover o conhecimento e a reflexão em torno desta actividade.

Durante este período constituiu também nota de destaque a importante e vanguardista instalação em Portugal da Fundação Calouste Gulbenkian que, em 1969, inaugurava o edifício construído de raiz para o seu Museu onde figuram significativos núcleos de Arte Egípcia, Greco-Romana, Oriental, Islâmica, Europeia e de Artes Decorativas. Este projecto viria a ser complementado na década de 80 pelo Centro de Arte Moderna (CAM), especialmente dedicado à arte moderna portuguesa.

O panorama dos museus nacionais viria ainda a ser alargado na década de 70 com o Museu Nacional do Traje, o Museu Nacional do Teatro e o Museu Nacional da Ciência e da Técnica (Coimbra), entre outros.

A década de setenta do século vinte constituiu um momento decisivo para a generalidade das instituições museológicas portuguesas e mundiais.

Neste campo apresentamos como exemplo a visão extremamente moderna preconizada num texto do Professor Mário da Silva[131] e a propósito do programa do referido Museu Nacional da Ciência e da Técnica:

"O novo museu será, entre nós, verdadeiramente, um Museu novo, na sua estrutura, organização e funcionamento. Deverá ser – e só assim poderá corresponder à ideia que, inicialmente, foi concebida – um organismo, nasa estático ou meramente passivo, mas, pelo contrário, dinâmico, largamente actuante nos vários sectores da nossa vida intelectual, sobretudo nos meios escolares, em todas as suas modalidades, voltado não apenas para o passado, mas, predominantemente, para o presente, e mesmo para o futuro. Deverá ser, em resumo, um centro activo de ensino, catalizador e animador de investigações técnico-científicas, de difusão e de divulgação de conhecimentos teóricos e práticos, e, na mais larga medida, de divulgação das diversas ciências, em todos os seus níveis, ou das diferentes técnicas, em todos os seus múltiplos domínios, que possam estar, uma e outras, na base do nosso desenvolvimento cultural ou determinem a melhoria segura do nosso ambiente sócio-económico."

As novas práticas e, consequentemente, o alargamento do conceito de património que agora integra os testemunhos da cultura material (engenhos, máquinas, fábricas, moinhos, paisagens), deram origem a novas instituições.

[131] Mário Silva, in Publicações do Museu Nacional da Ciência e da Técnica, nº 1, Coimbra, 1971, pag. 6, in Maria Beatriz Rocha-Trindade, op. cit, p. 60.

Para além dos museus de belas artes, de arqueologia, de ciências naturais, surgem em Portugal instituições vocacionadas para a preservação das memórias colectivas associadas ao artesanato, à agricultura, à pesca e ao mar, ao vinho, à farmacêutica, à indústria conserveira, às festas populares e religiosas, ao traje, aos transportes, à água e electricidade.

A afirmação pioneira de João Couto[132], director do Museu Nacional de Arte Antiga nas décadas de 40 e 50 do século XX, era deste modo confirmada: «*O museu que, no âmbito das suas actividades, não se integra nas necessidades culturais de uma época é uma instituição incompleta quanto ao objectivo social e ao interesse colectivo*».

Os museus deixaram de ter apenas por objectivo a salvaguarda e exposição de obras de arte e passaram a conservar a memória colectiva por formas mais alargadas, conservando e mostrando a história das comunidades, a evolução das ciências e das técnicas, as artes e os ofícios tradicionais, as formas de vida das populações, especialmente das que habitam nos territórios envolventes.

Integrado na nova forma de «ser e de fazer» museologia destacamos o conceito de Ecomuseu. Aqui o museu não se limita ao espaço do edifício onde estão os objectos, mas antes se estende ao território, às populações e aos bens conservados *in situ*.

Em Portugal destacou-se neste campo o Ecomuseu do Seixal (1982).
Integrando o território total do município, compreende vários núcleos museológicos que conservam e valorizam o património.
Ao núcleo sede acrescentaram-se o Estaleiro Naval Tradicional da Arrentela, três embarcações tradicionais do Tejo (agora recuperados e reutilizados para fins didácticos e de recreio) e o Moínho de Maré de Corroios que se mantém em funcionamento. Mais recentemente o seu património museológico foi enriquecido com a integração de outros núcleos e extensões dos quais destacamos o Núcleo da Mundet (Edifício das Caldeiras Babcock e das Caldeiras de Cozer Cortiça) e a Extensão do Ecomuseu na Fábrica de Pólvora de Vale de Milhaços.

[132] João Couto, «Justificação do Arranjo de um Museu», *Bol. MNAA*, Vol. II, nº 1, 1948.

De facto este ecomuseu caracteriza-se pela participação da população, pelo território do concelho como área musealizável, pelo património cultural de todo o território conservado *in situ* e pela investigação pluridisciplinar. Projectos com estas características possibilita não só a salvaguarda do património como também gera outras mais valias como sejam a criação de postos de trabalho com a reabilitação de actividades artesanais e dos saberes fazer tradicionais, bem como a promoção do turismo.

Outro exemplo a destacar no âmbito de uma museologia activa, participante e participativa é o Museu de Mértola. A arqueologia é aqui assumida como o acesso a um saber assente num passado recente ou longínquo. Sobre este contexto a comunidade constrói a sua memória colectiva e o património pertence-lhe inalienavelmente. A recuperação e vivificação do património arqueológico tem sido acompanhado com outras medidas que visam a participação e o desenvolvimento sustentado da comunidade tornando o projecto rentável do ponto de vista social e económico.

Entre 1976 e 1985 surgiu em Portugal o que se denomina como uma nova geração de "museus nacionais" que se traduziu num movimento de projectar a museologia portuguesa em novas áreas temáticas penetrando assim, em domínios que até então lhe haviam sido desconhecidos. A ciência e a técnica, o traje, o azulejo, o teatro seriam objecto da criação de novos museus nacionais. Neste período detectou-se um movimento no sentido da descentralização, passando a intervenção estatal a assumir um carácter secundário e o papel motor desse tipo de iniciativas passa para entidades que não da administração central. As autarquias e as empresas assumem, cada vez mais, projectos de cariz museológico e patrimonial.

A observação do panorama museológico deste período revela também uma reavaliação do conceito de museu nacional até aí vigente. A expansão que se verificou ao nível dos museus regionais e locais foi acompanhada pela reivindicação e pelo reconhecimento do direito à fruição, pelas populações, dos seus valores patrimoniais. A mobilização das colecções em favor dos museus centrais passou a suscitar dificuldades o que veio a originar propostas inovadoras como a criação de redes de carácter sectorial.

Em 1989, o surgimento da Fundação de Serralves é o resultado de uma parceria entre o Governo Português, instituições públicas e privadas e particulares e depressa se torna protagonista de um novo modelo de gestão ganhando projecção a nível nacional e internacional.

Este facto não será alheio ao poder de atracção que exerce sobre novos Membros Fundadores que neste momento ultrapassam já a centena.[133] A Fundação assume-se como instituição cultural de âmbito europeu ao serviço da comunidade nacional e que tem como missão sensibilizar e interessar o público para a arte contemporânea. O Museu de Arte Contemporânea em conjunto com o Parque envolvente assumem-se como espaços pluridisciplinares vocacionados para a educação ambiental e para a reflexão e debate em torno da sociedade contemporânea.

Mais recentemente e por motivos associados à preservação de paisagens foi introduzido um novo conceito – o exomuseu. Por exomuseu entende-se uma estrutura museológica de escala regional, ou mesmo nacional, que reúne testemunhos do património natural e cultural classificados, protegidos e utilizados enquanto objectos museográficos que, pela sua natureza e dimensão, só podem ser observados no próprio local, isto é, no exterior e nunca num museu dentro de portas. A título de exemplo apontamos as pistas de pegadas de dinossáurios recentemente descobertas e classificadas.

Locais de interesse geológico, bosques, lagoas, nascentes são peças de um exomuseu que se podem e devem dinamizar do ponto de vista pedagógico e da preservação do ambiente natural.

Em 1998 o Instituto Português de Museus (instituto que tutela 29 museus de arte, arqueologia e etnologia), em parceria com o Observatório das Actividades Culturais, levou a efeito o Inquérito aos Museus em Portugal traçando desta forma um panorama sobre a oferta museológica nacional. A análise incidiu sobre 530 unidades de um universo total de 680 auto-designadas «museu» existentes em Portugal. O panomara foi então considerado «desolador» já que apenas 50% preenchiam os 14 critérios exigidos para serem considerados como museus.

[133] in http://www.serralves.com/p/founders.html (consulta realizada em 24.07.04).

Os 14 requisitos para um museu

«Inventário do acervo; instituição com funcionamento anual; instalações com carácter definitivo; existência de pelo menos uma sala de exposição; sala destinada a outras funções; existência de pelo menos um dos serviços de acolhimento de público: cafetaria, loja ou biblioteca; presença de um técnico superior ou conservador; orçamento anual próprio; ter um folheto ou desdobrável; ter dois tipos de actividades orientadas para os visitantes; o endereço da instituição deve constar em informações sobre itinerários culturais da região; existência de serviços educativos; dos três tipos de relações com o exterior (divulgação do acervo, investigação e desenvolvimento ou marketing e publicidade), prática de pelo menos uma; existência de anti-roubo ou anti-incêndio.»

inquérito do OAC

Segundo este estudo[134] predominam os Museus de Arte (114 – 21,5%), seguindo-se os dedicados à Etnografia e Antropologia (110 – 20,7%), à Ciência e Tecnologia (34 – 6,4%). Estes últimos, apesar de minoritários, são aqueles que possuem um maior grau de atractividade junto dos visitantes.

A maioria dos museus (60%) são públicos. Destes, 35% estão sob a tutela da administração local e 22% sob a tutela da administração central. Deste conjunto 36% dependem do Ministério da Cultura, 33% do Ministério da Educação e 17% do Ministério da Defesa. Sob a tutela dos governos regionais dos Açores e Madeira registam-se 18 museus.

Os museus privados representam 40% do total nacional e destes 41% estão sob a alçada de associações, 19% dependentes da Igreja Católica, as empresas detêm 14%, os particulares 10% e as misericórdias 8%.

Em relação à sua distribuição geográfica registamos que as vincadas assimetrias apontadas para outros crítérios da sociedade portuguesa actual, repetem-se também nesta área. A região de Lisboa e Vale do Tejo concentra 188 espaços museológicos (35,5% do total nacional), seguindo-se a Região Norte com 129 museus (24,3%) e o Centro com 17,9% dos museus nacionais. O Alentejo detém uma percentagem superior ao Algarve (10,9% contra 4,9%). Açores (16), Madeira (18), e Algarve (26) são as regiões com menos museus representando os dois primeiros 3 e 3,4% do total nacional.

Só 22,3% dos museus desenvolvem um inventário consistente. Cerca de 56% afirmaram fazê-lo de modo muito sumário.

[134] Maria de Lourdes Lima dos Santos (coord.), *Inquérito aos museus em Portugal*, Lisboa, IPM/OAC, 2000.

Relativamente à conservação das colecções, 18% não a leva à prática e 36% intervém apenas no plano da prevenção. Enquanto 30% considera que as acções encetadas são suficientes, 23% considera-as insuficientes. 29% das instituições recorrem ao exterior para suprir esta necessidade.

Quanto aos inventários apenas 4% se encontram informatizados estando 26% dos casos com o processo de informatização em curso. Existe uma enorme lacuna a este nível sendo que 31% não prevê a sua instalação a curto prazo.

Ao nível dos serviços técnicos a situação também não é muito animadora e 43% dos museus não possuem mesmo qualquer serviço técnico. Apesar desta realidade as bibliotecas e os centros de documentação são os serviços que os museus mais dispõem (39%). No ponto oposto apenas 3% registam a existência de laboratórios de investigação e 19% assinalam laboratórios de restauro.

Três quartos dos museus funcionam durante todo o ano em regime de permanência, 64% estiveram abertos ao público mais de 200 dias, 66% de manhã e de tarde e 57% aos fins-de-semana.

Da totalidade dos museus, 59% admite desenvolver a vertente educativa sendo a actividade principal corporizada nas visitas guiadas de estudantes. Contudo, apenas 26% dos museus assinala a existência de serviços educativos devidamente organizados.

Quanto a projectos de investigação apenas 38% afirma desenvolvê-los recorrendo a técnicos internos (35%) ou externos (53%). Quanto ao corpo técnico existente 32% assinalou a formação como uma necessidade a dar resposta.

Dos 530 museus da amostra 28% não tem qualquer serviços de acolhimento ao público. Os museus que possuem espaços exteriores são 38% e com bibliotecas e centros de documentação encontramos 36%.

Quando se admite o papel crucial das novas tecnologias da informação quer a nível dos serviços internos quer dos virados para o exterior, apenas se registam 4% dos museus com acesso à internet e 10% com serviços multimédia.

Nos últimos 25 anos surgiram em Portugal 232 novos museus o que demonstra o investimento realizado nesta área. Sublinhamos que só nos últimos 5 anos foram 102 os museus novos a surgirem.

Nesta amostra 59% dos museus foi criado desde 1974 mas são as décadas de 80 e 90 aquelas que, juntas, representam 53% do total desde 1899. Os museus mais «jovens» encontram-se no Norte e Lisboa e Vale do Tejo. Esta última representa 47,1% dos museus mais antigos.

Este inquérito aponta também quais os principais problemas das entidades destacando-se entre outras as dificuldades de índole financeira (55%). Apenas 29% dos museus têm orçamento anual próprio. A maioria dos orçamentos (66%) não ultrapassa os 250 mil euros e apenas 2% recebem mais de 500 mil euros. Refira-se que destes últimos 23,5% estão sob a tutela privada enquanto a administração central e local tutelam respectivamente 8,3% cada.

Carências de pessoal (50%), de instalações (45%), de espaços adequados à função museológica - conservação (43%) e restauro (40%) – e segurança (27%) foram outras das dificuldades enunciadas.

«...um orçamento esquizofrénico que vive entre a euforia causada pelo crescimento dos apoios comunitários e a frustração de não poder usufruir desses subsídios na totalidade, devido à inexistência de suficientes contrapartidas nacionais exigidas pela União Europeia.»[135]

Actualmente, e apesar da maior diversidade de origens das receitas dos museus públicos e privados - lojas, bilheteira, mecenato, aluguer de espaços - , são muitos os constrangimentos financeiros destes mesmos museus.

Entre 1999 e 2001 o número de registos de museus aumentou de 680 para 910[136]. Verificamos, portanto, um aumento de cerca de 34% sem que para esse aumento quantitativo corresponde-se um aumento qualitativo.

Os últimos 15 anos do panorama museológico português, e apesar do considerável aumento do número de museus existentes, foram marcados por um vazio normativo, pela desvalorização das carreiras, pela carência de pessoal e por crónicas, e cada vez maiores, limitações orçamentais de funcionamento corrente e de investimento.

[135] Raquel Henriques da Silva, «A cultura não pode ter cortes cegos», in jornal *Público*, 18 Maio 2002.
[136] José Soares Neves e Jorge Alves dos Santos, «Museus portugueses: evolução recente do seu levantamento (1999-2001)», in *Museus, Boletim da Rede Portuguesa de Museus*, Junho 2001, p. 10.

O POC (Programa Operacional da Cultura lançado pelo Ministério da Cultura), cria um reforço de meios que incidem na criação inicial e não garantem o funcionamento a longo prazo.

Estes constrangimentos conduziram os museus portugueses a uma grave situação de «abandono». Tudo isto agravado pelo facto de este período de tempo não ter sido acompanhado por uma reflexão global e estratégica sobre o papel que cabe aos museus cumprir.

Face a este panorama foi então decidido pelo Instituto Português de Museus avançar com a Rede Portuguesa de Museus. Esta Estrutura de Projecto organiza-se em torno de três eixos – informação, formação e qualificação - e propõe-se alcançar os seguintes objectivos: elaboração de programas de apoio a museus, acompanhamento e apoio técnico a projectos, estabelecimento de formas de cooperação e organização de acções de formação. Este organismo estabelece , entre os seus objectivos, o dever de desempenhar um papel de intervenção social que se articula com a função social e cultural dos museus, na medida em que pode motivar e incentivar o desenvolvimento de contactos mais profundos com as populações com que os museus estão relacionados, na perspectiva de conhecer e de valorizar a interpretação dos patrimónios que lhes dizem respeito.

Já em 2004 foi aprovada na generalidade a nova lei-quadro dos Museus que visa substituir o «Regulamento Geral dos Museus de Arte, História e Arqueologia» que datava já de 1965. Este novo enquadramento legislativo define pela primeira vez o conceito de museu e as funções essenciais à sua actividade. Mais do que uma importante actualização, procura acompanhar a evolução das últimas décadas e antecipar alguns aspectos futuros.

Como todas as leis, esta proposta, que aguarda ainda regulamentação, é vista como um estímulo à melhoria da qualidade dos museus mesmo que muito dependa dos efeitos práticos que vier a produzir, tanto no plano da reorganização de serviços públicos, como no plano da revisão de carreiras profissionais e ainda no plano do reforço institucional dos museus.

A nova lei estabelece requisitos de exigência e responsabilidades para todas as funções que os museus devem exercer – estudo, investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, segurança, exposição, interpretação, e educação – e determina responsabilidades acrescidas para a Administração Central e para o Instituto Português de Museus. Institucionaliza também a Rede Portuguesa de Museus que continuará a desenvolver programas de apoio técnico e financeiro aos museus independentemente da sua tutela. Um dos aspectos mais positivos da Rede tem sido desenvolvido ao nível da formação em domínios antes quase inexistentes em Portugal e que se têm repetido um pouco por todo o país. A formação tem incidido em áreas tão diversas como «circulação e embalagem de obras de arte», «função social dos museus», «organização de exposições», «áreas de segurança» ou «conservação e restauro».

A nova lei constitui também o Conselho dos Museus que será um fórum de discussão e reflexão, dará pareceres e pronunciar-se-á sobre a política museológica a prosseguir.

No contexto portuense o panorama museológio apresentava até não há muito tempo atrás como principais núcleos o Museu Nacional de Soares dos Reis, o Museu de Etnografia, agora encerrado e a aguardar renovação, o Museu Romântico e algumas casas museus, os Museus Universitários e o Museu Militar. As principais entidades tutelares eram o poder central e a autarquia. Mais recentemente o poder central registou algum incremento que se pode observar pela renovação do Museu Nacional de Soares dos Reis e pela intervenção, mesmo que indirecta, relativamente à Fundação de Serralves e ao projecto museológico consequente que foi o Museu de Arte Contemporânea.

Ao nível autárquico registou-se um aumento de intervenção que se revelou por exemplo na criação do Museu da Cidade de acordo com um plano inovador.

Teremos que registar ainda a actividade ao nível das fundações, do movimento associativo e empresarial que se veio a traduzir no Museu do Papel Moeda (Fundação Dr. António Cupertino de Miranda), Museu Engº. António de Almeida (Fundação Engº António de Almeida), Museu do Carro Eléctrico (Museu da STCP), no Museu da Ciência e Indústria, no Museu Nacional da Imprensa e no Museu dos Transportes e Comunicações.

A concretização deste projecto de ampliação e de modernização do panorama dos museus portuenses parece depender de uma condição necessária que são os novos modelos de gestão indispensáveis para o seu autofinanciamento e consequente viabilidade.

Capítulo 4. Estratégias e técnicas de pesquisa

4.1 estratégia geral

> *"...não há observação sem categorização do observado e, portanto, sem referência a elementos (prévios, embora reformuláveis) de natureza ideológica ou teórica; que os dados são «captados», ou seja, que não são a realidade ela própria nem o seu registo passivo, antes transportam e impõem significações e constituem resultados/pontos de partida da prática científica."*
>
> *João Ferreira de Almeida; José Madureira Pinto*[137]

O momento da observação é importante pois coloca em confronto o modelo de análise com a realidade empírica seleccionada e servirá como fonte de confirmação, negação ou relativização dos conceitos e das hipóteses propostas pela problemática teórica.

A teoria está, obviamente, omnipresente e regula os vários momentos que compõem o processo de investigação. Mesmo no trabalho de campo é necessária uma constante atenção sobre cada um dos instrumentos de recolha de dados e posteriormente sobre os modos de leitura em torno desses mesmos dados. Os quadros teóricos de referência e uma atenta «vigilância epistemológica» garantirão uma maior fiabilidade dos vários momento da investigação. Esta espécie de «farol» que «guia» o cientista social ao longo da sua caminhada não invalida o desafio lançado ao quadro teórico de partida, testando o seu grau de maior ou menor adequação aos contextos reais.

Assumindo que os fenómenos sociais são *«fluidos, multiformes, pulverizados e em constante mudança»*,[138] defendemos o uso complementar de exercícios de carácter extensivo e intensivo e apostamos no «*ecletismo metodológico*».

Para a proposta de trabalho que apresentamos o campo de análise abarcou o Museu dos Transportes e Comunicações. A população observada, pelo lado da oferta, reuniu técnicos da instituição e, pelo lado da procura, públicos frequentadores do museu.

---

[137] João Ferreira de Almeida; José Madureira Pinto, *A investigação nas ciências sociais*, 4ª edição, Lisboa, Editorial Presença, 1990, p. 81.

[138] António Teixeira Fernandes, «Alguns desafios teórico-metodológicos», in António Joaquim Esteves e José Azevedo (eds), *Metodologias Qualitativas*, Porto, Instituto de Sociologia da FLUP, 1998.

O accionar destes diferentes mecanismos visou a complementaridade e o cruzamento entre diferentes dimensões de uma mesma realidade.

Para a caracterização e abordagem das unidades em questão foram elaborados diferentes instrumentos de observação e recolha dos dados e de leitura e interpretação dos mesmos:

- ✔ recolha e análise de fontes documentais e estatísticas para um enquadramento das problemáticas apresentadas;
- ✔ observação indirecta / não participante com elaboração de dois inquéritos por questionário aplicados aos «*visitantes em grupo*» e aos «*visitantes em geral*»;
- ✔ entrevistas semi-directivas aos técnicos institucionais para aferir das concepções em torno da instituição e da sua política cultural.

4.2 o inquérito por questionário

O inquérito por questionário constitui um dos processos de recolha e tratamento de informação mais frequentemente accionados no campo das ciências sociais e mais concretamente no âmbito do método da medida, ou análise extensiva, que se traduz na «observação, por meio de perguntas directas ou indirectas, de populações relativamente amplas de unidades colocadas em situações concretas, com o objectivo de obter respostas susceptíveis de uma análise quantitativa».

No presente trabalho, verificamos, após a consulta de informações da própria instituição, que os públicos se agrupavam maioritariamente em duas categorias – públicos em grupo e públicos individuais, pelo que se decidiu pela construção e aplicação de dois inquéritos por questionário: um para «visitantes em grupo» e outro para «visitantes em geral».

Os inquéritos foram planeados tendo como pano de fundo os objectivos e a hipótese que orientaram o trabalho de pesquisa e a sua construção teve em linha de conta o desejo de um instrumento de recolha de dados simples, de fácil compreensão e preenchimento e que não ocupasse muito do tempo dos visitantes visto tratar-se de um tempo marcadamente de lazer e descontracção.

A sua aplicação ocorreu no final das visitas. Abordados os elementos constituintes da amostra foi realizada uma apresentação rápida do inquérito e dos objectivos da sua aplicação. Foram os próprios visitantes inquiridos os responsáveis pelo seu preenchimento. Para a análise dos dados recolhidos e apresentação dos resultados (codificação das variáveis, registo de ocorrências, extracção de frequências e cruzamento de variáveis), foi utilizado o Programa SPSS (statistical package for the social sciences), para windows, versão 10.0.

Em ambos os questionários se incluíram questões objectivas ou fechadas e questões subjectivas ou abertas com o intuito de recolher informação em quantidade e qualidade e, deste modo, tornar o estudo o mais completo e complementar possível. A riqueza da informação assim obtida tornará a investigação mais elaborada e adequada à realidade.

Para o tratamento das questões subjectivas utilizamos a metodologia da análise de conteúdo que abordaremos um pouco mais à frente quando caracterizada a técnica da entrevista semi-directiva.

Para os «*visitantes em grupo*», dada a sua dimensão ser à partida considerável (cada grupo pode comportar até cerca de 25 elementos), a opção recaiu por um inquérito por questionário entregue ao elemento responsável pela organização da visita - o professor, animador ou dinamizador do grupo. O inquérito foi entregue e preenchido pelos próprios inquiridos após a visita e alguns indicadores recolhidos foram: identificação e localização geográfica da instituição (distrito); nível de escolaridade do grupo; exposições visitadas; dimensão do grupo; número de professores/acompanhantes; disciplinas ou áreas de interesse que enquadram a visita; meio de conhecimento sobre o Museu dos Transportes e Comunicações; preparação da visita e exploração após a mesma; interesse suscitado pela visita e impressões proporcionadas (anexo I). Foram aplicados e validados 147 inquéritos a «visitantes em grupo».

Relativamente aos «*visitantes em geral*», o inquérito por questionário, igualmente entregue no final da visita e preenchido pelos próprios inquiridos, incluiu indicadores cuja análise permitisse caracterizar, mesmo que de forma sumária, a composição social dos visitantes (sexo, idade, estado civil, residência/distrito, nível de escolaridade, profissão/ocupação, situação na profissão e condição perante o trabalho do próprio, dos progenitores e do cônjuge).

Outras questões procuravam indicadores sobre o contexto da primeira visita a museus; da regularidade de visita a museus; do entendimento sobre o que é um museu; da regularidade de visita ao Museu dos Transportes e Comunicações; do contexto e do motivo da visita realizada; do modo como obteve informação sobre o museu; do meio de deslocação até ao museu; de opiniões em torno de aspectos vários como preço de entrada, acolhimento, sinaléctica, materiais de informação; entendimento sobre a programação do museu e das exposições em particular; e ainda sobre as impressões proporcionadas pela visita (anexo II). Foram aplicados e validados 64 inquéritos a «visitantes em geral».

4.3 a entrevista semi-directiva

Para analisar o lado da oferta, isto é, para obter dados que permitam lançar pistas para uma melhor caracterização da instituição, da sua política cultural, da forma como se organiza e como assume a gestão, da sua relação com os públicos e perspectivas futuras, foi aplicada a técnica da entrevista semi-directiva.

O método da entrevista caracteriza-se, fundamentalmente, pela aplicação de processos de comunicação e interacção humana entre entrevistador e entrevistado.
«*Instaura-se, assim, (...) uma verdadeira troca, durante a qual o interlocutor exprime as suas percepções de um acontecimento ou de uma situação, as suas interpretações ou as suas experiências, ao passo que, através das suas perguntas abertas e das suas reacções, o investigador facilita essa expressão, evita que ela se afaste dos objectivos da investigação e permite que o seu interlocutor aceda a um grau máximo de autenticidade e de profundidade.*»[139]

Foram realizadas 9 entrevistas a técnicos que abarcaram o nível da Direcção Executiva, logo com capacidade e poder decisório, técnicos intermédios e técnicos que desenvolvem trabalho no terreno, isto é, ao nível do contacto directo com os diferentes públicos.

[139] Raymond Quivy, Luc Van Campenhoudt, *Manual de investigação em ciências sociais*, Lisboa, Gradiva, 1992, p. 193.

O guião (anexo III) apresentou-se com abertura suficiente para os entrevistados poderem expressar as suas visões, as suas concepções e referências sem por isso se tornarem muito longas (vinte minutos em média). Verificada a grande liberdade por parte dos entrevistados nas respostas aos temas lançados (perguntas-guia), foi apenas necessária a intervenção, de quando em vez, do entrevistador para a definição de fios condutores e evitar a dispersão do discurso.

O conteúdo das entrevistas, bem como das questões abertas do inquérito por questionário, foi objecto de uma análise de conteúdo. A técnica da análise temática categorial foi a accionada. Deste modo foram calculadas as frequências de certas características, ou melhor, dos temas previamente agrupados em categorias significativas. Partiu-se do pressuposto que a frequência das características é tanto maior quanto mais importante for para o entrevistado.

A análise temática é transversal, isto é, "recorta o conjunto das entrevistas através de uma grelha de categorias projectada sobre os conteúdos. Não se têm em conta a dinâmica e a organização, mas a frequência dos temas extraídos do conjunto dos discursos, considerados como dados segmentáveis e comparáveis."[140]

4.4 a amostra

Quanto à constituição da amostra, partimos de registos estatísticos do número de visitantes em 2003 (45.655), para dentro desta população estabelecer áreas de prioridade.

Desta população global retiraram-se os visitantes das exposições temporárias por serem exposições organizadas por entidades «exteriores» ao museu ou resultado de parcerias estabelecidas entre o museu e entidades associadas. São normalmente visitas gratuitas e por isso não eram sistematicamente registadas no programa que regula a emissão de bilhetes de entrada no museu. Os visitantes visitam livremente estas exposições (a sua apresentação em espaços do r/chão e próximos da entrada do edifício permite ainda maior liberdade de acesso), e são alvo de um registo manual não necessitando, por isso, de adquirir o bilhete de acesso ao museu.

[140] Laurence Bardin, *Análise de Conteúdo*, Lisboa, edições 70, 1995, p. 175.

No final de cada evento os organizadores/parceiros informam o museu do número de visitantes registados.

Excluímos também os participantes de um workshop, os usufruidores do Centro de Formação e os participantes das Oficinas (cinema, verão e natal) por considerarmos que não estão englobados na categoria de «públicos do museu» que neste trabalho se procurava caracterizar. A sua presença no espaço do museu não se deve a este em particular mas a actividades complementares que aí são organizadas, isto é, a visita não funciona *per si* mas antes é estimulada por um objectivo concreto que cada indivíduo pretende alcançar independentemente do espaço onde é realizado.

Para este trabalho tivemos apenas em conta os visitantes que adquiriram um título válido de entrada no museu e por isso usufruíram das actividades permanentes que o museu coloca ao seu dispor (exposições permanentes e percurso interpretativo do edifício).

Deste modo, da população global reduziu-se para 30.845 visitantes. Deste conjunto fizemos ainda a distinção entre «visitantes em geral» e «visitantes em grupo». Os valores registados foram de 3.501 «visitantes em geral» e 27.344 «visitantes em grupo». Do primeiro conjunto foi ainda subtraído o subconjunto «crianças» (371) por não ter sido este alvo da aplicação do inquérito.

Todos os representantes dos dois grupos seleccionados para o preenchimento dos respectivos inquéritos por questionário foram-no de modo completamente aleatório ao longo do ano de 2003.

Deste modo, o número de inquiridos na população «visitantes em geral» (64) representam apenas 2% dos 3.130 visitantes registados (individuais, estudantes e reformados).

Quanto aos «visitantes em grupo», e partindo do pressuposto que em média cada grupo compõe-se por uma turma (cerca de 25 alunos), foram inquiridos 147 grupos, o que perfaz cerca de 3.675 «visitantes em grupo», isto é, 13% do total anual.

Estamos cientes de quanto são reduzidas as amostras para podermos tirar ilações que possam ser ampliadas para a população global.

Este trabalho consistiu, acima de tudo, em lançar as bases de um outro de maior amplitude que se pretende vir a aplicar aos públicos do Museu dos Transportes e Comunicações.

Capítulo 5 - O espaço da investigação

5.1 a Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações. constituição e projecções

O surgimento da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações (AMTC) deveu-se à existência em Portugal de um valioso património na área dos transportes e das comunicações. A necessidade da sua preservação e recuperação, o impulso que a nova geração de museus nacionais dispersos por várias áreas temáticas tiveram nas últimas décadas e a tendente descentralização e novos modelos de gestão financeira, foram os principais fundamentos da resolução do Conselho de Ministros número 16/87 que criou, em Abril de 1987, um Museu de Transportes e Comunicações na cidade do Porto.

Nesta resolução, o Edifício da Alfândega Nova do Porto foi afecto, em regime de comodato, à instituição então criada. Definida a forma institucional, em 21 de Fevereiro de 1992, é criada a Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações, instituição privada, sem fins lucrativos, de utilidade pública, constituída por 49 associados individuais e 25 associados institucionais.

No historial do pré-projecto do MTC destacam-se quatro principais momentos:
Momento I (1984) – tomada de consciência, a nível nacional e em especial da Região Norte, de um significativo património na área dos transportes e comunicações que veio a desencadear um processo tendente à sua protecção e recuperação adoptando para tal a via da musealização. O Ministério dos Equipamentos Sociais assume a condução do assunto procurando a criação de um Museu Nacional dos Transportes e Comunicações. A dinâmica a accionar seria a constituição de pólos especializados, organizados por regiões, que permitissem a mobilização de materiais e colecções disponíveis. Seria constituído um órgão de coordenação nacional e um núcleo regional do norte a sediar no Edifício da Alfândega do Porto. As tarefas prioritárias eram a levantamento do património existente na região e a integrar os futuros fundos museológicos do primeiro núcleo bem como a sua localização e orientação programática.

Momento II (1987) – a resolução ministerial que criou o museu dos Transportes Terrestres do Porto restringiu o âmbito de representação aos transportes terrestres e não consagrou o seu carácter nacional. Anunciava-se assim, uma perspectiva mais centralizada da gestão do património existente. Esta orientação vai no sentido de uma nova linha de conduta que visa limitar a intervenção do estado e dinamizar o papel da iniciativa privada pelo que era suposto ceder, em regime de comodato, à instituição que se viesse a constituir para manter e explorar o Museu dos Transportes Terrestres do Porto, uma parte das instalações dos serviços alfandegários.

Momento III (1989) – nomeação de uma Comissão Instaladora à qual seriam cometidos os encargos de criar o primeiro núcleo do Museu e de assegurar o seu funcionamento. Deveria esta Comissão propor ao Governo as medidas mais adequadas para atingir essas finalidades e promover os contactos para que fossem equacionadas as possibilidades de vir a transformar o organismo num "Museu de Transportes e Comunicações". Deste modo o papel determinante do estado viria a ser substituído por uma entidade privada.

Momento IV (1992) – constituição da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações cujas finalidades então estabelecidas eram:

- criação e manutenção do museu, composto por colecções ou peças próprias e colecções ou peças que sejam confiadas em depósito;
- preservação de infra-estruturas de reconhecido interesse histórico, relacionadas com os transportes e as comunicações;
- criação e manutenção de um centro de documentação;
- desenvolvimento por todas as formas do interesse do público quanto à problemática dos transportes e das comunicações.

A criação desta nova entidade consagra a complementaridade das áreas dos transportes e das comunicações. Também é sugerida a aplicação de um modelo institucional e de gestão que procura minorar o papel da administração central e local obedecendo assim às linhas orientadoras da política museológica que então vigoravam. Salienta-se que nos seus objectivos se procura alargar os parâmetros das iniciativas integrando novas modalidades de intervenção patrimonial como a musealização de sítios e a criação de um centro de documentação.

Os estatutos consignam várias categorias de associados e conferiram aos membros institucionais e aos promotores um papel preponderante na criação, constituição e funcionamento do futuro Museu dos Transportes e Comunicações. Dos segundos esperava-se, sobretudo, contributos significativos para o enriquecimento do seu acervo, quer através de dotações patrimoniais, quer de depósitos de duração prolongada.

De forma a ser avaliada a viabilidade do projecto de instalação do Museu dos Transportes e Comunicações, nas suas mais variadas vertentes (recursos humanos, marketing, financeira, jurídica, etc), foi realizado e apresentado um estudo aprofundado sobre o mesmo, o qual foi adjudicado à empresa *Quatemaire Portugal*.

Este estudo constituiu um dos primeiros trabalhos deste tipo em Portugal e procurou enquadrar e perspectivar este projecto no panorama nacional e mesmo internacional. Assim situa o projecto no contexto museológico nacional e no quadro de iniciativas da cidade do Porto, metropolitanas e da Região Norte; faz a avaliação estratégica do projecto e das suas múltiplas componentes; define a missão, os valores e os objectivos estratégicos para o Museu; apresenta uma proposta de programa, a estrutura e o organigrama e propõe linhas gerais de política; faz ainda uma análise de viabilidade económico-financeira e apresenta um modelo jurídico-institucional para o seu funcionamento.

Neste levantamento a animação do espaço de exposições e a própria renovação arquitectónica do Edifício desempenham um papel fundamental que consiste em conquistar um espaço de visibilidade para o Museu dos Transportes e Comunicações, criando novos hábitos de presença e de identificação vivida com um edifício carregado de valor simbólico e que constitui o principal capital de promoção do próprio museu. É igualmente apontada a necessidade de o público começar a inteligir o que vai ser o Museu, mesmo que a força simbólica do edifício possa aconselhar a continuação de realizações pontuais não necessariamente identificadas com o programa proposto. A criação e a captação de novos públicos deve ser progressivamente encaminhada para o que o Museu se propõe concretizar.

Já neste momento apresentavam-se um conjunto de questões de natureza institucional, jurídica e financeira que só seriam validadas no plano da concertação política quer com a administração central quer com as autoridades municipais e metropolitanas se assumissem a importância deste projecto para a afirmação da Cidade, da Área Metropolitana e da Região Norte.

No momento em que este estudo foi apresentado (1996) a *Quaternaire Portugal* afirmava regozijar-se «*pelo facto do Estudo ter lançado na Cidade uma ideia estratégica importante que consistiu em dinamizar a partir do projecto do Museu um interface de transportes turísticos, integrando não só o eléctrico turístico, mas também, a concretização de outras iniciativas como o aproveitamento da ponte D. Maria, a criação de comboios turísticos e de autocarros realizando percursos identificados com a história da cidade e com a temática dos transportes e comunicações*»[141].

O documento então apresentado enquadra o projecto do MTC no contexto das iniciativas de relançamento da cidade e da região. De facto, o projecto de criação do museu integrou-se num conjunto de iniciativas que alimentaram uma dinâmica regional de base essencialmente institucional emergente sobretudo em meados dos anos 80. Tal dinâmica foi então assumida como sendo portadora de uma estratégia de relançamento da Região, uma espécie de "reconquista" da autonomia perdida em matéria cultural e de qualificação de um modelo de iniciativa empresarial, essencialmente endógena e valorizadora de uma tradição de empreendimento e de organização flexível. Multiplicam-se neste período os interfaces universidade –empresa - serviços públicos e anima-se o associativismo empresarial de base local e regional.

Assim, é neste contexto que também a política cultural da cidade do Porto se lança na animação da cidade dando resposta à internacionalização dos consumos culturais. A integração europeia trouxe a esta dinâmica um forte impulso com a proliferação de fundos de apoio. No momento em que o estudo é apresentado são passados já dez anos sobre este ambiente e apesar de esta dinâmica regional consagrava um modelo inovador de sinergias entre instituições, os resultados efectivos ficaram muito aquém do que era esperado não só pela incapacidade de contratualização de níveis suficientemente atractivos de investimento público como pela fraca inovação e projecção nacional das iniciativas apresentadas.

Para além de ser reconhecida a necessidade de contratualização de investimento público e de articulação das dimensões regionais, nacionais e mesmo internacionais, o estudo apresentado pela *Quaternaire* afirmava ainda que «para o MTC constitua regional e nacionalmente um desafio mobilizador, ele não pode situar-se no prolongamento de

[141] António Figueiredo (org.), *Estudo do Museu dos Transportes e Comunicações – Relatório Final Vol.* I, Porto, Quaternaire Portugal, 1996.

tendências passadas, deve marcar a diferença e constituir um efectivo projecto de relançamento cultural num território em que a dinâmica produtiva carece cada vez mais de um novo quadro cultural».

A missão preconizada neste relatório foi a seguinte:

> "Melhorar e difundir o conhecimento sobre o papel dos transportes e comunicações na evolução da sociedade moderna."

Uma análise pelo contexto museológico global apontava um nível de competitividade a considerar. Contribuíam para este ambiente uma situação internacional difícil dos Museus dos Transportes e Comunicações e a escassez de públicos culturais consolidados na Região e no País. Desta forma, tornou-se extremamente importante para o projecto do MTC apontar um conjunto de valores que o diferenciassem e o tornassem mais atractivo. O sistema de valores que então foi proposto foi o seguinte:

Excelência – visa recriar com permanência uma política de qualidade compatível com a qualidade arquitectónica do Edifício da Alfândega;

Inovação – essencial para que o museu aposte em novas linguagens de comunicação com o público, conquistando assim novos públicos, mais sensíveis a formas menos tradicionais de comunicar. Inovação também nos aspectos da organização interna, da contratualização com a actividade privada e com a administração central e local;

Facilidade de Acesso – o museu deve estruturar-se em função do valor da facilidade de acesso. É essencial que o Edifício da Alfândega se transforme num espaço aberto à influência e à comunicação com o exterior, que alimente o debate e a consciência crítica dos cidadãos e que rejeite o estatuto de "torre de marfim", de funcionamento em circuito fechado e de elitismo paralisante. Em termos físicos será necessário proporcionar condições de acesso da população e da sociedade locais ao espaço de lazer e de fruição de paisagem. É essencial manter e renovar o diálogo entre a população ribeirinha e o próprio rio. Seria também urgente a transformação do museu em plataforma de fluxos turísticos, assumindo-se como uma encruzilhada dos que procuram a cidade.

Em termos genéricos, os objectivos gerais da política de acção cultural do MTC estabelecidos pelo estudo da *Quaternaire*[142], foram os seguintes:

- desenvolver e aprofundar relações de proximidade com os seus diferentes públicos;
- contribuir para um melhor conhecimento e para criar mais motivações face aos transportes e comunicações;
- proporcionar níveis de fruição e de entretenimento aos diversos públicos dentro das temáticas do Museu.

Tais objectivos gerais seriam alcançados caso fosse adoptado o modelo geral de comunicação humana aos serviços do museu, isto é, assegurando um feed-back constante entre o Museu e os seus públicos, garantindo uma apropriação das mensagens por parte dos visitantes. O trabalho a desenvolver pela acção cultural do MTC poderia ter como eixos de orientação as motivações gerais humanas face a equipamentos desta natureza:

a) o desejo de aprender
b) a convivialidade e interacção social
c) o desafio de novas experiências
d) a participação activa na comunidade
e) o conforto e a segurança

A partir daqui definiram-se objectivos específicos para a acção cultural futura do MTC:

- desenvolver nos visitantes a capacidade de experimentação e de apreensão das mensagens contidas nas exposições, contribuindo para que os visitantes as possam melhor relacionar com outros conhecimentos adquiridos;
- identificar e concretizar formas de interacção com os esquemas do ensino formal, delimitando "zonas de identificação" entre o Museu e os programas curriculares do ensino escolar em estrita relação com os professores;
- conceber e coordenar acções de comunicação com o exterior com base numa relação de reciprocidade entre o Museu e o tecido social envolvente, dando a este a oportunidade de colaborar na programação dos produtos do Museu de modo a garantir uma maior integração entre conteúdos e formas de comunicação e o exterior;
- identificar e concretizar formas de interacção com outras instituições culturais (museus, associações...) e educativas.

[142] António Figueiredo (org.), *rel. cit.*

Serão quatro os grandes eixos de trabalho que permitirão alcançar estes objectivos:

Eixo 1. articulação com as políticas de exposição e de documentação, através da participação activa na concepção e elaboração/produção das exposições e de outras formas de comunicação com o público;

Eixo 2. assegurar a liderança no processo com os visitantes, organizando acções de contacto directo e de apoio aos públicos:

- formação/informação de professores, de guias turísticos e de outros interlocutores de grupos de visitantes;
- visitas guiadas, palestras, seminários...
- oficinas e laboratórios pedagógicos;
- espaços lúdico-pedagógicos.

Eixo 3. articulação com as políticas de marketing: definição e avaliação de segmentos de mercado-alvo, definição de formas de promoção e divulgação do Museu;

Eixo 4. gestão e articulação de interfaces através de partenariado e inter-relacionamento do museu com o exterior e vice-versa.

A política de acção cultural para o Museu deve ser concretizada por serviços que incluam perfis profissionais diversificados, articulando valências disciplinares diferentes e complementares. Desta forma, deverá ser dada particular atenção à pedagogia enquanto valência disciplinar e competência profissional, à semiologia, enquanto valência que aborda e analisa mecanismos de comunicação deve ser também valorizada nomeadamente pelos seus contributos para a vulgarização das linguagens científicas tornando as mensagens legíveis para um público diversificado, à sociologia enquanto valência disciplinar que poderá intervir na determinação de indicadores de análise das condutas colectivas e à comunicação.

Constatando a diversidade e complexidade das acções apontadas, a intervenção ao nível da política cultural deve ser, como a outros níveis, faseada de forma a acompanhar a implementação do MTC ao longo do tempo.

Para um primeiro momento foi apontada a intervenção nos seguintes domínios: concepção e produção das exposições e respectivo material de apoio; concepção de alguns produtos para apresentação e venda nas lojas do museu; programação da actividade de apoio a grupos escolares no sentido da colaboração com o Ministério da Educação; preparação de visitas guiadas para o público em geral.

Num momento mais avançado as propostas deveriam ter um maior alcance e incluir eventos de animação geral – dança, teatro, ciclos de cinema, etc. Poder-se-iam iniciar acções de formação para professores e organizar espaços lúdicos. Nesta fase a produção de materiais audiovisuais e multimeios seria também de encetar.

Numa terceira fase, entendida como "ano cruzeiro" de concretização do MTC, dever-se-iam efectivar os acordos com o Ministério da Educação e outras instituições de ensino, para além de se consolidar a estrutura permanente de produção de material lúdico-pedagógico e de se pôr em funcionamento normal e sistemático, os espaços experimentais.

Em termos de política comercial, e tendo em linha de conta a sua forma jurídico-institucional, são apontadas fontes de financiamento diversas como: lojas, serviços de restauração e cafetaria, aluguer de espaços, sistema tarifário e associação de utentes do museu. Estas formas seriam complementares e poderiam mesmo vir a constituir uma fonte significativa de recursos face à já esperada progressiva escassez de recursos públicos que costumam suportar a vida económica deste tipo de estruturas culturais e educativas.

O efectivo lançamento do Museu e a sua definição programática foi impulsionado pela assinatura, em Outubro de 1999 do Auto de Cessão do Edifício da Alfândega Nova, entre o Ministério das Finanças (proprietário do edifício) e a Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações.

Desde a sua criação a AMTC tem trabalhado no sentido da afirmar o seu lugar no espaço cultural da cidade, numa atitude de permanente renovação, onde as propostas abarcam, não só a temática dos transportes e comunicações mas uma pluralidade de outras vertentes. Tem, acima de tudo, procurado divulgar as novas funcionalidades culturais do Edifício da Alfândega e atrair a cidade e a região a participar na construção de um espaço cultural que pretende aberto, dinâmico e dialogante.

Os espaços, entretanto renovados e reequipados com as infraestruturas indispensáveis à prática cultural (iluminação, som, ambiente, segurança, apoio ao visitante) têm sido palco dos mais diversos eventos.

A 14 de Dezembro de 2000 o Museu dos Transportes e Comunicações apresenta-se oficial e publicamente com uma identidade própria e lança o desafio de se assumir como um espaço contemporâneo e dinamizador de uma maior clarificação ao nível do entendimento do papel que os transportes e as comunicações assumem nos dias de hoje.

Neste momento o discurso oficial referia: "A abertura do museu, a consolidação das equipas de trabalho, as actividades desenvolvidas, a execução das obras necessárias foi possível pelo seu relacionamento dinâmico com uma gestão equilibrada de recursos e uma expedita acção de captação de receitas."[143] Afirmava-se ainda: *"Um longo caminho nos espera para o futuro, que é sempre feito de gente, de público, razão primordial de todo o nosso projecto. É esta a forma de nos sentirmos «Mais Perto...» e assim, contribuir para a criação de um espaço cultural ao alcance de todos."*[144]

5.2 o conceito

O Museu dos Transportes e Comunicações constrói a sua identidade através de uma actividade quotidiana, partilhada, uma identidade cultural contemporânea, fruindo o seu próprio tempo. Assume como sua missão a divulgação da história dos transportes e de diferentes meios de comunicação desenvolvidos pelo Homem até ao presente, assim como a valorização do património que lhe está associado. Compreender e intervir civicamente na sociedade actual – caracterizada pela sua globalização – passa forçosamente por decifrar e apreender o papel privilegiado e decisivo que os transportes e as comunicações desempenham neste processo.

Mas esta missão do Museu não pode deixar de passar também pela valorização do edifício que o alberga e pela preservação da sua Memória.

A vertente expositiva centra-se nos "transportes e comunicações", entendidos num quadro de cruzamento da história com o presente, ou no sentido em que a história alimenta a compreensão dos dilemas contemporâneos.

O Museu comporta particularidades identitárias que lhe argumentam a singularidade no panorama museológico nacional. Esta singularidade advém, em primeiro lugar, do âmbito temático que sustenta o nome e que acarreta a impossibilidade física de se construir como um museu detentor de um acervo museológico representativo dos "transportes e comunicações".

[143] Museu dos Transportes e Comunicações, *Dossier de Imprensa*, Porto, 14 Dezembro 2000.
[144] Idem, *ibidem*.

Percurso ainda curto, pela sua tenra idade, o MTC tem sentido diversas dificuldades na sua afirmação, corrigindo e alterando posturas iniciais de modo a garantir uma maior eficácia. Estas dificuldades são, desde sempre, assumidas como processos de paulatina aprendizagem e de solidificação, essenciais à concretização plena do projecto.

De facto, estruturado como um meio de interpretação nestas matérias, este é, no entanto, um Museu sem acervo. As exigências de grandes áreas de reserva que o tipo de colecções adequadas à sua temática exigem (nomeadamente na sua vertente de transportes), assim como as dificuldades de manutenção destas colecções e as verbas e recursos que a sua preservação impõem, assumem-se como condicionantes decisivas que nortearam esta opção.

Entende-se, no entanto, que o Museu deverá constituir e manter uma colecção mínima desejável, seleccionada, necessária ao seu eficaz funcionamento e garantindo a manutenção das suas exposições.

Assume, nesta matéria, particular relevância a criação da entidade jurídica que o enquadra – uma Associação. Esta circunstância cria excelentes condições ao Museu de interpretação, estudo e divulgação das problemáticas dos transportes e das comunicações através do contacto directo que permite estabelecer com um considerável acervo museológico, uma inegável experiência técnica e o profundo conhecimento existente nos seus associados.

Tarefa gigantesca, o Museu tem, pois, a seu cargo a inventariação, qualificação, preservação, estudo, investigação, valorização e divulgação de acervos diversos existentes neste quadro. Neste contexto, assume-se como um Museu Novo, um Museu de Referência no panorama museológico nacional.

5.3 o edifício

"Um edifício é um corpo que fala – o discurso da normalidade das conveniências e o discurso interdito, soprado nas esquinas dos corredores e nos vastos armazéns das caves molhadas pelas águas do rio. Se esse edifício foi o sítio onde se materializaram os abstractos discursos de troca e dos direitos alfandegários, impondo pela sua presença de pedra e pela lei dos editais, sussurros de medo ou de ganância, esse corpo pesado, imperativo, fala o discurso não arbitrário do poder.

A Alfândega Nova, no último quartel do século XIX, avançou uns cautelosos metros sobre a margem do Douro. Implantou-se sobre o areal de Miragaia, enterrando o bairro centenário, as casas nobres quinhentistas, os palácios oitocentistas; soterradas ao olhar, diminuídas, as penhas abruptas por onde descia o rio Frio, o santuário de S. Pedro, a recordação do Monte dos Judeus. Apenas a casa da alfândega domina o espaço que pertencera à entrada nobre da cidade. Sobre o rio, vigia as saídas e entradas dos rabelos do Vinho do Porto, deixa acostar os navios das mil nações que afluem à barra, confere validade ao negócio que por imposição do selo se legitima."

M. Tereza Siza [145]

"O arquitecto parte do princípio que um museu destas dimensões - 36.800m ^{2} - será sempre um somatório de espaços desenhados ao longo do tempo e conforme as circunstâncias."

Arquitecto Eduardo Souto de Moura [146]

O Museu dos Transportes e Comunicações encontra-se instalado num edifício do século XIX, construído de acordo com um projecto de Jean F. G. Colson, engenheiro francês ao serviço do Ministério das Obras Públicas, encetado em 1856, surgindo na sequência das alterações políticas e económicas introduzidas pela revolução liberal de 1820, pretendendo a cidade e o governo que representasse um símbolo permanente e digno do grande comércio da cidade – a Alfândega Nova do Porto.

[145] M. Tereza Siza , *Alfândega Nova: O Sítio e o Signo*, Porto, AMTC, 1994.
[146] Arquitecto Eduardo Souto de Moura, *Alfândega Nova: O Sítio e o Signo*, Porto, AMTC, 1994.

A sua construção nas margens do Douro, sobre a praia de Miragaia, enquadra-se nas profundas alterações do carácter e fisionomia da cidade do século XIX, e dá sentido ao desenvolvimento da cidade, fornecendo-lhe equipamentos necessários à sua economia e domínio comercial.

Nessa época, com o crescimento económico desencadeado e possível pela vitória liberal e pelo comércio do vinho do porto, surgem finalmente condições para se construir um edifício alfandegário novo, perfeitamente adequado às necessidades comerciais da cidade. O edifício apresenta-se então com uma *«arquitectura elegante, mas singela, de estrutura robusta e construído com materiais incombustíveis e vedado às águas pluviais e às cheias do Douro»*.

De frontaria voltada para o rio, porta de entrada e saída de mercadorias, é composto por um corpo central, para a administração, e por dois corpos laterais simétricos, destinados a espaço de armazenagem. A sua construção obedece então à ideia de segurança, isolamento, arejamento e boa circulação de mercadorias, facto que explica os pátios descobertos que separam os corpos laterais do central, a regularidade de aberturas e as linhas férreas no interior e exterior do edifício. De estilo neoclássico, o edifício combina harmoniosamente o granito, o ferro e a madeira, utilizando diferentes soluções estruturais nos sucessivos pisos, perfeitamente adequadas ao carácter e à tipologia de um edifício de armazéns, respeitando as exigências funcionais, higiénicas e de segurança ao bom armazenamento e conservação de mercadorias.

O aspecto construtivo, adequado ao carácter e à tipologia de um armazém, é uma das maiores singularidades do edifício e nele se podem encontrar diferentes tipos de estruturas: pilares de cantaria e abóbadas de pedra nos pisos subterrâneos; colunas de ferro e tectos em abobadilha nos pisos intermédios; estrutura metálica construída pela empresa belga responsável pela Ponte D. Luís (projecto de Theophile Seyrig), no segundo andar das alas laterais. No corpo central, o último piso é rematado por uma cobertura única realizada em carvalho de Riga.

A Alfândega Nova, cujas paredes de granito tão bem servem as ideias de poder, solidez, resistência e durabilidade, exigiu enormes transformações da área envolvente de forma a facilitar as comunicações e a integrar o complexo numa rede urbana cada vez mais moderna e extensa.

Alia à sobriedade da sua gramática construtiva a austeridade e rigidez que a sua função de controlo e vigilância impunham: *«Gravou no granito, nas salas, nos arquivos e na instrumentália, a função viva de controle de vigilância de haveres. Habitaram-no esperas arbitrárias, secretárias de austeros funcionários, guichets onde se efectuava a apropriação do tempo dos homens».*[147]

A praia de Miragaia desapareceu para dar lugar à plataforma de cais que sustenta o edifício e as edificações da orla fluvial perderam a sai ligação ancestral com o rio devido à abertura da Rua Nova da Alfândega em 1870.

Representação do Estado e do seu poder, o edifício ergue-se de costas voltadas para a cidade e recusa às populações locais a sua ligação à orla.

O Museu dos Transportes e Comunicações opera agora a metamorfose do lugar. Voltando-se para a cidade, abrindo as suas portas à comunidade e convidando-a a participar na construção deste novo espaço cultural, procura uma estreita relação com os seus públicos, alicerçando a sua actividade enquanto espaço de cultura, de Memória e de Identidade e reforçando-se como instrumento de comunicação. Os enormes corredores de silêncio e escuridão estão a dar lugar a espaços com luz e vida humana.

Ao longo das últimas décadas as antigas salas têm vindo a ser libertadas e renovadas pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura[148] que, na senda da filosofia arquitectónica de Aldo Rossi, explica o seu projecto desta forma: *«a arquitectura, nascida da necessidade, actualmente é autónoma, na sua mais elevada forma cria peças de museus e que os técnicos se referem, para transformá-las e adaptá-las às múltiplas funções e exigências em que devem ser aplicadas.»*

O projecto de requalificação deste espaço passa necessariamente pela afirmação desta sua nova valência, impulsionada pela assinatura em 1999 do auto de cessão do edifício da Alfândega Nova, entre o Ministério das Finanças e a AMTC, cedendo a esta a gestão do edifício por um período de 25 anos. Passa, desde então, a viver em regime de comodato com os ainda restantes serviços da Alfândega.

[147] M. Teresa Siza, *op. cit.*
[148] Eduardo Souto de Moura, *Percurso Interpretativo da Alfândega Nova do Porto* (folheto), Porto, Museu dos Transportes e Comunicações, 2000.

Salienta-se, pela força de ligação do imóvel à própria instituição, a utilização da designação de "Alfândega" como marca identitária da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações e, nesse sentido, o assumir publicamente a missão de eleger os valores patrimoniais que comporta como referência orientadora da sua continuada acção de preservação e gestão.

Imóvel de inegável valor arquitectónico e patrimonial, torna-se evidente, desde logo, a necessidade de efectuar obras na Alfândega Nova do Porto, desde o telhado até às Furnas (caves), para além das remodelações a efectuar para dar resposta às suas novas funções. Ex-libris da cidade do Porto, viu encetar as referidas obras de requalificação em 1993 sob a orientação do arquitecto Eduardo Souto de Moura, cuja intervenção é definida como uma arquitectura invisível, valorizando a "alma" do edifício em pleno respeito pelos espaços, minimizando as condicionantes ambientais face às suas novas funções e equipando-o com modernas infraestruturas.

Num misto de ousadia funcional e de respeito e valorização do espaço pré-existente, o arquitecto instala numa ampla sala de alto pé-direito um volume com dois pisos, destinado a albergar os escritórios do Museu, autónomo e amovível. A criação de infraestruturas, de comunicações, eléctricas, de aquecimento, são tornadas invisíveis incluindo-as nas paredes, solos e coberturas existentes. Objectos diversos, mobiliário, sinalética integram sabiamente os velhos espaços, acrescentando nova vida e novos valores ao edifício.

A valorização do "sítio" onde se instala o Museu ganha, neste contexto, verdadeiro sentido acompanhada de uma acção de metamorfose que transforma a Alfândega Nova do Porto num novo "lugar" cultural, espaço vivo, aberto à população e usado no quotidiano. Este desígnio corresponde, naturalmente, a uma política de programação que permita oferecer aos públicos acontecimentos expositivos e culturais cativantes e qualificados.

5.4 a organização

O MTC assegura igualmente variados serviços públicos e para este efeito organiza a sua equipa de trabalho em áreas específicas:

A área de Gestão de Colecções e Museologia garante o estudo e documentação das colecções, a investigação a eles associada e o acompanhamento da totalidade das exposições. Compete a este serviço a gestão do acervo do Museu, constituído por uma pequena colecção de cerca de 2500 miniaturas de automóveis, documentos, quadros, peças ilustrativas da memória do edifício e da nave ferroviária, bem como um pequeno espólio automóvel que agora se inicia com algumas ofertas e depósitos.

Constituído em 2000, fruto das necessidades criadas pelo desenvolvimento do projecto e pela sua programação e actividade regular, assegura a implementação de uma política de gestão de colecções chamando a si a orientação e desenvolvimento de diversos acontecimentos expositivos e culturais, bem como a implementação e manutenção das exposições permanentes do Museu.

Cabe ao Centro de Documentação e Informação a manutenção e tratamento do acervo documental sobre a temática do Museu, bem como a preservação do fundo bibliográfico da Alfândega do Porto. Disponibilizando informação especializada, o Centro satisfaz também as necessidades de diferentes públicos, promovendo nomeadamente a investigação e a divulgação do património da cidade.

Acompanhando de forma activa toda a programação do MTC, o Serviço Educativo e de Animação promove, desde 1996, as relações entre este e a comunidade, numa perspectiva de museu vivo e num discurso plural, aberto à participação de todos os públicos. Organiza programas lúdico-pedagógicos autónomos ou integrantes dos espaços expositivos, dos quais se destacam as Oficinas para Crianças e Adultos, Programas para Famílias, criando assim, novas leituras e abordagens dos objectos e discursos apresentados.

Um Centro de Formação e o acompanhamento de estágios em parceria com instituições de ensino superior têm permitido não só o desenvolvimento de um processo formativo enquadrado na actividade cultural do Museu, como também a manutenção de uma atitude crítica, de reflexão e inovação pedagógica e educativa, essenciais ao seu eficaz desempenho. Assegurando a formação contínua em diferentes áreas e domínios de intervenção, o Centro de Formação tem orientado projectos formativos para educadores de infância e professores, bem como acções para técnicos de instituições culturais da administração pública local e nacional. Com estas duas vertentes formativas, tem sido posta em prática uma filosofia de formação-acção, promovendo a implicação directa dos participantes nos projectos culturais desenvolvidos pelo Museu e, desta forma, contribuindo para uma efectiva formação de públicos.

Para o desenvolvimento de outras tarefas não menos importantes e essenciais para o cumprimento dos objectivos a que se propõe encontramos ainda a equipa que compõe o Centro de Congressos que é responsável pela gestão dos alugueres de espaço e organização de eventos vários (congressos, seminários, feiras), a equipa de manutenção do edifício, o sector financeiro e contabilístico, a equipa de recepção e acolhimento, o secretariado geral e uma equipa de animadores que colaboram nas actividades de animação das exposições.

Na supervisão geral a Direcção Executiva trabalha em estreita relação com o Conselho de Administração.

5.5 a gestão

A tutela do Museu cabe à Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações (AMTC). Uma Associação pressupõe associados – neste momento, trinta e seis associados institucionais e cerca de cinquenta associados individuais.

A gestão do MTC é assegurada pelos orgãos sociais da Associação eleitos por um período de três anos, através do Conselho de Administração constituído por representantes das Instituições e tem uma Direcção Executiva antes cedida pela associada Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Norte (CCDRN) e actualmente com um quadro designado pela Câmara Municipal do Porto.

Dois acontecimentos vão assumir-se como determinantes na gestão da AMTC: a realização em 1998 da Cimeira Ibero-Americana que vai equipar a ala poente (oposta à que é actualmente ocupada pelo Museu) de equipamentos que têm permitido a exploração de um centro de congressos; e, em 1999, com a assinatura do auto-cessão entre o Ministério das Finanças e a AMTC, que passa a dispor do edifício por um período de 25 anos.

De acordo com o artigo 25º dos seus estatutos, constituem receitas da AMTC:

a) *As quotas e contribuições dos associados;*
b) *Os subsídios ou subvenções que lhe sejam concedidos;*
c) *Os rendimentos de bens próprios ou de participações sociais;*
d) *O produto resultante de publicações, de trabalhos e de serviços realizados pela associação;*
e) *As receitas da exploração, designadamente por cedência a terceiros dos vários espaços do edifício ocupado pela associação para congressos, seminários ou outras reuniões ou eventos de carácter científico, cultural, artístico ou social;*
f) *Quaisquer outras receitas, tais como donativos, doações, legados ou outros proventos aceites pela associação.*

Os recursos financeiros da AMTC não se restringem, pois, às cotas e financiamentos dos seus associados (estes apenas provenientes de 4 instituições, actuando os demais ao nível de contrapartidas várias) ou aos valores da bilheteira do Museu, verbas necessariamente insuficientes para assegurar o seu regular funcionamento e programação. Tem, pois, uma gestão participada, onde os apoios pontuais do Estado são sustentados por uma política financeira de captação de recursos. Conta com o apoio do poder local através da Câmara Municipal do Porto, beneficiando também de fundos comunitários através do POC – Programa Operacional da Cultura e da CCDRN, que lhe proporciona ainda apoio técnico para a concepção, elaboração e acompanhamento de projectos.

Aquando da constituição da AMTC a CCRN destaca um responsável que irá desenvolver e explorar os apoios dos fundos comunitários regionais, sobretudo a partir de 1994, quando é aprovado o segundo Quadro Comunitário de Apoio. Esta era então a política assumida estrategicamente pela CCRN na fase de consolidação e robustecimento do chamado tecido institucional, em que vários dos seus técnicos prestavam apoio a instituições de carácter regional.

As condições físicas e funcionais do edifício, equipado na sua ala poente em 1998 como foi referido, permitiram a criação de um Centro de Congressos e Exposições que disponibiliza amplos e versáteis espaços para a promoção de eventos variados (congressos, conferências, exposições, entre outros). Esta circunstância possibilita o estabelecimento de uma política de captação de recursos indispensável à gestão da Associação, embora insuficientes para o sustento do funcionamento geral da instituição.

O grande desafio que se colocou desde logo à Associação foi o da requalificação do imóvel, de inegável interesse arquitectónico e patrimonial para a cidade. Esta tarefa foi encetada por fases, de acordo com a política de ocupação de espaços que foi sendo desenvolvida: para além de duas salas no átrio, a AMTC ocupa os armazéns laterais a que se chamam ala nascente e poente. O armazém 1 e 3, com cerca de 2000m2 cada e as duas salas no átrio de entrada (com 200 e 500 m2 respectivamente), foram destinadas a Museu.

São os fundos comunitários que estão, de forma faseada, a permitir que as obras do edifício da Alfândega Nova do Porto se materializem, a partir do telhado e posteriormente em alguns espaços que a Associação vai dispondo. A Associada Câmara Municipal do Porto foi determinante neste processo. Desde logo, sendo as Câmaras Municipais os únicos destinatários destas Medidas de financiamento para obra, permitiu que da dotação financeira que lhe cabia do PRONORTE (Programa Operacional da Região Norte do QCA II) fossem canalizadas verbas para a AMTC: Sendo os fundos financiados à taxa de 75%, responsabilizou-se ainda pelos 25% da contrapartida nacional.

Por outro lado, a AMTC reúne as condições necessárias à apresentação de candidaturas ao chamado sub-programa C, aberto à sociedade civil, que apoia projectos imateriais. Logo em 1994 surge a primeira candidatura destinada à própria instalação do MTC.

Com a criação do Ministério da Cultura e o surgimento do Programa Operacional da Cultura (POC) passa também a usufruir de fundos através deste Ministério, que contribuíram para um maior impulso ao projecto.

Regista-se ainda uma outra fonte de financiamento que tem como origem o Instituto Português de Museus através da apresentação de projectos à estrutura Rede Portuguesa de Museus da qual o Museu é associado.

Na área da formação tem recorrido a fundos vários com origem em programas como PROFAP, EAGIRE, POEFDS, ON – Foral e PRODEP III.

A AMTC desenvolve, em síntese, uma estratégia de captação de fundos comunitários que articula com uma intervenção a nível das obras de requalificação do edifício, com uma actividade imaterial, cultural, a nível museológico e museográfico que permitem fundamentar os pedidos de financiamentos.

A AMTC vive neste momento uma fase em que tem de enfrentar novos desafios. Com o escasseamento dos fundos comunitários, a política de captação de recursos necessita de se ajustar a novas realidades, sendo determinante o envolvimento de todos os associados.

5.6 a programação

O percurso das diversas actividades e exposições organiza-se em duas fases distintas. Numa primeira fase, correspondente a um período de consolidação, (sensivelmente entre 1992 e 2000) o Museu é palco de vários projectos que lhe permitem começar a estruturar-se e lhe dão visibilidade. A título de exemplo citaríamos as exposições "Alfândega Nova: o Sítio e o Signo", "Memória da Amazónia: Etnicidade e Territorialidade", "O Rio Douro e o Barco Rabelo" (1994), "Instrumentos de Tortura e Pena Capital", "Portugal e as Comunicações na Europa", (1995) "O automóvel em Portugal – 100 anos de história"

e "Automóveis de Grande Turismo", "ESBAP/FBAUP", o projecto "No Tempo em que os Animais Falavam. Fábulas de La Fontaine na Colecção Calouste Gulbenkian" (1996).

Este último assumiu-se como um marco fundamental no trabalho do Museu, permitindo maior reflexão sobre o projecto e impulsionando a criação do seu Serviço Educativo e de Animação, marcando, assim, o início de uma nova fase. O MTC ganha novo fôlego e projecção. Afirmando a sua vocação pública, o Museu desenvolve a partir de então variadas iniciativas. Logo em 1997 organiza exposições relacionadas com a sua temática - "O Desporto Automóvel em Portugal" e "120 Anos da Ponte D. Maria Pia: Material Alusivo".

São igualmente marcantes neste período as exposições "150 Anos sobre Duas Rodas: Velocípedes, Bicicletas e Motos" (1998), "75 Anos da Viagem Aérea de Portugal a Macau" e "Comunicação / Comunicações" ou os projectos em colaboração com a Comissão dos Descobrimentos – "Os Construtores do Oriente Português" e "Os Brasileiros de Torna Viagem" são alguns exemplos.

A experiência angariada neste percurso, bem como a paulatina afirmação do Museu junto de públicos diversos que possibilitou, vieram dotá-lo de uma estrutura mais eficaz, actuante e profissional, essencial à materialização do projecto *Museu dos Transportes e Comunicações*.

Numa segunda fase, e com a sua apresentação oficial em Dezembro de 2000, o Museu enceta a instalação de propostas permanentes com o objectivo de captar e fidelizar os seus públicos.

As exposições permanentes são "O automóvel no espaço e no tempo" – dedicada à temática dos transportes e ao automóvel em particular tem por objectivo proporcionar uma visão geral sobre o surgimento e desenvolvimento do automóvel e o contributo para a alteração dos conceitos espaço e tempo. Um espaço oficinal, designado "Garagem do Sr. Teixeira" complementa e enriquece a visita a esta exposição - e "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação" – exposição interactiva que apela à experimentação e à descoberta dos segredos e das potencialidades de vários meios de comunicação (rádio, televisão, jornal, novas tecnologias...) (para mais pormenor ver anexo V).

Para além das suas exposições permanentes, o Museu desenvolve igualmente diversas exposições temporárias temáticas. As iniciativas de carácter expositivo, que desde a sua constituição vem realizando, assentam num forte elo de envolvimento com importantes sectores do público (como o escolar, que frequenta regularmente as iniciativas que se apresentam, reconhecendo a qualidade do seu trabalho museológico, educativo e de animação). Paralelamente, o Museu desenvolve também um envolvimento qualificado com um considerável conjunto de instituições com quem vai partilhando experiências. A aprovação pelo Instituto Português de Museus da sua adesão à Rede Portuguesa de Museus em 2001 constitui um exemplo relevante do reconhecimento do percurso realizado.

O alojamento da sede da instituição e do Museu no edifício da Alfândega Nova do Porto amarra o seu futuro à história deste espaço. Está por isso, necessariamente, em preparação um terceiro núcleo dedicado à Memória do Edifício - a *"Metamorfose de um Lugar"*[149].

Cientes do seu valor arquitectónico e patrimonial (já sumariamente descrito), bem como da relevância da História que todo este espaço transpira (que se cruza nomeadamente com a história dos serviços da própria Alfândega e das populações que com ele se foram envolvendo), pretende-se devolver agora à cidade e às suas populações a Memória e Identidade do local, bem como dos caminhos que percorreu ao longo do seu cerca de século e meio de existência. Este edifício, pelo valor patrimonial que incorpora, pelo seu porte, pelos espaços que comporta e pelo seu relacionamento com a malha urbana da cidade e com o rio, tem de ser transformado num qualificado lugar cultural de utilidade social.

Esta exposição, surgirá, de resto, na sequência de um Percurso Interpretativo do Edifício da Alfândega criado em 2000 que, recorrendo a painéis informativos e a quiosques interactivos distribuídos ao longo dos corredores, dá a conhecer ao visitante a história do imóvel e alguns detalhes da intervenção de requalificação que tem vindo a ser desenvolvida.

[149] Cristina Pimentel, *Programa de Interpretação do Edifício da Alfândega Nova do Porto – orientações estratégicas e implicações práticas*, Porto, AMTC, 1999.

A recuperação e requalificação do edifício, desde sempre dirigida pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura, que transfere as valências advindas da vida alfandegária, com as suas funcionalidades próprias e adequados simbolismos para um outro estatuto de "lugar de cultura", constitui simultaneamente um acrescento de novos valores patrimoniais.

São estas marcas de um outro olhar contemporâneo que sobre o passado sabe ir construindo a sua valorização e, ao mesmo tempo, criar outras formas de o vivenciar, razão importante para justificarem este projecto, forma integrada que pretende entregar a Alfândega Nova do Porto, agora como Museu dos Transportes e Comunicações, aos cidadãos.

5.7 os públicos

Aquando da apresentação do estudo da *Quaternaire* foi esboçada uma previsão da procura na qual foi considerada uma divisão dos visitantes em três segmentos: visitantes em grupo, visitantes residentes isolados e turistas. Os primeiros seriam predominantes entre terça e sexta-feira (museu encerrado à segunda-feira), os segundos concentrar-se-iam aos sábados e domingos e os últimos ao longo da semana.

Estes segmentos estariam sujeitos a um conjunto de efeitos que determinariam a procura do Museu dos Transportes e Comunicações e que foram indicados tendo em linha de conta movimentos observados nas décadas anteriores. Tais efeitos seriam:

Efeito aumento da procura – refere-se ao alargamento do mercado dos museus em si mesmo e ao aumento da percentagem de população que visita museus por alterações de preferências (possível efeito do aumento do capital escolar) e de rendimento. Esperava-se também aumento do número de turistas e de grupos escolares.

Efeito turismo – aumento do turismo na Área Metropolitana do Porto

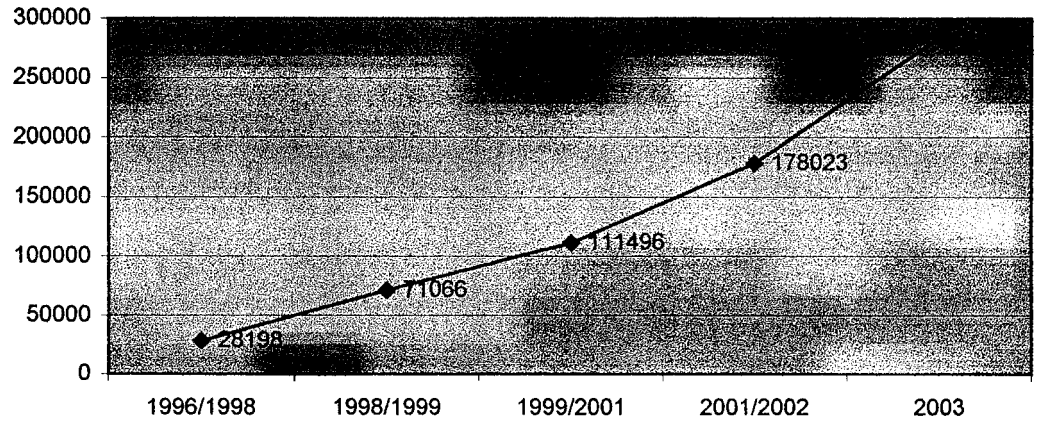
Efeito novo museu de ciência e técnica – disponibilização de uma oferta inédita na cidade e região

Efeito do rendimento per capita – alterações sobre o modo de vida e consumo em geral

Efeito grupos – maior procura por parte dos grupos organizados, principalmente por parte das escolas.

Perante estes factores foi apontado um cenário em termos de períodos e de número de visitantes no futuro Museu dos Transportes e Comunicações:

Gráfico I - Previsão do nº de visitantes por período de tempo
(relatório *Quaternaire*)



No momento em que o documento foi apresentado[150], apontava-se a necessidade de os museus se adaptarem às novas realidades em termos de mercado caso queiram continuar a ser importantes produtores e fornecedores de cultura e entretenimento.
Assim, as exposições, eventos paralelos, publicações e outros serviços devem ser orientados atendendo também ao interesse dos públicos tornando mais eficaz a actividade do museu.

Nesta perspectiva foi considerado como indispensável identificar e delimitar os principais segmentos de mercado potenciais do museu, por forma a orientar os seus produtos e serviços no sentido da captação e fidelização dos públicos, e ainda delinear estratégias promocionais orientadas para esses segmentos potenciando a imbricação de diferentes grupos de interesse e de perspectivas.

[150] António Figueiredo (org.), re*l. cit.*

A tipologia de segmentos de mercado potenciais indicada foi a seguinte:
População residente – na cidade do Porto, na Área Metropolitana do Porto, no Norte, Centro Litoral e Galiza;
Visitantes individuais – turistas individuais na AMP, visitantes individuais especialistas;
Visitantes em grupo – grupos escolares da cidade do Porto (1º, 2º e 3º ciclos), grupos escolares do 2º e 3º ciclos do ensino básico o resto do país, outros grupos organizados nacionais (3ª idade, turismo social), grupos de turistas estrangeiros, grupos de especialistas e parceiros do museu;
Turismo de Negócios – tradicional, seminários e congressos na cidade e AMP e seminários e congressos do próprio MTC.

Não esquecendo a importância que este dados constituem e o papel que o marketing cultural tem para dar a conhecer as actividades e «conquistar» os públicos, foi assumida uma política educativa que passou a nortear a relação que o Museu constrói e mantém com os seus públicos através da acção do Serviço Educativo e de Animação.

Um Museu é uma peça fundamental na organização do sistema educativo, com responsabilidades face ao desenvolvimento cultural local, regional, nacional e porque não global, um elo de ligação permanente com o público, contendo um quadro de técnicos que possuam, para além, das qualificações profissionais, capacidades noutras dimensões, uma espécie de «sexto sentido, como sejam a humanidade, o conhecimento pedagógico e psicológico que lhes permita perceber que o «objecto» do museu será sempre considerar como valor maior a pessoa a quem vai servir num determinado momento.

É hoje unanimemente aceite que o conceito de educação resulta de um conjunto de aprendizagens que acontecem dentro e fora da escola. Esta representa o espaço educativo mais amplo e abrangente no sentido da produção de conhecimentos significativos, no entanto, o processo de ensino/aprendizagem acontece na escola, no teatro, na rua, no jardim, no museu... Será sempre destas interacções de conhecimentos que resulta uma nova postura cultural e educativa.

É neste contexto que o papel do Serviço Educativo e de Animação do MTC tem sido fundamental para a criação de novos hábitos culturais e para o reforço de novas práticas pedagógicas.

Será na transversalidade de saberes e actividades do Serviço Educativo e de Animação corporizados na programação cultural com carácter pedagógico, nos novos relacionamentos com públicos diversificados, nas novas formas de formação destinadas a docentes e discentes, na recente sistematização de estudos de público, no acompanhamento de estágios curriculares e profissionais, que podemos então encontrar a sua identidade, a sua essência e a sua vocação educativa.

A cultura museológica deve favorecer o caminho da imaginação, da sensibilidade, da observação, da reflexão e do estudo, sempre com um sentido lúdico de forma que todos se "divirtam conhecendo". Por se tratar de uma instituição com envolvimentos estreitos com projectos artísticos, está revestida de capacidade de inovação na perspectiva das linguagens simbólico-afectivas essenciais para o processo de socialização e de formação da identidade pessoal e social.

O Museu assume-se como elemento vivo e dinâmico, complementar da educação para qualquer público e em qualquer idade, «um lugar de aprendizagem sensível de outras coisas, as que não parecem necessárias, e que por isso só entram nas nossas vidas pela via dos afectos e das emoções».

Neste sentido entendem o museu como espaço de encontro e descoberta, encontro com a escola e com a comunidade que o enlaça, um espaço onde as pessoas não se sintam num museu "pasmado", mas sim num museu "falado".

Na actualidade, tendo-se descentrado a atenção do objecto para a acção/intervenção dos sujeitos, para o sentido com que recebem e partilham vivências, é essencial que o Serviço Educativo potencie e estimule, através da sua filosofia e do seu trabalho concreto, todo um ambiente de diálogo, de partilha, de criatividade, de imaginação, de reflexão sobre os conteúdos, ideias e problemas que de uma maneira ou de outra todos partilham no dia-a-dia. Abrir o museu, quebrar barreiras físicas e sociais entre ele e os públicos, ir além das suas portas no sentido de concretizar um "museu sem paredes", "cativando" os sujeitos para o seu universo de acção, são essenciais para o cumprimento da sua missão. Para que todo este trabalho de construção de "pontes" seja enriquecedor quer para os públicos quer para os museus, é necessário implicar o sonho, a poesia e a paixão para que por vezes os impossíveis e até mesmo as utopias se concretizem.

Um Serviço Educativo é, acima de tudo, uma equipa que "humaniza", que coloca em contacto, que partilha o museu com os seus públicos e torna possível todo um processo de comunicação e (in)formação o qual permite aos diversos públicos contactar e problematizar objectos, conteúdos, vivências que proporcionem uma melhor percepção acerca da realidade circundante e um exercício mais interessado e intenso da sua cidadania.

Partindo da importância de assegurar formação contínua em diferentes áreas e domínios de intervenção, o Museu dos Transportes e Comunicações tem, através do Serviço Educativo e de Animação, procurado construir um processo formativo alicerçado na actividade cultural e educativa que vem desenvolvendo. A partir da constituição de um Centro de Formação (validado pelo INOFOR e CCPFC - Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua), tem-se posto em prática uma filosofia de formação-acção, promovendo a sua implicação o mais directa possível nos projectos culturais desenvolvidos pelo Museu dos Transportes e Comunicações.

Quadro I- evolução do nº de visitantes do mtc (1997 – 2003)[151]

ano	nº de visitantes
1997	52.485
1998 (1)	36.860
1999 (2)	57.467
2000	46.387
2001	39.700
2002 (3)	41.378
2003	45.655

Legenda do Quadro I:

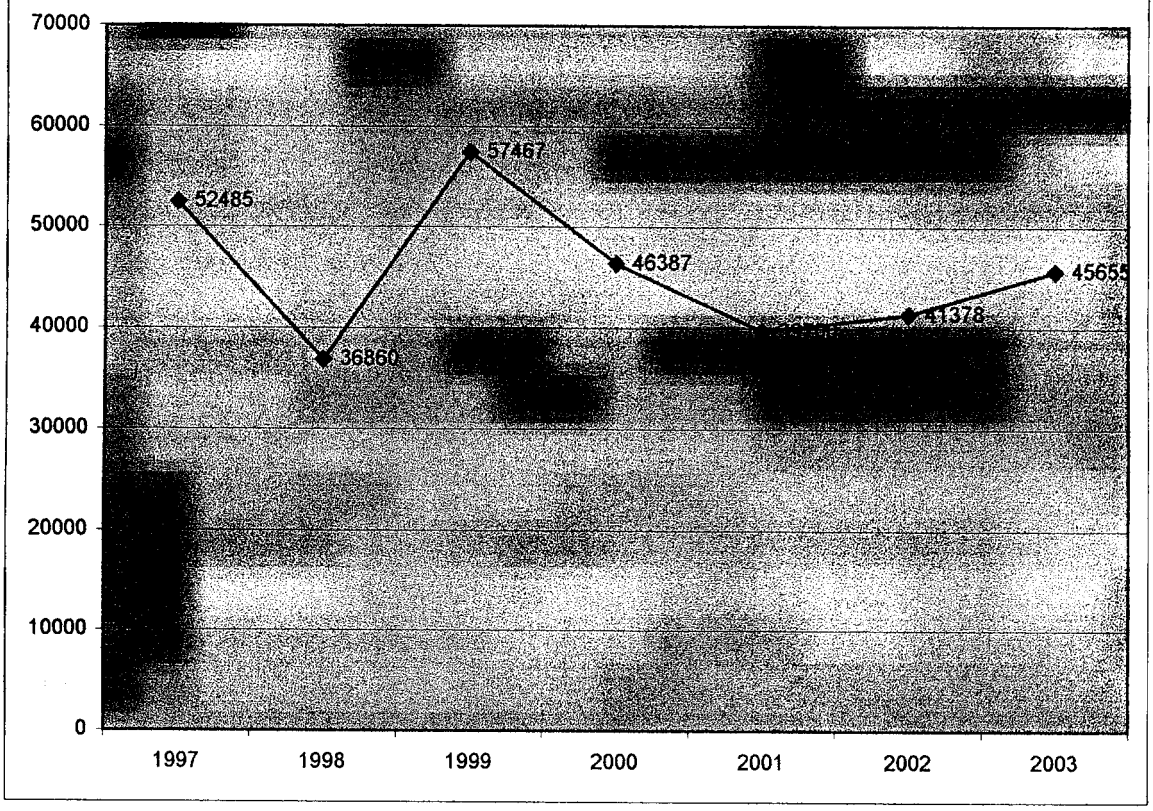
(1) - programa de obras no edifício para a Cimeira Ibero-Americana condicionou as actividades e o nº de visitantes;

(2) - abertura da exposição interactiva "Comunicação/Comunicações" atraiu um nº significativo de visitantes;

(3) - abertura da exposição interactiva "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação" reflectiu-se no nº de visitantes.

[151] Elaborado a partir do Relatório de Actividades 2003 da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações, Fev. 2004

Gráfico II - evolução do nº de visitantes do mtc (1997 - 2003)



Quadro II - Visitas em grupo do mtc por nível de escolaridade 2003[152]

grupos	1º semestre	2º semestre	total
ensino pré-escolar	14	16	30
1º ciclo	**87**	**24**	**111**
2º/3º ciclo	**85**	**42**	**127**
secundário	**61**	**30**	**91**
técnico-profissional	31	37	68
ensino superior	7	8	15
séniores	13	3	16
ensino especial (cidadãos deficientes)	6	9	15
outros grupos (atl, escuteiros, projectos integração social)	11	15	26

[152]Idem, ibidem.

Tal como nos indica a tabela podemos verificar que o museu recebe um maior número de visitas de grupos provenientes do 1º, 2º e 3º ciclo. Os grupos do secundário embora com um valor bastante representativo poderão vir a tornar-se uma presença mais assídua através de actividades complementares como são por exemplo as Oficinas Criativas. Esta situação estende-se igualmente aos grupos do ensino superior. Observa-se também uma representação muito significativa dos grupos do ensino técnico-profissional o que pode ser demonstrativo do interesse da visita do museu não só para áreas específicas da formação mas também para a área de formação para a cidadania.

Constatamos que o facto de a DREN e a DREC apoiarem a divulgação da actividade junto da comunidade escolar traduz-se numa adesão que consideramos de grande visibilidade. Em relação a outro tipo de grupos como por exemplo séniores, deficientes e associações culturais o registo ainda não atinge valores muito sigificativos.

Os valores apresentados para o público em grupo demonstram, mais uma vez, a forte presença das visitas organizadas contrastando com os valores a apresentar nas páginas seguintes para as visitas a título individual. Começam a ter maior visibilidade as actividades dirigidas para as famílias - aniversários e famílias nos museus, iniciativas estas que julgamos importantes como forma de estimular a convivência das famílias em espaços alternativos e qualificados como são os museus.

Uma nota importante a fazer relativamente aos grupos "gratuito" (quadro III), prende-se com a diversidade de situações que se integram neste item no qual se puderam identificar públicos de eventos/dias especiais como "Dia Mundial da Criança" e "Dia Internacional dos Museus", Instituições Associadas da AMTC, público da comunidade envolvente, cidadãos deficientes, grupos de alunos integrados no projecto da Câmara Municipal do Porto "Viver uma Escola Diferente", grupos de instituições carenciadas, parcerias, jornalistas, representantes de instituições como IPM, Rede portuguesa de Museus, Centros de Formação, Universidades...

No que concerne aos visitantes por exposição é visível a elevada representação das exposições permanentes sendo também de realçar a importância que têm as exposições e outros eventos temporários como forma de diversificar e complementar a oferta cultural do museu (quadro III)

Considera-se ser importante manter sempre "aberta" a porta do museu a estes públicos pois no cumprimento da sua função social o museu apresenta-se como um espaço aberto, democrático, dinâmico, inclusivo e como um importante elemento de formação para uma cidadania plena.

Quadro III - públicos do mtc 2002[153]

Públicos	**1º semestre**	**2º semestre**	**total**
individual	1.757	678	2.425
estudantes	913	378	1.291
crianças	492	109	601
reformados	248	65	313
grupo exposição automóvel	7.193	672	7.865
grupo exposição comunicação	5.487	1.507	6.994
grupo todo o museu (autom.+comunicação)	2.230	847	3.077
grupo edifício	149	128	277
grupo aniversários	38	178	216
grupo "famílias"	21	-	21
grupo gratuito	4.656	1.078	5.734
exp. temporária "Daciano da Costa Designer"	2.474		2.474
exp. temporária "Pátria Mundo - tapeçarias"	2.364	-	2.364
exp. temporária "Semana Ford"	738	-	738
Apresentação de Teatro ESMAE	-	408	408
exp. temporária "Prémio Pintura Baviera "	-	1.060	1.060
Concerto Cinematic Orchestra	-	936	936
Centro de Formação	37	49	86
Oficinas "Dia no Museu"	127	-	127
Oficinas Verão	-	134	134
Oficinas Natal	-	27	27
Diversos (inaugurações, apresentação produtos multimedia, visitas especiais...)	-	4.200	4.200
Total	**28.924**	**12.454**	**41.378**

[153]Idem, *ibidem*.

Quadro IV- públicos do mtc 2003[154]

Públicos	1º semestre	2º semestre	total
individual	945	1.034	1.979
estudantes	440	438	878
crianças	170	201	371
reformados	132	136	268
Grupo exposição automóvel	4.717	721	5.438
grupo exposição comunicação	7.129	1.893	9.022
grupo todo o museu (autom.+ comunicação)	5.534	2.080	7.614
grupo edifício	228	72	300
grupo aniversários	430	181	611
grupo "famílias nos museus"	79	47	126
grupo gratuito	3.243	990	4.233
exp. temporária "Comun. Tácticas..."	10.381	-	10.381
exp. temporária "Labirinto"	1.050	-	1.050
exp. temporária "Dinheiro e Transportes"	-	552	552
exp. temporária "ADN 50 anos..."	-	800	800
exp. temporária "150 anos do primeiro selo..."	-	1.750	1.750
Workshop "Teaching and..."	-	50	50
Centro de Formação	55	55	110
Oficinas Verão	-	65	65
Oficinas Natal	-	29	29
Oficina Cinema	-	23	23
Bilhete Andante	-	5	5
Total	**34.533**	**11.122**	**45.655**

[154]Idem, *ibidem*.

Quadro V – comparação públicos do mtc 1º semestre 2003 e 1º semestre 2004[155]

públicos	1º semestre 2003	1º semestre 2004
individual	945	1.947
estudantes	440	872
crianças	170	187
reformados	132	381
Grupo exposição automóvel	4.717	4.489
grupo exposição comunicação	7.129	5.974
grupo todo o museu (autom.+comunicação)	5.534	5.719
grupo edifício	228	159
grupo aniversários	430	289
grupo "famílias nos museus"	79	45
grupo gratuito	2.965	2.736
grupo projecto "Viver uma escola diferente"	278	601
Exp. temporária "Edgar Cardoso. Mecanismos do Génio" (grupo)		565
exp. temporária "Comun. Tácticas..."	10.381	
exp. temporária "Labirinto"	1.050	
Centro de Formação	55	18
Oficina Cinema, DJ's, Tango, Língua Gestual Portuguesa		110
Bilhete Andante		15
Total	**23.102**	**24.107**

[155] Elaborado a partir do Relatório de Actividades da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações, 1º semestre 2004

Gráfico III - comparação dos públicos mensais do mtc 1º semestre 2003 e 1º semestre 2004[156]

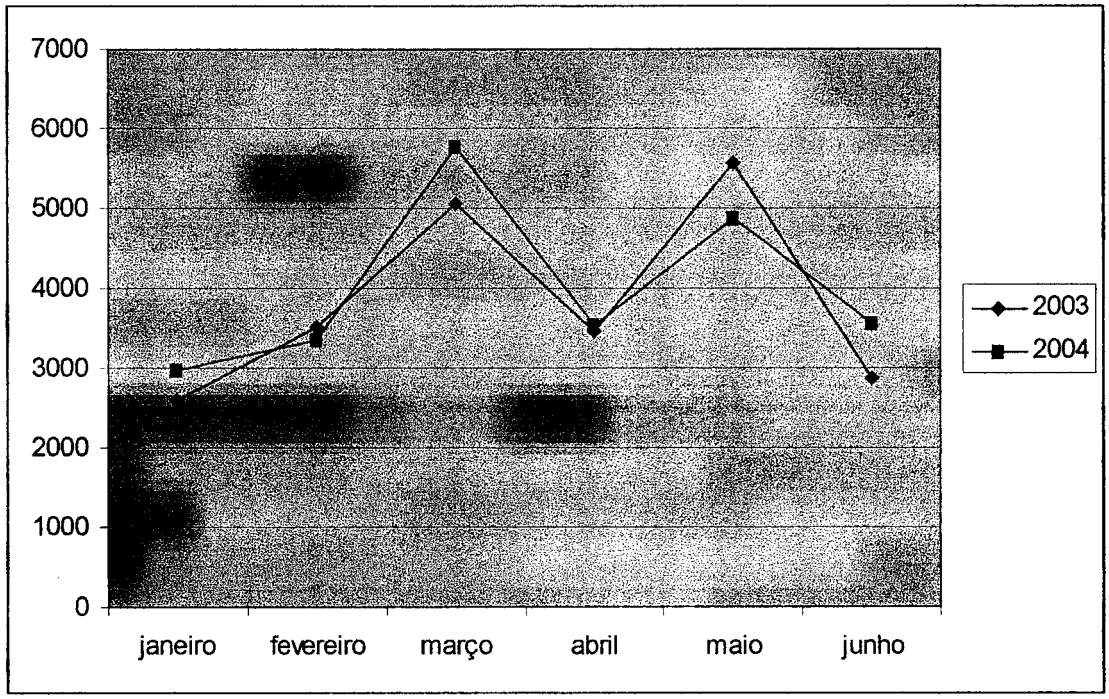
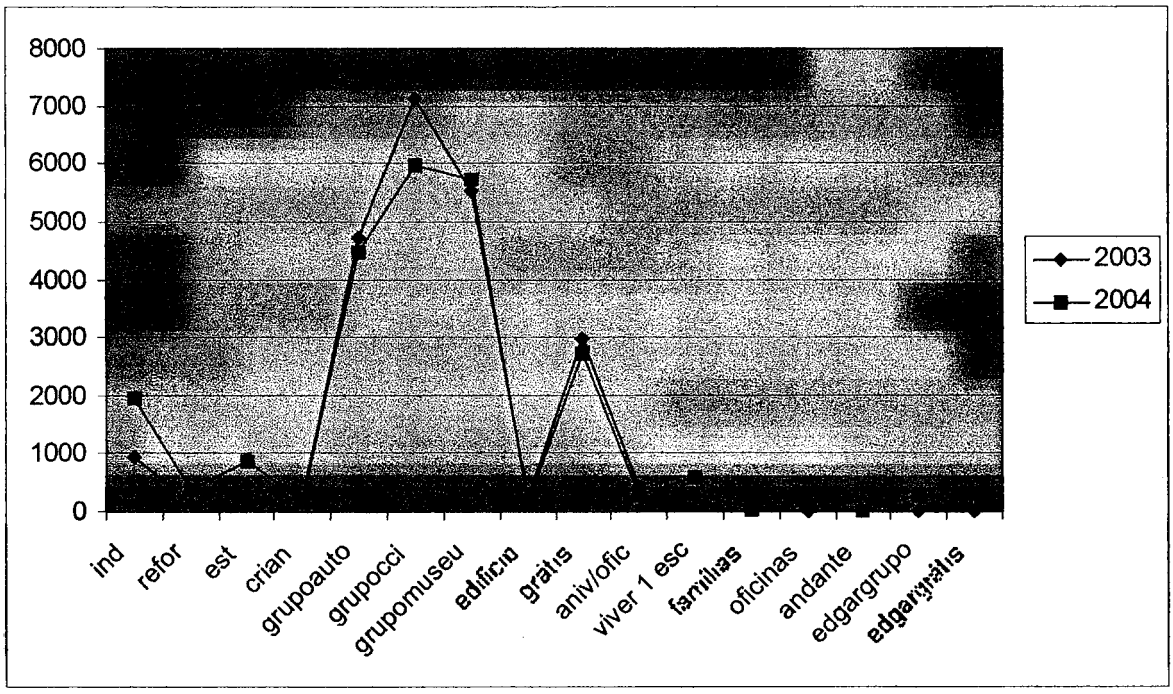


Gráfico IV - comparação tipos de públicos do mtc 1º semestre 2003 e 1º semestre 2004[157]



[156]Idem, *ibidem*.
[157]Idem, ibidem.

5.8 da génese ao ponto de viragem - metamorfose de um lugar

Criado por uma Associação sem fins lucrativos, o Museu dos Transportes e Comunicações (MTC) inicia a sua actividade em 1992, na sequência de uma resolução do Conselho de Ministros, que indicou desde logo o edifício da Alfândega Nova do Porto para sua sede, por se entender ser o espaço adequado a um bom museu dos transportes terrestres do Porto, único na região. Os objectivos que nortearam a criação desta Associação - a Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações (AMTC) - constam do artigo 3º dos seus estatutos:

a) *a criação e manutenção de um museu de transportes e comunicações, composto por colecções ou peças próprias e colecções ou peças que lhe sejam confiadas em depósito;*
b) *a preservação de infra-estruturas de reconhecido interesse histórico, relacionadas com os transportes e com as comunicações;*
c) *a criação e manutenção de um centro de documentação sobre transportes e comunicações;*
d) *o desenvolvimento por todas as formas do interesse do público quanto à problemática dos transportes e das comunicações.*

Apesar da resolução de Conselho de Ministros datar de 1987, foram necessários cinco anos para que se desse início à constituição do Museu. Após uma fase inicial de consolidação que decorre sensivelmente até 1996 (na qual se destaca o facto de a Associação ter sido declarada de utilidade pública, em 1993), o MTC estabelece um programa museológico alicerçado em exposições que, embora ainda sem carácter permanente, permitiram a sua institucionalização e argumentaram o financiamento necessário à sua materialização.

Através de um percurso faseado, polivalente e articulado, o Museu consolida gradualmente a sua equipe e desenvolve uma programação expositiva vocacionada primordialmente para um forte relacionamento com os públicos.

Duas linhas de força se estabelecem desde logo: a necessidade de requalificação do edifício, por um lado e, por outro – em estreita articulação com esta – a clarificação do conceito do próprio Museu.

A identidade desta instituição resulta da articulação de três factores: o Património, a Cultura e o Futuro. Como agentes destes três factores podemos referir, em relação ao "Património" (móvel e imóvel), o trabalho de requalificação do edifício da Alfândega e do seu acervo museológico e documental; à "Cultura", o trabalho de relacionamento com os públicos e de valorização dos recursos humanos das equipas técnicas e especialistas nas diferentes áreas; ao "Futuro" o permanente ajustamento de comportamento face à evolução tecnológica e à inovação contínua.

Dois contributos a nível dos recursos humanos são decisivos para o percurso encetado: por um lado, Eduardo Souto de Moura, referência arquitectónica, cujo nome valoriza o edifício tornado já de si um ex-libris da cidade. O facto do projecto de requalificação ser da sua autoria constitui uma mais-valia e acrescenta prestígio ao imóvel. Por outro lado, a equipe do Museu que, na falta de acervo, constitui a matéria-prima que dá corpo e visibilidade à actividade produzida. Confronta-se aqui, na actualidade, a crescente importância da componente equipa técnica que passa a "competir" com a colecção do Museu no que diz respeito à captação e formação de públicos, justificando a forte aposta do MTC nesta vertente. De facto, quando comparado com outros museus, apresenta uma equipe quantitativamente significativa que desenvolve um trabalho de qualidade, na elaboração de programas, promovendo e animando o Museu – e sem animação não há nem se formam públicos. Daí o slogan lançado pelo Museu: "Descubra por que é que os Museus estão a mudar".

Num período em que se defende um Museu dinâmico, interactivo, não contemplativo, o MTC ganha visibilidade pela aposta na contratação de técnicos dentro e fora da área de formação da museologia que lhe permitem uma programação de qualidade, mas sobretudo apelativa para novos públicos, nomeadamente o público escolar, cujos professores têm manifestado um crescente interesse por este tipo de actividades paralelas e complementares ao ensino formal, dentro da sala de aula. É, de resto, nesta linha de organização que a AMTC aposta num Centro de Formação, apostando na acreditação dos seus técnicos como formadores de acções em diversas áreas temáticas que vão desde a voz, ao teatro, ao património e à comunicação da ciência.

O Museu dos Transportes e Comunicações deverá agora solidificar-se, estabilizando a sua construção e fazendo uma gestão cultural que equilibre receitas e despesas. Assente nas linhas de força que acabamos de definir, ao Museu compete ainda constituir um pequeno acervo que assegure o núcleo da exposição automóvel, aprofundar o cariz museológico da exposição sobre a temática das comunicações e implementar um novo núcleo permanente sobre a Memória do Edifício. Desenvolvendo uma programação e dinamização adequadas à captação e fidelização de públicos e à criação de novos públicos, continuará o MTC a assumir-se como um Museu de Referência no panorama nacional?

Apesar da eficácia até aqui demonstrada, o modelo de gestão do MTC levanta alguns inconvenientes, desde logo pela sua equipe numerosa. Será difícil manter o actual modelo de gestão com o fim do apoio de fundos para funcionamento. A mudança pode passar pela alteração da figura jurídica, substituindo a associação por um centro cultural que assuma várias valências - entre elas um museu -, constituindo um misto de entidade pública e privada que assegure o funcionamento básico e criando uma tutela para a instituição (que não é Ministério das Finanças, nem da Cultura, nem Câmara Municipal). O que está em causa será, não a ruptura no conceito de museu, mas a sua sustentabilidade – que simplesmente foi entregue a uma entidade privada sem fins lucrativos.

O papel dos transportes e comunicações assume-se, efectivamente, como essencial no panorama económico e sócio-cultural contemporâneo. Encurtando o tempo e o espaço, pondo-o em causa nas novas realidades virtuais, permite um cada vez mais universal contacto com o "outro", essa necessidade antropológica fundamental. Sabemos que o desenvolvimento tecnológico e a cada vez mais ampla disponibilidade de meios não chega, porém, para melhorar o conteúdo dessa comunicação, e que a afirmação da designada "aldeia global" secundariza ainda mais aqueles que não dominam as novas tecnologias. O MTC desempenha, por isso, neste contexto, um papel de primordial relevância. Assumido como um trajecto, fazendo o seu caminho caminhando, reconstrói-se permanentemente procurando novas respostas e assumindo renovados desafios.

A localização do edifício da Alfândega na malha urbana da cidade e as condições físicas e infra-estruturais que este apresenta induzem à sua transformação num novo espaço de centralização cultural e de utilidade social na cidade, o que deverá ser realizado a partir da programação do Museu, entendida numa amplitude alargada que integre e promova realizações artísticas múltiplas, transdisciplinares e interculturais.

O sentido de uma espaço cultural na cidade do Porto como o Museu dos Transportes e Comunicações é validado pelo papel actuante e educativo fundamental que desempenha, bem como pelo carácter lúdico-pedagógico que com ele se articula, funcionando como regulador de valores sócio-culturais e impondo bases para uma cidadania plena, ingredientes essenciais para um espaço que se pretende democrático.

Capítulo 6 - Viagem em torno da informação recolhida

6.1 as vozes da oferta

A utilização da técnica da entrevista semi-directiva procurou buscar junto de elementos da equipa do Museu dos Transportes e Comunicações concepções sobre a missão do museu, políticas subjacentes à programação e à formação de públicos, preocupações e projectos futuros. Pretendemos situar a instituição nas «vozes» de quem faz parte do projecto e de quem no dia a dia coloca em prática acções dirigidas aos mais diversos públicos. Procuraremos mais tarde estabelecer pontos de ligação entre o que se pretende construir ao nível da oferta com a forma como essa mesma oferta é «recepcionada» pelo lado da procura, ou seja, pelos públicos.

A análise de conteúdo, à qual se submeteu o material recolhido, permitiu estruturar um conjunto de temáticas que foram posteriormente «adjectivadas» com termos extraídos das próprias entrevistas. Complementaremos cada uma dessas temáticas com excertos dos testemunhos recolhidos.

Nas «vozes» recolhidas junto da equipa do museu foi possível registar ocorrências que se relacionam com a constituição e a natureza jurídica da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações que é descrita como *"instituição privada e sem fins lucrativos"*:

"...associação privada, sem fins lucrativos, de utilidade pública, reconhecida pelo Ministério da Cultura como de utilidade pública...no ano 2000 formalizou-se e concretizou-se a abertura do Museu dos Transportes e Comunicações..."
"...a Associação foi criada em 1987/88...conjunto de circunstâncias de natureza política regional..."
"...a partir de 1996 pontapé de saída... com bases mais sólidas e com conceitos mais definidos...como deverá ser a sua política educativa e cultural...oficialmente em 2000...o museu que já o era antes de o ser."

Contudo, há algumas referências que poderão ser entendidas como interpretações, problematizações e dúvidas face às circunstâncias iniciais e ao caminho percorrido desde a constituição da associação. Apresentamos duas dessas referências:

"Então o museu, como que por felicidade, é construído com base numa associação de interesses empresariais, públicos e privados, então encontrou um caminho, que me parece um caminho possível, quer dizer que o museu se assumisse como um pólo de referência, de conhecimento e de experiência nesta área de inventariação, classificação, tratamento e musealização do acervo..."

Esta mesma ideia foi sublinhada, em Fevereiro de 2002, por Augusto Santos Silva, então Ministro da Cultura, aquando da inauguração da exposição "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação":

"Um país moderno, um país culturalmente rico e desenvolvido precisa de todos estes quatro sectores, precisa da convivência e da interacção entre estes quatro sectores: sector directamente estatal, o sector público autárquico, o sector social e o sector privado que também tem um papel a desempenhar nos museus (...) Os associados aqui são associados que vêm do Estado e das Autarquias, que vêm da Administração Pública, que vêm do sector empresarial público e que vêm, e em grande intensidade, do sector privado ligado aos transportes e às comunicações.
(...) A prova disso é que este modelo (Associação) nós temo-lo procurado, nós todos portugueses, temo-lo procurado aplicar noutras circunstâncias."[158]

"...as coisas fundamentais numa instituição...será uma direcção que saiba exactamente o que quer, que faça um programa e que defina uma missão e vocação de uma instituição..."

[158] Augusto Santos Silva, *Discurso proferido aquando do 1º aniversário da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações*, Porto, 21 Fevereiro 2002, p. 2

Em relação a este carácter algo «indefinido» em relação aos princípios fundadores tinha já sido ligeiramente focado por Augusto Santos Silva no discurso anteriormente referido. Vejamos:

"Este modelo institucional é um modelo muito interessante. É um modelo interessante, mas com uma condição – que ele não signifique que se diluam as responsabilidades de cada um, num oceano indefinido do colectivo, mas sim que as responsabilidades sejam claramente assumidas por todos e haja, portanto, vantagens da reunião de esforços e da reunião de recursos. Falar em Associação não significa pensar que há uma entidade imaginária que fica encarregada de assegurar os fundos financeiros, os recursos humanos e as vontades e os modelos organizativos necessários para manter o Museu de pé, mas significa, pelo contrários, que estão bem concretamente definidos quais são os parceiros e quais são as responsabilidades (...) esta necessidade de fazermos agora um novo passo em frente em matéria de consolidação institucional deste Museu, não abandonando o modelo da Associação, mas criando entre os Associados, entre os Associados e as entidades públicas...os devidos contratos, as devidas parcerias contratualizadas, dos devidos contratos-programa, porque o que a expressão contrato-programa quer dizer é justamente isto, é que nós assumimos responsabilidades recíprocas em função de um conjunto de coisas que se procuram fazer."[159]

Quanto à forma como a instituição se organiza e ocupa o espaço a leitura proporcionada pelos nossos entrevistados permite-nos constatar que o Edifício da Alfândega não é um espaço ganho na totalidade, que está a ser alvo de um processo de recuperação e qualificação a cargo do Arquitecto Eduardo Souto de Moura e que aloja quer o museu quer um centro de congressos. Este cenário pode então ser perscrutado nas seguintes referências:

"...estamos a ganhar o espaço pouco a pouco..."
"O edifício está a ser recuperado pelo arquitecto Souto de Moura..."

[159] Idem, *ibidem*, ps. 5,6,7.

"O museu dos transportes é um museu que não é propriamente muito fácil de encarar porque parte de um edifício que é complicado gerir..."
"...uma decisão por parte do Estado através de um Auto de Cessão de ceder este edifício à associação..."
"...há também a particularidade da associação ter um centro de congressos... nem sempre consegue distinguir se estas actividades são do museu ou do centro de congressos..."
"...ala nascente que é dedicada à parte do museu...ala poente é ocupada por um centro de congressos e exposições..."

Em relação aos recursos financeiros que têm estado subjacentes à actividade desenvolvida é comum a todos o conhecimento da sua proveniência. A forma de financiar o projecto estava já à partida preconizada no relatório da *Quaternaire* já anteriormente referido neste estudo: *"...foi feito um estudo de viabilidade do projecto pela Quaternaire... teria que ter associado espaços de viabilidade financeira que não só resultantes de subsídios mas de fontes de renda do próprio museu."*

Devido a estas circunstâncias foi mesmo apontado como um caso «exemplar» a ter em atenção: *"...foi mesmo um «case study» de gestão cultural por ser uma instituição particular sem fins lucrativos..."*

Ao longo do tempo a fonte de financiamento principal tem como origem fundos comunitários captados através da utilização da metodologia de projecto submetidos a candidaturas várias como atestam algumas referências registadas:

"...os recursos financeiros é através de candidaturas...ao POC, à CCDRN e outros tipos de candidaturas..."
"...vive de uma política de gestão de projectos...apresenta candidaturas a fundos comunitários..."

"...depois vai conseguindo financiamentos tanto para a requalificação do edifício como para o projecto museológico... É essencialmente o PRONORTE no II QCA...dotação financeira da Câmara Municipal do Porto e nalguns casos o MEPAT (ministério do equipamento, planeamento e administração do território)."

A actividade do centro de congressos e algumas receitas próprias são também consideradas como podemos constatar nos seguintes excertos:

"...algumas receitas próprias da associação que vêm da bilheteira e de algumas acções pontuais...e da exploração do centro de congressos que também consegue gerar receitas que reverte a favor da amtc."

São ainda referenciadas outras formas de financiamento como sejam apoios, patrocínios e mecenato. Estas circunstâncias acabam por condicionar a actividade da instituição e alguns termos detectados em diferentes discursos como *"escassos"*, *"subsistir"* e *"sobrevive"* são disso reflexo:

"...é difícil conciliar essa política com o assegurar das despesas de funcionamento normais..."
"... tem como principal objectivo fornecer recursos financeiros para que o museu possa subsistir."
"...a instituição sobrevive com os financiamentos..."
"...recursos bastante escassos...mas o que se quer é imaginação!"

O risco de dependência financeira em relação aos fundos comunitários é uma ameaça, senão mesmo uma realidade já declarada pelo que destacamos aqui o alerta lançado por Augusto Santos Silva, Ministro da Cultura em 2002:

"Mas a regra é sempre de incentivar a inovação. Não se creia que os Fundos Comunitários, que são fundos adicionais face aos nossos recursos nacionais, estão concebidos para garantir as despesas correntes das instituições; pelo contrário, estão concebidos para incentivar a consolidação das actividades e das instituições, e por isso mesmo nós devemos aproveitar bem estas oportunidades que temos, nessa lógica de consolidação. A consolidação faz-se sempre do ponto de vista da moderação das despesas e da angariação das receitas (...)"[160]

Os recursos humanos que também são financiados através dos projectos imateriais que se submetem a candidaturas, apresentam-se reduzidos e estruturam-se em equipas (serviço educativo, museologia, arquivo), que são deste modo descritas pelo entrevistados:

"...inicialmente a equipa era muito reduzida..."
"...equipa jovem...pessoas dinâmicas, jovens, com ideias, com vontade de fazer, de estar e de viver...equipa é jovem, coesa, dinâmica."

No seio desta equipa o serviço educativo é apontado com frequência na qualidade de um serviço estruturante de toda a acção desenvolvida. Vemos isso mesmo nos seguintes excertos:

"O serviço educativo é um serviço fundamental aqui no museu..."
"...o serviço educativo é um elo de ligação primordial..."

Quando a análise se debruça sobre as definições que são apresentadas sobre o Museu dos Transportes e Comunicações, algumas referências «saltam à vista» como sejam *"transportes e comunicações"*, *"aberto"*, *"público(s)"*, *"museu sem acervo"* e *"contemporâneo"*. Vejamos algumas dessas afirmações:

[160]Idem, *ibidem*, p. 8.

"...o objectivo do museu é divulgar os temas que têm a ver com os transportes e as comunicações..."
"...um museu que não tem peças."
"...um museu completamente fora do que é tradicional..."
"...museu aberto, simpático, sorridente e preocupado com a forma de tratar o público."
"...museu mais renovado, mais aberto, mais actual, mais contemporâneo...vocacionado para a deslocação da história dos transportes e das comunicações para o contemporâneo, para a confrontação com os problemas mais contemporâneos da cidade, dos transportes, com problemas mais sociológicos e mais abrangentes da comunicação...museu muito enamorado do público."
"...um museu diferente...uma espécie de novo museu...um museu aberto ao público, onde se pode tocar...há uma relação mais próxima do museu e das próprias colecções com o público..."

Neste ponto também se «pressentem» alguns «desencontros» entre aquilo que o museu é e o que seria desejável no entendimento de alguns dos entrevistados. Haverá talvez alguma distância entre aquilo que a instituição é e o que se desejaria que fosse, uma permanente procura que ainda busca sentidos para a identidade da instituição. Esta nossa dúvida surge quando se analisam as seguintes referências:

"...de 1992 até 2000 até ter o primeiro núcleo de exposição permanente houve a procura de identidade..."
"Um museu que se quer interactivo, que concentre em si a informação, a documentação, o saber e o saber agir, a capacidade de dinamização para um diálogo com todas estas entidades construir redes de associados, criar uma rede museológica no futuro."
"É um museu que tem esta liberdade de não ter um peso em relação ao passado e até ao conceito de museologia que o marque...é um museu muito novo que está a construir o seu próprio conceito, o seu modelo, as metodologias, a própria estratégia do museu vai-se esboçando..."

"...este nome (museu dos transportes e comunicações)... pode permitir...uma visão muito mais globalizante e uma dimensão muito mais vasta..."
"...preferiria que este espaço enquanto espaço tão abrangente e relacionado com o seu próprio passado, com a sua própria história e agora com a nova história construída na relação com a cidade e com o país e no futuro com o mundo, deveria ser muito mais um espaço cultural mais aberto, aberto a um conjunto de propostas muito vastas...um centro cultural da cidade...ou um museu eventualmente da cidade onde preserva e divulga um conjunto de conteúdos...não dizia tanto de colecções ou acervos mas conteúdos...um grande centro de recursos culturais, educativos, lúdicos...um espaço de oferta e de partilha dos...conhecimentos e saberes e estares..."
"...apesar de todos os constrangimentos se tem conseguido um trabalho...e isso tem sido resultado penso de toda a equipa do museu, da afirmação de uma grande qualidade e rigor dos projectos...e na própria definição do conceito de cultura e de museologia que aqui é praticado..."

Definir o museu passa também por abordar a sua missão. Quanto a esta questão os entrevistados apontaram como ideias força para a sua missão o *"público"* e o *"conhecimento"* não se distanciando muito, nalguns casos, da definição do conceito apresentada pelo ICOM. Verifiquemos isso mesmo nos seguintes excertos:

"...é uma das missões do museu preservar e expôr, mostrar ao público o acervo das instituições associadas..."
"...uma ponte que se realiza entre os conteúdos expostos e o público..."

"Ele existe para a comunidade...só existe para transmitir...todo um conjunto de conteúdos e conhecimentos..."
"...a missão final...é proporcionar às pessoas conhecerem outras coisas...dar oportunidade de as pessoas terem prazer a verem novas colecções, abrir os horizontes...terem prazer nesse acto de conhecer e nessa aproximação."

Também aqui nenhuma definição é definitiva e alguns testemunhos lançam pistas sobre a missão que seria desejável prosseguir sendo esse caminho também apontado como "*complexo*":
"Do ponto de vista da missão do museu é uma missão complexa."
"...tem que se abrir à cidade, abrir-se às pessoas, abrir-se aos públicos e fazer-lhes propostas...levar as propostas a outros sítios...rede de parcerias e ligações...desenvolver e formar públicos, desenvolver nas pessoas a necessidade permanente deste espaço e daquilo que é aqui divulgado..."

Efectivamente, tudo o que um museu faz, fá-lo pelas pessoas, pela sociedade que inclui os especialistas e as elites educadas mas que é também constituída *"por quem não sabe, mas desejaria saber; por quem não costuma visitar, mas estaria disposto a experimentar; por quem sente muito orgulho só pela própria existência de um museu na sua zona mas ao mesmo tempo não se sente à vontade para lá estar ou considera que não tem a ver propriamente com ele. Servir também esses públicos é uma obrigação dos museus."*[161]

No campo da política que enquadra a actividade do museu duas concepções sobressaem nos discursos registados.
Por um lado é referido que a actividade é enquadrada nas temáticas "*transportes e comunicações*":

[161] Maria Vlachou, «Marketing de museus: será que afinal é só o termo que incomoda?» in *Museu, Boletim da Rede Portuguesa de Museus*, Lisboa, Dezembro 2002, p. 12

"É a política dos transportes e comunicações..."
"...uma centralização nos temas dos transportes e comunicações..."
"...tentamos, sempre que possível, enquadrar estas exposições e actividades dentro da temática à qual o museu se dedica que são os transportes e as comunicações..."

Por outro lado voltamos a registar algumas hesitações na definição da política de enquadramento já que esta tem sido alvo de "constrangimentos" vários como os que são apontados nos seguintes excertos:

"...tem-se desenvolvido com alguns constrangimentos...constrangimentos...na dimensão política, na dimensão financeira que não permite que o projecto do museu se desenvolva e se defina a sua própria missão..."
"As próprias limitações, os próprios constrangimentos, as próprias instabilidades políticas dos conselhos de administração...não permanência de um conselho de administração vivo e actuante...tem trazido alguma fragilidade ao desenvolvimento do projecto...não permite que o projecto se desenvolva com persistência, continuidade e regularidade."

Ouçamos agora as «vozes» da oferta relativamente às estratégias que têm estado subjacentes à programação desenvolvida. Esta programação tem-se estruturado em *"exposições" "permanentes"* e "*temporárias*" a partir das quais se desenvolvem actividades de animação variadas como sejam "*visitas*", "*oficinas de verão*", "*programas de fim-de-semana para famílias*", "*acções de formação*", "*animações*", "*debates*", "*colóquios*", "*teatro*", "*estágios*". Com toda esta diversidade, com estratégias interactivas que passam por *"espaços de experimentação"* e com uma *"relação com o público...mais efectiva"* procura-se trazer "*novos públicos*" ao museu. Neste contexto apresentamos alguns testemunhos registados:

"...há um trabalho de interpretação, de atracção e de animação de cada uma das exposições sejam elas temporárias ou permanentes...diversificação das capacidades de cada uma das exposições..."

"Ao nível de exposições temporárias existe uma programação anual..."
"...exposição permanente...actividades pontuais...exposições temporárias..."
"...a coexistência de programação temporária a par da programação permanente é muito importante e traz de facto novos públicos..."
"...um primeiro espaço permanente...exposição dedicada ao automóvel...uma exposição sobre comunicações...mais declaradamente ligada aos nossos tempos...interactividade... espaços de experimentação...relação com o público de natureza mais efectiva."
"...as visitas...as acções de formação...as animações...debates...colóquios..."
"Actividades para alunos, para professores, para terceira idade...promovidas com alunos estagiários de faculdades...estágios...teatro..."

Para alguns dos nossos entrevistados o âmbito da estratégia de programação pauta-se por ser ambivalente e procura-se algum equilíbrio entre o plano do possível e o plano do desejável. Apresentamos a este propósito algumas afirmações desses mesmos entrevistados:

"...quanto à programação há muita coisa ainda a trabalhar porque a programação vai surgindo, a programação não é feita com antecedência...terá de ter uma estratégia para dois anos...alguns eventos estruturantes sejam logo à partida assumidos e agarrados e absorvidos pelo museu como programação sua...essencial não só para que o museu tenha objectivos, tenha metas e que ao nível orçamental possa criar algum conforto...haja menos stress na equipa menos stress na gestão...há sempre eventos pontuais..."
"...apesar das mudanças e das alterações que tem tido, tem tido um percurso mais ou menos...estável...ainda há um trabalho de estabilização...de reflexão e de criar uma linha programática mais forte..."
"...neste sentido a programação tem sido feita, como tudo, no encontro entre os desejos de criar uma estratégia e a capacidade real de a pôr em prática...um modelo cauteloso e devagar mas marcante...o que se faz marque do ponto de vista da qualidade..."
"A linha de programação tem sido...criar passo a passo, lentamente passos que marquem, que configurem o futuro..."

"A programação do museu tem que rapidamente ampliar-se...para uma actividade culturalmente mais intensa quer sob o ponto de vista de encarar o edifício e de continuar a sua recuperação quer do ponto de vista da programação."

Para que os públicos conheçam a oferta programática do museu, e possam corresponder através da realização de visitas, são fundamentais acções de divulgação através dos mais variados mecanismos. No caso do Museu dos Transportes e Comunicações têm sido accionados vários destes mecanismos onde figuram a *comunicação social*, os *cartazes e folhetos*, os *spots televisivos*, os *jornais*, os *encontros com professores* e o tradicional meio do *«boca a boca»*. Apresentam-se alguns registos que testemunham isso mesmo:

"...divulgação mediante cartazes e spots televisivos..."
"...a campanha publicitária vai no sentido do lema «venha descobrir como os museus estão a mudar»..."
"...realização de um jornal que dá conta ao público externo, exterior ao museu das iniciativas culturais que se desenvolvem...material de divulgação, desdobráveis, spots para televisão..."
"O maior esforço de divulgação tem sido feito com as escolas, através de protocolos estabelecidos com entidades educativas, direcções regionais, etc."
"Usando meios institucionais para se chegar a algum público e depois atraindo e aliciando a comunicação social através da qualificação que nós fazemos para que a comunicação social dê eco dessa actividade. A divulgação do museu é feita pelas pessoas que cá vêm e também pelos canais sociais críticos da actividade que é feita pela comunicação social..."
"...público que aqui vem é um bom divulgador das nossas actividades..."

A propósito do esforço de divulgação através de protocolos com diversas entidades educativas podemos avançar que é um esforço levado a cabo por cada vez mais museus como forma de compensar a escassez de recursos e de atrair públicos.

Neste ponto refere Margarida Lima de Faria[162]: *"Para além de um esforço de adaptação às novas necessidades dos visitantes através da criação de espaços de conforto e de sociabilidade complementar aos das zonas de exposição, alguns museus vêm igualmente tentando encontrar formas de parceria e cooperação com instituições públicas e privadas,*

articulações fundamentais para a sua afirmação como espaços de utilidade pública e inserido no quotidianos de cada cidade."

Contudo, também aqui se denotam fragilidades e constrangimentos que não permitem realizar divulgação com a amplitude desejável. Vejamos isso mesmo reflectido nas seguintes afirmações:

"...nunca tivemos, nunca foi criada uma capacidade financeira para fazer uma divulgação do museu ao ritmo e ao nível das necessidades de divulgação actuais...limitamo-nos às capacidades financeiras existentes e a meios expeditos de divulgação..."
"...havia este slogan (descubra por que é que os museus estão a mudar)...a divulgação...continua nessa linha se bem que se esteja agora um bocadinho mais suspensa."

É chegado o momento de nos debruçarmos sobre a análise das informações recolhidas sobre os públicos do Museu dos Transportes e Comunicações pela voz dos elementos da sua própria equipa. Segundo estas fontes o «*público escolar*» apresenta-se maioritário no painel dos públicos frequentadores do museu.

"...é essencialmente o público escolar..."
"...a maior fatia de público que nos visita são realmente as escolas..."
"...o nosso público é fundamentalmente escolar..."

[162] Margarida Lima de Faria, «Etapas e limites da globalização da cultura institucional: Os museus», in Carlos Fortuna e Augusto santos Silva (orgs.),*Projecto e circunstância*, Porto, Edições Afrontamento, 2002, p. 325.

"...o museu numa primeira fase conquistou um público escolar das camadas mais baixas, dos primeiros graus de aprendizagem, talvez até ao 9º ano de uma forma decrescente...neste momento a nossa relação com o público escolar alargou-se um pouco, pelo menos até ao secundário..."
"...uma maioria de público escolar...atravessado pelas várias faixas etárias."
"...o grande volume de visitantes são obviamente das escolas, visitantes que vêm através das escolas...mais fortes são os grupos das escolas do ensino básico..."
"...começa a haver público heterogéneo... o base é o público escolar do 2º e 3º ciclo...escolas profissionais...alunos do secundário..."

Associados aos grupos de alunos surgem também os *professores* que visitam o museu previamente para preparar a sua visita ou à posteriori para aprofundar a já realizada com os alunos:

"...um outro grupo de visitantes que são os professores...que vêm visitar o museu não só para programar a sua visita como para conhecer o museu e para estabelecer relações com outro grau de envolvimento..."

As *famílias* também figuram entre os públicos identificados como frequentadores do museu:

"....desenvolvido algumas actividades junto das famílias, junto das crianças...
"...ao fim-de-semana aparecem famílias..."

É apontada também alguma atenção sobre a *terceira idade*:

"...universidades da terceira idade..."
"...temos terceira idade..."

Os *deficientes* figuram também entre os públicos do museu:

"...utentes com deficiência..."
"...portadores de deficiência são grupos que nós privilegiamos muito..."

A *comunidade envolvente* também tem o seu lugar entre os públicos do museu:

"...ao nível do envolvimento com a comunidade a quem nós damos a benesse de não pagar nesta instituição porque sabemos que....é claramente uma comunidade carenciada."

Para além dos públicos já enunciados, os entrevistados assumiram o público do museu como *vasto* e *heterogéneo* onde figuram também:

"...universidades..."
"...associações..."
"...instituições de solidariedade social..."
"...grupo de entusiastas do automóvel..."

Para alguns elementos do museu a concepção que alguns públicos possuem acerca do que é um museu poderá justificar a sua relativa ausência do painel de públicos do Museu dos Transportes e Comunicações:

"...acham os museus um espaço pouco acolhedor...que impõe respeito, mete medo..."
"O museu...ainda é um espaço muito estigmatizado, muito conotado com um espaço de conservação e não como um espaço dinâmico com uma oferta cultural activa e que permita às pessoas passarem uns bons momentos..."
"...o público eventual dos museus, numa maneira em geral, tem vindo a diminuir."

Quanto ao "respeito" e ao "medo" associados aos museus devem-se à prevalência de concepções há muito enraizadas na comunidade: *"No entanto, as instituições-museu estão ainda longe de se inserir noutros processos da vida quotidiana das populações urbanas, e ser capazes de contrariar as barreiras simbólicas impostas pela sua representação (de longa duração) como espaços de cultura erudita, legitimada pelo peso monumental dos seus próprios edifícios."*[163]

A justificação apontada para esta conotação passa, no entender dos nossos interlocutores, pela *educação para a cultura*:

"...os museus não são um forte tem para as famílias portuguesas...nunca foram muito educadas para a cultura..."
"...não me parece que se consiga muito na fase actual em termos sociais e culturais que as pessoas se sintam atraídas."

Apesar da amplitude e diversidade de possibilidades de consumos culturais *"...os públicos (...), continuam maioritariamente a imaginar a cultura em volta de esquemas, classificações e hierarquias tradicionais. Por outras palavras, se as suas práticas nos remetem para universos aparentemente desordenados (ecléticos, feitos de cruzamentos e combinatórias várias, por vezes esquizofrénicos), as representações continuam a fabricar um mundo de uma harmonia antiga, em que sobressai, precisamente, o respeito por formas de legitimidade que julgávamos ultrapassadas."*[164]

Identificada a «causa» da não frequência dos museus a *educação* e *formação de públicos* passam a ser encaradas como um caminho a seguir para a *fidelização* dos públicos actuais e conquista de *novos públicos*:

[163] Margarida Lima de Faria, *op. cit.*, p. 326.
[164] João Teixeira Lopes, *A cidade e a Cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Edições Afrontamento, 2000, p. 338.

"...na medida em que se pretende educar públicos, criar novos públicos para os museus e para os eventos culturais..."
"...atrair um público adulto e tentar criar hábitos de as pessoas virem ao museu naturalmente..."
"...da conquista de um novo museu...tem sempre por detrás uma ideia de conquista do público, dos novos públicos..."
"...cabe-nos a nós educá-las, se calhar é uma das nossas funções e missões..."
"Pretendemos abarcar um público cada vez mais alargado."
"...atrair um público cada vez mais diversificado."
"...atrair novos públicos ou fidelizar os que já temos..."
"...queremos um público fiel ao museu..."
"...para fidelizar outro tipo de público, os jovens, os estudantes universitários, adultos em geral que possam realmente estabelecer uma relação mais próxima com o museu..."
"...ganharmos um público cada vez mais vasto e fazer com que as pessoas sintam a necessidade de visitar este museu não uma vez, porque eu acho que o visitante que vem uma única vez ao museu se calhar está mais próximo de não ser público...público é aquele que se fideliza, aquele que vem mais que uma vez e que tem necessidade porque as propostas são diversificadas e porque aquilo que nós lhes damos vai transformar de alguma maneira a sua vida, a sua figura estética, a sua felicidade, a dimensão do próprio homem e alterar também o conceito da própria cidadania."

Estratégias de formação de públicos a colocar no terreno para alcançar este objectivo passam não só pela *programação* mas também pela disponibilização de *serviços de apoio ao visitante*:

"...visitas às exposições...acções de formação viradas para professores, oficinas que estão sempre ligadas com as exposições..."
"...actividades sazonais...programação para crianças e jovens, as oficinas de verão e de natal..."

"...oficinas para adultos, workshops de temas relacionados com as exposições..."
"...isso também se prende com as próprias linguagens e os conteúdos que permitem uma abrangência muito maior..."
"...espaços com outro conceito...com carácter experimental e oficinal...espaço atractivo...interactivo..."
"...atracção de públicos...através de uma loja, de um bar, através de uma oferta cultural que não tem de ser só e exclusivamente de cariz museológico mas de cariz mais complexa, mais rica, com várias vertentes..."

Um dos testemunhos dos elementos entrevistados sintetiza este modo de o Museu dos Transportes e Comunicações se situar em termos de relação e de conquista de públicos, públicos estes que fazem:

"Nós ao falarmos de público...assumimos efectivamente a heterogeneidade...temos que trabalhar efectivamente para diferentes vontades, diferentes idades e diferentes perspectivas...se por um lado temos que criar propostas o mais massificadas possível, isto sem por em causa nunca a qualidade, por outro temos também que diversificar as propostas, fazendo projectos para meninos pequeninos ou para os mais velhos ou para meninos já muito velhos ...e pensar que eles são diferentes entre si...e que têm profissões diferentes e vocações diferentes, têm relações com a cultura, com a educação diferenciadas, portanto é para esta gente toda na sua igualdade e na sua diferença que nós devemos trabalhar nunca esquecendo...que há um público que temos que alcançar que é a terceira idade...aqueles grupos que são esquecidos pela própria sociedade ou seja as pessoas portadoras da diferença...ou pura e simplesmente excluídas porque não têm tantos recursos...ou porque têm dificuldades várias."

O Museu dos Transportes e Comunicações localiza-se na cidade, integra-se no conjunto de ofertas culturais que ela proporciona aos seus cidadãos tentando aí assumir a sua singularidade face aos demais.

O seu futuro passa muito pela simbologia do próprio edifício da Alfândega Nova. Qual será o seu papel na vida cultural da cidade? Para esta questão registamos um conjunto de respostas que importa agora aqui partilhar:

"...um edifício emblemático..."
"...um edifício com uma extraordinária importância para a cidade do Porto...acho que os portuenses passam aqui com muito orgulho..."
"...a missão do edifício e do museu é oferecer à cidade um espaço... será um espaço que estará e será oferecido à cidade, que a cidade pode usufruir...quase que se pode reconciliar a cidade com o rio, os cidadãos com o rio...a criação de um espaço de permanência para os cidadãos."
"...acrescenta em muito o seu posicionamento face à comunidade!...é o que marca...a diferença...acrescenta em termos de local de formação...o primeiro museu a ter um centro de formação..."

De novo foi possível registar nos discursos uma certa ambivalência entre aquilo que o museu é e aquilo que poderia ser ou seria desejável ser no entender de alguns dos seus colaboradores. A incerteza continua a pairar nos seguintes testemunhos:

"...há um erro, a cidade cometeu um erro à partida para um edifício destes e desta dimensão...teria muito mais sentido num edifício destes criar aqui um Museu da Cidade ou um Centro Cultural, um espaço polivalente...havia outros destinos...se calhar mais felizes..."
"...há aqui algum desperdício...um espaço de actividade cultural, tornando o museu um bom centro cultural, um pólo de grande actividade cultural...espaço de fruição quotidiana dos cidadãos com condições de acolhimento, de habitabilidade...sentir-se bem e ter vontade de aqui voltar nem que seja para ler o jornal numa esplanada ou num café, ou para visitar uma loja boa, ou uma boa livraria ou para passear..."

Pressente-se nestas afirmações algum descontentamento com a forma que o projecto tomou. Talvez o modelo tipo *«Beaubourg»* tivesse mais sentido num espaço com as características do Edifício da Alfândega. Neste sentido poderia ter sido um amplo lugar que conjugasse arte e lazer, que se visitasse com alguma regularidade, quer fosse pela arte, pelo cinema, por uma conferência, ou simplesmente, para se tomar um café.

Estas possibilidades estão igualmente patentes nos seguintes excertos:
"...a nível de espectáculos...este edifício pode oferecer condições ao nível de espaços para a realização desses espectáculos...de dança...música...teatro...era uma das valências que não estão a ser aproveitadas neste momento..."
"...ter uma relação especial com o rio, poderem vir ouvir falar sobre ciência, poderem ver e ouvir um concerto, ver um espectáculo de dança...este quase comboio de histórias, poderia afirmar-se na cidade como um espaço cultural muito amplo."
"O museu tem que...desenvolver o seu papel social e cultural...tem de ser necessariamente muito forte, tem que se estabelecer para sair (...) e para se afirmar fora de portas, tem que estabelecer redes de parcerias com escolas, com Câmaras...com o poder autárquico, com o poder central, com institutos de ciência ou escolas superiores de educação ou direcções regionais de educação ou com escolas que permitam o desenvolvimento de projectos mesmo fora de portas...levar o museu e ser um museu ambulante...portanto um veículo de comunicação que pudesse levar ao público, às praças públicas, às escolas, às Câmaras e outras instituições...levar o museu junto das pessoas que têm mais dificuldade em aceder a ele..."

O Museu dos Transportes e Comunicações não pode, efectivamente, alhear-se do território físico e humano que integra.

A cidade, a que antes o edifício virou costas, é agora uma cidade mais complexa que é preciso compreender nas suas diferentes *nuances* e para que possa então ser conquistada para o novo e alternativo espaço cultural que este museu procura ser.

O Porto é agora metropolitano, assimétrico, inclinado para o mar, uma metrópole dual que vai andando a duas velocidades e a dois ritmos, cujo urbanismo se pode traduzir num duplo desperdício: o desperdício de certos centros históricos degradados e abandonados e o desperdício das novas cidades que se vão construindo, que se põem à venda e onde pouca gente habita.

Mas uma cidade, um território têm de ser entendidos muito para além dos meros aspectos de ordem física. O território é, acima de tudo, *"...um conjunto de dimensões materiais e imateriais (simbólicas), localizadas, funcionando em rede, de forma tensa e contraditória. Simultaneamente históricos e geográficos, os territórios actualizam e são actualizados nas e pelas práticas sociais."*[165]

A acção social a desenvolver por qualquer instituição cultural num território com estas características, terá forçosamente de respeitar as suas especificidades não criando espaços estanques ou acantonados mas antes potencializando o cruzamento de várias dimensões. De facto, os factores simbólicos e imateriais (cultura, informação, investigação...) são, cada vez mais, recursos estratégicos ao nível da competitividade territorial.[166] Estas estratégias assumem-se mais cedo ou mais tarde, como *"alicerces seguros de uma cidade inclusiva, participativa, atractiva e em permanente (re)invenção."*[167]

Perante estas dúvidas e incertezas como será encarado o futuro do Museu? Irá o projecto continuar na senda até agora trilhada ou os vários constrangimentos apontados obrigarão a um desvio na sua rota. Permanecerá na condição de museu? Assumirá um papel do tipo Centro Cultural como alguns desejariam? Sucumbirá às dificuldades financeiras ou estabelecerá parcerias que garantam a sua continuidade? Eis algumas das pistas lançadas pelos próprios interlocutores do museu:

[165] João Teixeira Lopes, *Escola, território e políticas culturais*, col. Campo da Actualidade – 67, Porto, Campo das Letras, 2003, p. 5 .
[166] Veja-se a título de exemplo, a campanha que a Câmara Municipal do Porto leva actualmente a efeito em torno do Porto enquanto Cidade de Ciência.
[167] João Teixeira Lopes, *op. cit.*, p. 11.

O futuro passa pelo edifício:

"...perspectiva-se (...) uma exposição ligada à memória do edifício da alfândega..."
"...terceiro núcleo museológico dedicado à memória do edifício..."
"O próximo passo... o próprio casamento do museu com o edifício...um espaço de memória do edifício que permita a quem venha no futuro nunca perder a ideia do que foi este edifício, os valores que comportou e as funcionalidades que sediou..."
"...corporização e consolidação do projecto da requalificação do próprio edifício, da afirmação do edifício perante a cidade enquanto espaço não só visitável mas de apropriação deste espaço, de relação deste espaço com as pessoas...definição clara da afirmação do espaço Alfândega Nova: o sítio e o signo, da renovação da biblioteca..."

O futuro passa pelo rio:

"Os projectos de futuro passarão a nível dos transportes pelo rio e pela ligação do edifício ao rio."
"...de pôr em prática o projecto da nave ferroviária que permita a relação também com o outro lado do rio..."

O futuro passa por serviços de apoio:

"... uma loja...uma loja com um pequeno auditório... re-estruturar o seu bar..."
"...consolidação de espaços fundamentais de acolhimento do próprio público no sentido de criar bem estar aqui dentro ou seja a criação de espaços de acolhimento das escolas no sentido de permitir que aquilo que nós anunciamos para o museu possa um dia ser realidade...um espaço de lazer onde os pais pudessem deixar os miúdos em espaço criativos..."
"...um espaço interessante de bar e restaurante e um espaço de loja que nós sabemos que tem a ver com o marketing de qualquer museu...embora caiba ao museu combater o lado excessivamente mercantilista das instituições..."
"...poder ter uma área de parqueamento..."

O futuro passa pela capacidade de trabalho da equipa:

"O trabalho também tem de ser feito como um trajecto e esse trajecto tem de ser feito ao longo do tempo, passo a passo..."
"...rentabilizar esforços...compartilhar experiências, fomentar um relacionamento inter-institucional...formação constante, actualizada...capacidade de adaptação a novas situações ao desempenho de várias tarefas...as situações são dinâmicas...postura dinâmica e flexível...muito mais do que os recursos materiais...a criatividade, pela capacidade de imaginação, pela capacidade de adaptação às diferentes situações...o projecto tem de estar à frente de tudo, acima de tudo..."

O futuro passa pela programação:

"...um bloco de exposições permanentes dedicadas à história do edifício...as exposições permanentes são os grandes projectos que o museu tem...uma área dedicada aos transportes ferroviários...ter exposições temporárias que cativem as pessoas a visitar o museu e tornar o museu num espaço, se calhar de passagem...abertura da loja...poderá trazer pessoas, mais pessoas...tornar mais agradável a estadia dos visitantes...criar aqui um espaço de lazer..."

O futuro passa pela viabilização financeira do projecto:

"...teria que ser elaborado um programa de actividades até 2006 que envolve não só a evolução do seu conceito de museu, o seu sentido, a sua programação mas também uma estratégia de viabilização financeira do próprio museu encarando o panorama nacional que se vive de retracção de investimento público e o panorama europeu que se vai viver até 2006...estamos a acabar um desenho para o futuro próximo."

Já em 2002 um caminho possível tinha sido apontado por Augusto Santos Silva: *"...este Edifício tem enormes potencialidades designadamente do ponto de vista do acolhimento de congressos, de funcionamento como centro de congressos, que constitui uma fonte muito importante para a sua valência cultural, assim como as receitas que resultam dos ingressos das exposições, quer temporárias quer permanentes, assim como as contribuições dos Associados e assim como as responsabilidades que cabe ao Estado, dele próprio assumir do ponto de vista do fomento cultural, em particular na dimensão museológica."*[168]

Entretanto, a situação que se procurava evitar instalou-se definitivamente e, em Maio de 2003, várias foram as notícias que vieram a público dando conhecimento sobre as dificuldades financeiras que o Museu dos Transportes e Comunicações então enfrentava:

"*O Museu dos Transportes e Comunicações está a atravessar sérias dificuldades financeiras. (...) As dificuldades actuais são os reflexos do trabalho realizado desde a sua criação, em 1992, uma vez que durante esse período não conseguiu consolidar a sua estrutura financeira.*"[169]

As principais fontes de financiamento do museu - quotas dos sócios, fundos comunitários e receitas do centro de congressos – não corresponderam às expectativas iniciais. As cotas nem sempre são pagas, os fundos comunitários reduzem as suas taxas de comparticipação quando não deixam mesmo de abranger determinados sectores, a actividade do centro de congressos (dinamizada por uma entidade externa especialmente contratualizada para o efeito), revelou-se incapaz de gerar as mais valias necessárias para a sustentabilidade do Museu. Acrescente-se a este cenário a necessidade de dar continuidade ao projecto de renovação e manutenção do Edifício que estará a cargo da Associação por 25 anos (prazo estabelecido no Auto de Cessão acordado entre a Associação e o Estado em 1999).

[168] Augusto Santos Silva, *Discurso proferido aquando do 1º aniversário da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações*, Porto, 21 Fevereiro 2002, p. 8.
[169] Virgínia Alves, «Dificuldades Financeiras no Museu dos Transportes», in *Jornal de Notícias*, 10 de Maio de 2003, p. 22.

O cenário então delineado preconizava medidas que passavam pela autonomização do centro de congressos, pela desresponsabilização financeira da Associação face ao projecto de renovação arquitectónica e pelo concentrar de atenções apenas no projecto de cariz museológico. Um contrato programa a estabelecer com o Estado seria o instrumento legitimador e viabilizador do Serviço Público prestado pelo Museu.

A situação, então descrita como *«insustentável»*, não sofreu entretanto grandes alterações. O projecto de requalificação, da responsabilidade da Associação, mantém-se, a dinamização do centro de congressos foi inteiramente assumido pela Associação, os associados, salvo raras excepções, permanecem distantes da actividade do Museu, a dinamização cultural e os recursos humanos continuam dependentes dos fundos comunitários, as receitas próprias (bilheteira, loja, cafetaria) constituem uma pequena parcela, o mecenato não existe e o contrato-programa aguarda pela incorporação de outros parceiros para poder materializar-se.

O *«insustentável peso do museu»* continua, assim, a aguardar por estratégias de futuro sendo que, e apesar de tudo, o serviço público, expresso na sua função social de relação e formação de públicos, continua a ser, diariamente, cumprido.

Face às incertezas, o futuro do museu passa ainda, e segundo os seus colaboradores, por abrir as suas portas ao mundo:

"Projectos para o futuro...são...deveriam ser e acreditamos que sim...uma linha de continuidade do próprio...e de afirmação cada vez maior deste projecto... uma relação cada vez maior com toda a cidade... onde o público possa apropriar-se deste espaço num sentido global.....fruição e de lazer...como nós não podemos ter aqui jardins, temos jardins de cimento, criar um outro tipo de jardim, temos o rio, temos outros espaços que temos que oferecer à cidade e ao mundo."

6.2 o sentir da procura

6.2.1 resultados «visitantes em geral»

Vamos agora colocar a nossa atenção sobre a apresentação e interpretação dos resultados obtidos após o tratamento quantitativo e qualitativo da informação recolhida através da aplicação do inquérito por questionário aos «visitantes em geral».

A observação do quadroVI "visitante mtc por sexo" conduz-nos à conclusão de que apesar de não haver uma grande discrepância entre os visitantes de ambos os sexos, há uma vantagem percentual dos visitantes do sexo feminino face aos visitantes do sexo masculino (56,3% contra 43,8% respectivamente). Quando mais à frente surgirem em destaque os grupos ocupacionais estudantes e professores poderá ganhar mais consistência a explicação que agora avançamos e que se relaciona com a recente feminização da população escolar em Portugal. Vejamos alguns dados disso indicadores:

"*Notável foi também a recomposição sexual do público universitário. De uma minoria em 1960, as universitárias constituíam 55% dos estudantes desse grau de ensino em 1991. Diga-se, aliás, que já em 1986 as mulheres portuguesas eram maioritárias na universidade...*"[170]

Quadro VI – visitante mtc por sexo

visitante mtc por sexo	n	%
masculino	28	43,8
feminino	36	56,3
total	64	100,0

A análise do quadro VII "visitante mtc por escalão etário" revela-nos uma clara vantagem dos escalões 21-30 e 31-40 anos. Uma comparação entre estes dois escalões permite ainda verificar que é o escalão 21-30 anos aquele que revela uma maior frequência (45,3% face aos 20,3% do escalão 31-40 anos).

[170] Fernando Luís Machado e António Firmino da Costa, «Processos de uma modernidade inacabada», in José Manuel Leite Viegas e António Firmino da Costa (orgs.), *Portugal que Modernidade?*, Oeiras, Celta, 1998, p. 26.

Não podemos ainda deixar de salientar os 14,1% de indivíduos registados no escalão 10-20 anos o que nos leva a pressupor uma considerável presença da categoria ocupacional "estudante" neste grupo etário.

Quadro VII – visitante mtc por escalão etário

visitante mtc por escalão etário	n	%
10-20	9	14,1
21-30	29	45,3
31-40	13	20,3
41-50	6	9,4
51-60	3	4,7
+61	2	3,1
não responde	2	3,1
total	64	100,00

Observando o quadro VIII "visitante mtc por estado civil" verifica-se uma clara vantagem dos solteiros (56,3%) face aos casados (31,3%)

Quadro VIII – visitante mtc por estado civil

visitante mtc por estado civil	n	%
casado/a	20	31,3
solteiro/a	36	56,3
divorciado/a	3	4,7
viúvo/a	2	3,1
união de facto	1	1,6
não responde	2	3,1
total	64	100,00

O quadro IX "visitante do mtc por distrito de origem" revela uma ampla e clara representatividade do distrito do Porto (78,1%) como espaço geográfico de origem dos

visitantes figurando o distrito de Braga a bastantes pontos percentuais de distância (apenas 9,4% dos visitantes têm este distrito como origem).

Quadro IX – visitante mtc por distrito de origem

visitante do mtc por distrito de origem	n	%
porto	50	78,1
braga	6	9,4
v. castelo	2	3,1
aveiro	3	4,7
lisboa	2	3,1
setúbal	1	1,6
total	64	100,0

As melhores acessibilidades verificadas entre o Porto e os distritos de Braga e Aveiro talvez sejam explicativos para a sua predominância enquanto espaços de origem dos visitantes para além do próprio distrito do Porto.

A análise do quadro X "nível de escolaridade do próprio" revela-nos frequências mais significativas ao nível do ensino superior (56,3%) e ensino secundário (25,0%).

Quadro X – visitante mtc por nível de escolaridade

nível de escolaridade do próprio	n	%
1º ciclo ensino básico	2	3,1
2º ciclo ensino básico	2	3,1
3º ciclo ensino básico	3	4,7
ensino secundário	16	25,0
ensino médio	4	6,3
ensino superior	36	56,3
não responde	1	1,6
total	64	100,00

Quando inquiridos sobre o nível de escolaridade do pai (quadro XI), um razoável número de visitantes não forneceu qualquer resposta (34,4%). Entre os restantes registaram-se frequências mais elevados ao nível do 1º ciclo do ensino básico (32,8%) e 3º ciclo do ensino básico (10,9%).

Quadro XI – nível de escolaridade do pai (do visitante)

nível de escolaridade do pai (do visitante)	n	%
sabe ler/escrever s/n grau	1	1,6
1º ciclo ensino básico	21	32,8
2º ciclo ensino básico	5	7,8
3º ciclo ensino básico	7	10,9
ensino secundário	3	4,7
curso médio	2	3,1
curso superior	3	4,7
não responde	22	34,4
total	64	100,00

Quanto ao "nível de escolaridade da mãe", o quadro XII revela-nos igualmente uma considerável taxa de não respostas (32,8%). No grupo dos que indicaram esta informação verificaram-se maiores frequências ao nível do 1º e 2º ciclo do ensino básico (29,7% e 10,9% respectivamente).

Quadro XII – nível de escolaridade da mãe (do visitante)

nível escolaridade da mãe (do visitante)	n	%
sabe ler/escrever s/n grau	1	1,6
1º ciclo ensino básico	19	29,7
2º ciclo ensino básico	7	10,9
3º ciclo ensino básico	4	6,3
ensino secundário	6	9,4
curso médio	2	3,1
curso superior	4	6,3
não responde	21	32,8
total	64	100,00

O quadro XIII "situação na profissão do próprio" permite-nos constatar que na sua maioria os inquiridos apresentam a situação "trabalhador por conta de outrém" (48,4%) e "trabalhador familiar não remunerado" (25%).

Quadro XIII –situação na profissão do próprio (visitante)

situação na profissão próprio (visitante)	n	%
patrão	3	4,7
trab. conta própria	6	9,4
trab. conta de outrém	31	48,4
trab. familiar não remunerado	16	25,0
não responde	8	12,5
total	64	100,00

Quanto à situação na profissão do pai, o quadro XIV aponta, mais uma vez, uma taxa de não respostas na ordem dos 50% da amostra. Quanto aos que indicaram uma resposta 21,9% apontaram a situação de "trabalhador por conta de outrém" e 18,8% a situação "trabalhador por conta própria".

Quadro XIV - situação na profissão do pai (do visitante)

situação na profissão do pai (do visitante)	n	%
patrão	5	7,8
trab. conta própria	12	18,8
trab. conta de outrém	14	21,9
trab. familiar não remunerado	1	1,6
não responde	32	50
total	64	100,00

A taxa de não respostas face à situação na profissão da mãe iguala a anterior, ou seja, 50% de não respostas. Quanto às restantes categorias a distribuição das frequências é a seguinte: 32,8% das mães dos visitantes estão na situação de "trabalhador por conta de outrém" e 15,6% na situação "trabalhador familiar não remunerado" (quadro XV).

Quadro XV - situação na profissão da mãe (do visitante)

situação na profissão da mãe (do visitante)	n	%
trab. conta própria	1	1,6
trab. conta de outrém	21	32,8
trab. familiar não remunerado	10	15,6
não responde	32	50
total	64	100,00

Quando se analisa a condição perante o trabalho do próprio, o quadro XVI permite-nos verificar que 50% dos inquiridos "exerce profissão e está empregado/a". Cerca de 1/3 da amostra apresenta-se na condição "estudante"

Quadro XVI - condição perante o trabalho do próprio (visitante)

condição perante o trabalho do próprio (visitante)	n	%
exerce prof. está empregado/a	32	50,0
proprietário	2	3,1
estudante	20	31,3
reformado	3	4,7
desempregado	3	4,7
doméstica	1	1,6
não responde	3	4,7
total	64	100,00

No momento em que a questão "condição perante o trabalho" se inclina sobre o progenitor, 40,6% dos inquiridos não indicaram resposta enquanto os restantes apontaram a condição "exerce profissão e está empregado" (25%) e "proprietário" (20,3%) (quadro XVII).

Quadro XVII - condição perante o trabalho do pai (do visitante)

condição perante o trabalho do pai (do visitante)	n	%
exerce prof. está empregado/a	16	25,0
proprietário	13	20,3
reformado	7	10,9
desempregado	2	3,1
não responde	26	40,6
total	64	100,00

Em relação à "condição perante o trabalho" da progenitora (quadro XVIII), a taxa de não resposta abarca mais de 1/3 dos inquiridos. As duas condições mais indicada são "exerce profissão e está empregada" (31,3%) e "doméstica" (15,6%).

Quadro XVIII - condição perante o trabalho da mãe (do visitante)

condição perante o trabalho da mãe (do visitante)	n	%
exerce prof. está empregado/a	20	31,3
proprietário	1	1,6
reformado	5	7,8
frequenta curso formação	3	4,7
doméstica	10	15,6
não responde	25	39,1
total	64	100,00

Para classificar os indivíduos segundo o grupo ocupacional optámos pela utilização de um quadro classificatório utilizado por Maria de Lourdes Lima dos Santos no estudo "Público(s) do Teatro Nacional S. João".[171] Deste modo os grupos ocupacionais considerados foram: **EDL** – empresários, dirigentes e profissionais liberais; **PTE** – profissionais técnicos e de enquadramento; **P** – professores; **TICS** – trabalhadores da indústria, comércio e serviços; **E** – estudantes; **R** – reformados.

[171] Maria de Lourdes Lima dos Santos (coord.), *Público(s) no Teatro Nacional S. João*, Lisboa, OBS/OAC, 2001, p. 30.

Acrescentamos a esta nomenclatura a designação **D** correspondente a doméstica.

Face a esta classificação a composição da amostra segundo a grupo ocupacional apresentou-se mais fortemente representado ao nível dos estudantes (31,3%) e dos professores (23,4%). Dos restantes grupos activos os empresários, dirigentes e profissionais liberais e os profissionais técnicos e de enquadramento apresentam cada um cerca de 1/5 dos inquiridos (12,5%) (quadro XIX).

Tendo em consideração os dois grupos ocupacionais mais frequentes (estudantes e professores), constatamos, à semelhança do estudo de Maria de Lourdes Lima dos Santos, que o «contingente de população escolar (nas suas categorias arquetípicas de professores e estudantes) constitui mais de metade do público do museu dos transportes e comunicações» (54,7%).

Quadro XIX - grupo ocupacional do próprio

grupo ocupacional do próprio	n	%
EDL	8	12,5
PTE	8	12,5
P	15	23,4
TICS	6	9,4
E	20	31,3
R	2	3,1
D	1	1,6
não responde	4	6,3
Total	64	100,0

Quanto à classificação do grupo ocupacional dos progenitores optámos por ter como referência apenas o pai do visitante mesmo tendo em linha de conta que quase metade dos inquiridos não responderam a esta questão (42,2%) (quadro XX).

Neste cenário os grupos ocupacionais mais frequentes para o progenitor do visitante foram os empresários, dirigentes e profissionais liberais (25%) e os trabalhadores da indústria, comércio e serviços (17,2%).

Quadro XX - grupo ocupacional do pai (do visitante)

grupo ocupacional do pai (do visitante)	n	%
EDL	16	25,0
PTE	6	9,4
P	1	1,6
TICS	11	17,2
R	3	4,7
total	37	57,8
não responde	27	42,2
total	64	100,0

Após esta primeira caracterização dos públicos do Museu dos Transportes e Comunicações decidimos proceder ao cruzamento de variáveis para poder obter informações sobre o tipo de associações existentes entre essas mesmas variáveis e caso fosse possível, determinar a pertinência e a força dessa associação. O objectivo final seria obter informações complementares da primeira caracterização.

Recorrendo ao teste do *chi-square* (comando SPSS), seleccionámos algumas variáveis e procedemos ao seu cruzamento. O teste, em todas os cruzamentos, não se mostrou válido pois estavam reunidas as condições para que tal se verificasse: algumas das células da tabela registaram frequência igual a zero e mais de 20% das células apresentavam frequências inferiores a 5 unidades. O facto da amostra ser reduzida (apenas 64 inquiridos) e de ter havido em relação a algumas variáveis taxas de não respostas bastante significativas pesaram para que o teste *chi-square* se apresenta-se inválido.

Numa outra perspectiva sabemos que este teste apenas informa acerca da independência ou dependência entre variáveis mas nada indica sobre o grau de associação existentes. Por isso, optamos por considerar os dados obtidos para melhor caracterizar a nossa amostra.

Pela observação do quadro XXI verificamos que existe uma associação entre o sexo e a categoria ocupacional dos visitantes. De facto, quer ao nível dos professores quer dos estudantes o sexo feminino apresenta valores mais elevados (73,3% e 70% respectivamente) o que está em concordância com a conhecida feminização do sistema de ensino em Portugal.

Já nos grupos ocupacionais profissionais técnicos e de enquadramento e trabalhadores da indústria, comércio e serviços é o género masculino a prevalecer.

Quadro XXI - grupo ocupacional do próprio por sexo

grupo ocupacional do próprio	sexo Masculino n=26	Feminino n=34
EDL n=8	50,0%	50,0%
PTE n=8	87,5%	12,5%
P n=15	26,7%	73,3%
TICS n=6	66,7%	33,3%
E n=20	30,0%	70,0%
R n=2	50,0%	50,0%
D n=1		100,0%

A leitura do quadro XXII, onde cruzámos o grupo ocupacional com a idade dos visitantes, permite-nos verificar, uma vez mais, a concentração dos inquiridos em torno das faixas etárias 21-30 e 31-40 anos (e entre estes mais o primeiro que o segundo grupo etário), e uma maior representação da faixa etária 21-30 anos nos grupos ocupacionais profissionais, técnicos e de enquadramento (62,5%) e trabalhadores da indústria, comércio e serviços (66,7%).

Por outro lado, enquanto os professores se distribuem com alguma aproximação entre os grupos etários 21-30 e 31-40 anos (35,7% e 42,9% respectivamente), os estudantes estão mais representados nos grupos etários mais jovens (10-20 e 21-30 anos).

Quadro XXII - grupo ocupacional do próprio por escalão etário

	idade					
Grupo ocupacional do próprio	10-20 n=8	21-30 n=29	31-40 n=11	41-50 n=6	51-60 n=2	+61 n=2
EDL n=8	-	37,5%	25,0%	37,5%	-	-
PTE n=8	-	62,5%	12,5%	12,5%	-	12,5%
P n=14	-	35,7%	42,9%	14,3%	7,1%	-
TICS n=6	-	66,7%	33,3%	-	-	-
E n=20	40,0%	60,0%	-	-	-	-
R n=1	-	-	-	-	-	100,0%
D n=1	-	-	-	-	100,0%	-

Quando cruzamos o estado civil com os grupos etários (quadro XXIII), é-nos permitido verificar que os grupos etários mais jovens (10-20 e 21-30 anos), apresentam-se na sua maioria no estado civil solteiro/a. O facto de aqui se encontrarem registados em maioria o grupo ocupacional estudantes corresponderá a este estado civil visto que a sua condição de estudantes ainda não lhes proporcionou as condições necessárias para a sua completa autonomização em relação ao agregado familiar de origem.

Quanto ao estado civil casado/a este encontra-se mais associado aos grupos etários menos jovens (31-40 e 41-50 anos) facto este que não será alheio ao prolongamento da escolaridade até uma idade mais avançada e uma tardia autonomização dessa camada de jovens portugueses relativamente aos respectivos núcleos familiares de origem.

Quadro XXIII - estado civil do próprio por escalão etário

	idade					
estado civil	10-20	21-30	31-40	41-50	51-60	+61
	n=9	n=27	n=13	n=6	n=3	n=2
casado/a n=19	-	15,8%	36,8%	31,6%	10,5%	5,3%
solteiro/a n=36	25,0%	66,7%	5,6%	-	2,8%	-
divorciado/a n=3	-	-	100,0%	-		-
viúvo/a n=1	-	-	-	-	-	100,0%
união de facto n=1	-	-	100,0%	-	-	-

Quando estabelecemos a associação entre o grupo ocupacional dos visitantes e o seu nível de escolaridade confirmamos a informação já anteriormente disponibilizada e que indicava uma maior representatividade dos ensinos secundário e superior ao nível da escolaridade e dos professores e estudantes nos grupos ocupacionais mais frequentes. A partir de um outro ângulo de visão verificamos que os professores/visitantes apresentam como nível de escolaridade mais representativo o ensino superior (86,7%), enquanto que os estudantes/visitantes frequentam na sua maioria o ensino superior (65%) logo seguido do ensino secundário (25%).

Nos outros grupos ocupacionais a relação é a seguinte: nos empresários, dirigentes e profissionais liberais predomina o ensino superior (85,7%); nos profissionais técnicos e de enquadramento prevalece o ensino secundário (62,5%) e o mesmo acontece ao nível dos trabalhadores da indústria, comércio e serviços (83,3%) (quadro XXIV).

Quadro XXIV -grupo ocupacional do próprio por nível de escolaridade

	nível de escolaridade do próprio					
grupo ocupacional do próprio	1º ciclo ensino básico n=2	2º ciclo ensino básico n=2	3º ciclo ensino básico n=1	ensino secundário n=16	ensino médio n=4	ensino superior n=34
EDL N=7	-	-	-	-	14,3%	85,7%
PTE N=8	-	-	-	62,5%	12,5%	25,0%
P N=15	-	-	-	6,7%	6,7%	86,7%
TICS N=6	-	16,7%	-	83,3%	-	-
E N=20	-	-	5,0%	25,0%	5,0%	65,0%
R N=2	50,0%	50,0%	-	-	-	-
D N=1	100,0%	-	-	-	-	-

Poderá ser estabelecida alguma associação entre o grupo ocupacional do progenitor e o nível de escolaridade dos visitantes inquiridos? Esta foi a questão que norteou o cruzamento destas duas variáveis e o que se pode verificar (quadro XXV) foi que quem apresenta o ensino secundário como nível de escolaridade tem progenitores que integram maioritariamente os grupos ocupacionais empresários, dirigentes e profissionais liberais (40%) e trabalhadores da indústria, comércio e serviços (40%).

Os visitantes que apresentam como nível de escolaridade o ensino superior apresentam progenitores maioritariamente com assento entre os empresários, dirigentes e profissionais liberais (50%) e os trabalhadores da indústria, comércio e serviços (27,3%).

Quadro XXV - nível de escolaridade do próprio por grupo ocupacional do pai

	grupo ocupacional do pai				
nível de escolaridade do próprio	EDL	PTE	P	TICS	R
	n=16	n=5	n=1	n=11	n=3
2º ciclo ensino básico n=1	-	100,0%	-	-	-
3º ciclo ensino básico n=1	100,0%	-	-	-	-
ensino secundário n=10	40,0%	10,0%	10,0%	40,0%	-
ensino médio n=2	-	50,0%	-	50,0%	-
ensino superior n=22	50,0%	9,1%	-	27,3%	13,6%

Haverá homologia entre o grupo ocupacional do próprio e o do progenitor ou registam-se discrepâncias indiciadores de alteração quanto aos lugares de classe que os visitantes ocupam?

Introduzimos aqui uma nota explicativa quanto à não apresentação da classificação dos visitantes inquiridos relativamente aos lugares de classe por eles ocupados. De facto, a informação recolhida pelo inquérito não apresentava, logo desde o momento de construção do instrumento de recolha de informação, indicadores que permitissem a classificação quanto aos lugares de classe. Limitamo-nos assim, a apresentar apenas a classificação quanto ao grupo ocupacional do próprio e do progenitor.

Voltando à questão anterior a análise do quadro XXVI permite-nos constatar que o grupo dos estudantes apresenta maioritariamente os empresários, dirigentes e profissionais liberais como grupo ocupacional dos respectivos progenitores (58,8%), logo seguido dos trabalhadores da indústria, comércio e serviços (23,5%). Dada a especial condição de estudantes era difícil que aqui se pudesse registar qualquer homologia.

Quanto ao grupo professores apresentam relativamente ao grupo ocupacional dos progenitores uma distribuição semelhante entre empresários, dirigentes e profissionais liberais (30%), trabalhadores da indústria, comércio e serviços (30%) e reformados (30%).

Poderíamos, obviamente sem qualquer fundamentação rigorosa, considerar a hipótese que nos grupos professores e estudantes com progenitores oriundos do grupo trabalhadores da indústria, comércio e serviços, a obtenção de um nível de escolaridade ao nível do ensino superior funcionou como mecanismo para uma possível alteração do lugar de classe. Por outras palavras a obtenção de um maior capital escolar funcionou (no caso dos professores) ou poderá funcionar (no caso dos ainda estudantes), como alavanca para uma mudança no lugar de classe. Esta hipótese ficará por enquanto a aguardar confirmação num possível estudo mais aprofundado que se venha a realizar relativamente aos públicos do museu dos transportes e comunicações.

Quadro XXVI - grupo ocupacional do próprio por grupo ocupacional do pai

	grupo ocupacional do pai				
grupo ocupacional do próprio	EDL n=16	PTE n=6	P n=1	TICS n=11	R n=3
EDL n=3	33,3%	33,3%	-	33,3%	-
PTE n=4	50,0%	25,0%	-	25,0%	-
P n=10	30,0%	10,0%	-	30,0%	30,0%
TICS n=3	-	33,3%	-	66,7%	-
E n=17	58,8%	11,8%	5,9%	23,5%	-

Relembrando Pierre Bourdieu, poderemos então vislumbrar, pelos dados acima descritos, que mais do o capital económico e a situação de classe por este definida (e que neste estudo não foi possível averiguar), é o capital simbólico gerado pelo sistema escolar, e por vezes reforçado e consolidado pela família, que define os conjuntos de escolhas e de práticas de cada indivíduo.

Vamos agora dirigir a nossa atenção para outros indicadores que se relacionam mais proximamente com o nível das práticas culturais.

Quanto à circunstância em que cada inquirido realizou a sua primeira visita a museu podemos verificar pela leitura do quadro XXVII que a maioria efectuou essa primeira visita com familiares (40,6%), logo seguida com o grupo da escola (32,8%) e com amigos (23,4%).

Quadro XXVII - circunstância da(s) primeira(s) visita(s) a museus

Circunstâncias da 1ª visita	n	%
com familiares	26	40,6
com amigos	15	23,4
com grupo da escola	21	32,8
sozinho(a)	2	3,1
total	64	100,0

Margarida Lima de Faria[172], a partir da análise que faz em torno da obra de Pierre Bordieu, reconhece o papel iniciador da família e do contexto escolar nas primeiras visitas a museus:

"A importância do sistema escolar na criação do hábito de visitar museus é (...) reforçado pela repetição das práticas de visita. A inculcação deste hábito é, assim, um processo contínuo em que a familiaridade com o código das obras de arte vai aumentando com o número de visitas (daí a importância da família para a introdução precoce e o reforço desse hábito)." Ainda segundo a mesma autora teremos que ter em linha de conta que *"...as novas populações recém chegadas à escola são oriundas de um meio que não criou o hábito – no seio da família – de visita a museus, tendo a escola uma responsabilidade acrescida, no seu esforço de construção de igualdade de oportunidades, de propiciar possibilidades de acesso a estas, como a outras instituições de cultura."*[173]

Quando cruzamos a circunstância em que se realizou a primeira visita com o nível de escolaridade dos visitantes obtemos os seguintes resultados: os detentores do nível de escolaridade ensino superior realizaram a sua primeira visita com um grupo da escola (61%) ou na companhia de familiares (52%); os inquiridos possuidores do nível de escolaridade

[172] Margarida Lima Faria, «O Amor da Arte – o contributo de Pierre Bourdieu para a teoria museológica», in *Museus, Boletim da Rede Portuguesa de Museus*, Lisboa, Março 2002, p. 8.
[173] Margarida Lima Faria, «Museu e Educação. Tempo suspenso/tempo acelerado», in *Actas do Encontro Ver, Rever. Museus. Educação*, Lisboa, MNAA, Dezembro 2002, p. 10.

ensino secundário realizaram a sua primeira visita com amigos (40%) e também com familiares (24%) (quadro XXVIII).

Quadro XXVIII - primeira visita a museus por nível de escolaridade do próprio

	nível de escolaridade do próprio					
primeira visita a museus	1º ciclo ensino básico n=2	2º ciclo ensino básico n=2	3º ciclo ensino básico n=3	ensino secundário n=16	ensino médio n=4	ensino superior n=36
com familiares n=25	8,0%	4,0%	4,0%	24,0%	8,0%	52,0%
com amigos n=15				40,0%		60,0%
com grupo da escola n=21		4,8%	4,8%	19,0%	9,5%	61,9%
sozinho(a) n=2			50,0%			50,0%

Ainda em relação ao contexto em que se realizou a primeira visita a museus, cruzamos esta variável com o grupo ocupacional de cada inquirido tendo-se alcançado os seguintes resultados: daqueles que realizaram a sua primeira visita a museus na companhia de familiares 32% são professores, 20% empresários, dirigentes e profissionais liberais e 16% são estudantes; dos que realizaram a sua primeira visita na companhia de amigos 35,7% são estudantes e 28,6% profissionais técnicos e de enquadramento; dos que concretizaram a sua primeira visita na companhia do grupo da escola 52,6% são estudantes e 26,3% são professores (quadro XXIX).

Quadro XXIX – primeira visita a museus por grupo ocupacional do próprio

	grupo ocupacional do próprio						
primeira visita a museus	EDL n=8	PTE n=8	P n=15	TICS n=6	E n=20	R n=2	D n=1
com familiares n=25	20,0%	8,0%	32,0%	12,0%	16,0%	8,0%	4,0%
com amigos n=14	14,3%	28,6%	7,1%	14,3%	35,7%		
com grupo da escola n=19	5,3%	10,5%	26,3%	5,3%	52,6%		
sozinho(a) n=2			50,0%		50,0%		

Quando avançamos para a análise da regularidade com que os inquiridos visitam museus (quadro XXX), verificamos que 42,2% afirmam realizar visitas duas a três por ano, 26,6% raramente o fazem e 15,6% indicam efectuar visitas uma vez por mês.

Quadro XXX - regularidade de visita a museus

regularidade de visita a museus	n	%
diariamente	2	3,1
semanalmente	2	3,1
uma vez por mês	10	15,6
duas a três vezes por mês	2	3,1
duas a três vezes por ano	27	42,2
uma vez por ano	3	4,7
uma vez de dois em dois anos	1	1,6
raramente	17	26,6
total	64	100,0

Verificamos então que, pelos dados obtidos, existe uma certa regularidade na visita a museus. Mas para os inquiridos o que será um museu? Qual o seu entendimento face a esta instituição. A colocação de uma questão aberta teve como objectivo obter respostas o mais livres possíveis e obter informação com alguma riqueza semântica.

Após uma breve análise de conteúdo das respostas obtidas foram variadas as concepções registadas pelo que se decidiu criar um conjunto de temáticas em torno das quais se organizaram os registos recolhidos.

Assim, um museu é considerado por alguns como um espaço *estático*. A confirmar esta ideia registamos termos como *"depósito"*, *"antigas"*, *"raridade"* e *"preservar"*.

Nas palavras de alguns indivíduos um museu é:

"Depósito de motivos do passado."

"Um museu é um local onde se guarda algo de valor (temporal, de costumes, que marca uma geração, um povo, um valor, uma tradição..."

Para outros o *dinamismo* marca já o seu entendimento acerca do que considera ser um museu e encontramos termos como *"interactivo"*, *"interagir"* e *"partilhar"*.

"Um espaço onde é possível contemplar/observar/conhecer/interagir com obras de arte, colecções, assim, como troca de experiências com outros visitantes." e *"Espaço dinâmico e interactivo que pretende dar a conhecer e partilhar histórias, atitudes e sensações."* São afirmações que confirmam concepções dinâmicas de museus.

Um museu é também entendido enquanto *espaço de aprendizagem e conhecimento* e a confirmar esta acepção registaram-se testemunhos como os que seguir se apresentam e onde pautam conceitos como *"aprender"*, *"saber"* e *"conhecimentos"*:

"É um espaço de saber."
"É um espaço onde podemos alimentar a nossa criatividade e o nosso saber."
"Espaço de conhecimento e de lazer."
"Uma boa fonte de conhecimentos."

Para além das componentes aprendizagem e conhecimento, os museus são também veículos de uma vasta *"informação"* temática:

"Espaço aberto a todo o público com variada informação cultural" e *"...espaço onde se tenta reunir o máximo de informação e de objectos relativos e representativos de um dado tema."*

Estas são afirmações através das quais poderíamos vislumbrar os antigos gabinetes de curiosidades dos séculos XVII e XVIII com a sua visão enciclopedista do mundo só que agora apresentando-se com a vantagem de estarem acessíveis a todo o público.

«Nem só de conhecimento vive o homem» poderíamos afirmar relativamente aos museus que para além do seu papel de fontes e de meios difusores de conhecimento são também *espaços de divertimento e lazer*. A confirmar detectamos nos registos termos como *"lazer"*, *"divertir"* e *"distrair"*. Apresentamos a este propósito os seguintes testemunhos:

"...um local onde nos podemos distrair e divertir."
"...um espaço aberto ao público, que proporciona ao indivíduo que o visita momentos de lazer..."

Para alguns dos inquiridos a actividade dos museus traduz-se, quando não se reduz apenas, nas exposições que organiza e coloca à disposição dos públicos. A confirmar esta acepção registamos por diversas vezes os termos *"expõe"* e *"exposição"*.

"Museu define-se como um local que expõe algumas realidades..."
"Um museu é essencialmente onde se podem ver exposições acerca do passado de diversas coisas da nossa vida." e
"Local onde se realizam exposições." foram definições indicadas por vários inquiridos.

Museu e cultura assumem-se como conceitos próximos sendo o museu diversas vezes indicado como local onde a *"cultura"* se «concentra» e se «mostra», onde se dá a conhecer aos públicos que aí se deslocam. Aqui quase que está implícita uma das concepções mais antigas de museu a qual o descrevia como *casa das musas* enquanto divindades que presidem às letras, ciências e artes.

"Espaço onde se concentra a cultura e a arte, que retrata essencialmente o passado, o nosso passado.";
"É um espaço de cultura e para todas as idades, por isso vim cá com o meu neto.";
"Espaço cheio de cultura e conhecimento..."

Partilhada por quase todos encontramos a ideia de que um museu é, à partida, um espaço "*aberto*" a todos consideração esta patente nos seguintes testemunhos:

"Espaço aberto a todo o público..." e *"Espaço aberto de conhecimento e de lazer."*

Um museu é também definido como uma espécie de encruzilhada, um espaço de encontro entre tempos cronológicos diferentes mas indissociáveis, onde o *"passado"* prevalece sobre o *"presente"* e *"futuro"*. A confirmar esta concepção encontramos as seguintes definições:

"Um espaço onde é mostrado o passado de certos objectos."
"Um museu para mim é algo que nos constrói sobre o passado, o presente e o futuro."
"Um museu é um espaço de um saber passado..."
"Espaço em que se vive (...) a história passada e actual do homem, projectando a história do futuro."
"Um espaço de encontro com o passado..."

Após este espaço aberto para as definições mais ou menos pessoais sobre o que é um museu foi solicitado ao inquiridos a indicação da regularidade com que costumam visitar o Museu dos Transportes e Comunicações (quadro XXXI) sendo que, uma clara maioria (57,8%) respondeu ser a actual visita a primeira que fazem a este museu. Os restantes inquiridos distribuíram-se da seguinte forma: raramente e uma vez por ano com 12,5% cada e duas a três vezes no ano com 10,9%.

Quadro XXXI - regularidade de visita ao museu dos transportes e comunicações

regularidade visita mtc	n	%
primeira vez	37	57,8
semanalmente	2	3,1
uma vez por mês	2	3,1
duas a três vezes no ano	7	10,9
uma vez no ano	8	12,5
raramente	8	12,5
total	64	100,0

Para ajudar a compreender o carácter quase que «pioneiro» da maioria dos visitantes, dado que no momento do preenchimento do inquérito indicaram ser esta visita a primeira que fazem a este museu, recorremos de informações disponibilizadas no estudo dos públicos do Teatro Nacional de S. João[174] acerca dos espaços culturais usualmente frequentados pelos sujeitos daquele estudo. De facto, segundo dados então apurados, de entre um conjunto de espaços culturais da cidade do Porto, o Museu dos Transportes e Comunicações é referenciado por apenas 10,5% dos sujeitos enquanto que outros registam valores bastante mais significativos como os que a seguir se indicam: Casa de Serralves (58,9%), Cooperativa Árvore (16,4%), Casa das Artes (41,8%), Museu Nacional de Soares dos Reis (24,5%), Fundação António Cupertino de Miranda (18,9%) e Fundação Engº. António de Almeida (14,9%).

O mesmo se confirma quando o mesmo estudo cruza a frequência desses mesmos espaços culturais com a idade. Analisando em pormenor os grupos etários mais frequentes entre os inquiridos no Museu dos Transportes e Comunicações (21-30 e 31-40 anos), verificamos novamente a mais baixa taxa de frequência comparativamente com as registadas para instituições congéneres: para a faixa dos 20-29 anos o Museu dos Transportes e Comunicações apresenta 5,8% de frequência quando os restantes valores são de 56,2% para a Casa de Serralves, 43,8% para a Casa das Artes ou 18,3% para o Museu Nacional de Soares dos Reis. Já para a faixa dos 30-44 anos o museu apresenta um valor relativamente mais elevado (17,2%) mas sempre abaixo das restantes instituições culturais: 66,3% para a Casa de Serralves, 46,7% para a Casa das Artes e 25,4% para o Museu Nacional Soares dos Reis.

Contribuirá para este resultado a relativa «juventude» do museu (com uma actividade que remonta ao início da década de 90 do século passado, é apresentado publicamente apenas em Dezembro e 2000), ou uma acção insuficiente ao nível de acções de divulgação? Mais uma vez são levantadas hipóteses para as quais não poderemos dar imediata resposta por não termos obtido, no presente estudo, dados que nos possam auxiliar nessa tarefa.

[174] Maria de Lourdes Lima dos Santos (coord.), *Público(s) no Teatro Nacional S. João*, Lisboa, OBS/OAC, 2001, ps. 283 e 301.

Poderíamos ainda ter em conta que um visitante ocasional está mais próximo do não visitante do que do visitante regular. O visitante ocasional relacionará a visita como um momento de lazer e descontracção e está sobretudo disponível para socializar com o grupo familiar ou de amigos onde se insere, e menos para se envolver numa visita mais profunda ou conduzida por um especialista.

Neste pressuposto apenas um estudo mais complexo e prolongado no tempo poderia estabelecer regularidades ao nível da frequência do museu.

Tratando-se de visitantes que não se apresentam em grupo escolar, quando questionados sobre o contexto em que realizam a actual visita 45,3% responderam estar acompanhados por amigos, 21,9% acompanhados por familiares e 15,6% afirmam fazê-lo sós (quadro XXXII).

Quadro XXXII – contexto da actual visita ao mtc

Contexto da actual visita ao mtc	n	%
só	10	15,6
acompanhado por amigos	29	45,3
acompanhado por familiares	14	21,9
acompanhado pelo/a namorado/a	9	14,1
acompanhado pelo cônjuge	2	3,1
total	64	100,0

Quando questionados sobre o motivo que os trouxe ao museu (quadro XXXIII), a programação e a possibilidade de experimentar e aumentar conhecimentos apresentam a mesma frequência de respostas (43,8% cada), seguidos da possibilidade de conviver com família e amigos (17,2%) e as características associadas à recuperação do edifício são apontadas por 12,5% dos inquiridos.

No caso do Museu dos Transportes e Comunicações a programação e a possibilidade de experimentar andam efectivamente de mãos dadas já que a interactividade é uma das principais características da sua programação.

Quadro XXXIII - motivo da visita ao mtc

Motivo da visita ao mtc	n	%
boa acessibilidade	3	4,7
recuperação do edifício	8	12,5
programação	28	43,8
possibilidade de experimentar e aumentar conhecimentos	28	43,8
convívio com família/amigos	11	17,2
quebra de rotina	7	10,9

A possibilidade de experimentar associa-se aqui ao aumento de conhecimentos embora os visitantes só muito raramente vêm ao museu para aprender de modo formal. Vêm mais para se informarem, para formarem opiniões, para viver uma experiência emocional, para se distraírem e tudo isso na companhia quase sempre de familiares ou amigos. O museu não é só lugar de transmissão de saberes, é também um lugar de memória(s). A visita mobiliza conhecimentos, crenças, afectos e produz efeitos tanto cognitivos, como afectivos, que podem actualizar-se a curto ou a longo prazo. Os efeitos são, de facto, mais que múltiplos: o visitante pode adquirir conhecimentos pontuais, compreender um conceito científico, viver experiências sensoriais, modificar a sua atitude para com o que está exposto, experimentar uma emoção estética ou deleitar-se com os momentos passados com familiares e amigos.

Na actualidade o modo como qualquer instituição se dá a conhecer é fundamental para passar a mensagem sobre a sua programação e atrair públicos.

"*Muitos museus (...) abriram fachas publicitanto exposições (...). Pela cidade, nos folhetos dos municípios, nas folhas locais, na rádio ou na televisão, nos diários culturais da localidade e nas paredes em cartazes, o museu publicita-se, dá-se a conhecer, mostra que pretende que o visitem.*"[175]

No caso do Museu dos Transportes e Comunicações verifica-se que o meio através do qual os visitantes obtiveram conhecimento sobre o museu foi principalmente através de três veículos: pela rádio, televisão e jornal (25%), por amigos (23,4%) e por folhetos e cartazes (21,9%) (quadro XXXIV).

[175] Sérgio Lira, «Do museu de elite ao museu para todos: públicos e acessibilidades em alguns museus portugueses», in *Actas do Seminário Museus: a Arquitectura e o Público*, Porto, 2000, ps.27,28.

Quadro XXXIV - meio de conhecimento do mtc

meio de conhecimento do mtc	n	%
por amigos	15	23,4
por familiares	7	10,9
pelo filho(a)	1	1,6
por folhetos/cartazes	14	21,9
pela agenda da câmara	6	9,4
pela rádio/televisão/jornal	16	25,0
pela internet	2	3,1
por colegas	12	18,8

As acessibilidades, a existência ou não de parques e lugares de estacionamento e nem tanto a existência de redes de transportes público, são importantes factores que funcionam como meios facilitadores das visitas ao Museu dos Transportes e Comunicações. Neste caso os visitantes do museu afirmaram que se deslocam até ao museu na sua maioria de automóvel (45%) e apenas 12% utilizam os transportes públicos como meio de deslocação (quadro XXXV).

Quadro XXXV – meio de deslocação para mtc

meio de deslocação para mtc	n	%
carro	45	70,3
transporte público	12	18,8
a pé	7	10,9
total	64	100,0

Quando se questionam os factos que possam justificar a baixa frequência dos museus pelos mais diversos públicos o facto de não serem gratuitos e o preço dos respectivos bilhetes são, por diversas vezes, apontados como factores de obstáculo a essa mesma visita.

No caso do Museu dos Transportes e Comunicações 78,1% dos inquiridos consideram o preço de entrada razoável e apenas 7,8% como um valor elevado (quadro XXXVI).

Quadro XXXVI – opinião sobre o preço de entrada no mtc

opinião sobre o preço de entrada no mtc	n	%
muito elevado	2	3,1
elevado	5	7,8
razoável	50	78,1
baixo	3	4,7
não responde	4	6.3
total	64	100

Lembramos aqui a experiência levada a efeito na Inglaterra[176] em que uma política de entradas gratuitas, suportada com reforços orçamentais e em fundos da Lotaria Nacional, teria por objectivo aumentar e diversificar os públicos em mais de 20 museus ingleses entre os quais o Victoria & Albert Museum, os Museus de Ciência e de História Natural. Efectivamente, registou-se um aumento na ordem dos 62%, ou seja, mais 2,7 milhões de visitantes do que em igual período facto que foi atribuído à facultação de entradas gratuitas.

No entanto, uma análise aos tipos de públicos então registados tornou possível constatar que no seio deste volume de visitantes prevaleciam os elementos pertencentes às classes A e B, sendo a maior parte destes detentora de uma licenciatura. Ao nível dos «novos públicos» que se pretendiam conquistar (jovens e classes desfavorecidas) o aumento cifrou-se em apenas 7%. A grande conclusão deste estudo indicou foi que, derivado do facto de ser gratuito o acesso aos museus, os que já eram frequentadores passaram a repetir as suas visitas.

Relembramos ainda aqui o conceito de «utilizadores-fruidores» que concebe uma partilha dos custos entre os vários agentes envolvidos na produção e na fruição cultural (públicos e agentes públicos e privados).

Para além das acessibilidades e do valor da entrada no museu, outros factores podem contribuir para a qualificação de uma visita. O acolhimento é fundamental já que o primeiro contacto do visitante dentro do museu poderá influenciar positiva ou negativamente

[176] Catarina Gomes, *art. cit*, s/d.

a realização da visita. Quanto à qualidade do atendimento no Museu dos Transportes e Comunicações esta foi considerada muito boa (59,4%) e boa (32,8%) (quadro XXXVII)

Quadro XXXVII – opinião sobre o acolhimento no mtc

opinião sobre o acolhimento no mtc	n	%
muito bom	38	59,4
bom	21	32,8
razoável	2	3,1
insuficiente	2	3,1
não responde	1	1,6
total	64	100

Para além do acolhimento, a sinalética existente e que orienta os visitantes até às exposições ou mesmo no interior destas, é extremamente importante para que o visitante não se sinta «perdido» em espaços por vezes amplos e com diversas possibilidades de percursos. A orientação dentro do museu e das exposições é também um meio influenciador do modo como cada visitante se relaciona com as actividades, como se orienta e como constrói as suas interpretações em torno de tudo o que o envolve.

No presente estudo mais de metade dos inquiridos qualificaram a sinalética do museu de boa (59,4%) e muito boa (20,3). Não podemos deixar de apontar os que a consideraram insuficiente (10,9%) (quadro XXXVIII).

Quadro XXXVIII – opinião sobre a sinalética do mtc

opinião sobre a sinalética no mtc	n	%
muito boa	13	20,3
boa	38	59,4
razoável	4	6,3
insuficiente	7	10,9
não responde	2	3,1
total	64	100

A informação virada para o exterior (cartazes, anúncios de televisão e rádio, flyers, panatas, sites) são cada vez mais importantes como veículos de informação que dê a conhecer o Museu e as suas actividades.

Quando o visitante resolve conhecer o museu *in loco* procura também obter informações mais detalhadas sobre a programação, os horários, os preçários ou os serviços de apoio (bengaleiro, elevadores, sanitários especialmente concebidos, cafetaria, loja)

Um folheto com informação sintéctica e acessível a todos torna-se um instrumento eficaz no complemento da informação transmitida verbalmente pelo elemento responsável pelo acolhimento dos visitantes.

"...o museu publica a sua planta em placards na parede do átrio de entrada, indica a localização das suas exposições, fornece ao visitante um folheto, um desdobrável, algo que o guie e o faça sentir-se em casa e não num ambiente hostil. (...) Em suma, passada a porta, o museu faz todos os esforços para que o seu público se sinta num ambiente confortável."[177]

No caso do Museu dos Transportes e Comunicações, os inquiridos consideram que o material de informação está acessível (65,6%) ou mesmo bastante acessível (31,3%) (quadro XXXIX).

Quadro XXXIX – opinião sobre material informação/apoio do mtc

opinião sobre material informação/apoio do mtc	n	%
bastante acessível	20	31,3
acessível	42	65,6
pouco acessível	2	3,1
total	64	100,0

A programação que um museu, ou qualquer outra instituição cultural, disponibiliza é um dos seus principais meios de comunicação com os seus públicos.

[177] Sérgio Lira, *art. cit.*, p. 28.

Reflexo do trabalho de bastidores (investigação, preservação, catalogação, criação própria ou resultado de parcerias), a programação demonstra o cumprimento da missão do museu e a sua preocupação em contribuir para o enriquecimento da oferta cultural da cidade e da região.

O bom acolhimento desta programação, seja ela permanente, temporária ou sazonal, constitui um elemento fundamental para a construção de uma relação de continuidade entre o museu e os seus públicos.

No caso do Museu dos Transportes e Comunicações, os inquiridos que compuseram a amostra classificaram a programação de boa (62,5%) e excelente (20,3%) (quadro XL).

Quadro XL – opinião sobre a programação do mtc

opinião sobre a programação do mtc	n	%
excelente	13	20,3
boa	40	62,5
razoável	6	9,4
deficiente/com lacunas	2	3,1
não responde	3	4,7
total	64	100,0

Quando desdobramos a programação permanente nas duas exposições que a compõem no momento da aplicação do inquérito: "O Automóvel no Espaço e no Tempo" e "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação" (cci) a opinião dos visitantes reflecte a natureza distinta das duas exposições (a exposição automóvel apresenta-se num figurino mais «clássico» com predominância dos objectos sobre a acção dos públicos enquanto a exposição cci é por excelência interactiva e a acção dos indivíduos é a sua componente mais forte). Enquanto a exposição automóvel é considerada muito interessante por 60,9% dos inquiridos, a exposição cci é assim considerada por 84,4% da amostra. A exposição automóvel é razoavelmente interessante para 34,4% dos inquiridos enquanto que esta classificação só é atribuída à exposição cci por 14,1% dos elementos (quadro XLI).

Quadro XLI – opinião sobre a exposição automóvel

opinião sobre a exposição automóvel	n	%
muito interessante	39	60,9
razoavelmente interessante	22	34,4
pouco interessante	0	0
nada interessante	0	0
não responde	3	4,7
total	64	100
opinião sobre a exposição cci	n	%
muito interessante	54	84,4
razoavelmente interessante	9	14,1
pouco interessante	0	0
nada interessante	0	0
não responde	1	1,6
total	64	100

Quando cruzamos a opinião formulada em torno da exposição automóvel com o capital escolar dos inquiridos aferimos que entre os que consideram que esta exposição é razoavelmente interessante 61,9% são detentores do nível escolar ensino superior (quadro XLII).

Quadro XLII – opinião sobre a exposição automóvel por nível de escolaridade do próprio

	nível de escolaridade do próprio					
considera a exp. automóvel	1º ciclo ensino básico n=2	2º ciclo ensino básico n=2	3º ciclo ensino básico n=3	ensino secundário n=16	ensino médio n=4	ensino superior n=33
muito interessante n=39	2,6%	5,1%	5,1%	28,2%	7,7%	51,3%
razoavelmente interessante n=21	4,8%		4,8%	23,8%	4,8%	61,9%

Quando lançamos o mesmo tipo de comparação relativamente à exposição cci verificamos que entre os que consideram esta exposição razoavelmente interessante a percentagem dos que são detentores do ensino superior desce para 44,4% (quadro XLIII).

Neste cenário poderíamos lançar a hipótese de que o capital escolar adquirido pode influenciar o olhar mais ou menos crítico que os visitantes lançam sobre as exposições.

Claro que neste inquérito não foi recolhida informação que possibilitasse confirmar ou infirmar esta proposição. Talvez um trabalho de desenvolvimento futuro possa lançar luz sobre esta hipótese.

Quadro XLIII – opinião sobre a exposição cci por nível de escolaridade do próprio

	nível de escolaridade do próprio					
considera a exp. cci	1º ciclo ensino básico n=2	2º ciclo ensino básico n=2	3º ciclo ensino básico n=2	ensino secundário n=16	ensino médio n=4	ensino superior n=36
muito interessante n=53	1,9%	3,8%	3,8%	22,6%	7,5%	60,4%
razoavelmente interessante n=9	11,1%			44,4%		44,4%

Depois deste conjunto de questões fechadas, uma nova questão aberta procurava dados complementares para a descrição das impressões que a visita proporcionou aos visitantes inquiridos. Uma análise de conteúdo lança algumas pistas sobre algumas temáticas e respectivas adjectivações.

Ao nível da recepção e acolhimento termos como *"excelente"* e *"excepcional"* foram os mais registados. A título de exemplo vejamos as seguintes descrições:

"...excelente recepção que nos foi proporcionada pelos funcionários do museu."
"A visita foi considerada excepcional..."

Um registo de carácter negativo foi também obtido sobre a recepção e acolhimento:

"Se bem que as exposições fossem interessantes os respectivos guias foram pouco atenciosos."

Apesar de terem sido as únicas notas negativas teremos sempre que lhes dar a devida atenção pois tratando-se de um estudo de públicos é nosso objectivo chamar a tenção para todos os aspectos associados à relação com os visitantes. A recepção e acolhimento, enquanto serviços de fronteira, de contacto directo e estreito com os públicos, é fundamental para o estabelecimento de uma relação que se pretende afectiva e duradoura. Uma má experiência a este nível pode marcar negativamente uma visita e por esse facto tornar pouco provável um retorno ao mesmo local.

Para complementar e confirmar este aspecto indicamos também um registo verificado ao nível da relação monitor-visitante:

"Existe um pouco de falta de acompanhamento nos ateliers durante o fim-de-semana..."

Quanto à organização do espaço e das exposições *"interessante"*, *"bem organizada"* e *"surpresa"* foram alguns dos termos detectados em alguns registos escritos:

"Estava muito bem organizada principalmente a exposição da comunicação."
"As exposições são muito interessantes e atractivas..."
"Surpresa agradabilíssima, tanto em relação ao edifício como às exposições."

No espaço organiza-se a visita que foi classificada como *"(muito)interessante"* e *"agradável"*:

"A visita foi muito interessante e motivadora."
"Achei a visita muito interessante especialmente a dos transportes..."
"Foi uma visita agradável."

As exposições permitem obter informações e conhecimentos pelo que termos como *"novos/mais conhecimentos"*, *"didáctica"* e *"aprendizagem"* foram por diversas vezes apontados pelos visitantes:

"...fiquei a saber mais sobre os transportes."
"Aprendizagem de algumas técnicas."
"Muito didáctica."
"...aprendi muito sobre a história e o funcionamento dos diversos meios de comunicação."

Para tornar mais pessoal, clara e eficaz a acção dos museus com os seus públicos, o papel dos monitores, enquanto mediadores no processo de comunicação entre a exposição e os públicos, é por demais pertinente pelo que ao nível da relação monitor-visitante registaram-se termos classificatórios como *"simpatia"*, *"boa preparação"* e *"bom acolhimento"*.

Vejamos a este propósito:

""...os monitores estão muito bem preparados na sua função."
"...simpatia e eficácia dos monitores/animadores."
"...bom acolhimento na secção da ciência."

A interactividade e a participação são apanágio das exposições patentes pelo que em relação a esses aspectos detectaram-se termos como *"prazer"*, *"divertimento"* e *"interactivo"*.

"Proporcionou-me prazer, conhecimento, divertimento, bem-estar e um sair da rotina..." e *"É também única porque se insere num tipo de museu de carácter essencialmente interactivo em lugar do carácter expositivo que é habitual."* foram algumas declarações registadas acerca destes aspectos.

Tratando-se este trabalho de investigação de um estudo em torno dos públicos do Museu dos Transportes e Comunicações e tendo em consideração que o objectivo da acção desenvolvida pelo museu em torno da formação de públicos visa a sua fidelização e o estabelecimento de uma relação duradoura, considerámos muito pertinente registar que existe da parte de alguns inquiridos o desejo de realizar uma nova visita, desejo este patente nas seguintes afirmações:

"...adorei a visita e pretendo cá voltar."
"Suscitou-me a vontade de trazer cá mais pessoas, educandos, amigos..."
"Motivação para trazer um grupo de alunos da escola onde lecciono para trabalhar na área de projecto..."
"...espero cá voltar."

Sendo a amostra bastante reduzida, e por isso não representativa da população de visitantes, é talvez prematuro fazer ilações a partir dos dados registados. Contudo, atrevemo-nos aqui a considerar que o Museu dos Transportes e Comunicações realiza um pertinente trabalho ao nível da formação de públicos e que isso pode ser importante não só para aumentar e qualificar a frequência dos seus públicos mas também para auxiliar na tarefa de afirmação desta instituição no panorama cultural da cidade e da região.
O desenvolvimento da presente investigação para níveis mais profundos poderia contribuir para o esclarecimento futuro destas questões.

6.2.2 resultados «visitantes em grupo»

Na relação entre o museu e a comunidade, assume especial destaque a relação com a comunidade escolar. Desde o início da sua actividade o Museu dos Transportes e Comunicações assumiu um diálogo e uma relação especial com as instituições culturais já que se mostrou ciente de que *"os hábitos de frequência dos museus se criam também na escola e que a objectivação dos conhecimentos escolares se consegue no contacto com as colecções dos museus. (...) É essa possibilidade de partilha in locco, e em presença aberta ao diálogo e à improvisação, que deverá ser explorada numa relação da escola, ou do museu, com a comunidade (...)."*[178]

[178] Margarida Lima Faria, «Museu e Educação. Tempo suspenso/tempo acelerado», in *Actas do Encontro Ver, Rever. Museus. Educação,* Lisboa, MNAA, Dezembro 2002, ps. 8,9.

Neste contexto, *"as visitas de estudo, entendidas como qualquer deslocação efectuada pelos alunos fora do recinto escolar com objectivos educacionais (...) podem revelar-se uma importante actividade, facilitadora da compreensão dos conhecimentos científicos e do desenvolvimento de competências cognitivas e socioafectivas dos alunos."*[179]

Pela anterior análise dos registos de visitantes do Museu dos Transportes e Comunicações verificamos que os públicos organizados em visitas de grupo têm maior representatividade que os visitantes individuais pelo que, consideramos pertinente um olhar mais atento sobre este tipo de público que abarca no seu seio uma pluralidade de situações quanto ao nível escolar, origem geográfica, número de elementos envolvidos, meios de conhecimento e modos de preparação das respectivas visitas.

Neste ponto vamos então dirigir a nossa atenção para a descrição das principais características destas visitas partindo dos dados obtidos pelo tratamento informático dos inquéritos recolhidos.

Quanto à origem geográfica dos 164 grupos inquiridos, a análise do quadro XLV permite-nos verificar que na sua grande maioria (60,5%) são oriundos do distrito do Porto, seguindo-se o distrito de Braga com 15% e Aveiro com 10,2%.

Verificamos ainda que se registam percentagens mais significativas nos distritos da faixa litoral (Viana do Castelo, Coimbra, Leiria e mesmo Lisboa), do que ao nível dos distritos do interior (Vila Real e Viseu) mesmo que estes, em termos de distância quilométrica, até se apresentem mais próximos. Teremos que considerar aqui a problemática das acessibilidades e do traçado dos acessos que ligam os distritos do interior à cidade do Porto como factores que poderão determinar a duração e a segurança da deslocação facilitando ou dificultando por isso a decisão de efectuar uma visita de grupo ao Museu dos Transportes e Comunicações.

[179] António Almeida, *Visitas de Estudo*, Lisboa, Livros Horizonte, 1998, p. 25.

Quadro XLV- grupo por distrito de origem

distrito de origem do grupo	n	%
porto	89	60,5
braga	22	15,0
viana do castelo	5	3,4
vila real	1	,7
aveiro	15	10,2
coimbra	3	2,0
viseu	1	,7
leiria	6	4,1
lisboa	4	2,7
não responde	1	,7
total	147	100

Quando nos detemos na análise do nível de escolaridade dos grupos inquiridos (quadro XLVI) verificamos maiores frequências ao nível do 3º ciclo do ensino básico (32%), do 1º ciclo do ensino básico (19,7) e 2º ciclo do ensino básico (17%). O ensino secundário surge na 4ª posição com 15%, seguido do ensino técnico - profissional com 8,2%.

Este tipo de frequência não é apanágio do Museu dos Transportes e Comunicações mas comum há maioria dos museus em Portugal *"...estabelecimentos de ensino básico e secundário (...), sendo os dois primeiros responsáveis por uma percentagem significativa dos visitantes que frequentam anualmente os museus nacionais e locais."*[180]

[180] Margarida Lima de Faria, «Etapas e limites da globalização da cultura institucional: Os museus», in Carlos Fortuna e Augusto santos Silva (orgs.), *Projecto e circunstância*, Porto, Edições Afrontamento, 2002, p. 326.

Quadro XLVI – grupo por nível de escolaridade

nível de escolaridade do grupo	n	%
pré-escolar	6	4,1
1º ciclo ens. básico	29	19,7
2º ciclo ens. básico	25	17,0
3º ciclo ens. básico	47	32,0
secundário	22	15,0
técnico-profissional	12	8,2
superior sénior	3	2,0
ensino especial	2	1,4
não responde	1	,7
total	147	100,0

Registe-se a total ausência na nossa amostra do ensino superior. Esta situação torna-se tão mais interessante quando o Porto é uma das cidades do país com maior número de população a frequentar o ensino superior. Veja-se a este propósito o estudo coordenado por António Teixeira Fernandes[181] onde se apresentam os baixos índices de práticas culturais da população universitária do Porto no que concerne à frequência de museus. As próprias Escolas que compõem a Academia não utilizam as visitas de estudo como instrumento no processo de formação dos jovens universitários. Passaria também por elas um importante trabalho a desenvolver ao nível da formação de públicos.

À questão de qual ou quais as exposições que cada grupo visitou os dados obtidos foram os apresentados no quadro XLVII.

Uma ampla maioria (70,1%) realizou visita à exposição "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação", enquanto que 46,3% dos grupos confirmaram visita à exposição "O Automóvel no Espaço e no Tempo".

Verificamos também que alguns dos grupos (cerca de 16% da amostra composta por 147 grupos), realizaram visitas a ambas as exposições. Constatamos que durante o período da tarde (14h às 18h) é possível um grupo realizar visitas a ambas as exposições tendo cada visita a duração média de 1h30m.

[181] António Teixeira Fernandes (coord.), *Estudantes do Ensino Superior no Porto - Representações e práticas culturais*, Porto, Edições Afrontamento, 2001.

A novidade, a diversidade e complementaridade de propostas de trabalho e a natureza eminentemente interactiva da exposição "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação" são razões que poderão explicar a preferência dos grupos em detrimento da exposição mais antiga e de moldes mais «clássicos» "O Automóvel no Espaço e no Tempo".

Quadro XLVII – grupos por exposição visitada

grupos por exposição visitada	n	%
visita exposição automóvel	68	46,3%
visita exposição cci	103	70,1%

Em momento anterior lançamos a indicação de que cada grupo inquirido era composto, em média, por cerca de 25 elementos (alunos e professor/a). Sabemos, contudo que este grupo é, muitas vezes, uma parte de um todo mais amplo composto, por duas, três, quatro ou mais turmas de uma mesma escola ou agrupamento de escolas. O quadro XLVIII confirma-nos precisamente este dado já que 1/3 dos inquiridos afirmaram estar envolvidos na visita mais geral entre 20 e 40 alunos (duas turmas). Dos restantes, 27,2% afirmaram estar «sós» na visita, isto é, apenas uma turma estará envolvida na mesma e 17,7% deram indicações de que cerca de três turmas estariam presentes no museu. Registamos ainda os valores indicativos que apontam para visitas que envolvem até quatro ou mais turmas (81-100 e + 100 alunos).

A questão da rentabilização do transporte alugado especificamente para a visita explicará, em parte, o envolvimento de mais do que uma turma nas visitas efectuadas ao museu. Outras explicações passam pelo trabalho de projecto que um mesmo professor se encontra a desenvolver com mais de uma turma ou por visitas que são organizadas por grupos de professores pertencentes a uma mesma área disciplinar (exemplo dos grupos de professores de português, de ciências ou de educação visual e tecnológica).

Quando se trata de visitas do 1º ciclo do ensino básico são frequentes as deslocações ao museu que envolvem os quatro anos de escolaridade.

Aqui está subjacente igualmente a rentabilização dos transportes ou o projecto interdisciplinar que a escola desenvolve com a participação de todas as turmas. A comprovar esta ideia apresentamos a seguinte referência:

"Veio de encontro ao projecto-escola e despertou mais o interesse nos alunos reforçando assim os conhecimentos sobre este tema."

Quadro XLVIII - número de alunos em cada grupo

número de alunos em cada grupo	n	%
1-20	40	27,2
21-40	46	31,3
41-60	26	17,7
61-80	9	6,1
81-100	14	9,5
+100	12	8,2
total	147	100,0

Quanto ao número de professores que acompanham cada visita verificamos, através do quadro XLIX, que cerca de metade dos grupos se faz acompanhar por 2 (25,9%) ou 6 professores (24,5%). Os restantes grupos fazem-se acompanhar por 1 (15,6%), 3 (14,3%) ou 4 (12,2%) professores. Por norma uma turma é acompanhada por dois professores que se entreajudam na organização e no acompanhamento dos alunos. Por vezes, questões relacionadas com o comportamento ou com a presença de alunos «especiais» (alunos deficientes, autistas ou com problemas de desenvolvimento e integração no grupo, alunos ao abrigo de programas especiais como combate ao trabalho infantil e reintegração social), justificam a presença de um maior número de professores.

Quadro XLIX - número de professores em cada grupo

número de professores em cada grupo	n	%
1	23	15,6
2	38	25,9
3	21	14,3
4	18	12,2
5	11	7,5
6+	36	24,5
Total	147	100,0

Estendendo agora a nossa atenção ao quadro L verificamos quais as áreas ou disciplinas que enquadram as visitas ao museu.

A interdisciplinariedade apresenta-se como enquadradora de 35,4% das visitas, 17% reportam-se a áreas em torno da história e geografia, 12,9% aponta a área da comunicação e 10,9% as línguas (português, inglês e francês) como justificativas da visita.

A diversidade de actividades possíveis na exposição "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação" (televisão, rádio, ciência, jornal, novas tecnologias, imaginação) propicia que a visita cumpra objectivos de diversas disciplinas e mesmo a exposição do Automóvel é passível de ser explorada a partir de diversos pontos de vista (tecnologia, design, história, geografia, economia, moda...).

Quadro L – disciplina que enquadra a visita em grupo

disciplina que enquadra a visita em grupo	n	%
história/geografia/economia	25	17,0
ciências da natureza	6	4,1
português/inglês/francês	16	10,9
matemática	1	,7
educação visual e tecnológica	7	4,8
comunicação	19	12,9
clube rádio/jornalismo	3	2,0
estudo do meio	12	8,2
interdisciplinar	52	35,4
não responde	6	4,1
total	147	100

As visitas de estudo são actividades, por excelência, legitimadas nas políticas educativas e "também uma prática corrente dos professores aquando da concretização da área Escola tem sido a inclusão de visitas de estudo, parecendo os professores encontrar nelas um potencial espaço de encontro de várias disciplinas, espaço esse único na análise da consecução de vários projectos."[182]

Também nas visitas de grupo os meios de divulgação utilizados pelo museu são importantes pois são eles que transportam a «mensagem» do museu, apresentam as suas diferentes propostas e condições gerais para a organização da visita. Pela análise do quadro LI, constatamos que ao nível das visitas de grupo o melhor meio de divulgação acabam por ser os próprios colegas de trabalho (44,2%). Professores conhecedores do museu e das suas actividades «recomendam-no» a outros colegas tornando-se autênticos «agentes divulgadores» do museu. Seguem-se os folhetos e cartazes (29,3%) que são enviados por correio para as escolas e agrupamentos quer pelo próprio museu, quer pela Direcção Regional de Educação do Norte ao abrigo de uma parceria estabelecida com o museu desde há alguns anos. Outros materiais recebidos na escola constituem 17,7% dos meios de conhecimento sobre o museu e 16,3% dos inquiridos afirmaram ter tido conhecimento através de amigos. Pela internet obtiveram conhecimento do mtc apenas 10,2% da nossa amostra o que comprova ser este meio ainda pouco utilizado pelos professores como fonte de informação em relação ao mtc.

Constatamos que a mensagem que passa de *«boca em boca»* tem sido afinal o meio mais eficaz de dar a conhecer o mtc no seio da comunidade escolar.

[182] António Almeida, *op. cit.*, p. 27.

Quadro LI - meio de conhecimento do mtc

meio de conhecimento do mtc	n	%
por amigos	24	16,3
por familiares	1	,7
por folhetos/cartazes	43	29,3
pela agenda da câmara	13	8,8
pela rádio/televisão/jornal	13	8,8
pela internet	15	10,2
material recebido na escola	26	17,7
por colegas de trabalho	65	44,2

Quando inquiridos sobre se a actual visita é a primeira que a escola realiza ao museu (quadro LII), 62,6% dos elementos da amostra responderam afirmativamente e 37,4% negativamente, isto é, mais de 1/3 da amostra já visitaram o museu num outro momento. Existem, portanto, indícios, de que poderá haver alguma regularidade de visita por parte de alguns grupos, regularidade esta que seria interessante abordar num trabalho mais profundo e de acompanhamento de públicos escolares.

Quadro LII - primeira vez que a escola visita o museu?

primeira vez que a escola visita o museu ?	n	%
não	55	37,4
sim	92	62,6
Total	147	100,0

Partindo do pressuposto que uma visita ao museu constitui um complemento aos conhecimentos transmitidos em contexto de sala de aula, um momento de aprendizagens alternativas e de interacção e partilha entre alunos e entre o professor e os alunos, esta deveria ser preparada de forma a se poder aproveitar todas as suas potencialidades. O quadro LIII permite verificar que uma clara maioria da nossa amostra (78,9%), prepara a visita de forma «ligeira» accionando uma conversa com os alunos na sala de aula.

Apenas 25,2% referem levar à prática uma preparação mais aprofundada com consulta de várias fontes de informação (livros, internet).

Quadro LIII - modo de preparar a visita

modo de preparar a visita	n	%
não preparou de forma especial	21	14,3
conversou com os alunos na sala de aula	116	78,9
consultaram fontes de informação (livros, internet)	37	25,2
produziu fichas/guiões para orientação dos alunos	16	10,9

O papel do professor é mais do que pertinente no processo activo que deve constituir uma visita de estudo. Nesta o professor deve agir como um problematizador, isto é, cabe-lhe colocar questões que ficam em aberto e para as quais os alunos procurarão, depois da visita ocorrer e estimulados pela curiosidade, descobrir soluções.

Depois da visita é desejável que haja espaço e tempo para o grupo alunos/professor possa conversar, esclarecer dúvidas, construir novos saberes a partir das informações e das actividades desenvolvidas. Uma simples conversa é a actividade desenvolvida por cerca de 3/3 da nossa amostra (76,9%) depois de realizada a visita e mais de metade (54,4%) enceta a redacção de relatórios por parte dos alunos versando a experiência desenvolvida durante a visita (quadro LIV).

Quadro LIV - modo de desenvolver a visita

modo de desenvolver a visita	n	%
nenhuma forma especial	4	2,7
discutir na sala de aula sobre a forma como a visita decorreu	113	76,9
analisar as fichas/guiões preenchidos pelos alunos na visita	19	12,9
realização de relatórios pelos alunos sobre a visita	80	54,4

No campo da investigação em torno da eficácia das visitas de estudo não existem trabalhos que comprovem a sua validade. O resultado destas experiências é, normalmente, avaliado *"através do conhecimento obtido por parte dos alunos, das interacções sociais conseguidas, daquilo que os estudantes dizem, das perguntas que fazem, das discussões que iniciam e do seu desempenho em testes posteriores à visita."*[183]

Face ao pedido de classificar a visita realizada ao Museu dos Transportes e Comunicações 95,9% optaram pelo *«muito interessante»* e apenas 4,1% consideraram a visita *«razoavelmente interessante»* (quadro LV)

Quadro LV - opinião sobre a visita efectuada pelo grupo

opinião sobre a visita efectuada pelo grupo	n	%
muito interessante	141	95,9
razoavelmente interessante	6	4,1
pouco interessante	0	0
nada interessante	0	0
total	147	100,0

Quando chegamos ao ponto de introduzir a análise da questão aberta relativa às impressões proporcionadas na visita em grupo optamos por apresentar os resultados em dois momentos, distinguindo as opiniões relativas à exposição "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação" e "O Automóvel no Espaço e no Tempo".

Quanto à primeira, e no que concerne à organização do espaço/exposição, registaram-se classificações de *"(muito) interessante"* e *"(bem) organizada"* como se pode verificar nas seguintes afirmações:

"...opinião muito positiva da filosofia museológica expressa neste museu, tornando-o interactivo, acessível e interessante para os alunos, desfazendo ideias feitas que estes têm sobre os museus em geral."

[183] António Almeida, *op. cit.*, p. 26.

"Simplesmente maravilhosa, dinâmica e motivante."
"Extremamente bem organizada nomeadamente a evolução da comunicação..."

Será útil referir aqui que a exposição "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação" se integra num conceito recente de temática e não conferência de centralidade aos objectos.

"Há hoje museus que baseiam essencialmente as suas exposições em temas e que recorrem a pouquíssimos objectos das suas colecções preferindo introduzir todo o tipo de combinações multimédia mais ou menos comunicacionalmente avassaladoras. Os objectos são apenas incluídos quando encaixam na narrativa e numa situação espacialmente periférica aos efeitos sonoros e visuais."[184]

Em relação à organização da visita *"agradável"* e *"bem orientada"* foram algumas das considerações detectadas nos testemunhos de entre os quais seleccionamos os seguintes:

"Uma visita muito interessante, agradável e original."
"Muito interessante, divertida, bem organizada."
"Visita muito interessante e motivadora para os alunos ajudando-os inclusivamente nas suas escolhas futuras."
"...visita bastante atractiva, cria nos alunos vontades diferentes e tenta mostrar algo que os mesmos não imaginavam."

Por considerarmos interessante a referência à importância da visita para as opções de futuro dos alunos introduzimos aqui a referência de Fernando Bragança Gil a este mesmo aspecto: *"Todos estes meios (...) fazem com que os modernos museus de ciência e técnica sejam instituições decisivamente intervenientes na divulgação científica, na descoberta de vocações, entre os jovens, para as carreiras técnico-científicas e na sensibilização das populações – de qualquer nível etários – para a importância da ciência e da técnica na vida de todos nós."*[185]

[184] Margarida Lima de Faria, *Educação – Museu – Educação, Projecto: Museus e Educação*, Lisboa, Instituto de Inovação Educacional, Julho 2000, p. 19.
[185] Fernando Bragança Gil, «Museus de ciência e técnica», in Maria Beatriz Rocha-Trindade, *op. cit*, p. 254.

Numa exposição interactiva a relação monitor-visitante é importante pois permite uma mediação entre o que a exposição apresenta e possibilita experimentar e o que o visitante está disposto a produzir. A acção do serviço educativo torna-se aqui imprescindível como mediadora de toda a actividade.

Cada vez mais *"o museu sente a inadiável necessidade de (...) ter pessoal especializado capaz de usar o museu em proveito destes novos visitantes. Os museus criaram os seus departamentos educativos e esta mudança é uma das mais significativas no que respeita às acessibilidades, já não puramente físicas mas de outro cariz: aceder ao museu é poder usá-lo enquanto objecto de cultura, de deleite espiritual, de prazer estético, de conhecimento científico, de puro entretenimento."*[186]

Nas visitas de grupo essa pré-disposição é maior já que a visita foi previamente marcada e organizada com vista a alcançar determinados objectivos.

Por este facto a relação monitor-visitante mostrar-se-á mais intensa e deverá contribuir para atingir os objectivos pré-definidos.

Neste item registaram-se ocorrências do tipo *"boa preparação"* e *"boa interacção/relação"*. O conjunto de testemunhos seleccionados são disso exemplo:

"A interacção foi óptima entre monitor e os alunos. O diálogo foi o mais adequado."
"Excelente em termos de organização e monitoragem. A dinâmica de grupo foi muito boa."
"Apreciámos a relação pedagógica dos monitores com os alunos, fruto de uma boa formação."

Nas exposições interactivas é insuficente o visitante limitar-se ao acto de «carregar no botão» pois corre-se o risco de que não tome verdadeira consciência do fenómeno que acabou de despoletar. Para promover a actividade e as aprendizagens é fundamental a permanência de monitores que *"motivem os visitantes a utilizarem o equipamento à sua disposição da forma mais profícua possível e os ajudem na manipulação de equipamento mais complexo ou na interpretação dos resultados das observações."*[187]

[186] Sérgio Lira, *op. cit*, p. 29.
[187] Fernando Bragança Gil, *art. cit.*, p. 252.

A visita de grupo é também entendida como momento para aquisição de informação e conhecimentos. Por este facto surgem nas respostas a esta questão termos como *"aprofundar conhecimentos"* e *"aplicar conhecimentos"*. Vejamos:

"Aprofundamos os conhecimentos"
"Permitiu aplicar conhecimentos técnicos..."
"...para os alunos poderem aplicar conhecimentos adquiridos nas aulas."
"...promovendo o conhecimento e tornando a arte de ensinar mais aliciante."

Numa exposição interactiva a forma de estar do visitante no espaço espera-se que seja diferente e que se concretize num envolvimento mais ou menos profundo com as actividades propostas. Neste tema as classificações mais frequentes foram *"interesse"* e *"interactivo"*. Contudo outros registos relevantes ocorreram pelo que aqui transcrevemos alguns:

"Serviu para alterar, entre outras coisas, a perspectiva que se tinha dos museus."
"Envolvente, aprender a brincar."
"O objectivo era os alunos desinibirem-se mais um pouco e terem um contacto diferente com o professor."
"Os alunos mostraram-se satisfeitos pelo facto da exposição ser interactiva."

A natureza interactiva da exposição proporciona, como já vimos, uma forma diferente de estar, uma forma que é acima de tudo actuante e transformadora da realidade encontrada à partida. A exposição acaba por ter como componente principal não os objectos expostos ou as tecnologias disponíveis mas as práticas transformadores de cada visitante.

Neste campo temático verificaram-se, uma vez mais, ocorrências do tipo *"participação/interactivo"* e *"experimentação/exploração"*. Eis alguns testemunhos registados:

"A oportunidade dos alunos participarem tornou a visita muito mais interessante..."
"Achei interessante...possibilita aos alunos o contacto com realidades diferentes, abrindo-lhes novos horizontes."
"...partilha e troca de opiniões, experiências e saberes."
"Experiência nova e interessante na medida da interacção entre as crianças, neste caso do ensino especial."
"Foi interessante a utilização e o manejo dos meios de comunicação, produtivo para os formandos se colocarem noutros papéis."
"A exposição aproxima os alunos do conhecimento. A participação dos alunos nas diferentes actividades é muito importante."

Nas exposições interactivas, *"os objectos são peças de equipamentos especialmente concebidos para que o próprio visitante do museu possa efectuar as experiências e observações, permitindo a apreensão de conceitos, ideias e princípios científicos e técnicos (...) não é o objecto em si mesmo que conta, mas a informação que pode ser obtida, a partir da sua manipulação."*[188]

A interactividade e a interacção possíveis nestas visitas ajudam, deste modo, as pessoas na tarefa de determinarem o seu lugar no mundo e a compreender a sua identidade, aumentando a auto-estima e o respeito pelos outros.

Neste contexto, relembramos aqui o testemunho de Madalena Cabral[189] relativamente ao papel activo e decisivo a desempenhar pelo Serviço de Educação de qualquer museu:

"Ao Serviço de Educação está entregue o cuidado particular do acolhimento dos públicos com as suas curiosidades e as suas dúvidas, a discussão ou proposta de intervenção adequadas aos interesses dos grupos, o estímulo à capacidade de observação e percepção do visitante. Não lhe cabe (...) a erudição e a sua forma de comunicar estará, por norma, nos antípodas da «lição». Compete-lhe, isso sim, ser um elemento vivo de relacionamento, um despoletador de contactos (...)"

[188] Fernando Bragança Gil, *art. cit.*, p. 83.
[189] Madalena Cabral (Serviço de Educação do MNAA) no Encontro Ver, Rever, Museu Educação, in *Museus, Boletim da Rede Portuguesa de Museus*, Lisboa, Dezembro 2002, p. 8.

Toda a actividade desenvolvida na exposição demora o seu tempo e provoca alterações ao ambiente geral da mesma pelo que se registaram algumas considerações relacionadas com as questões de *"tempo"* e *"acústica"*. As seguintes afirmações confirmam-no:

"Soube a pouco. Era interessante experimentar outras áreas."
"Lamentamos apenas o facto de os espaços não terem em termos de som as condições ideais para que ao mesmo tempo possam trabalhar sem incomodar os núcleos vizinhos."

Vamos agora proceder à apresentação da análise que teve por objectivo as impressões proporcionadas pela visita de grupo à exposição "O Automóvel no Espaço e no Tempo".

Quanto à forma como se organiza o espaço e mais propriamente a exposição surgem as referências *"boa organização"* e *"bom aproveitamento do espaço"*. Tais classificações estão patentes nos seguintes testemunhos:

"É um bom exemplo de recuperação do espaço para o serviço de comunidade"
"A exposição está muito bem organizada, focando todos os aspectos relacionados com o automóvel."

As visitas de grupo são, por regra, marcadas com antecedência. Por esse motivo a organização da visita é um aspecto sobre o qual recai alguma atenção. *"Interessante"* e *"boa orientação"* foram algumas das opiniões formuladas e relação a essa mesma organização:

"...bem orientada sob o ponto de vista pedagógico e de conhecimento..."
"Muito bem preparada por parte das monitoras...de forma lúdica conseguiram cativar a atenção das crianças, incidindo sobre o que de interessante havia a expor."
"...foi bem orientada conseguindo motivar os alunos e tornando-os participativos."

Apresentando esta exposição características próximas da museologia mais «clássica» (prevalência do objecto automóvel, do texto e da imagem em detrimento da actuação dos visitantes), a actuação do monitor durante a visita de grupo é importante pois procurará criar situações em que os visitantes possam de algum modo agir «sobre» a exposição. A relação monitor–visitante será então deveras importante e nas opiniões recolhidas ocorreram classificações do tipo *"bem acompanhada"* e *"linguagem acessível"*.

Eis alguns resumos que comprovam esta situação:

"Bem explorada pela guia que nos acompanhou, provocando nos alunos uma intervenção activa."
"...a monitora que nos guiou usou vocabulário adequadíssimo à idade. Foi clara e precisa no que nos queria transmitir."
"A linguagem utilizada foi muito clara e perceptível para os alunos..."
"...a presença de um guia é muito benéfica para quem visita o museu!..."

Neste ambiente o papel dos dinamizadores da visita é muito importante. A observação e o questionamento são instrumentos sempre «prontos a usar». Devem também estar cientes que *"para além de colocar perguntas, é necessário saber ouvir as respostas, de forma a contribuir para clarificar ideias, focalizando a atenção de todos na pessoa que fala. (...) Toas as características e formas de actuação pretendem potenciar uma atmosfera de apoio e segurança facilitadora da aprendizagem e apontam nitidamente para formas de relação interpessoal."*[190]

Como já se referiu anteriormente, uma visita é também um momento para adquirir informações e conhecimentos. Nas visitas à exposição "O Automóvel no Espaço e no Tempo" não se foge à regra e a "aquisição de conhecimentos" é apontada como de extrema importância na visita. Esta situação está patente nos seguintes testemunhos:

[190] António Almeida, *op. cit.*, p. 76.

"Aprendemos coisas novas sobre os automóveis..."
"Veio de encontro ao projecto-escola e despertou mais o interesse nos alunos reforçando assim os conhecimentos sobre este tema."
"Alargou os conhecimentos quer dos alunos quer dos professores..."
"A visita foi muito interessante, enriqueceu os nossos conhecimentos, esclarecemos dúvidas e permitiu-nos estabelecer a relação entre passado e presente."

Para enriquecer o programa de visitas de grupo e introduzir a possibilidade de alguma acção por parte dos visitantes foi organizado um espaço oficinal, integrado na própria exposição e animado por uma personagem. O *"Mecânico Sr. Teixeira"* é então o animador desta Oficina onde é possível aprender a mudar um pneu, a ver o nível do óleo e da água. Neste espaço é ainda possível o manuseamento de algumas peças de automóvel e de ferramentas normalmente utilizadas pelos mecânicos. Nas opiniões registadas sobre a Oficina do Sr. Teixeira surgem ocorrências exactamente em torno da possibilidade de *"contacto/manuseamento das peças"* e de ser uma actividade *"divertida"*. Eis alguns dos testemunhos registados:

"Demonstração da parte mecânica foi muito boa porque os alunos estão em contacto com as peças do automóvel e a sua apresentação animada torna mais interessante."
"A parte prática foi muito interessante porque pôs as crianças a manusear objectos em situações concretas."
"Parabéns pela oficina, muito original! O mecânico ao brincar com os alunos foi falando de assuntos importantes."

Neste contexto a forma de estar dos visitantes torna-se mais activa com a possibilidade de *"participar"* na manipulação de peças e ferramentas e isso desperta o seu *"entusiasmo"* e a sua *"curiosidade"*:

"A oportunidade dos alunos participarem tornou a visita muito mais interessante."
"Tudo que exige a intervenção directa dos alunos é sempre bem recebido...gostam de participar."
"A visita foi muito enriquecedora , os alunos mostraram-se muito entusiasmados e curiosos com tudo o que iam vendo!..."

Educar, formar, informar, divulgar... são vocações importantes de qualquer museu que deverá provocar mais dúvidas do que fornecer respostas. O que será a educação senão *"um desenvolvimento gradual e afectivo, uma curiosidade de espírito e uma tolerância cada vez maior, um desejo insaciável de enriquecer os seus conhecimentos?"*[191]

Prioritário mesmo será criar uma diferença entre o momento anterior à visita e o momento posterior à mesma, uma tentativa de proporcionar mudança de atitudes. Uma maneira interessante de medir os efeitos de uma visita ao museu consistiria em conhecer quantas mais perguntas tem um visitante no final da visita em relação às que tinha no início.

Tal estudo seria de uma enorme mais valia para o museu pois constituiria um importante contributo em termos de metodologias de avaliação, metodologias estas tão necessárias quanto raras no panorama museológico em Portugal.

[191] Margarida Lima de Faria, *Educação – Museu – Educação, Projecto: Museus e Educação*, Lisboa, Instituto de Inovação Educacional, Julho 2000, p. 17.

6.3 retorno à hipótese de partida

"O Mar"
"Esta cerca, esta porta para o ilimitado,
e porquê?
Herdámos as cercas, os cadeados, os
muros, as prisões.
Herdámos os limites. E porquê?
Porque não rejeitámos na hora de nascer o que nos concediam e
o que não abarcávamos? É que tínhamos que estar de acordo antes de ser. Depois de ser e saber aprende-se a cercar e a fechar. A nossa mesquinha contribuição para o mundo é um mundo mais estreito."[192]

Pablo Neruda

Depois desta «grande viagem», que nos levou a percorrer diferentes universos conceptuais, e depois de auscultadas e analisadas as vozes da oferta e da procura relativas ao Museu dos Transportes e Comunicações, voltamos como que ao ponto de partida mas agora munidos de dados que nos fazem «olhar» para os pressupostos iniciais e para a hipótese de partida sob um outro ponto de vista, um ponto de vista menos apriorístico mas nem por isso menos incerto.

Delimitar uma parte do todo para análise é sempre uma tarefa árdua pois os limites são ténues e as fronteiras difíceis de definir. Os fenómenos sociais são totais, complexos e apresentam características demasiado «hibrídas» para se poder dizer com firmeza o que é «branco» e o que é «preto». Conseguimos apenas construir uma leitura partindo de um certo ponto de vista sabendo que muitas mais leituras existem pois muitas são as possibilidades para os pontos de partida.

O campo da cultura, da museologia e das práticas culturais são zonas profundamente marcadas pela subjectividade, por questões relacionadas com o gosto, com a estética, marcadas por «*habitus*» estruturantes mas também por *praxis* actuantes e criativas capazes de permitir um permanente (re)fazer dos conceitos e das práticas.

[192] Pablo Neruda, *Uma Casa na Areia*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1998.

A identidade dos sujeitos (re)constroi-se permanentemente tendo como pano de fundo cenários amplos e marcados pela dualidade local-global. As referências identitárias são múltiplas, matizadas por diferentes tonalidades, por diversos contributos vindos de toda a parte. A simultaneidade é uma constante e os sujeitos procuram situar-se numa permanente encruzilhada de referências, de sentidos, expressões e emoções. Os caminhos cruzam-se, uma miríade de opções apresenta-se para escolha e os sujeitos actuam numa complexa rede de referências que é necessário ir reordenando constantemente.

As práticas sociais são, por isso, cada vez mais *«plasticizadas»*, resultados *«híbridos»* desta imensa panóplia de possibilidades e incertezas.

Depois desta «viagem» pelas «incertezas» é o momento de retomar a hipótese e os pressupostos de partida.

Face à interrogação inicial - tem o Museu dos Transportes e Comunicações, através da sua programação, contribuído para a diversificação dos públicos que o frequentam? – colocámos a seguinte hipótese - a política cultural definida pelo Museu dos Transportes e Comunicações enquadra uma dupla actuação: ao nível da oferta através do seu diversificado programa de actividades e ao nível da procura através da formação e sensibilização dos públicos. Desta forma aumenta o número de visitantes e amplia-se a composição social dos mesmos.

O Museu dos Transportes e Comunicações surge num momento em que os museus procuram redefinir-se num mundo em constante mudança. Partes integrantes desse mundo, os museus procuram enveredar por processos de modernização para os quais contribuem elementos renovadores oriundos da nova museologia, elementos estes que reforçam a função social dos museus, que defendem a sua aproximação aos diversos públicos e que privilegiam a actuação criativa desses mesmos públicos em detrimento dos objectos musealizados.

Assumindo-se como um «museu novo» e simultaneamente um «museu sem acervo», coloca em causa a sua própria definição enquanto instituição que se pretende museológica. Logo aqui escutaram-se testemunhos que colocam em causa esta opção.

A opção pelo formato «Centro Cultural» teria talvez permitido uma maior liberdade de actuação para uma instituição que se define como um espaço de «passagem» e de «divulgação» de patrimónios não de sua pertença mas propriedade dos associados fundadores da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações.

Talvez por esta postura marcada pela diferença, o museu tornou-se, nas palavras de alguns entrevistados, um «case study» pelas novidades organizacionais e funcionais que pretendia incluir no seu *modus vivendi*.

Um estudo de enquadramento prévio, também ele inédito dentro do género, realizado pela *Quatemaire Portugal* lançava pistas orientadoras para o futuro museu.

Aspectos vários como natureza jurídica, recursos humanos e financeiros, modelo de gestão, organigrama, programação, públicos eram à partida alvo de um estudo prospectivo.

O confronto entre o então delineado e a realidade actual leva-nos a concluir que se registou um relativo distanciamento face às premissas então produzidas.

Um exemplo coloca-se ao nível dos públicos. Na projecção inicial no ano 2003 os visitantes rondariam os 300.000 e a realidade actual apresenta-nos registos da ordem dos 45.000.

É certo que muitos pressupostos iniciais não se concretizaram em resultado dos diferentes rumos que a realidade nacional e internacional entretanto registaram. Contudo, mesmo tendo em conta desvios óbvios decorridos de acontecimentos políticos e sociais entretanto ocorridos, a distância é de facto significativa.

O modelo de gestão posto em prática «prendeu» o destino do Museu dos Transportes e Comunicações a uma lógica de «dependência financeira» relacionada com os apoios de natureza comunitária.

Os apoios do Estado são pontuais e apenas por projectos, os patrocínios e apoios ao abrigo do mecenato são residuais, as receitas internas, mesmo contando com o papel do Centro de Congressos, são insuficientes. O cenário próximo de redução ou finalização dos Quadros Comunitários de Apoio tornam cada vez mais urgente a necessidade de encontrar um caminho possível para garantir a continuidade deste projecto.

Apesar desta completa «incerteza« face ao futuro, o Museu dos Transportes e Comunicações, que nas palavras de um dos entrevistados se define por «antes de ser já o era», impõe-se no panorama cultural da cidade e da região pelo papel que tem desenvolvido ao nível da política de captação, formação e fidelização de públicos.

Apostando em campanhas de divulgação diferentes do habitual (lembramos aqui a referência de um entrevistado sobre a criação de um slogan que serviu de mote a uma dessas campanhas e que funcionava como um convite "Descubra por que é que os museus estão a mudar!"), o museu tem registado um número crescente de visitantes (mesmo distante dos valores preconizados no estudo prévio os últimos três anos registaram uma subida paulatina de visitantes como ficou patente no quadro I), visitantes estes que na voz dos seus colaboradores englobam uma grande «heterogeneidade».

O estudo mais aprofundado que fizemos dos públicos permitiu elaborar um «retrato robot» dos visitantes tipo do Museu. Escolhemos esta designação pois estamos conscientes da pequena dimensão da nossa amostra e do risco que por isso corremos em tirar daí conclusões definitivas.

O público mais numeroso e regular é constituído por grupos escolares do ensino básico (1º, 2º e 3º ciclos de ensino), oriundos do distrito do Porto e registam bastante agrado face à programação e à possibilidade de experimentação e participação nas actividades. O ensino pré-escolar, secundário e técnico-profissional também está representado, verificando-se ainda a presença, embora mais reduzida, de famílias, grupos de deficientes e idosos e grupos integrados em projectos de reintegração social, de combate à exclusão social e ao abandono escolar.

Quanto ao público «individual», isto é, que não visita o museu em grupos organizados, é um visitante «ocasional» pois na maioria dos casos tratava-se da primeira vez que visitavam o museu o que demonstra a preponderância das visitas «ocasionais» face a hipotéticas visitas «regulares».

Neste plano também se fez sentir o peso da escola já que se registou uma maior representatividade ao nível das categorias «professores» e «estudantes».

Com efeito, o vínculo à escola parece-nos funcionar como um motivador ou detonador da procura do Museu dos Transportes e Comunicações. Oriundos predominantemente do distrito do Porto, são relativamente jovens (entre os 21 e os 40 anos) e detentores de elevado capital escolar (ao nível do ensino secundário e superior).

Para que estes resultados se tornem possíveis tem o Museu colocado em prática uma política de formação de públicos que passa pela programação permanente e temporária e por uma diversidade de acções complementares que procuram atrair diferentes segmentos de público. Exposições interactivas, animações, oficinas e workshops para crianças, jovens e adultos, comemoração de dias especiais, acções de formação, espectáculos de música e teatro, performances, ciclos de conversas, palestras, apresentação de livros e produtos multimedia têm sido algumas das acções levada à prática.

A existência de uma cafetaria e a recente abertura de um espaço de loja e acolhimento dos públicos complementam a oferta ao nível de serviços de apoio ao público. A opinião do público relativamente a aspectos vários tais como programação e possibilidade de experimentação, acolhimento, sinalética e material de apoio é francamente positiva.

Face ao exposto poderemos então olhar de novo a nossa hipótese de partida e verificar então a validade ou não dos pressupostos então enunciados.

A política cultural definida pelo Museu dos Transportes e Comunicações enquadra uma dupla actuação: ao nível da oferta através do seu diversificado programa de actividades e ao nível da procura através da formação e sensibilização dos públicos. Desta forma aumenta o número de visitantes e amplia-se a composição social dos mesmos.

Podemos confirmar a diversidade ao nível da oferta através da descrição já apresentada das múltiplas propostas que visam captar a atenção de diferentes segmentos de públicos e a receptividade que estes demonstram quer em relação à programação proposta quer pela possibilidade de experimentação e participação nas actividades;

Esta multiplicidade de ofertas proporciona diferentes ambientes de contacto, de sensibilização e de formação de públicos.

Esta perspectiva assume-se de tal importância para o Museu que levou a instituição a enveredar por um caminho inédito ao nível dos museus em Portugal e a constituir em 2001 um Centro de Formação.

Acreditado pelo INOFOR (Instituto para a Inovação na Formação) e pelo CCPFC (Conselho Científico-Pedagógico da Formação Continua da Universidade do Minho), tem desenvolvido planos de formação dirigidos a dois segmentos: educadores e professores dos ensinos básico e secundário e técnicos de instituições culturais.

O Museu tem-se, deste modo, assumido como um espaço privilegiado para a formação contínua e paralela destes agentes culturais e educativos. Por outro lado a natureza interactiva da programação possibilita aos visitantes o desenvolvimento de actividades de carácter experimental que apelam à utilização de diferentes aprendizagens, diferentes expressões e sensações. Desta forma a visita funciona como um momento de formação por excelência e o visitante ao actuar no contexto das exposições contribui para a sua permanente renovação. Estamos aqui perante a possibilidade de colocação em prática das designadas *praxis actuantes e criativas*, práticas estes que funcionam a um duplo nível: (trans)formação dos próprios sujeitos e (trans)formação dos espaços em que decorrem essas mesmas práticas. Assistimos assim, ao duplo posicionamento do visitante que é simultaneamente receptor e produtor.

O museu transforma os seus públicos transformando-se a si próprio num ambiente de permanente dialéctica já que os públicos mais e melhor (in)formados exigirão espaços museológicos mais qualificados e mais desafiadores;

Esta diversidade ao nível da oferta tem-se efectivamente repercutido ao nível da procura registando-se um aumento crescente do número de visitantes ao longo dos últimos três anos (ver quadro I);

Quanto à ampliação da composição social dos públicos do Museu dos Transportes e Comunicações não podemos lançar certezas já que o inquérito por questionário aplicado não proporcionou informação suficientemente rica para determinar a pertença de classe dos elementos da nossa amostra.

Mesmo assim foi possível estabelecer a composição segundo o grupo ocupacional do visitante e do seu progenitor. Por este meio foi possível lançar algumas pistas de interpretação dos resultados obtidos.

Professores e *Estudantes* foram os grupos ocupacionais mais frequentemente registados. Possuidores de elevado capital escolar (ensino secundário e superior), revelaram progenitores detentores de capital escolar médio e baixo, mais precisamente ao nível do 1º e 3º ciclo do ensino básico.

Baseados apenas nesta informação, que sabemos ser demasiado insuficiente para tirar ilações, levantamos a hipótese de que, talvez, o Museu dos Transportes e Comunicações tenha ampliado a composição social dos seus públicos.

Talvez a mudança social, induzida pelo aumento dos níveis de escolaridade, tenham aumentado e diversificado os públicos do museu.

Para enquadrar melhor esta possibilidade introduzimos aqui a questão já abordada por João Teixeira Lopes[193]: *"...numa sociedade como a nossa, em que se revelam elevadas taxas brutas de mobilidade social intergeracional, aumenta (...) a necessidade de plasticizar o conceito de habitus e de homologia. De facto, toma-se cada vez mais frequente a existência de descoincidência entre a origem e a actual posição social, em grande parte devido a um maior investimento no capital escolar. Desta forma, é mais difícil impor pela socialização familiar um conjunto durável de disposições estéticas e de orientações normativas."*

De facto, as fronteiras esbatem-se, as estruturas dinamizam-se e transformam-se pelas práticas inovadoras e criativas. Segundo Margarida Lima Faria[194] o próprio Pierre Bourdieu admitia *«zonas de incerteza da estrutura social»* nas quais o habitus surge como um sistema suficientemente aberto para permitir novas combinações. Aqui os sujeitos são entendidos no plano de agentes activos e dotados de um sentido prático e de esquemas de percepção e acção que o orientam as suas respostas.

Assiste-se à renovação de *habitus*, renovação esta provocada por práticas culturais diversas, plasticizadas e ecléticas que colocam no mesmo plano o ontológico (aquisição de conhecimentos) e o hedonista (prazer, sentido lúdico, convivialidade). O clássico slogan «aprender a brincar» está aqui efectivamente bem patente.

[193] João Teixeira Lopes, *A cidade e a cultura - um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Edições Afrontamento, 2000, p.275

[194] Margarida Lima Faria, «O Amor da Arte – o contributo de Pierre Bourdieu para a teoria museológica», in *Museus, Boletim da Rede Portuguesa de Museus*, Lisboa, Março 2002, p. 9.

Poderemos então avançar que a mudança social em Portugal está intimamente associada a mudanças simbólicas, a novas práticas culturais e à necessidade de que a visibilidade dessas mesmas práticas conduza ao reconhecimento de novos estatutos.

Atrevemo-nos ainda a avançar uma outra hipótese explicativa para a possível ampliação da composição social dos públicos do Museu dos Transportes e Comunicações.

O facto deste museu se apresentar com um forma algo diferente do habitual no panorama da museologia em Portugal, forma esta que aposta em propostas interactivas, em programas de animação que colocam a par os aspectos lúdicos e pedagógicos, que investe em exposições de leituras acessíveis e nas quais o «carácter sagrado» dos museus está ausente, talvez explique em parte a possibilidade de ampliação social dos públicos.

Lembramos aqui a questão lançada por Eduardo Prado Coelho a propósito da abertura do Museu do Vinho em Anadia (Aveiro) em 2003:

"Quando visitamos os lugares onde tais iniciativas surgem (...), temos um sentimento ambivalente: por um lado, verificamos que há pequenos núcleos (...) que fazem um trabalho de grande qualidade, moderno, lúcido, inovador, envolvente; por outro, sentimos a desproporção entre o estado cultural da região, marcado ainda por carências acumuladas ao longo de muitos anos e aquilo que se propõe. Por exemplo, ao vermos o Museu do Vinho em Anadia, o trabalho extremamente belo e subtil de Fernanda Fragateiro, perguntamos se muitos daqueles que lá vivem têm a informação suficiente para entender o que se joga com este tipo de peças."[195]

No âmbito da formação de públicos e do processo de democratização cultural (democracia ao nível da produção e da recepção), é essencial o respeito pelos gostos e história de vida de cada agente social e no caso deste museu a proximidade das temáticas transportes e comunicações em relação à vida quotidiana permite que não sejam necessários códigos de leitura específicos e particulares para poder usufruir das propostas apresentadas.

Efectivamente, um dos objectivos do Museu dos Transportes e Comunicações, nas palavras de um seu colaborador, é ser um

[195] Eduardo Prado Coelho, «Na Bairrada», in jornal *Público*, 1 Outubro 2003.

"...museu mais renovado, mais aberto, mais actual, mais contemporâneo...vocacionado para a deslocação da história dos transportes e das comunicações para o contemporâneo, para a confrontação com os problemas mais contemporâneos da cidade, dos transportes, com problemas mais sociológicos e mais abrangentes da comunicação...museu muito enamorado do público."

Aqui a comunicação é entendida como a comunicação associada não só à vida quotidiana, à ciência, à tecnologia mas associada também às relações, à troca de informação, de dúvidas, de perplexidades, de desejos, de significações e de afectos entre os sujeitos.

Outra hipótese explicativa para a ampla abertura social do Museu poderá passar pela natureza problematizadora e interrogadora que caracteriza o seu programa expositivo. É um espaço que desafia a pensar o nosso mundo mas a pensar também no papel de cada um nesse mesmo mundo, no poder que cada ser humano possui para agir, para interferir no curso das coisas, para fazer e refazer esse mesmo mundo.

Neste cenário a frequência do museu torna-se uma prática cultural mais ampla socialmente e não se restringe à denominada «cultura cultivada».

Entendemos que, no caso do Museu dos Transportes e Comunicações, é colocada em acção uma política cultural de 3ª geração[196] tendo em conta o trabalho «subterrâneo» desenvolvido junto das escolas e associações envolvendo estes agentes numa perspectiva de praticantes culturais de pleno direito e não apenas restrito ao papel de consumidor e/ou receptor envolvendo o seu quotidiano, cruzando-o com preocupações estéticas ao nível dos vários níveis de cultura popular, erudita e de massas.

O Museu dos Transportes e Comunicações encontra-se, assim, numa autêntica encruzilhada. Se por um lado os constrangimentos de índole financeira lançam a incerteza perante um futuro mais ou menos próximo, o trabalho desenvolvido ao nível da relação e formação de públicos justifica e legitima a sua continuidade na senda de uma sociedade mais informada, mais aberta a práticas criativas e renovadoras, mais capaz de tomar decisões e realizar escolhas. Uma sociedade que se procura mais democrática, solidária e inclusiva.

O que faltará para garantir esta continuidade?

[196] João Miguel Teixeira Lopes, «Os dias da escola ou a utopia em acção (uma ilustração de políticas culturais de terceira geração)», in *A Revista da ESES* (Escola Superior de Educação de Santarém) nº 10 (Nova Série), Dezembro 1999.

Talvez assumir clara e inequivocamente o papel que a cultura tem ao nível de alavanca do desenvolvimento económico e social sustentado e da modernização da sociedade portuguesa;

Talvez a definitiva colocação em prática de políticas culturais já existentes;

Talvez a necessidade do Estado assumir um papel mais actuante ao nível da estruturação e da regulação de parcerias entre os agentes públicos e privados;

Talvez à diversidade das tutelas deve-se corresponder a emergência de redes de agrupamentos ou de associações de museus no plano local, regional ou sob o ponto de vista temático (exemplo da recente constituição da mc^2 – associação que reúne museus e centros de ciência de todo o país);

Talvez apostar definitivamente numa política global de formação de públicos que aproxime e articule a escola com contextos complementares e enriquecedores do processo formativo dos indivíduos (teatros, museus, bibliotecas, orquestras, parques naturais, associações....)

Um caminho de possibilidades apresenta-se neste panorama de incertezas e dúvidas em relação ao futuro.

Capítulo 7 – (pós)modernidade – rupturas, continuidades e incertezas: algumas notas conclusivas

"Determinismos à parte, automatismos rejeitados, a utopia viável a construir será, então, uma ponte entre a pré-modernidade e a pós-modernidade, as classes dominadas e as novas classes médias urbanas, a esfera do trabalho e o domínio do ócio, a ética e a estética, Portugal, a Europa e o mundo."

João Teixeira Lopes[197]

7.1 do local ao global

"Cidade imaginária e de meandros
Precisos
O rio a iriza
O sol acende em quadrado o vidro
Das janelas
Nas ruelas antigas
A cítara de súbito ressoa"

Sophia de Mello Breyner

"Minha aldeia é todo o mundo.
Todo o mundo me pertence.
Aqui me encontro e confundo
Com gente de todo o mundo
Que a todo o mundo pertence."

António Gedeão

Para além do horizonte da cidade vislumbra-se o território mais amplo do país. Terá Portugal ganho a batalha do desenvolvimento e da aproximação à Europa, com as ajudas excepcionais que recebeu? Tudo indica que não.

[197] João Teixeira Lopes, *Escola, território e políticas culturais*, Porto, Campo das Letras, 2003, p. 5.

A análise dos indicadores disponíveis indica que se caminhou no bom sentido nos anos 80 e na primeira parte da década de 90 do século passado. À medida que o novo século se aproximava o país começou a abrandar. Desde o ano 2000 que sabemos que, em vez do panorama da convergência se assiste a um cenário de desvios e atrasos.

Ao atraso estrutural – cidades sem saneamento, pontes e obras públicas degradadas, disparidades regionais flagrantes, níveis de pobreza mais altos da Europa -, soma-se os níveis baixos de «performance» escolar, a iliteracia, a baixa qualificação da mão-de-obra, o desconhecimento de línguas, os baixos índices de consumos e práticas culturais para além da frequência de cinemas.

A par do significativo desenvolvimento, não poderemos esquecer o cenário do ponto de partida e o atraso então registado face à Europa, mantêm-se ou agudizam-se disparidades, assimetrias e desequilíbrios, quer em relação aos necessários equilíbrios com o meio ambiente, quer no que diz respeito à qualidade de vida dos portugueses e às próprias estruturas de valores e de culturas da nossa sociedade.

Estes desequilíbrios são já habituais nos processos de desenvolvimento em que se procura recuperar o atraso herdado do passado, mas que nem por isso são menos graves pelos custos humanos induzidos, pelas ameaças que contêm para a identidade e coesão nacionais, pelos riscos de sustentabilidade do desenvolvimento futuro.

A globalização da economia, que ocorreu no último quartel do século XX, conduziu a mudanças profundas no modo de organização e de funcionamento das actividades humanas de produção, circulação e repartição da riqueza bem como influenciou decisivamente os padrões de consumo e os estilos de vida das populações do mundo inteiro. A enorme diversidade de situações arrasta consigo a dificuldade intrínseca da concretização do princípio da igualdade de oportunidades.

A sociedade desterritorializa-se, descentra-se e é difícil, senão mesmo impossível, encontrar um ponto fixo sobre o qual aplicar com segurança a alavanca da mudança social. Com efeito a desterritorialização é cada vez mais abrangente e promovida em particular pelos meios de comunicação social e pela difusão cultural.

Contudo, a globalização não implica necessariamente homogeneização ou integração mas antes uma maior desterritorialização. Ao mesmo tempo ameaça as culturas particulares e a sobrevivência das identidades étnicas despoletando os nacionalismos no plano político e o fundamentalismo no plano religioso.

A modernidade traz consigo tendências contrárias: ao lado das influências globalizadoras decorrem esforços de pessoalização/individualização. O projecto moderno promove a construção de uma sociedade de indivíduos autónomos, orientados nas suas acções pela razão explicativa e argumentativa e dotados de um elevado potencial de crítica. *"Doce Barbárie"*, *"Homem Incerto"* ou *"Fadiga de Ser"* são expressões[198] que classificam a aparente anarquia, a incerteza que paira em relação ao futuro e um certo conformismo e resignação face a esse mesmo futuro incerto.

Ressalvando o que é diferencial na cultura podemos vir a ser intervenientes no processo de globalização, constituindo-nos como uma comunidade identitária determinante na produção do futuro. É cada vez mais urgente preservar as diferenças que nos permitem pensar e criar em sentidos diferentes.

A par do reforço identitário em torno do que é local as actividades culturais desterritorializam-se, cada vez mais, diluindo neste movimento centrífugo a polarização exercida pelos grandes centros urbanos. Muitos dos inovadores campos culturais actuais movem-se no domínio das novas tecnologias da comunicação e de suporte electrónico, tecnologias estas incompatíveis com todas e quaisquer fronteiras territoriais específicas. Um forte e audaz investimento no «marketing territorial» é essencial para fazer passar a mensagem do seu claro e inequívoco investimento nos «mundos da cultura», atraindo audiências e recursos endógenos e exógenos.

"De facto, ao contrário das visões fatalistas de uma globalização que apenas uniformiza (...) acreditamos na possibilidade de cruzamentos e interpenetrações resultantes de movimentos de diversificação territorial e cultural. Entre um modelo que reifica a perspectiva de um «centro que fala e periferias que escutam». E um outro que se traduz por «vários centros e periferias em diálogo» preferimos este último".[199]

[198] António Teixeira Fernandes, «As grandes tendências das sociedades contemporâneas", in *Saber Educar nº 6*, Porto, Revista da Escola Superior de Educação de Paula Frassinetti, 2001.
[199] João Teixeira Lopes, *op.cit*, p. 13.

O mundo da comunicação é um mundo cada vez mais global e simultaneamente mais local. A relação entre o global e o local é o que realmente caracteriza a transformação da comunicação. Não se assiste a uma uniformização cultural mas antes ao desenvolvimento e afirmação crescente de uma diversidade de identidades que se afirmam com distintos meios, perante situações de conflito e marginalização cultural.

A identidade não é uma essência mas antes uma prática social, e a prática social na era da informação tem uma componente fundamental no mundo da comunicação, sobretudo audiovisual. Escreve-se pela internet, ouve-se música pela internet, escuta-se a vida pela rádio e vê-se o mundo pela televisão. Deste modo, as identidades para se desenvolverem na vida quotidiana necessitam existir no espaço audiovisual.

A comunicação expressa a sociedade na sua realidade dinâmica e contraditória, daqui que quanto mais uma sociedade é informatizada mais se organiza numa autêntica economia do conhecimento[200] e mais importante é a sua capacidade de inovar com meios cada vez mais sofisticados e criativos. O papel da rede mundial é essencial permitindo a existência nas identidades locais de elementos com culturas e horizontes heterogéneos.

O conhecimento/informação de cada ser humano desenvolve-se por três formas paralelas e complementares: na educação adquirida não apenas através da escola mas através de toda a sociedade, através de uma série de interacções que incluem actividades culturais, meios de comunicação, animação da cidadania; nos serviços públicos cuja qualidade é fundamental para que tudo funcione; na qualidade de vida urbana e metropolitana que têm efeitos sobre a produtividade e a criação de riqueza.

Na era da informação as cidades constituem meios produtores de inovação e riqueza, são meios capazes de integrar a tecnologia, a sociedade e a qualidade de vida num sistema interactivo que visa melhorar a economia, a tecnologia, a sociedade e a cultura.

Segundo Manuel Castells[201] *"um mundo interdependente e multicultural ou é um mundo de identidades comunicáveis ou é um mundo em pé de guerra."*

[200] Economia do Conhecimento: centrada no conhecimento e na informação como bases de produção, como base da produtividade e competitividade tanto para empresas, cidades, regiões e países.
[201] Manuel Castells, «O Poder da Identidade», in Jornal *El País*, 18.02.03 (http://www.comcult.blogger.com.br/castells.html)

Neste âmbito, os cenários recentes, plenos de possibilidades e perspectivas futuras, produtos do processo de alargamento da União Europeia coloca-nos de novo dúvidas e incertezas em relação ao futuro cultural da Europa.

"De cada vez que se pretende definir o que é a cultura europeia na actualidade o embaraço é enorme. A Europa de hoje já não é a helénica, a romana, a renascentista, a romântica, a czarina, nem a do Apocalipse feliz vienense. A Europa de hoje já não é apenas a de Dante, Camões, Kant, Klimt, Godard.

A Europa de hoje é uma Europa de múltiplos centros de produção e decisão culturais, é uma Europa de circulação de criadores, produtores, cientistas; é uma Europa multicultural, com escritores africanos a residirem em Paris e me Lisboa, cineastas indianos a trabalharem em Londres e em Amesterdão, artistas plásticos chineses a criarem em Barcelona e Berlim, comunidades árabes a viverem em bairros inteiros de Bruxelas, ucranianos a viverem em Lisboa, artistas portugueses a produzirem em Ljubliana e parisienses em Praga."[202]

"(...) sobrepondo-se a identidades exclusivistas e refractárias à convivência democrática, surge o senso comum do homem da rua, que quer viver a sua vida com os seus vizinhos, com os seus amigos, com os seus familiares, sem lhes perguntar antes se são albaneses ou eslavos, se frequentam a basílica ortodoxa ou a mesquita muçulmana.
Este sonho de um espaço alargado onde a prioridade já não é a constituição de micropaíses etnicamente homogéneos, mas sim um espaço amplo, pluriétnico e plurinacional, onde se circule livremente e onde se respeitem os direitos de cada ser humano apenas porque é um ser humano, e não porque pertence a esta ou àquela comunidade, e, em boa parte, o sonho europeu."[203]

No actual panorama de alargamento ninguém sabe o que será a Europa cultural do futuro. Não será, com certeza, uma soma de culturas nacionais mas antes resultará da dinâmica que os responsáveis europeus proponham aos públicos, aos estudantes, aos criadores, aos investigadores, aos professores, enfim, aos cidadãos de cada país.

[202] António Pinto Ribeiro, «A Europa Cultural», in jornal *Público*, 8 Dezembro 2003.
[203] José Manuel Fernandes, «Fronteiras e Identidades», in jornal *Público*, 6 Maio 2001.

7.2 da cultura às políticas culturais

"O ser humano esteve sempre imerso em universos simbólicos e metafóricos que, enchendo a vida de encanto, permitem o questionamento e a apreensão do desconhecido. Esses universos levantam novos desafios ao homem de hoje. O que se disputa actualmente é o controle do futuro no presente. A contrapartida indesejável das actuais extensões tecnológicas é o fantasma da revolta das coisas. (...) afirma-se o interesse pela cultura, porque, sendo fonte da identidade das pessoas e dos povos e suporte da sua memória, dela depende a sobrevivência da humanidade."[204]

O princípio da democracia cultural, espécie de alargamento descendente das «boas» obras culturais em direcção às «massas incultas», sustenta-se numa lógica ascendente que parte do respeito antropológico pelas diversas formas de expressão cultural (de género, etnia, etc). Aquele princípio *"contém em si mesmo a exigência de respeito pela diversidade das configurações sociais, dos actores, das suas motivações e aspirações territorialmente enraízadas."*[205]

Uma política implica uma intencionalidade e o despoletar de recursos que visam alcançar objectivos específicos. Medidas avulsas, euforias e tristezas súbitas, investimentos efémeros são tudo menos uma política.

Uma política cultural procurará definir objectivos, mobilizar meios, efectuar opções e escolhas entre diferentes possibilidades, alcançar resultados que possam transformar efectiva e indelevelmente a realidade.

"...as políticas culturais e educativas são uma maneira de fazer lugar, isto é, de criar um ponto a partir do qual se pode transformar a realidade social e se investe sentido. A biblioteca pública pode ser esse lugar, mas também a rua, a praça, o espaços associativo, a escola ou um teatro. Fazer lugar traduz, então um recentramento da acção transformadora no aqui e agora das interacções localizadas."[206]

[204] António Teixeira Fernandes, *art. cit.*, p. 20.
[205] João Teixeira Lopes, op. cit., p. 6.
[206] Idem, *ibidem*, p. 6.

A cultura é muitas vezes encarada não como um domínio autónomo mas como uma forma de legitimação do poder político que manipula mediações simbólicas: «pão e circo», festa, espectáculo, efémero, alienação....

Neste ambiente uma política cultural nunca será insenta mas antes um uso instrumental e interesseiro de certas actividades, práticas e actores com vista a determinados objectivos.

Uma autêntica política cultural deveria implicar o assumir da autonomia do campo cultural por parte do poder político que define os contornos e o relacionamento entre o Estado, o mercado e a «sociedade civil». Uma política cultural é verdadeiramente pública *"quando for orientada por uma intervenção de salvaguarda do já célebre «carácter de excepção» das obras culturais."*[207] Estas são mais do que simples mercadorias, são resultado de actos criativos, expressões de um repertório cultural, visões do mundo.

Segundo João Miguel Teixeira Lopes[208] tem que se ser bem claro: *"a cultura tem o seu mercado, a sua economia..., mas o seu significado joga-se numa esfera apenas parcialmente conversível ao económico. O seu mercado é um mercado assistido – protegido, regulado e tutelado pelos poderes públicos. (...) uma política cultural pública é um garante essencial da pluralidade normativa, identitária e expressiva das complexas sociedades contemporâneas."*

É, portanto, urgente assumir definitivamente a cultura como uma componente estruturante e estratégica no processo de desenvolvimento sustentado da sociedade e accionar mecanismos eficazes que possibilitem a essa mesma cultura um papel actuante e transformador dessa mesma sociedade.

[207] Idem, *ibidem*, p. 8.
[208] Idem, *ibidem*, p. 9.

7.3 a formação de públicos

Uma sólida política cultural assenta, fundamentalmente, num ponto crucial: formar públicos. A cultura será, muito provavelmente, a esfera da vida social menos democratizada, tanto ao nível da produção/criação, como da recepção. Diversos estudos têm demonstrado que, mesmo entre os mais escolarizados, apenas uma minoria se revela como assíduos praticantes culturais. As taxas dos não praticantes são «avassaladoras». É por isso necessário e urgente reorientar estratégias e definir áreas de intervenção.

Os públicos constituem amplo panorama de prioridade absoluta relativamente à sua fidelização, ao seu alargamento em relação à sua composição social, sexual, etária e étnica, à sua formação.

Com esta aposta comprova-se que os gostos também se discutem e se alteram e que a origem social não é um obstáculo inultrapassável.

Para alcançar tais resultados são necessários recursos que passam pelo recrutamento de técnicos especializados, animadores/mediadores socioculturais, disseminados pelos espaços-tempos de sociabilidade e de aprendizagem (nomeadamente as escolas e as associações).

Nesta estratégia puderá ser "uma parte da sustentabilidade futura dos mundos da cultura e da arte: mais públicos estimulam um aumento da criação o que levará, necessariamente, à dinamização do terciário cultural (ou quaternário), da cultura de parcerias e de intercâmbio, aumentando o emprego qualificado (nomeadamente ao nível dos chamados «novos intermediários culturais»), aumentando certos consumos e suportando, mesmo, uma apetência para investimentos públicos e privados, a par da atracção e fixação de novos segmentos populacionais."

Educar num contexto extremamente pluralista é um enorme desafio pois em vez do simples e confortável mimetismo é necessário inventar e recriar durante toda a vida que no momento não é mais do que um hipermercado ampliado, um grande espaço onde nos expomos a um conjunto de influências e seduções.

A Unesco[209] estabelece mesmo como pilares da educação para o século XXI os seguintes lemas: «aprender a conhecer», «aprender a fazer», «aprender a ser». Para atingir tais propósitos e para fazer frente aos desafios do futuro alguns valores assumem-se com uma importância estruturante. Entre eles figuram a criatividade, a responsabilidade e a solidariedade.

Face ao constante desejo de alcançar a felicidade, a pós-modernidade apresenta-se com um ambiente marcado pela incerteza, pela melancolia e pela fragilidade.

Perante o observador mais atento a realidade social em que se vive pauta-se pela mutabilidade e este fenómeno de constante mudança processa-se a uma velocidade vertiginosa. As análises mais recentes sublinham dois aspectos que caracterizam substancialmente as mudanças actuais:

- as mudanças são reais e sistémicas e não meras evoluções;
- os desequilíbrios e desajustes não são pontuais mas antes sinais de uma nova realidade que se começa a delinear.

Afinal o que está a mudar de forma tão radical? Ao nível da população assistimos ao fenómeno da explosão demográfica que não é de forma alguma seguida pelo crescimento dos recursos mundiais ou melhor, existem cada vez mais desequilíbrios com um maior crescimento demográfico nas zonas mais empobrecidas.

Nos países industrializados a população estagnou ou diminuiu enquanto os países subdesenvolvidos ou em vias de desenvolvimento assistiram a um crescimento demográfico explosivo. O aumento demográfico e a consequente juvenização da população conduz a uma crescente extensão e maior duração da escolaridade obrigatória que a par com a ainda e sempre necessária vontade de recuperar o analfabetismo, tem como consequência uma pressão crescente sobre a procura da educação a nível mundial.

Face a estes cenários de mudança é premente equacionar a educação num contexto de tensões a ter em conta para perspectivar o futuro:

- tensão global/local (os cidadãos são convidados a tomarem parte na economia global mas não se pode esquecer a dimensão local em que se situam e agem);
- tensão entre conhecimento de tecnologias de ponta e as tecnologias tradicionais (ambas devem ser valorizadas e usadas de forma racional);

[209] in http://portal.unesco.org/culture (consulta realizada a 24.07.04)

- tensão entre benefícios/prejuízos no uso dos novos produtos (equilíbrio entre a modernidade e a alienação decorrentes das modas e do seu consumo acrítico);
- tensão entre tempo de trabalho/tempo livre (formas alternativas de ocupação útil do tempo: lazer, cultura, relações familiares e sociais, actividades cívicas e políticas);
- tensão entre competitividade e prevenção da desigualdade (o progresso material associado à globalização pode arrastar situações de exclusão, conflito e disfunções sociais).

A disseminação da informação, possível através da utilização das novas tecnologias da comunicação, também não se faz de forma equitativa podendo mesmo hoje falar-se dos *«info-ricos»* e dos *«info-pobres»*.

Quando se fala de sociedade da informação não nos podemos cingir ao poder das redes informáticas mas ter em conta o grande alcance dos meios de comunicação de massa e as suas múltiplas vertentes de meio de informação e de conhecimento, de entretenimento, de normalização de valores, atitudes e comportamentos e de meio de sociabilização.

A educação tem, neste campo, um grande desafio já que lhe compete trabalhar as novas gerações de forma a saber lidar com a informação, a seleccioná-la e a transformá-la em saber útil para cada um em particular e para o colectivo.

A aposta nesta área é comum na União Europeia onde os ministros da educação apontaram para os próximos dez anos o desejo de alcançar objectivos concretos apostando para isso na formação de professores na área das novas tecnologia da informação e comunicação bem como a introdução de matérias científicas e tecnológicas nos currículos. A educação é assumida como um factor determinante para os objectivos europeus e transversais aos demais aspectos do desenvolvimento da União Europeia.
Tais desígnios não seriam mais do que desenvolvimentos das discussões e reflexões iniciados com a Cimeira de Lisboa.

7.5 o papel social dos museus

São três as mudanças, que ao longo das últimas décadas, afectaram o mundo do museu e do património:

A mudança organizacional é a primeira a registar. Os museus renovaram-se, desenvolveram-se, as suas actividades de difusão cultural aumentaram, os seus públicos ampliaram-se. Toas estas modificações estão, directa ou indirectamente, associadas a uma maior consciência sobre os públicos que estão a montante nas alterações verificadas nos modos de ser e de fazer.

Mudanças políticas surgem num segundo plano como motivadoras da evolução dos museus. De facto, o funcionamento e o devir dos museus estão directamente associados à emergência e à racionalização das políticas culturais que visam a democratização cultural e a racionalização da gestão. Mais uma vez o público assume aqui protagonismo visto que a frequência é, amiúde, um critério de avaliação tanto da gestão como do cumprimento dos objectivos e missões.

A terceira mudança situa-se no patamar sociológico e simbólico. O conceito de património alargou-se e trouxe consigo efeitos sobre os museus. Não só surgiram novos tipos de museus (etnologia), como alguns novos conceitos de património extrapolaram o campo de acção dos museus - como se pode constatar nos casos do património natural e ambiental.

Estas mudanças trouxeram consigo óbvias consequências sobre os públicos. A novos conceitos de património corresponderão novas formas dos públicos com eles se relacionarem (no caso de um ecomuseu o relacionamento e envolvimento dos públicos será a um nível mais próximo do que no caso de um museu de arte). Estes novos modos de relação públicos-patrimónios trouxeram consigo novas modalidades de acções e apresentações aos públicos: utilização recorrente de meios audiovisuais, novas técnicas de exposição (interactividade), visitas animadas, actividades culturais complementares, edições on-line, etc. A relação com os públicos marca, assim, a transformação recente dos museus. Neste cenário a função cultural é enfatizada em relação à função patrimonial.

Segundo Jean Davallon[210] *«isto não significa que a segunda desapareça, mas que, colocando no centro a relação do museu com o público, é a lógica cultural que se torna predominante. Poderei mesmo afirmar que a entrada do museu na lógica económica, (...) seria apenas um dos aspectos da emergência de um funcionamento cultural do museu.»*

As recentes linhas orientadoras da dinamização dos espaços museológicos apontam um conjunto de iniciativas que visam atrair novos públicos para os museus. Entre estas iniciativas figuram a realização de exposições temporárias e itinerantes, visitas guiadas, conferências, edição de catálogos e até mesmo a transmissão de anúncios televisivos (a este propósito veja-se a recente emissão de um anúncio do IPM durante a edição do Campeonato Europeu de Futebol 2004 que visava atrair novos públicos para os museus tornando-os quase em «relvados» plenos de aventuras diferentes e de múltiplas possibilidades de descoberta).

Efectivamente, a oferta de múltiplas possibilidades de lazer, a crescente culturalização de espaços recreativos e de consumo (exposições em centros comerciais) e o acesso cada vez mais mediático (meios audiovisuais) e imediato (internet) ao conhecimento, lançam mais e maiores desafios aos museus.

Neste contexto em mudança permanente existem necessidades sociais que os museus podem colmatar e nessa acção pode, e deve estar, enraizada a sua função social.

Entre estas duplas dialécticas constituídas por necessidade e função distinguimos algumas: função identitária, de sociabilidade, de participação cívica, de solidariedade, de inclusão multicultural, de informação e de aquisição de conhecimentos críticos.

À diversidade de expectativas por parte do visitante respondem os museus com uma crescente diversidade de propostas pautadas pelo hibridismo, pela multiculturalidade e pela descontracção e abertura permitidas pelo recurso às novas tecnologias da informação e à hiper-realidade. *"Hoje os museus que utilizam os fluxos de informação e imagens assim como as tecnologias (figurativas) da sociedade global, dão mostras de um hibridismo socio-cultural da pós-modernidade, ao criarem ambientes mistos em que a transmissão de conhecimentos deverá divertir e estimular os sentidos dos visitantes emocionando-os, em que o texto escrito rivaliza com os suportes audio-visuais educando de forma divertida."*[211]

---

[210] Jean Davallon, «As três mudanças do Museu», in *Escola e Comunidade*, Braga, Instituto de Estudos da Criança, s/d.
[211] Margarida Lima de Faria, Museu: «Educação ou Divertimento» in *Revista de Museologia*, (Museus e Museologia em Portugal – textos em português), Madrid, Asociacíon Espanola de Museólogos, Fevereiro 2000, p. 5.

A intervenção dos serviços educativos, que visam animar os museus, não se podem reduzir às visitas guiadas devendo antes esta componente ser considerada como parte do plano global. Os museus desejam constituir-se como espaços de sociabilidade complementando os espaços tradicionais de sociabilidade urbana. A comunidade deve então ser entendida como um recurso à disposição dos museus e vice versa.

Devido ao seu actual papel dinâmico e inovador os apoios públicos aos museus irá provavelmente perdurar, sobretudo no que diz respeito às unidades museais da tutela, mas possivelmente sem a intensidade e a convicção do passado. No actual contexto de escassez de recursos o museu assume, cada vez mais, a dimensão de um produto cultural competindo com muitos outros num mercado cada ver mais plural e competitivo.

O museu deve assumir-se então como instrumento de comunicação por excelência, com espaços abertos, lugares de afecto e de aprendizagens activas. Deve para tal, e como já referimos anteriormente, criar uma diversidade de propostas para responder a uma diversidade de expectativas por parte dos públicos que são culturalmente cada vez mais híbridos.

O processo da globalização também não deverá ficar fora do âmbito da construção do novo quadro identitário dos museus pois

"também os museus se confrontam com a tensão entre, por um lado, a individualização e o carácter local do seu significado e mensagem e, de outro lado, a universalização e a globalização das suas narrativas e discursos (...). O que se pode dizer é que os museus de hoje se encontram submersos num mundo de imagens e de representações múltiplas que interferem com as nossas percepções da realidade social e cultural."[212]

De facto, a consciência da diversidade social e cultural veio alterar o sentido educacional dos museus cada vez mais preocupados com a dimensão lúdica.

[212] Carlos Fortuna, «A Sociedade, o Consumo e a Crise dos Museus», *Revista de Museologia*, (Museus e Museologia em Portugal – textos em português), Madrid, Asociacíon Espanola de Museólogos, Fevereiro 2000, p. 6, 7.

O papel educativo do museu é fundamental, sobretudo como espaço de partilha de valores, construtor de cidadania e potenciador do diálogo, da tolerância, da democracia e, em última análise, da felicidade individual e colectiva.

Bibliografia

1. livros

ALMEIDA, António (1998), *Visitas de Estudo. Concepções e eficácia na aprendizagem*, Lisboa, Livros Horizonte.

ALMEIDA, João Ferreira de; PINTO, José Madureira (1990), *A Investigação nas Ciências Sociais*, Lisboa, Editorial Presença.

BARDIN, Laurence (1995), *Análise de Conteúdo*, Lisboa, Edições 70.

BARRETO, António (2002), *Tempo de Incerteza*, Lisboa, Relógio D'Água.

BOURDIEU, Pierre (1989), *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel.

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain (1991), *The Love of Art*, Cambridge, Polity Press.

BOURDIEU, Pierre (1996), *As Regras da Arte. Génese e estrutura do campo literário*, Lisboa, Editorial Presença.

BRACE, Nicola; KEMP, Richard; SNELGAR, Rosemary (2000), *SPSS for Psychologists*, London, Macmillan Press.

CHOAY, Françoise (2000), *A Alegoria do Património*, Lisboa, Edições 70.

CONDE, Idalina (1994/1995), *O(s) Público(s) da Fundação de Serralves*, Fundação de Serralves e CIES - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE.

CRESPI, Franco (1997), *Manual de Sociologia da Cultura*, Lisboa, Editorial Estampa.

CUCHE, Denys (1999), *A noção de cultura nas ciências sociais*, Lisboa, Fim de Século.

DAVALLON, Jean (1999), *L'exposition à l'oeuvre*, Paris, L´Harmattan.

DESHAIES, Bruno (1997), *Metodologia da Investigação em Ciências Humanas*, Lisboa, Instituto Piaget.

DONNAT, Olivier (1994), *Les Français face à la culture - de l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, Éditions La Découverte.

ESTANQUE, Elísio; MENDES, José Manuel (1998), *Classes e Desigualdades Sociais em Portugal*, Porto, Edições Afrontamento.

ESTEVES, Joaquim; AZEVEDO, José (1998), *Metodologias Qualitativas para as Ciências Sociais*, Porto, Instituto de Sociologia FLUP.

FARIA, Margarida Lima de (2000), *Educação-Museus-Educação*, Lisboa, Instituto de Inovação Educacional.

FERNANDES, António Teixeira (1999), *Para uma sociologia da cultura*, Porto, Campo das Letras.

FERNANDES, António Teixeira (coord.) (2001), *Estudantes do Ensino Superior no Porto. Representações e práticas culturais*, Porto, Edições Afrontamento.

FORTUNA, Carlos (org.) (1997), *Cidade, Cultura e Globalização*, Oeiras, Celta Editora.

FORTUNA, Carlos (1999), *Identidades, Percursos, Paisagens Culturais*, Oeiras, Celta Editora.

FORTUNA, Carlos; SILVA, Augusto Santos (orgs.) (2002), *Projecto e circunstância - culturas urbanas em Portugal*, Porto, Edições Afrontamento.

GIDDENS, Anthony (1992), *As Consequências da Modernidade*, Oeiras, Celta Editora.

HOOPER-GREENHILL, Eilean, (1991), *Museum and Gallery Education*, Leicester, Leicester University Press.

HOOPER-GREENHILL, Eilean (1998), *Los museos y sus visitants*, Gijón, Ediciones Trea.

KAVANAGH, Gaynor (1991), *Museum Languages: objects and texts*, Leicester, Leicester University Press.

LEFEBVRE, Bernard; ALLARD, Michel (dir.) (1996), *Le musée, un projet éducatif*, Paris, Les Éditions Logiques.

LEON, Aurora (1995), *El Museo. Teoria, praxis y utopia*, Madrid, Ediciones Cátedra.

LIMA, Marinús Pires de (1987), *O Inquérito Sociológico*, Lisboa, Editorial Presença.

LOPES, João Teixeira (2000), *A cidade e a cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Edições Afrontamento/Câmara Municipal do Porto.

LOPES, João Teixeira (2003), *Escola, Território e Políticas Culturais*, Porto, Campo das Letras.

MACDONALD, Sharon; FYFE, Gordon (1996), *Theorizing Museums*, Oxford, Blackwell Publishers.

MALRAUX, André (?), *As vozes do silêncio*, Lisboa, Livros do Brasil.

MALRAUX, André (1999), *O Museu Imaginário*, Lisboa, Edições 70.

MELO, Alexandre (org.) (1994), *Arte e Dinheiro*, Lisboa, Assírio & Alvim.

MELO, Alexandre (2002), *O que é Globalização Cultural?*, Lisboa, Quimera.

PINHEIRO, Magda; BAPTISTA, Luís; VAZ, Maria João (orgs.) (2001), *Cidade e Metrópole - centralidades e marginalidades*, Oeiras, Celta Editora.

PINTO, José Madureira; PORTUGAL, Maria Benedita (2001), *Pontes de Partida: traços de expressão artística das escolas do Porto*, Porto, Edições Afrontamento/Porto 2001.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van (1992), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva.

ROCHA-TRINDADE, Maria Beatriz (coord.) (1993), *Introdução à Museologia*, Lisboa, Universidade Aberta.

SANTOS, Boaventura de Sousa (1999), *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*, 7ª edição, Porto, Edições Afrontamento.

SANTOS, Boaventura de Sousa (org.) (2001), *Globalização - Fatalidade ou Utopia?*, Porto, Edições Afrontamento.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (1998), *As Políticas Culturais em Portugal*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos; SILVA, Raquel Henriques da (coord.) (2000), *Inquérito aos Museus em Portugal*, Lisboa, IPM e OAC.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (2001), *Públicos do Teatro S. João*, Lisboa, OAC.

SILVA, Augusto Santos (1994), *Tempos Cruzados: um estudo interpretativo da cultura popular*, Porto, Edições Afrontamento.

SILVA, Augusto Santos; SANTOS, Helena (1995), *Prática e representação das culturas: um inquérito na área metropolitana do Porto*, Porto, Centro Regional de Artes Tradicionais.

SILVA, Augusto Santos; PINTO, José Madureira (1999), *Metodologia das Ciências Sociais* (10ª edição), Porto, Edições Afrontamento.

SILVA, Augusto Santos; LUVUMBA, Felícia; SANTOS, Helena; ABREU, Paula (2000), *Públicos para a Cultura, na cidade do Porto,* Porto, Edições Afrontamento e Câmara Municipal do Porto.

SILVA, Augusto Santos (2000), *Cultura e Desenvolvimento. Estudos sobre a relação entre ser e agir*, Oeiras, Celta Editora.

SILVA, Augusto Santos (2002), *Discurso no 10º aniversário da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações*, Porto.

TEBOUL, René; CHAMPARNAUD, Luc (1999), *Le Public des Musées*, Paris, L'Harmattan.

VIEGAS, José Manuel Leite; COSTA, António Firmino da (orgs.) (1998), *Portugal, que Modernidade?*, Oeiras, Celta Editores.

WARNIER, Jean-Pierre (2000), *A mundialização da cultura*, Lisboa, Editorial Notícias.

2. Artigos

ALVES, Virgínia (2003) «Dificuldades Financeiras no Museu dos Transportes e Comunicações», in *Jornal de Notícias*, Porto, 19.05.2003.

ANDRADE, Domingos de; MADAIL, Elmano; CARNEIRO, Ivete, (2001), «Portugueses evitam dar apoio a parentes», in *Jornal de Notícias*, 5 Setembro 2001.

BARRETO, António (1995), «Portugal na periferia do centro: mudança social, 1960 a 1995», in *Análise Social*, Vol. XXX (134), Lisboa, Instituto de Ciências Sociais.

BARRETO, António; PRETO, Clara Valadas (1996), «Portugal 1960/1995: Indicadores Sociais», in António Barreto, *A situação social em Portugal, 1960-1995*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais.

BARRETO, António (2001), «Demagogia, ignorância e racismo», in jornal *Público*, 15 Julho 2001.

BARRETO, António (2001), «Se não fosse ela...»: in jornal *Público*, 8 Julho 2001.

BARRETO, António (2001), «A espuma dos dias que passam», in jornal *Público*, 1 Julho 2001.

CARNEIRO, Ivete (2001), «Portugal continua a ser o mais atrasado da EU», in *Jornal de Notícias*, 10 Julho 2001.

CASTELLS, Manuel (2003), «O poder da identidade», in jornal *El País*, 18 Fevereiro 2003.

COELHO, Eduardo Prado (1997), «Política cultural externa: um balanço», in *OBS* Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais nº 2, Lisboa, OAC.

COELHO, Eduardo Prado (2003), «Na Bairrada», in jornal *Público*, 1 Outubro 2003.

CONDE, Idalina (1998), «Contextos, Culturas, Identidades», in José Manuel Leite Viegas e António Firmino da Costa (orgs.) (1998), *Portugal, Que Modernidade?*, Oeiras, Celta Editora.

COSTA, António Firmino da (1997), «Políticas culturais: conceitos e perspectivas», in *OBS* Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais nº 2, Lisboa, OAC.

COSTA, António Firmino da; MAURITTI, Rosário (2000), Classes sociais na Europa, in *Sociologia - Problemas e Práticas* nº 34, Oeiras, Celta Editora.

COUTO, João (1948), «Justificação do arranjo do museu», in *Bol. MNAA*, Vol II, nº 1, Lisboa, MNAA.

DAVALLON, Jean (1997), «O papel e a missão de um centro de estudos sobre os utilizadores de museus e a interpretação do parimónio cultural», in *O Museu, a Escola e a Comunidade*, Braga, Instituto de Estudos da Criança.

FARIA, Margarida Lima de (2000), «Museus: Educação ou Divertimento?», in *RdM (monografias)*, Madrid, Asociación Espanola de Museólogos.

FARIA, Margarida Lima de (2001), «A Função Social dos Museus», in *Conferência Internacional A Cultura em Acção: impactos sociais e território*, Porto, 25-27 Outubro 2001.

FARIA, Margarida Lima de (2002), «Etapas e limites da globalização da cultura institucional: os museus», in Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva (orgs.) (2002), *Projecto e circunstância - culturas urbanas em Portugal*, Porto, Edições Afrontamento.

FARIA, Margarida Lima de (2002), «O Amor da Arte – o contributo de Pierre Bourdieu para a teoria museológica (*In Memoriam*)», in *Museus - Boletim trimestral da Rede Portuguesa de Museus*, Lisboa, RPM.

FARIA, Margarida Lima de (2004), «Museus e Educação. Tempo suspenso/tempo acelerado», in *Comunicações do Encontro Ver-Rever Museus e Educação*, Lisboa, Instituto Português de Museus.

FERNANDES, António Teixeira (2001), «As grandes tendências das sociedades contemporâneas», in *Saber Educar*, nº 6, Porto, Escola Superior de Educação Paula Frassinetti.

FERNANDES, José Manuel (2001), «Fronteiras e Identidades», in jornal *Público*, 6 Maio 2001.

FERNANDES, José Manuel (2001), «Os primeiros dados do Censos», in *www.jornal. publico.pt*, 25 Junho 2001.

FERRÃO, João (1996), «A Demografia Portuguesa», in António Barreto, *A situação social em Portugal, 1960-1995*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais.

FIGUEIREDO, Nyara (2003), «Qual é, afinal, o público da cultura?», in jornal Público, 27 Novembro 2003.

FORTUNA, Carlos (2000), «A Sociedade, o Consumo e a Crise dos Museus», in *RdM (monografias)*, Madrid, Asociación Espanola de Museólogos.

GIL, Fernando Bragança (1993), «Museus de Ciência e Técnica», in Maria Beatriz Rocha Trindade (coord.), *Introdução à Museologia*, Lisboa, Universidade Aberta.

GIL, Fernando Bragança (1993), «O objecto como gerador de informação», in Maria Beatriz Rocha Trindade (coord.), *Introdução à Museologia*, Lisboa, Universidade Aberta.

GOMES, Catarina (2003), «Entradas gratuitas em museus britânicos são alvo de contestação», in jornal Público.

LIRA, Sérgio (2000), «Do museu de elite ao museu para todos: públicos e acessibilidades em alguns museus portugueses», in *Actas do Seminário Museus: a Arquitectura e o Público*, Porto, APOM/IPM.

LOPES, João Teixeira (1996), «Alguns contributos para o (re)pensar da noção de recepção cultural», in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 15/16, Porto, Edições Afrontamento.

LOPES, João Teixeira (1999), «Públicos, palcos e amigos: olhares sobre a recepção cultural», in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Porto, Edições Afrontamento.

LOPES, João Teixeira (1999), «Os dias da escola ou a utopia em acção (uma ilustração de políticas culturais de terceira geração)», in *A Revista da ESES* nº 10 (Nova Série), Santarém, Escola superior de Educação de Santarém.

LOPES, João Teixeira (2000), «Itinerário teórico em torno da produção dos fenómenos simbólicos», in *Sociologia Revista da Faculdade de Letras*, Porto, FLUP.

MACHADO, Fernando Luís; COSTA, António Firmino da (1998), «Processos de uma modernidade inacabada», in José Manuel Leite Viegas e António Firmino da Costa (orgs.) *Portugal, que Modernidade?*, Oeiras, Celta Editores

MEDEIROS, Fernando (1992), «A formação do espaço social português: entre a «sociedade-providência» e uma CEE providencial», in *Análise Social*, vol. XXVII (118/119).

MELO, Alexandre (1997), «Equívocos e complexidade na definição de políticas culturais», in *OBS* Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais nº 2, Lisboa, OAC.

MELO, Mª Benedita Portugal e Melo (1999), «Contributos para uma análise dos consumos culturais eruditos», in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Porto, Edições Afrontamento.

MÓNICA, Maria Filomena (1996), «Os costumes em Portugal», in António Barreto, *A situação social em Portugal, 1960-1995*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais.

NEVES, José Soares; SANTOS, Jorge Alves dos (2001), «Museus portugueses: evolução recente do seu levantamento (1999-2001)», in *Museus, Boletim da Rede Portuguesa de Museus*, Lisboa, Junho 2001, p. 10.

NUNES, João Sedas (1999), «Quando o vivo se quer (des)apoderar do (seu) vivido: algumas questões (outras sociológicas) suscitadas pela temática da democratização cultural», in *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 19-20, Porto, Edições Afrontamento.

PINTO, José Madureira (1997), «Democratização e desenvolvimento cultural sustentado: o papel do Estado», in *OBS* Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais, Lisboa, OAC.

RAMOS, Paulo Oliveira (1993), «Breve história do museu em Portugal», in Maria Beatriz Rocha Trindade (coord.), *Introdução à Museologia*, Lisboa, Universidade Aberta.

RIBEIRO, António Pinto (2001), «Sobre a necessidade de subsidiar os públicos», in jornal *Público*, 24 Agosto 2001.

RIBEIRO, António Pinto (2003), «A Europa Cultural», in jornal *Público*, 8 Dezembro 2003.

ROSA, Maria João Valente (1996), «O envelhecimento da população portuguesa», in António Barreto, *A situação social em Portugal, 1960-1995*, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (1988), «Questionamento à volta de três noções (a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massas)», in *Análise Social*, 101/102, Lisboa, Instituto de Ciências Sociais.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (1994), «Cultura, Aura e Mercado», in Alexandre Melo, (org.), *Arte e Dinheiro*, Lisboa, Assírio & Alvim.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (2000), «Políticas culturais europeias (I)», in *OBS* Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais nº 8, Lisboa, OAC.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (2001), «Políticas culturais europeias (II)», in *OBS* Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais nº 9, Lisboa, OAC.

SILVA, Augusto Santos (1988), «Produto nacional vivo: uma cultura para o desenvolvimento», in *Atitudes Valores Culturais Desenvolvimento*, Lisboa, Sedes.

SILVA, Augusto Santos (2001), «Nós e o património: empenhamento, equilíbrio, usufruto», in jornal *Público*, 30 Setembro 2001.

SILVA, Raquel Henriques da (2002), «A cultura não pode ter cortes cegos», in jornal *Público*, 18 Maio 2002.

SIMÕES, Bárbara (2001), «26 das 30 melhores escolas estão na Grande Lisboa ou no Grande Porto», in jornal *Público*, 27 Agosto 2001.

SOUSA, Teresa de (2001), «Portugueses mal informados sobre Europa», in jornal *Público*, 21 Julho 2001.

VLACHOU, Maria (2002), «Marketing de museus: será que afinal é só o termo que incomoda?», in *Museus - Boletim trimestral da Rede Portuguesa de Museus*, Lisboa, RPM.

Outras fontes.

Alfândega Nova: o sítio e o signo (1995), Porto, AMTC.

Censos 2001 - Resultados Preliminares para a Região Norte, Instituto Nacional de Estatística, 26 Junho 2001.

Comissão Europeia (1999), *A cultura, um recurso para as regiões*, Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.

Dossier de Imprensa da Abertura Oficial do Museu dos Transportes e Comunicações (2000), Porto, AMTC.

FIGUEIREDO, António (coord.) (1996), Estudo do Museu dos Transportes e Comunicações – relatório final, vol. I, Porto, Quaternaire Portugal.

Memória do Edifício da Alfândega Nova do Porto (2000), Porto, AMTC.

Ministério da Cultura, *A afirmação de uma política* (1995/1999), Lisboa, Ministério da Cultura.

PIMENTEL, Cristina (1999), *Programa de Interpretação do Edifício da Alfândega Nova do Porto – orientações estratégicas e implicações práticas*, Porto, AMTC.

Projecto para o Núcleo Automóvel (2000), Porto, AMTC.

Relatório de Actividades 2003 (2004), Porto, AMTC.

Relatório de Actividades – 1º semestre 2004 (2004, Porto, AMTC.

Anexos

Anexo I

Inquérito «visitantes em grupo»

Este inquérito integra um projecto cujo objectivo é conhecer com maior profundidade os públicos do Museu dos Transportes e Comunicações. Agradecemos a colaboração prestada e garantimos a total confidencialidade da informação recolhida.

I. O Grupo

1. Escola/Instituição:_____

2. Concelho:_____

3. Distrito:_____

4. Nível de escolaridade dos alunos:

4.1 pré-escolar	☐
4.2 1º ciclo do ensino básico (1º, 2º, 3º e 4º ano)	☐
4.3 2º ciclo do ensino básico (5º e 6º ano)	☐
4.4 3º ciclo do ensino básico (7º, 8º e 9º anos)	☐
4.5 ensino secundário (10º,11º e 12º ano)	☐
4.6 ensino técnico profissional	☐
4.7 ensino superior	☐
4.8 ensino superior sénior	☐
4.9 ensino especial	☐
4.10 outro. Qual ?_____	

II. A visita

5. Exposição visitada:

1.1 O Automóvel no Espaço e no Tempo	☐
1.2 Comunicação do Conhecimento e da Imaginação	☐
1.3 Exposição Temporária. Qual?_____	

6. Número de alunos na visita:_____

7. Número de professores na visita:_____

8. Que disciplinas ou áreas de interesse enquadram a visita?_____

9. Como teve conhecimento sobre o Museu dos Transportes e Comunicações?

9.1 pelos amigos ☐
9.2 pelos familiares ☐
9.3 por cartazes/folhetos ☐
9.4 pela agenda da Câmara ☐
9.5 pela rádio/televisão/jornal ☐
9.6 pela internet ☐
9.7 por material recebido na escola ☐
9.8 por colegas de trabalho/escola ☐
9.9 outro meio. Qual?_____

10. É a primeira vez que visita o Museu dos Transportes e Comunicações com a escola/instituição?

10.1 sim___ 10.2 não___

11. Antes de vir ao museu como preparou a visita?

11.1 não preparou de forma especial ☐
11.2 conversou com os alunos na sala de aula ☐
11.3 consultaram fontes de informação (livros, internet) sobre os temas a trabalhar ☐
11.4 produziu fichas/guiões para orientação dos alunos ☐
11.5 outra forma de preparação. Qual?_____

12. Depois da visita que actividades pretende realizar com os alunos?

12.1 nenhuma actividade em especial ☐
12.2 discutir na sala de aula a forma como a visita decorreu ☐
12.3 analisar as fichas preenchidas pelos alunos na visita ☐
12.4 realização de relatórios pelos alunos sobre a visita ☐
12.5 outra actividade. Qual ?_____

13. Professores e alunos consideraram a visita ao Museu dos Transportes e Comunicações:

13.1 muito interessante ☐
13.2 razoavelmente interessante ☐
13.3 pouco interessante ☐
13.4 nada interessante ☐

14. Descreva as impressões que esta visita lhe proporcionou.

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

data: _____/_____/_____

Anexo II

Inquérito «visitantes em geral»

Este inquérito integra um projecto cujo objectivo é conhecer com maior profundidade os públicos do Museu dos Transportes e Comunicações. Agradecemos a colaboração prestada e garantimos a total confidencialidade da informação recolhida.

I. Os Museus

1. Se se recordar assinale as circunstâncias em que realizou a(s) sua(s) primeira(s) visita(s) a museus:

1.1 na companhia de familiares ☐
1.2 com amigos ☐
1.3 num grupo da escola ☐
1.4 sozinho(a) ☐
1.5 outra. Qual?_____

2. Com que regularidade visita museus?

2.1 diariamente ☐
2.2 semanalmente ☐
2.3 uma vez por mês ☐
2.4 duas a três vezes por mês ☐
2.5 duas a três vezes por ano ☐
2.6 uma vez por ano ☐
1.7 uma vez de dois em dois anos ☐
1.8 raramente ☐

3. Defina, sucintamente, o que entende ser um Museu:

_____
_____
_____
_____
_____

II. O Museu dos Transportes e Comunicações

4. Com que regularidade frequenta o Museu dos Transportes e Comunicações?

- 4.1 é a primeira vez ☐
- 4.2 diariamente ☐
- 4.3 semanalmente ☐
- 4.4 uma vez por mês ☐
- 4.5 duas a três vezes por mês ☐
- 4.6 duas a três vez no ano ☐
- 4.7 uma vez por ano ☐
- 4.8 raramente ☐

5. Nesta visita está:

- 5.1 só ☐
- 5.2 acompanhado por amigos ☐
- 5.3 acompanhado por familiares ☐
- 5.4 acompanhado pelo/a namorado/a ☐
- 5.5 acompanhado pelo cônjuge ☐
- 5.6 outra forma. Qual?_____

6. O que motivou a visita a este local?

- 6.1 a boa acessibilidade ☐
- 6.2 a recuperação do edifício ☐
- 6.3 a programação (exposições, programas de animação) ☐
- 6.4 a possibilidade de experimentar e aumentar conhecimentos ☐
- 6.5 o convívio com a família/amigos ☐
- 6.6 a quebra de rotina ☐
- 6.7 outro motivo. Qual?_____

7. Como teve conhecimento deste local?

- 7.1 pelos amigos ☐
- 7.2 pelos familiares ☐
- 7.3 pelo filho(a) que visitou com a escola ☐
- 7.4 por cartazes/folhetos ☐
- 7.5 pela agenda da Câmara ☐
- 7.6 pela rádio/televisão/jornal ☐
- 7.7 pela internet ☐
- 7.8 por colegas de trabalho/escola ☐
- 7.9 outro meio. Qual?_____

8. Como chegou ao museu?

8.1 de carro ☐
8.2 de táxi ☐
8.3 de transporte público ☐
8.4 a pé ☐
8.5 outro meio. Qual?_____

9. Considera o preço do bilhete:

9.1 muito elevado ☐
9.2 elevado ☐
9.3 razoável ☐
9.4 baixo ☐
9.5 não responde ☐

10. O acolhimento foi:

10.1 muito bom ☐
10.2 bom ☐
10.3 razoável ☐
10.4 insuficiente ☐
10.5 não responde ☐

11. Considera a sinalização:

11.1 muito boa ☐
11.2 boa ☐
11.3 razoável ☐
11.4 insuficiente ☐
11.5 não responde ☐

12. O material de informação/apoio é:

12.1 bastante acessível ☐
12.2 acessível ☐
12.3 pouco acessível ☐
12.4 inacessível ☐
12.5 não responde ☐

13. No seu entender a programação do Museu é:

13.1 excelente ☐
13.2 boa ☐
13.3 razoável ☐
13.4 deficiente/com lacunas ☐
13.5 não responde ☐

III. As exposições

14. Qual a sua opinião sobre cada uma das exposições que acabou de visitar?

	O Automóvel	Comunicação	Exp. Temporária
14.1 muito interessante	☐	☐	☐
14.2 razoavelmente interessante	☐	☐	☐
14.3 pouco interessante	☐	☐	☐
14.4 nada interessante	☐	☐	☐

15. Descreva as impressões/opiniões que a visita lhe proporcionou:

_____

_____

_____

_____

IV. Caracterização Sócio-Demográfica

16. Sexo:

16.1 masculino ☐ 16.2 feminino ☐

17. Idade:_____anos

18. Estado Civil:

18.1 Casado/a ☐
18.2 Solteiro/a ☐
18.3 Divorciado/a ☐
18.4 Viúvo/a ☐
18.5 União de Facto ☐

19. Residência:

19.1 Concelho_____ 19.2 Distrito:_____

20. Qual o nível de escolaridade do:

	próprio	pai	mãe	cônjuge
não sabe ler nem escrever	☐	☐	☐	☐
sabe ler e escrever mas sem nenhum grau	☐	☐	☐	☐
1º ciclo do ensino básico (1º, 2º, 3º e 4º ano)	☐	☐	☐	☐
2º ciclo do ensino básico (5º e 6º anos)	☐	☐	☐	☐
3º ciclo do ensino básico (7º, 8º e 9º anos)	☐	☐	☐	☐
ensino secundário (10º,11º e 12º anos)	☐	☐	☐	☐
curso médio	☐	☐	☐	☐
curso superior	☐	☐	☐	☐

outro. Qual?_____

21. Qual a profissão do:

21.1 próprio_____
21.2 pai_____
21.3 mãe_____
21.4 cônjuge_____

22. Qual a situação na profissão do:

	próprio	pai	mãe	cônjuge
patrão	☐	☐	☐	☐
trabalhador por conta própria	☐	☐	☐	☐
trabalhador por conta de outrém	☐	☐	☐	☐
trabalhador familiar não remunerado	☐	☐	☐	☐

outra situação. Qual?_____

23. Condição perante o trabalho do:

	próprio	pai	mãe	cônjuge
exerce profissão e está empregado	☐	☐	☐	☐
proprietário	☐	☐	☐	☐
estudante	☐	☐	☐	☐
reformado	☐	☐	☐	☐
desempregado	☐	☐	☐	☐
procura o primeiro emprego	☐	☐	☐	☐
frequenta curso de formação profissional	☐	☐	☐	☐
doméstica	☐	☐	☐	☐

outra situação. Qual?_____

Data:_____/_____/_____

Anexo III

Guião para entrevista aos técnicos do mtc.

tema I
surgimento da AMTC / natureza jurídica / modo com se organiza e ocupa o espaço
recursos humanos e financeiros

tema II
como se define o MTC / política de enquadramento da actividade / estratégia de programação e divulgação / missão do museu

tema III
que públicos / estratégia de formação de públicos

tema IV
papel da instituição na vida cultural da cidade / projectos para o futuro

Anexo IV

Grelha analítica do conteúdo das entrevistas aos técnicos do mtc.

temas	**excertos**	**nº ocorrências**
associação para o museu dos transportes e comunicações - surgimento e natureza jurídica		
organização e ocupação do espaço		
recursos humanos e financeiros		
museu dos transportes e comunicações - definição		
missão do museu		
política de enquadramento da actividade		
estratégia de programação		
estratégia de divulgação		
públicos		
estratégia de formação de públicos		
a instituição na vida cultural da cidade		
projectos para o futuro		

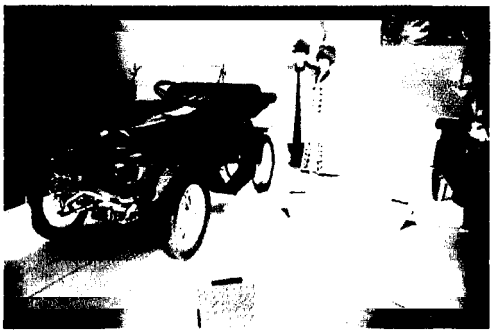
Anexo V – Programação do Museu dos Transportes e Comunicações

"O Automóvel no Espaço e no Tempo" – exposição permanente

Ocupando uma área de 2000 m2, a exposição "O Automóvel no Espaço e no Tempo" – como é designada a primeira exposição permanente – tem como objectivo primordial revelar e interpretar o fenómeno automóvel, relacionando-o com a história sócio-económica do século XX. Através do seu discurso a exposição aborda diversas questões, desde a evolução da história e da técnica do automóvel, à influência que este detém na sociedade e economia contemporâneas e a algumas reflexões sobre o futuro deste meio de transporte.

A exposição foi concebida para os visitantes conhecerem a importância do veículo automóvel na sociedade contemporânea: contar a evolução cronológica do artefacto com peças representativas, interpretar os impactos na sociedade enquanto símbolo de poder e contrapoder, a sua importância na economia enquanto fenómeno industrial e o seu impacto no território. A exposição tenta projectar o automóvel para além da peça em si. Os automóveis são o ponto de partida e não o ponto de chegada do que se quer contar. A paixão pelo veículo dá lugar ao encantamento que este suscita e às desilusões que provoca.

Esta exposição divide-se em quatro núcleos distintos. O primeiro aborda, numa perspectiva cronológica, os principais momentos da história do automóvel enquanto máquina e meio de transporte. Desde o seu aparecimento, nos finais do século XIX, até à década de 1970, este núcleo interpreta a história do automóvel em paralelo com momentos marcantes do século XX.



No segundo núcleo abordam-se questões relacionadas com a influência do automóvel na sociedade e na economia contemporâneas. A indústria automóvel e a sua afirmação perante o consumidor através da publicidade e do design, são temáticas exploradas através de um discurso expositivo que contempla a exposição de automóveis, fotografias e acessórios. Neste núcleo pretende-se também entender como o utilizador do automóvel vê neste uma extensão de si próprio, procurando no automóvel um reflexo do seu estatuto social.

As estradas e infra-estruturas que promoveram a circulação automóvel e alteraram definitivamente a nossa relação com o espaço e o tempo, são os temas a abordar no terceiro núcleo. E no futuro? Falar sobre ele é arriscar previsões pelo que, no quarto e último núcleo, apenas se arriscam questões. Serão as respostas às questões do presente as soluções para o futuro?

Estarão as previsões que hoje fazemos condicionadas pela nossa época? E o automóvel? Irá existir no futuro?

Organizada em parceria com o Clube Português de Automóveis Antigos apresenta vantagens para o Museu, visto envolver um espólio dispendioso e de custosa manutenção que não lhe é, deste modo, imputada (ficando a cargo dos seus proprietários e do próprio clube).

No espaço da "Garagem" que integra a exposição, é recriado o ambiente de uma oficina, possibilitando a realização de actividades diversas de carácter lúdico-pedagógico, com a preciosa e paciente colaboração do "Sr. Teixeira". Verificar o óleo e a água e mudar um pneu são algumas das aventuras em que o visitante se vê envolvido com o apoio deste mecânico-animador.

"Comunicação do Conhecimento e da Imaginação" – exposição permanente

Parece natural associar a temática comunicação ao Museu dos Transportes e Comunicações. Para tal naturalidade tornar-se possível foi instalado um espaço expositivo permanente, oficinal/laboratorial que assume a designação "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação".

Além das comunicações e, naturalmente, da comunicação, aí se "mostram" e se interrogam os seus conteúdos privilegiados, o conhecimento e a imaginação, não enquanto um conjunto de saberes e obras já estabelecidos, esperando pacífica e pacientemente serem comunicados, mas enquanto actos, enquanto movimentos, enquanto desejo de conhecer e enquanto prazer de imaginar, dinâmicos, continuamente em mudança e transformação. Por outras palavras, as relações complexas entre o conhecimento, a imaginação e a comunicação estão patentes e não escamoteadas. A pretensão é contribuir para uma consciência crítica e participativa dos cidadãos, encarando o Museu a necessidade de evidenciar as possibilidades actuais dos processos comunicacionais não enquanto um fim, mas como um meio, como veículo de enunciação de questões cruciais, não como manifestação gloriosa de proezas técnicas admiráveis.

A comunicação, as comunicações surgem assim, como modo imprescindível, hoje, de conhecer o mundo circundante e de o imaginar como diferente, e de nele e com ele interagir.

Esta ideia de dignificar no Museu a temática Comunicações, tornando-a viva, activa, interventiva, não ficaria no entanto, completa, sem uma atenção especial dedicada aos novos processos comunicacionais, de importância cada vez mais decisiva nos dias de hoje, importância que obriga a encontrar espaços para a sua divulgação. Para além deste objectivo o museu criou, em simultâneo, modos de reflexão acerca das grandes questões transversais ao mundo produtor de conhecimento, decorrentes do enorme desenvolvimento da ciência, de modo a que a divulgação referida possa ser vista e pensada no seu ambiente próprio e com os instrumentos adequados.

Os dois pólos do Conhecer e do Imaginar, estruturantes de todo o espaço expositivo e das abordagens propostas, querem-se confluentes e não antagónicas, de modo a quebrar as seculares barreiras que os têm feito viver de costas voltadas um para o outro.

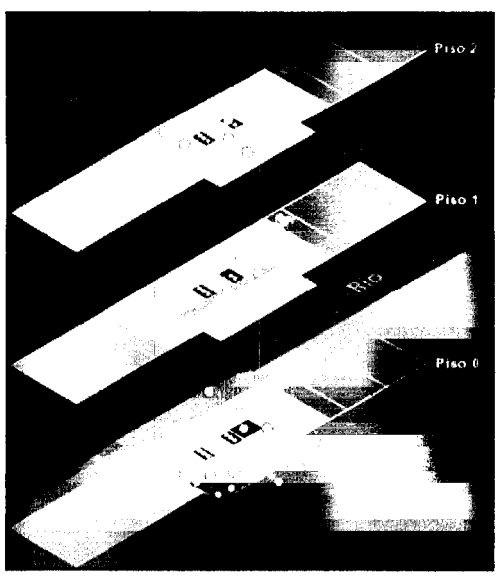
A afirmação da comunicação como um acto de diálogo multidireccionado, gera a adopção de um modelo expositivo que dilui a mera apresentação de conteúdos a favor da oferta de espaços de interacção, oficinais, laboratoriais e operativos, enquanto lugares de apelo à inteligência, à sensibilidade e à criatividade dos visitantes.

Percurso Interpretativo do Edifício da Alfândega Nova – permanente

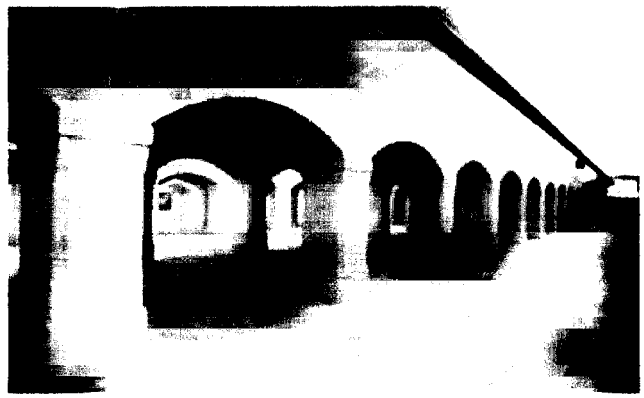
"Um edifício é um corpo que fala – o discurso da normalidade das conveniências e o discurso interdito, soprado nas esquinas dos corredores e nos vastos armazéns das caves molhadas pelas águas do rio. Se esse edifício foi o sítio onde se materializaram os abstractos discursos de troca e dos direitos alfandegários, impondo pela sua presença de pedra e pela lei dos editais, sussurros de medo ou de ganância, esse corpo pesado, imperativo, fala o discurso não arbitrário do poder.

A Alfândega Nova, no último quartel do século XIX, avançou uns cautelosos metros sobre a margem do Douro. Implantou-se sobre o areal de Miragaia, enterrando o bairro centenário, as casas nobres quinhentistas, os palácios oitocentistas; soterradas ao olhar, diminuídas, as penhas abruptas por onde descia o rio Frio, o santuário de S. Pedro, a recordação do Monte dos Judeus. Apenas a casa da alfândega domina o espaço que pertencera à entrada nobre da cidade. Sobre o rio, vigia as saídas e entradas dos rabelos do Vinho do Porto, deixa acostar os navios das mil nações que afluem à barra, confere validade ao negócio que por imposição do selo se legitima."

M. Tereza Siza *in* "Alfândega Nova: O Sítio e o Signo"



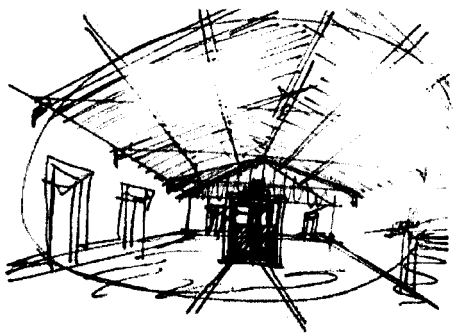
O alojamento da sede da instituição e do Museu no edifício da Alfândega Nova do Porto amarra o seu futuro à história deste espaço. Está por isso, necessariamente, em preparação um terceiro núcleo dedicado à Memória do Edifício - a "Metamorfose de um Lugar". Cientes do seu valor arquitectónico e patrimonial (já sumariamente descrito), bem como da relevância da História que todo este espaço transpira (que se cruza nomeadamente com a história dos serviços da própria Alfândega e das populações que com ele se foram envolvendo), pretende-se devolver agora à cidade e às suas populações a Memória e Identidade do local, bem como dos caminhos que percorreu ao longo do seu cerca de século e meio de existência.

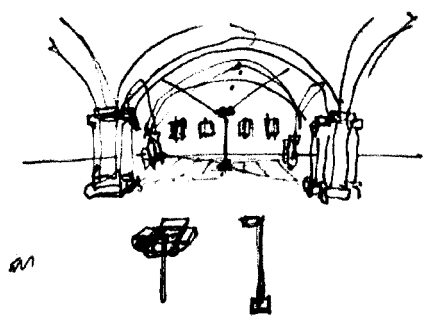


Este edifício, pelo valor patrimonial que incorpora, pelo seu porte, pelos espaços que comporta e pelo seu relacionamento com a malha urbana da cidade e com o rio, tem de ser transformado num qualificado lugar cultural de utilidade social.

Esta exposição, surge, de resto, na sequência de um Percurso Interpretativo do Edifício da Alfândega criado em 2000 que, recorrendo a painéis informativos e a quiosques interactivos distribuídos ao longo dos corredores, dá a conhecer ao visitante a história do imóvel e alguns detalhes da intervenção de requalificação que tem vindo a ser desenvolvida.

A recuperação e requalificação do edifício, desde sempre dirigida pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura, que transfere as valências advindas da vida alfandegária, com as suas funcionalidades próprias e adequados simbolismos para um outro estatuto de "lugar de cultura", constitui simultaneamente um acrescento de novos valores patrimoniais.





São estas marcas de um outro olhar contemporâneo que sobre o passado sabe ir construindo a sua valorização e, ao mesmo tempo, criar outras formas de o vivenciar, razão importante para justificarem este projecto, forma integrada que pretende entregar a Alfândega Nova do Porto, agora como Museu dos Transportes e Comunicações, aos cidadãos.

ALF
MUSEU
UNICAÇÕE

Para além das suas exposições permanentes, o Museu desenvolve igualmente diversas exposições temporárias temáticas. As iniciativas de carácter expositivo que desde a sua constituição vem realizando assentam num forte elo de envolvimento com importantes sectores do público (como o escolar, que frequenta regularmente as iniciativas que se apresentam, reconhecendo a qualidade do seu trabalho museológico, educativo e de animação). Paralelamente, o Museu desenvolve também um envolvimento qualificado com um considerável conjunto de instituições com quem vai partilhando experiências. A aprovação pelo Instituto Português de Museus da sua adesão à Rede Portuguesa de Museus em 2001 constitui um exemplo relevante do reconhecimento do percurso realizado.