

UNIVERSIDADE DE LISBOA

FACULDADE DE BELAS-ARTES



**Discursos dos Museus:**

**Uma perspetiva transdisciplinar**

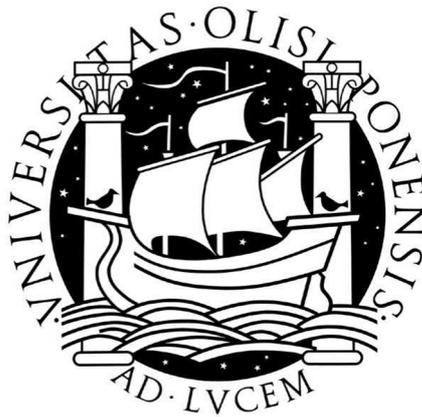
Joana Ganiho Henriques Marques

MESTRADO EM EDUCAÇÃO ARTÍSTICA

2011

[Página deixada intencionalmente em branco]

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**Discursos dos Museus:**  
**Uma perspetiva transdisciplinar**

Joana Ganiho Henriques Marques

MESTRADO EM EDUCAÇÃO ARTÍSTICA

Dissertação Orientada pelo Professor Doutor João Paulo Queiroz

2011

[Página deixada intencionalmente em branco]

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos aqueles que tornaram possível esta investigação: sem cada um deles este trabalho não poderia ter sido realizado.

Agradeço, antes de mais, ao Professor Doutor João Queiroz pela orientação e disponibilidade demonstrada durante todas as etapas desta dissertação.

A todos os museus visitados e respetivos técnicos pela abertura, disponibilidade e entusiasmo com que partilharam não só informações como também experiências. São eles: Dra. Ana David e Dra. Patrícia Bispo, do MIMO; Dr. Humberto Rendeiro, do MMC; Dra. Maria Lúcia Monteiro, do Portugal dos Pequenitos; Dr. Hugo Pequeno, do MMI; Dra. Leonor Soares Nunes e Dr. Luís Catalão, do MTMG; Dra. Marisa Nobre, do Oceanário de Lisboa; à Casa da Música; ao Teatro Nacional D. Maria II; ao Museu do Côa.

Um agradecimento especial ao Fernando pela paciência, dedicação, força e por ser o meu companheiro de todas as caminhadas.

[Página deixada intencionalmente em branco]

## RESUMO

Os museus são uma instituição social complexa que ocupa um lugar fundamental no circuito cultural e nas políticas culturais contemporâneas. No entanto, o museu atravessa uma fase de aceleradas e profundas transformações que têm vindo a alterar a forma como este se constrói, internamente e externamente, mas também têm modificado a sua relação com a sociedade e com a esfera pública e os seus respetivos discursos.

Este estudo pretendeu identificar alguns dos discursos que atravessam o museu. Para tal recorreu a estudos de caso, envolvendo seis museus e quatro outros equipamentos culturais nacionais (um teatro, uma casa de espetáculos e dois parques temáticos). Foi possível estabelecer relações entre os museus e os seus discursos a três níveis: os discursos que produz, os que o atravessam e os discursos que não sendo seus toma para si.

Deste estudo pudemos concluir que estruturalmente os equipamentos culturais são hoje bastante semelhantes: as preocupações, as necessidades, o tipo de estratégias são coincidentes, mesmo entre instituições diferenciadas. Foi ainda possível concluir que existe um contágio crescente de temáticas, narrativas e discursos exteriores ao museu, e por vezes ao próprio circuito cultural, que têm ganho espaço no museu enquanto objeto de problematização, de reflexão e de produção. Por fim, pudemos observar outros contágios, desta vez internos ao circuito cultural: trata-se de entender quais os discursos que são comuns aos diferentes equipamentos culturais, encontrar-lhes a origem e reconhecer alguns dos seus movimentos e sentidos.

Palavras-chave: museu, discurso, cultura, Portugal

## ABSTRACT

Museums are a complex social institution with a prominent role on our cultural environment and also on contemporary cultural policies. However museums are lately affected by profound and speedy transformations that have been changing not only its internal and external practices, but also changing its relationship with society, the public sphere and its overall discourses.

This study aims to identify some of the museum's discourses. For that it uses case-studies, including six museums and four other national cultural facilities: a Theater, a Music Hall and two Theme Parks. It was possible to establish relationships between museums and its discourses on three different levels: the ones it produces, the ones carried out by other players and the outside discourses that takes for its own.

From this research we can conclude that museums and other cultural institutions are presently very similar in its core: its concerns, its needs and the type of strategies are coincident, even amongst different kinds of institutions. It is also possible to conclude that there is an ever expanding spread of topics, narratives and discourses outside the museum field, and sometimes even outside the cultural circuit, that have made some inroads on museums as an object of questioning, reflection and production. Finally we have noticed other "infections", this time internal to the cultural circuit: it really comes down to understanding which discourses are shared with the other cultural institutions, find out its origin and recognize some of its dynamics, direction and meanings.

Key-words: museum, discourse, culture, Portugal

# SUMÁRIO

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Apresentação.....	1
1.2 Estrutura .....	2
1.3 Metodologia e métodos de investigação.....	4
CAPÍTULO II: ENQUADRAMENTO GERAL.....	7
2.1 Fundamentos Primeiros: Linguagem, discurso e poder simbólico.....	7
2.1.1 Linguagem .....	8
2.1.2 Discurso .....	10
2.1.3 Poder Simbólico .....	12
2.2 Modernidade e Pós-Modernidade .....	14
2.2.1 Modernidade .....	14
2.2.2 Pós-modernidade .....	16
2.3 Cultura .....	17
2.3.1 Transformações do circuito cultural .....	18
2.3.2 Cultura-Mundo .....	20
2.3.2.1 Redefinição do lugar da cultura.....	21
2.3.2.2 Desterritorialização e Desorientação.....	22
2.3.3 Novas formulações culturais .....	24
2.3.3.1 Indústrias Culturais .....	24
2.3.3.2 Turismo Cultural.....	27
2.3.3.2.1 Turismo Cultural e Museus .....	28
CAPÍTULO III: ENQUADRAMENTO ESPECIFICO.....	31
3.1 Museus: Origens e Funções .....	31
3.2 Museus e pós-modernidade: contexto sociopolítico e económico .....	36
3.3 Públicos e Museus .....	38
3.4 Prestação de Serviços em Museus.....	39
3.4.1 Publicações e Museus .....	40
3.4.2 Serviços Educativos e Museus .....	41
3.4.2.1 Estrutura, atividades, programação e públicos em Portugal.....	44
3.5 Coleções de Museus .....	46
3.6 Arquitetura e Museus .....	49
3.7 Museus: Síntese e novos desafios .....	51
CAPÍTULO IV: ESTUDOS DE CASO.....	53
4.1 Museus e Pós-Modernidade: MIMO e Museu Berardo.....	54

4.1.1 Caracterização das Instituições .....	54
4.1.1.1 Museu Berardo .....	54
4.1.1.2 Museu da Imagem e Movimento .....	56
4.1.2 Confronto .....	59
4.1.3 Conclusão.....	65
4.2 Museu, Identidade e Memória: MIM e MTMG.....	67
4.2.1 Contexto.....	67
4.2.2 Caracterização das Instituições .....	73
4.2.2.1 Museu Marítimo de Ílhavo .....	73
4.2.2.2 Museu do Trabalho Michel Giacometti .....	75
4.2.3 Confronto .....	78
4.2.4 Conclusão.....	81
4.3 Museu e globalização: MMC e Museu do Côa.....	83
4.3.1 Contexto.....	83
4.3.2 Caracterização das instituições.....	92
4.3.2.1 Museu Monográfico de Conímbriga .....	92
4.3.2.2 Museu do Côa.....	94
4.3.3 Confronto .....	95
4.3.4 Conclusão.....	98
4.4 Museus, Casas de Espetáculos e Arquitetura: Casa da Música e TNDM II .....	100
4.4.1 Contexto.....	100
4.4.2 Caracterização das Instituições .....	103
4.4.2.1 Casa da Música.....	103
4.4.2.2 Teatro Nacional D. Maria II .....	105
4.4.3 Confronto .....	107
4.4.4 Conclusão.....	110
4.5 Museus e Parques Temáticos: Portugal dos Pequenitos e Oceanário.....	112
4.5.1 Contexto.....	112
4.5.2 Caracterização das Instituições .....	115
4.5.2.1 Portugal dos Pequenitos .....	115
4.5.2.2 Oceanário de Lisboa .....	117
4.5.3 Confronto .....	119
4.5.4 Conclusão.....	123
CAPÍTULO V: CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	124
BIBLIOGRAFIA REFERENCIADA.....	130
BIBLIOGRAFIA NÃO REFERENCIADA.....	134

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Centro Cultural de Belém .....	54
<b>Figura 2.</b> Exposição Temporária Museu Berardo (2009).....	54
<b>Figura 3.</b> Museu da Imagem e Movimento .....	56
<b>Figura 4.</b> Espaço Oficina do Olhar, MIMO.....	56
<b>Figura 5.</b> Museu Marítimo de Ílhavo .....	73
<b>Figura 6.</b> Navio-Museu de Santo André.....	73
<b>Figura 7.</b> Exposição Mercearia da Liberdade, MTMG .....	75
<b>Figura 8.</b> Exposição Permanente MTMG .....	75
<b>Figura 9.</b> Ruínas de Conímbriga .....	92
<b>Figura 10.</b> Exposição Permanente, MMC .....	92
<b>Figura 11.</b> Museu do Côa .....	94
<b>Figura 12.</b> Exposição Permanente, Museu do Côa .....	94
<b>Figura 13.</b> Casa da Música .....	103
<b>Figura 14.</b> Receção da Casa da Música.....	103
<b>Figura 15.</b> Teatro Nacional D. Maria II .....	106
<b>Figura 16.</b> Receção do Teatro Nacional D. Maria II .....	106
<b>Figura 17.</b> Portugal dos Pequenitos – casas regionais .....	116
<b>Figura 18.</b> Entrada do Portugal dos Pequenitos .....	116
<b>Figura 19.</b> Oceanário de Lisboa .....	117
<b>Figura 20.</b> Aquário central do Oceanário de Lisboa.....	117

## ÍNDICE DE QUADROS

<b>Quadro 1.</b> Síntese comparativa entre o museu velho e museu novo .....	51
<b>Quadro 2.</b> Síntese Comparativa entre o MIMO e o Museu Berardo .....	66
<b>Quadro 3.</b> Síntese dos contágios entre museus e casas de espetáculos .....	110
<b>Quadro 4.</b> Síntese dos contágios entre museus e parques temáticos .....	123

## SIGLAS E ABREVIATURAS

APPACDM: Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão com Deficiência Mental

CCB: Centro Cultural de Belém

CDIAA: Centro de Documentação e Informação Artur Avelar

ICOM: The International Council of Museums

IGESPAR: Instituto da Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico

IMC: Instituto dos Museus e da Conservação

MAP: Museu de Arte Popular

MC: Museu do Côa

MIMO: Museus da Imagem e Movimento

MMC: Museu Monográfico de Conímbriga

MMI: Museu Marítimo de Ílhavo

MNAA: Museu Nacional de Arte Antiga

MTMG: Museu do Trabalho Michel Giacometti

PAVC: Parque Arqueológico do Vale do Côa

PP: Portugal dos Pequenitos

SE: Serviços Educativo

SEA: Serviço Educativos e de Animação

TDMII: Teatro Nacional D. Maria II

UNESCO: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization

[Página deixada intencionalmente em branco]

# CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO

## 1.1 Apresentação

A sociedade pós-moderna é caracterizada por um grande dinamismo, um ritmo acelerado de transformações em todas as esferas sociais e uma crescente homogeneização das práticas sociais. No entanto, até há pouco tempo e nalgumas aceções da palavra ainda hoje, a cultura foi um domínio marcado sobretudo pela estabilidade, pela rigidez e por particularismos acentuados. Os museus, enquanto instituições culturais, partilharam destas características durante grande parte da sua existência, procurando agora acompanhar as mudanças que lhe são impostas pela sociedade onde estão inseridos.

Estas mudanças têm implicado um constante reescrever do museu, das suas práticas, dos seus discursos, dos seus públicos, da sua capacidade económica. Além disso, têm implicado também uma nova relação com o circuito cultural que, por sua vez, estabelece novas relações sociais. Sociedade e cultura são hoje mais próximas que nunca e os museus têm desempenhado um papel importante na mediação destas relações. Estes criam novos sentidos para as coisas e (re)definem a realidade, razão pela qual são considerados práticas de significação. São instituições sociais muito complexas que num curto espaço de tempo passaram de um papel social relacionado com a produção de saber para um papel essencialmente (auto)reflexivo, (auto)crítico e (auto)questionador, não só de si mas também da sociedade em volta. Mas os museus são sobretudo constituídos por níveis de discursos, por vezes pouco compatíveis, que afetam as suas práticas, as suas narrativas, as formas de se definir e de se mostrar.

Esta investigação tem como fundo o contexto de mudança do panorama museológico português acima descrito. Por consideramos fundamental a compreensão em profundidade dos fenómenos culturais, procurámos contribuir para a caracterização deste universo específico e para a explicitação da relação entre museu e discurso, respondendo à pergunta: que discursos atravessam os museus portugueses?

Neste sentido, a presente investigação tem como principais objetivos:

1. Identificar alguns dos discursos que atravessam o tecido museológico português, nomeadamente:
  - a) Que discursos o museu produz;
  - b) Que discursos o museu partilha com outros circuitos sociais, económicos e políticos;
  - c) Que discursos o museu apropria de outros equipamentos culturais e que discursos fornece a esses mesmos equipamentos.
2. Compreender as consequências desta rede de produção, partilha e apropriação, ao nível dos conceitos, da prática e do discurso dos museus, assim como ao nível do seu impacto no circuito cultural.

## 1.2 Estrutura

O corpo do trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos: introdução, contextualização geral, contextualização específica, estudos de caso e considerações finais.

O capítulo I caracteriza de forma sumária este trabalho, explicitando o seu contexto, os seus objetivos, os seus métodos e a sua estrutura.

O capítulo II corresponde a um enquadramento teórico geral do tema e encontra-se dividido em três partes. Na primeira parte são abordados alguns conceitos estruturantes, nomeadamente linguagem, discurso e poder simbólico, de forma a enquadrar a experiência humana como mediada pela sociabilidade, seja ao nível comunicacional, institucional ou simbólico. Na segunda parte são caracterizados os períodos correspondentes à modernidade e pós-modernidade, clarificando as suas implicações sobretudo nos domínios sociais e económicos. O terceiro ponto do II capítulo é destinado à problematização da cultura pós-moderna: pressupostos, características e consequências. Dentro dos pressupostos é abordada a dificuldade de definir cultura e são indicados alguns dos fenómenos que contribuíram a transformação do circuito cultural na entrada da pós-modernidade. Seguidamente problematiza-se o conceito de

Cultura-Mundo (Lipovetsky & Serroy, 2010), a sua origem e a sua ascensão, e aponta-se alguns fenómenos característicos deste tipo de cultura. O último ponto é dedicado à descrição de dois fenómenos emergentes que são uma consequência da Cultura-Mundo: as indústrias culturais e o turismo cultural, englobando o último uma ligação com os museus.

O capítulo III corresponde ao enquadramento específico do trabalho e está dividido em sete partes. A primeira é dedicada a uma contextualização histórica do conceito, das práticas e da instituição museu desde a sua origem até ao presente, reforçando as transformações ao nível dos discursos e da sua função. São também mencionadas algumas formas de pré-museu, ligando o hábito de colecionar a uma necessidade humana de construir uma história a partir da permanência que os objetos conferem ao mundo. A segunda parte contextualiza o museu pós-moderno ao nível social, político e económico. É evidenciada a interferência económica no museu, fruto de sucessivos cortes orçamentais, e a consequente ascensão do papel do visitante como forma de garantir estabilidade financeira. Na sequência deste pensamento, a terceira parte aborda as transformações dos públicos culturais na passagem para a era pós-moderna e a crescente necessidade dos museus conseguirem fazer uma gestão eficiente destes públicos múltiplos num contexto cultural cada vez mais competitivo. A quarta parte é dedicada ao aparecimento e desenvolvimento de um sistema de serviços em museus. São abordados de forma sucinta alguns desses serviços e de forma mais aprofundada dois deles, as publicações e o serviço educativo, por representarem duas preocupações essenciais no seio do museu. O quinto ponto aborda as questões da coleção, da crescente necessidade de produzir exposições temporárias dentro dos museus, assim como da importância e generalização de uma programação cultural específica produzida pela própria instituição. O sexto ponto apresenta resumidamente uma abordagem sobre o papel, a tipologia e a importância da arquitetura dos museus ao longo da sua existência.

No capítulo IV são abordados os estudos de caso. Para o desenvolvimento desta investigação realizamos estudos de caso, contrastando cinco pares de instituições afins, totalizando para tal a análise de dez instituições. Cada par estudado permite uma análise comparada e, simultaneamente, facilitar uma posterior extrapolação; assim temos:

1. O par Museu Berardo / Museu da Imagem e Movimento, relativamente ao estudo sobre museus e pós-modernidade;
2. O par Museu Marítimo de Ílhavo / Museu do Trabalho Michel Giacometti, para a problemática identidade / memória e museus;
3. O par Museu Monográfico de Coimbra / Museu do Côa, para abordar o processo de globalização nos museus e algumas das suas consequências;
4. O par Casa da Música do Porto / Teatro Nacional D. Maria II, para referir os contágios discursivos entre casas de espetáculos e museus;
5. E, por fim, o par Portugal dos Pequenitos / Oceanário de Lisboa, para cruzar as práticas e discursos entre museus e parques temáticos.

O capítulo V resume as principais linhas de investigação deste trabalho, realçando algumas conclusões resultantes do mesmo. É ainda apresentado um cruzamento dessas conclusões, assim como possíveis pontos de partida para uma futura investigação.

### 1.3 Metodologia e métodos de investigação

De forma a concretizar esta investigação, recolher dados empíricos referentes à realidade das instituições culturais e responder às questões levantadas, o método adotado foi o estudo de caso. Este método permite a observação direta no seu ambiente natural e é apropriado para compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos, nos quais estão simultaneamente presentes diversos fatores (Yin, 1994). Foi, por isso, entendido como o método mais adequado.

A escolha dos objetos para estudo resultou de um levantamento do tecido museológico em território nacional continental e teve em consideração os seguintes critérios: diversidade da amostra; distribuição geográfica; relevância museológica; tipologia de instituição; e acessibilidade.

As técnicas de recolha de dados utilizadas foram: observação não participante, recolha de documentos, visita, visita guiada e entrevista focalizada. Em todos eles foi observada a estrutura museológica a partir de cinco eixos:

1. Públicos – tipologia; relação com o museu; número de visitantes; estratégias para conquista de novos públicos; estratégias de fidelização; parcerias; publicidade.
2. Serviços – observação das ofertas.
  - 2.1 Publicações – tipologia; temática; edição; frequência; sítio *web*.
  - 2.2 Serviços Educativos – início de atividade; frequência de funcionamento; dimensão; públicos; programação; tipologia de atividades; princípios educacionais; impacto no funcionamento do museu.
3. Coleção – tipologia de coleção; história da coleção; dimensão; estratégias expositivas; conteúdos.
4. Programação – tipologia de programação; diversidade de atividades; frequência; qualidade.
5. Arquitetura – história do edifício; adequação do edifício à função; articulação do edifício com o discurso do museu.

A visita foi o método de observação natural (Freixo, 2011), utilizada em todas as instituições. Procedeu-se à recolha e registo de dados referentes aos eixos acima descritos a partir de dois suportes: notas de campo, com relato e descrição das estruturas e acontecimentos observados; registo fotográfico e audiovisual. Relativamente à Casa da Música, ao TNDMII e ao Parque Arqueológico do Côa o método de observação direta utilizado foi a visita guiada.

As entrevistas realizadas foram focalizadas (Freixo, 2011), recorrendo a um roteiro de tópicos relativos ao problema, e ocorreram no espaço das instituições, antes ou depois da visita. Foram realizadas seis entrevistas: Dr. Humberto Rendeiro, responsável pelo SE do MMC; Dra. Ana David, coordenadora do MIMO; Dra. Maria Lúcia Monteiro, responsável do Portugal dos Pequenitos; Dr. Hugo Pequeno, do departamento de comunicação do MMI; Dra. Leonor Soares Nunes, do SE, e Dr. Luís Catalão, do MTMG; Dra. Marisa Nobre, do departamento de comunicação do Oceanário de Lisboa. A entrevista ocorreu sem guião, respeitando apenas a estrutura acima descrita, de forma a permitir a cada técnico escolher a sua própria abordagem aos temas. Considerámos

que esta abordagem seria menos intrusiva e permitiria uma recolha de dados mais abrangente. As entrevistas foram gravadas em formato áudio.

A consulta de documentação serviu para complementar as informações recolhidas através dos métodos descritos anteriormente. Os documentos variaram entre informação disponibilizada ao público (programação, folhetos informativos, publicações) e informação mais especializada, e mais técnica, pertencente aos diferentes departamentos das instituições (relatórios de atividades, programação detalhada de anos anteriores, planificação das estratégias expositivas).

Relativamente às citações e bibliografia foi utilizado o sistema de Harvard dentro das opções disponibilizadas na NP 405.

## CAPÍTULO II: ENQUADRAMENTO GERAL

Todos os objetos de estudo devem ser sujeitos a um enquadramento geral que possa apontar de forma clara os conceitos e pressupostos necessários à realização do estudo. Neste sentido, este capítulo pretende: enquadrar os conceitos fundamentais para a realização desta investigação; situar o seu tempo social; circunscrever a sua esfera de ação. Cada uma das ações descritas constitui uma secção deste capítulo: a primeira estabelece relações entre os conceitos linguagem, discurso e poder simbólico, que constituem a base teórica a partir do qual se trabalhará o objeto de estudo; a segunda fornece o panorama geral dos paradigmas moderno e pós-moderno, de forma acentuar as suas continuidades e as suas ruturas ao nível da organização social; a última problematiza a cultura contemporânea através dos fenómenos que permitiram a sua existência, das suas características específicas e do aparecimento de novas formulações culturais no seu seio.

### 2.1 Fundamentos Primeiros: Linguagem, discurso e poder simbólico

A linguagem é a forma primeira de mediação da experiência humana; é através desta que o homem se torna um ser social. É também pela linguagem que se torna possível a reencenação de práticas sociais através das gerações, sendo a palavra falada o meio de preservação de significados através do tempo e do espaço. Esta preservação acontece devido ao domínio humano das características estruturais da linguagem.

Faremos seguidamente uma descrição da linguagem segundo dois pontos de vista: o estrutural (Saussure), que concebe a linguagem como sistema de signos e símbolos; o discursivo (Foucault), que entende a linguagem como uma prática. Na continuação da linha de pensamento de Foucault abordaremos o conceito de poder simbólico

(Bourdieu), na sua relação com os sistemas simbólicos e na forma como este influencia as práticas de significação.

### 2.1.1 Linguagem

Saussure fixou a língua como sistema semiológico, reduzindo-a ao seu princípio essencial e definindo-a como um sistema de signos. A unidade linguística, ou o signo, é composta pela união de dois termos: “o signo linguístico une não uma coisa a uma palavra, mas um conceito a uma imagem acústica<sup>1</sup>” (Saussure, 1977, p. 80). De forma a simplificar os termos, Saussure substituiu conceito por significado (plano do conteúdo), e imagem acústica por significante (plano da expressão).

O signo obedece a dois princípios: a arbitrariedade do signo e o carácter linear do significante (Saussure, 1977). A associação entre significante e significado é arbitrária: nasce de um hábito coletivo, uma convenção. No entanto, arbitrariedade não define a liberdade de escolha do significante pelo sujeito, mas precisamente a ausência de relação natural entre este e o significado.

O segundo princípio define que o significante, sendo de natureza auditiva, desenvolve-se no tempo e tem características que toma do tempo – é uma linha. Contrariamente aos signos visuais, que podem ser visualizados em simultâneo, os significantes acústicos formam uma cadeia, apresentando os seus elementos, um após outro. Este último princípio é o que confere ao discurso a sua irreversibilidade.

O signo tem ainda duas outras características (Saussure, 1977): a sua imutabilidade e, simultaneamente, mutabilidade. O signo é imutável porque resiste a toda a substituição; a língua é uma herança das épocas precedentes. Um indivíduo, ainda que quisesse, não poderia modificar a escolha feita, assim como não o poderiam também as massas. Isto deve-se a quatro fatores inumerados por Saussure: o carácter arbitrário do signo – uma vez que não se baseia numa norma, não permite uma base sólida para discussão; o

---

<sup>1</sup> Imagem acústica “não é o som material, coisa puramente física, mas a impressão (*empreinte*) psíquica desse som, a representação que dele nos dá o testemunho dos nossos sentidos” (Saussure, 1977, p. 80); é precisamente porque ela não é material que conseguimos falar connosco próprios sem emitir sons.

número elevado de signos necessários para constituir uma língua; o carácter demasiado complexo do sistema; e a resistência da inércia coletiva a toda a renovação linguística.

No entanto, o signo é simultaneamente mutável: o signo está em condições de alterar-se porque, inscrito no tempo, ele continua-se. A língua altera-se, ou seja, desloca a relação entre significado e significante, evolui. Esta evolução é fatal e não há exemplo de língua que não o faça. Além disso, em nenhum momento a língua existe fora do social; é a sua natureza social, combinada com a ação do tempo, que lhe permite precisamente continuar-se.

Saussure (1977) sugere que existem dois tipos de relações no signo. Uma vez que os signos são apresentados em encadeamento, adquirem valor em relação aos signos que o precedem e sucedem, estabelecendo relações de contextualização (sempre *in praesentia*) – estamos no domínio das relações sintagmáticas. No entanto, quando fora do discurso, os termos agrupados na nossa memória pertencem ao domínio do paradigma (relações *in absentia*).

Estas distinções são apoiadas numa distinção anterior: a dicotomia língua (*langue*) vs fala (*parole*). Na conceção de Saussure a linguagem tem um lado individual, a fala (*parole*), e um lado social, a língua (*langue*), sendo impossível a existência de um sem o outro. A língua constitui algo adquirido e convencional, é uma parte determinada da linguagem, um sistema de sinais para exprimir ideias, que advém de um acordo coletivo da sociedade. Contrariamente a fala (*parole*) é um ato individual, sujeito a fatores externos, muitos dos quais não linguísticos.

Assim, as relações sintagmáticas são sempre do domínio da fala (*parole*) ou daquilo a que posteriormente Foucault chamará de discurso. Por oposição, as relações paradigmáticas reportam sempre à língua (*langue*) e constituem o domínio de análise da linguística.

Se a abordagem linguística analisa a forma como a linguagem produz significado (o “como” da representação), a abordagem discursiva de que falaremos a seguir preocupa-se com os efeitos ou consequências da representação, ou seja, as suas políticas. Além da forma como linguagem e representação produzem significados, a abordagem discursiva analisa como é que o conhecimento existe dentro de um discurso particular, a forma de relacionamento com o poder, a regulação das condutas, a produção de identidades e

subjetividades e a forma como as coisas são representadas, pensadas, praticadas e estudadas (Semedo, 2006).

### 2.1.2 Discurso

O discurso é uma prática social, convencionada; este é socialmente constitutivo uma vez que é por meio deste que se constituem as estruturas sociais, e simultaneamente socialmente construído – os discursos variam segundo os domínios sociais em que são criados.

O discurso é uma prática que relaciona a língua com “outras práticas” no campo social: a isto Foucault chama “prática discursiva”, ou seja “um conjunto de regras anónimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, numa dada época, e para uma determinada área social, económica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa” (Foucault, 2005, p. 147). Assim, por prática discursiva entende-se os processos de produção, distribuição e consumo de discursos.

Para estabelecer um método para análise do discurso Foucault define a noção de formação discursiva, que agrupa um conjunto de acontecimentos enunciativos. Por sua vez, a análise discursiva, ou enunciativa, visa descrever condições de existência das coisas ditas: “segundo que modo é que elas existem, o que é isso de se terem manifestado, de terem deixado marcas e, talvez, de terem ficado ali (...), o que é que é isso de terem sido elas a aparecer – e não outras no seu lugar?” (Foucault, 2005, p.143). O que é dito tem uma base que se mantém inalterável independentemente dos seus sentidos, dos seus modos de enunciação e das suas ações; as possibilidades de dizer supõem já a existência de coisas ditas: um dado enunciado.

“Um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente” (Foucault, 1997, p.32). Os acontecimentos enunciativos não devem ser analisados em si mesmos, mas ser compreendidos na sua articulação com acontecimentos de natureza não-discursiva (técnicos, económicos, práticos, políticos).

Da mesma forma, a prática discursiva não poderá ser entendida separadamente das práticas não discursivas; no entanto, a relação do discurso com o que não é discurso é algo que se apresenta no discurso, que se dá discursivamente.

O discurso é produzido dentro de mecanismos de restrição: “suponho que em toda a sociedade a produção do discurso é simultaneamente controlada, selecionada, organizada e redistribuída por um certo número de processos que têm por papel exorcizar-lhes os poderes e os perigos, refrear-lhe a pesada, temível, materialidade” (Foucault, 1997, p.9-10). Assim, a instância do discurso é o resultado dos diversos sistemas de controlo nas práticas restritivas da palavra, que compõem os sistemas de controlo do discurso. Estes sistemas dividem-se em (Foucault, 1997):

1. Procedimentos exteriores: a palavra interdita, distinção da loucura, a vontade de saber – procedimentos de exclusão do discurso.
2. Procedimentos interiores: comentário, autor e disciplinas – procedimentos de limitação do discurso.
3. Condições de funcionamento: rituais da palavra, sociedades de discurso e doutrinas – procedimentos de exclusão dos sujeitos falantes.

Estes sistemas de controlo mostram que aquilo que é dito depende sobretudo das condições de possibilidade específicas e não de uma infinidade de significações. Compreender o uso da linguagem como prática social implica entendê-lo como um modo de ação historicamente situado, construído socialmente, mas também constitutivo de identidades e relações sociais, assim como de sistemas de conhecimento e crenças.

Halliday (Ramalho, 2006) divide o discurso segundo, uma abordagem constitutiva, em três macro-funções da linguagem: ideacional, interpessoal e textual. O discurso, ao cumprir para a construção de sistemas de conhecimento e crenças (ideologias) por meio da representação do mundo tal como ele é para o locutor desempenha a sua função ideacional. No entanto, o discurso contribui também para a criação ativa de identidades coletivas e auto-identidades, assim como para a constituição de relações sociais.

A conceção de discurso de Foucault não pode ser dissociada do seu conceito de poder, uma vez que é este último que impõe as interdições que atingem o próprio discurso de que falamos anteriormente. O discurso não traduz apenas as lutas ou sistemas de dominação, mas aquilo pelo que se luta, o poder do qual queremos

apoderar-nos (ordem do discurso). Esta concepção de poder permite analisar as relações de poder, as estratégias para exercer o poder ou resistir-lhe, as formas de disciplinar. No entanto, toda esta análise é executada a um nível micro, que deve por isso ser delimitada por um campo de poder, conceito que Foucault vai buscar a Bourdieu. Neste campo, que representa um espaço simbólico no qual as lutas dos agentes determinam, validam e legitimam representações, as relações de poder ocorrem e são passíveis de ser percebidas pelos agentes que interagem com as estruturas do campo e organizam os seus recursos de forma a agirem sobre a ação dos outros – a este campo Bourdieu denomina poder simbólico.

### 2.1.3 Poder Simbólico

Bourdieu (1989) define poder simbólico a partir de três formas de entender os sistemas simbólicos: a) como estruturas estruturantes; b) como estruturas estruturadas; c) como instrumentos de dominação.

A primeira concepção é tributária do pensamento kantiano<sup>2</sup> e entende os diversos universos simbólicos (língua, arte, religião ciência, mito) como instrumentos de conhecimento e de construção do mundo objetivo. Estamos no domínio das formas simbólicas que são também formas sociais, arbitrárias e socialmente determinadas. A objetividade define-se pela concordância dos sujeitos (consenso).

A segunda concepção, tributária do pensamento de Hegel e Saussure<sup>3</sup>, defende que os sistemas simbólicos, como definidos na primeira concepção, só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados. Neste pensamento, entramos no domínio dos objetos simbólicos e os sistemas simbólicos adquirem uma função social e política que não se reduz à função de comunicação. Os símbolos são por excelência instrumentos e integração social, que contribui em grande escala para a ordem social. Em ambas as concepções a) e b) o poder simbólico é “um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnosiológica: o sentido imediato do mundo (...) supõe uma

---

<sup>2</sup> Durkheim, Panofsky, Cassier

<sup>3</sup> Raddcliffe-Brown, Lévi-Strauss

conceção homogénea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências” (Bourdieu, 1989, p. 9).

A terceira conceção, de tradição marxista<sup>4</sup>, e contrariamente às anteriores, privilegia as funções políticas dos sistemas simbólicos, em detrimento da função gnosiológica. Estamos no domínio das ideologias. As ideologias servem interesses particulares que se apresentam como interesses comuns ao conjunto do grupo. O efeito ideológico é produzido pela cultura dominante que dissimula a divisão na função de comunicação: une, sendo um intermediário de comunicação; separa, através de instrumentos de distinção; e legitima as distinções impelindo as subculturas a definirem-se através das diferenças face à própria cultura dominante. As relações de comunicação enquanto relações de poder dependem sempre do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes ou instituições envolvidos nessas relações. “É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento, que os ‘sistemas simbólicos’ cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou legitimação de uma classe sobre outra (violência simbólica)” (Bourdieu, 1989, p. 11). O campo da produção simbólica é assim um microcosmos da luta simbólica entre classes.

Assim, segundo Bourdieu, os sistemas ideológicos reproduzem sob forma irreconhecível a estrutura do campo das classes sociais. A função ideológica do campo de produção ideológica realiza-se na base da homologia entre este e o campo da luta de classes de forma quase automática; é na correspondência de estrutura a estrutura que se realiza a função ideológica do discurso dominante. O efeito ideológico consiste na imposição de sistemas de classificação políticos sob a aparência de taxinomias. A força dos sistemas simbólicos reside nessa aparência, ou seja, no facto das relações de força que neles se exprimem só se manifestarem em si de forma irreconhecível. O poder simbólico como poder de construir o dado pela enunciação só se exerce se for ignorado como arbitrário; este “define-se numa relação determinada – e por meio desta – entre os que exercem o poder e os que lhe são sujeitos, isto é, na própria estrutura do campo em que se produz e se reproduz a crença (Bourdieu, 1989, p. 15)”.

---

<sup>4</sup> Marx, Weber

## 2.2 Modernidade e Pós-Modernidade

Todas as estruturas sociais estão sujeitas à formulação que delas é feita pela sua época, ou seja, pelas condições e organização sociais, económicas e políticas nas quais se inserem. Neste sentido procuraremos contextualizar a pós-modernidade pela caracterização breve das condições que a definem. Uma vez que este conceito não reúne consenso científico quanto ao seu posicionamento face à época antecedente, recorreremos a uma caracterização sucinta da modernidade, de forma a evidenciar as rupturas e as continuidades com a contemporaneidade.

### 2.2.1 Modernidade

A modernidade refere-se a uma mudança de costumes de vida e organização social que se iniciou na Europa a partir do século XVII e que alcançou um impacto mundial no século XX (Giddens, 2002). A sua manifestação política está ligada à promoção de estabilidade através do entendimento e congregação entre nações. É também na modernidade que são forjados os conceitos de público e privado. Ao nível económico, a modernidade é definida por novas formas e sistemas de produção. Estes são sustentados por princípios de eficácia e a crença absoluta na ciência e no progresso por oposição aos antigos referenciais metafísicos e transcendentais. Há ainda um crescente interesse pelo novo, que determina a valorização da novidade das ideias, o comércio de novos produtos, e o conceito de moda.

No entanto, no que se revela fundamental para a caracterização da modernidade não há consenso: Marx considerava o capitalismo como fator determinante, estabelecendo a modernidade dentro de um percurso histórico baseado no processo social e económico; Comte apresentava a ciência como o fator marcante da modernidade, com a sua conceção universalista. Utilizaremos então a perspectiva de Giddens para caracterizar formalmente a modernidade.

A modernidade apresenta, segundo Giddens (2002), três eixos institucionais: a industrialização, o capitalismo e as instituições de vigilância. A industrialização operou a sua mudança a partir da introdução do uso generalizado da força material e do maquinismo nos processos de produção que conduziu a processos mais baratos e eficientes. O novo sistema de produção, que não só envolve produtos e mercados competitivos mas também a mercantilização da força de trabalho, é denominado por capitalismo e permite a acumulação de capital numa sociedade classista e regulada pelas leis do mercado. No entanto é na vigilância que reside a base do crescimento da força organizacional, associado à nova vida social moderna. A vigilância refere-se ao controlo e supervisão das populações e pode ser operada de duas formas distintas: a partir de uma forma de supervisão “visível” (como nas teorias de Foucault); a partir do uso da informação para coordenar atividades sociais. Dentro da vigilância pode ser ainda considerado o poder militar, ligado aos meios de controlo da violência.

A modernidade produz formas sociais particulares, das quais o estado-nação é a mais importante. Este é um sistema sociopolítico que contrasta de forma fundamental com a maior parte dos tipos de ordem tradicional, assumindo formas muito específicas de territorialidade e capacidade de vigilância, monopolizando o controlo efetivo sobre os meios de violência. O estado-nação é um exemplo de uma característica geral da modernidade: a ascensão da organização. Este é o traço distintivo das organizações modernas que permite e implica um monitoramento. “Dizer modernidade é dizer não só organizações mas organização – o controle regular das relações sociais dentro de distâncias espaciais e temporais indeterminadas” (Giddens, 2002, p. 24).

As instituições modernas apresentam descontinuidades com as culturas e modos de vida anteriores. Uma das diferenças é o extremo dinamismo da era moderna, que se reflete num ritmo de mudança social muito elevado, mas também na amplitude e profundidade com que essa mudança que afeta as práticas sociais e os comportamentos. Existem três conjuntos fundamentais de elementos que explicam este dinamismo moderno: 1. Separação do tempo-espço – são criadas condições para a articulação de relações sociais ao longo de amplos intervalos de espaço-tempo, incluindo sistemas globais; 2. Desencaixe das instituições sociais – consiste em fichas simbólicas, ou seja, meios de troca com valor padrão, e sistemas especializados, como áreas tecnológicas, e que juntos são denominados sistemas abstratos, que separam a interação das particularidades do lugar; 3. Reflexividade das instituições sociais – o uso de

conhecimento como elemento construtivo das instituições modernas, da sua organização e transformação.

### 2.2.2 Pós-modernidade

O início da pós-modernidade é geralmente situado com a queda das grandes ideologias que marcaram o século XX. Este período é caracterizado por mudanças nos conceitos de história e técnica, pelas tecnologias de comunicação digitais e pela influência da esfera económica em todas as esferas da vida social.

Se a modernidade reúne algum consenso à volta do seu conceito, a nossa época tem sido apelidada de diferentes formas: alta modernidade (Giddens), pós-modernismo (Lyotard), hipermodernidade (Lypovetsky), capitalismo tardio (Jameson), modernidade líquida (Bauman) são alguns exemplos. Há também falta de concordância entre se a modernidade se apresenta como extensão do modernismo ou se se constitui por oposição aos seus pressupostos essenciais. Explicitaremos aqui dois dos conceitos: alta modernidade, e hipermodernidade, ambos tributários de uma linha de pensamento que entende a pós-modernidade como uma continuação da modernidade.

A alta modernidade de Giddens (2002), como o próprio nome indica, constitui um período dentro da modernidade que partilha a mesma estrutura social. É caracterizada pelo ceticismo generalizado e pelo reconhecimento de ciência enquanto simultaneamente criadora de soluções benéficas para a humanidade e introdutora de novos riscos e perigos. A alta modernidade é uma época apocalíptica quanto ao risco que encerra: risco de guerra maciçamente destrutiva, consciência do risco das catástrofes ecológicas, risco de colapsos dos mecanismos económicos globais, surgimento de superestados totalitários.

O conceito de hiper-realidade foi desenvolvido por vários teóricos, entre os quais Baudrillard e Eco e é caracterizada pelo consumo desenfreado e a mediação tecnológica, que criam uma realidade “mais real que o real”. Esta realidade é resultado de transformações entre sujeito/signos/meio que operam na própria conceção de

realidade e pode ser caracterizada pela indistinção entre real e não-real ou por uma realidade otimizada.

Lipovetsky, baseado no conceito de hiper de Baudrillard desenvolve o conceito de hipermodernidade. Dando continuidade à modernidade, a hipermodernidade opera uma exacerbação dos pressupostos da modernidade (progresso científico, individualismo, capitalismo) e é caracterizada por uma cultura do excesso: excesso do consumo, da imagem, da comunicação; todos os valores são elevados à potência do mais. Trata-se de uma sociedade em constante movimento, com mudanças constantes, em que a velocidade e o efêmero reinam. Há uma sobrevalorização do presente, e simultaneamente uma descoberta e nostalgia do passado, que se traduz na procura da memória e das tradições. Além do peso absoluto da economia em todos os sectores da vida social, também a cultura ganha muita projeção englobando cada vez mais conteúdos.

## 2.3 Cultura

A cultura, independentemente da sua conceção, desempenha um papel fundamental na sociedade. Uma das características da Humanidade é precisamente ter a capacidade de produzir cultura: a partir da linguagem, a partir dos hábitos e costumes que transmite entre gerações, a partir da produção de bens culturais. As mudanças sociais têm um impacto direto na cultura e na sua produção, tal como as mudanças culturais se refletem na sociedade, independentemente da época a que nos referimos.

No entanto, na viragem do modernismo para o pós-modernismo a cultura sofre grandes e aceleradas alterações, não apenas no seu conceito mas também nos domínios que abrange. Assim, não procurando encontrar uma definição para o conceito nem fazer um levantamento das existentes, procederemos neste capítulo à caracterização da cultura pós-moderna a partir dos fenómenos que lhe são inerentes: os que potenciaram a sua existência; os que a definem; os que surgem como consequência da sua existência.

### 2.3.1 Transformações do circuito cultural

A cultura tem hoje muito e muito pouco em comum com o seu conceito original. De facto, é difícil encontrar um conceito de cultura que seja exato na medida do que inclui e do que exclui: “Se durante algum tempo a cultura foi uma noção demasiado seleta, hoje possui a inconsistência de um termo que deixa muito pouco de fora. Mas ao mesmo tempo especializou-se em excesso, refletindo obedientemente a fragmentação da vida moderna, em vez de, tal como sucedia com o conceito clássico de cultura, procurar reintegrá-la” (Eagleton, 2003) p.56). A cultura pós-moderna acompanha alguns fenómenos do pós-modernismo e herda outros do período antecedente. Tentaremos de forma breve explicitar os fenómenos mais significativos na definição desta nova forma de cultura.

O primeiro fenómeno está relacionado com o atual sistema de produção: o capitalismo avançado. Este integra em si a globalização dos mercados de trabalho, o aumento de corporações multinacionais, o consumo de massa e a intensificação dos fluxos do capital. Existe uma grande capacidade produtiva, não apenas de bens mas de serviços, entrando a produção no sistema terciário. Por outro lado, o circuito económico entra em todas as esferas sociais, inclusivamente na cultura. A produção cultural passou a fazer parte da produção de bens em geral, o que dificulta a distinção do domínio da necessidade por oposição ao da liberdade. Mas uma vez que a cultura tem sido habitualmente utilizada como instrumento de legitimação de poder, ou seja, utilizada como ideologia, esta dificuldade sempre existiu.

A cultura pós-moderna é um circuito especialmente politizado, sobretudo se comparada com todas as outras formas de cultura. Politizar a cultura é correr o risco de privá-la da sua própria identidade e, por isso destruí-la, destruindo assim um dos valores de justificação do próprio poder. Uma vez que nenhum poder político pode viver através da coerção pura, é através da própria subjetividade humana que o poder procura deixar a sua marca. Em resposta a este fenómeno assistimos cada vez mais a guerras culturais. Como afirma Eagleton (2003, p.60), “o pós-modernismo opta pela cultura enquanto conflito real, em vez de reconciliação imaginária”.

Mas o poder elege apenas um tipo de cultura, contribuindo para a existência de uma cultura dominante a partir da qual todas as outras se formam pela diferença ou oposição.

Estas, entre si, têm apenas em comum o antagonismo relativamente umas às outras. A cultura dominante é uma forma de garantir a coesão social, porque engloba todas as outras enquanto subculturas, cingindo-os ao seu domínio. Se, por um lado, as subculturas lutam contra as alienações da modernidade, por outro também as reproduzem na sua própria fragmentação.

Como consequência destes fenómenos, a partir da década de 60 gerou-se uma cultura fundamentalmente diferente na relação com a política, nomeadamente com o Estado, e na relação consigo mesma.

O Estado-nação é a forma política por excelência da modernidade e pós-modernidade. A relação entre “Estado” e “Nação” significa uma ligação entre cultura e política, entre o étnico e o construído. A política é o que une e a cultura o que diferencia. “As culturas estão hoje a transformar-se na base do Estado-nação” (Eagleton, 2003, p. 82). No entanto, este Estado-nação não exalta a ideia de cultura; é através do princípio unificador do Estado que a cultura nacional ou étnica ganha identidade própria, não pelos seus próprios meios. Porém, equilíbrio entre cultura e política é difícil de manter; se as formas cívicas do estado precisam de considerar as energias étnicas, também precisam de mantê-las sob controlo. A importância da cultura ganha outro relevo numa altura em que o próprio Estado-Nação está cada vez mais enfraquecido, não só pelos movimentos globalizantes, mas também pelo multiculturalismo, fruto em parte da própria ação dos Estados enquanto colonizadores. À luz das teorias pós-colonialistas, assistimos ao nascer de uma dualidade entre ex-Estados colonizadores e ex-Estados colonizados: a diferença entre um Norte pós-histórico e um Sul pós-colonial. A cultura pode, assim, vir a excluir a política à qual estava ligada.

Paralelamente, a cultura muda a sua relação consigo própria, nomeadamente no desgaste da oposição entre alta cultura e cultura de massas (aquilo que Eagleton denomina por Cultura e cultura, respetivamente).

### 2.3.2 Cultura-Mundo

A Cultura-Mundo formou-se na Grécia Antiga e encontrou expressão na Europa do Iluminismo – identifica-se com um ideal ético e liberal, com um universal humanista que recusa ver os outros povos como figuras inferiores e considera que o amor é superior ao amor à cidade – todos somos cidadãos do mundo. Atualmente identifica-se com um mundo sem fronteiras, o mundo dos capitais e das multinacionais, do ciberespaço e do consumismo – a cultura impõe-se como mundo económico de pleno direito: é o fim da heterogeneidade tradicional do circuito cultural e o início da universalização da cultura mercantil, que se apodera de todas as esferas da vida social, dos modos de existência e da quase totalidade das atividades humanas. “A cultura globalitária não é apenas um facto, mas, ao mesmo tempo, uma interrogação profunda e inquieta sobre si mesma. É o mundo que se transforma em cultura e a cultura que se transforma em cultura-mundo” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 14).

A cultura-mundo gera e é gerada por uma série de fenómenos: expansão do universo de comunicação, informação e mediatização; consumo superabundante de imagens; culturização da mercadoria – o cultural difrata-se no mundo material, dedicando-se a criar bens com sentido, identidade, estilo, modo e criatividade, por intermédio das marcas, da sua comercialização e da sua comunicação; cultura alargada do capitalismo que estrutura uma nova relação do homem consigo mesmo – o próprio capitalismo constrói uma cultura, ou seja, um sistema de valores, objetivos e mitos.

Na perspetiva de Lipovetsky e Serroy (2010), as relações entre a cultura e o social podem ser divididas em três fases:

1. O momento religioso-tradicional da cultura – não há uma esfera cultural autónoma e a força integradora da cultura é tão forte que não existe um centro interno de questionamento das suas narrativas e dos seus princípios.
2. O momento revolucionário da cultura – surge com as democracias modernas e as grandes utopias portadoras de valores como a igualdade, liberdade e laicidade. Há uma secularização da cultura política, jurídica, ética, quotidiana, literária e artística.
3. Hiper cultura ou cultura pós-revolucionária – as grandes utopias, a par com os grandes antagonismos, desapareceram, tendo perdido o essencial da sua credibilidade. A sobrevalorização do futuro deu lugar ao sobreinvestimento no

presente e no curto prazo. Há uma reabilitação do passado, o culto do autêntico e mobilizam-se novamente memórias religiosas e identitárias. Surgem também novas formas de vida transacional e novas percepções do mundo potenciadas pelo desenvolvimento dos meios de comunicação. A ideologia cede o seu espaço à economia, que se impõe como instância principal de produção cultural.

Esta nova hipercultura reconfigura o mundo para além dos seus territórios e das categorias clássicas. Estamos na época da cultura tecnocientífica, a cultura de mercado, a cultura do indivíduo, a cultura mediática, a cultura das redes e a cultura ecológica, sendo todos estas estruturas-elementares da cultura-mundo.

### 2.3.2.1 Redefinição do lugar da cultura

A época hipermoderna transformou o lugar, o ‘peso’ e a significação da cultura, atribuindo-lhe uma importância e centralidade inéditas na vida económica e tornando-a, como já foi referido, num domínio cada vez mais politizado. Contrariamente ao que acontecia na modernidade, em que a cultura era um fenómeno secundário em relação à luta de classes e às relações de produção, a cultura impõe-se hoje como um desafio importante da vida económica, em que as procuras culturais fragmentam o social e o consumo ameaça os valores do espírito e a própria escola.

Existem três séries de fenómenos que estão na base do aumento de importância da cultura. O primeiro é a dimensão económica da cultura: “a cultura é uma indústria, um complexo mediático-mercantil que funciona como um dos principais motores do crescimento dos países desenvolvidos” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 32). Toda a cultura é pensada em termos de mercado, de volume de negócios, de rentabilidade, o que dilui a separação cultura/comércio e cria uma lógica de anexação da cultura pela ordem mercantil, instituindo uma economia cultural transnacional. Em segundo lugar está o esbatimento das fronteiras simbólicas que hierarquizavam a alta a baixa cultura, a arte e o comercial, o espírito e o divertimento. Conjuntamente com a indústria mercantilizada e o relativismo cultural, a hipermodernidade é a época do “tudo é cultura” subjacente à igualização democrática dos conteúdos. Em terceiro lugar, está a

crecente politização da cultura, que a inscreve também numa esfera conflitual por vezes trágica. Disso são prova a violência etnoreligiosa e etnonacionalista, que, a par com o regresso dos fundamentalismos, abalam a organização dos Estados seculares.

Na primeira modernidade as culturas identitárias e comunitárias eram elementos secundários relegados para a esfera privada por serem considerados tradicionais e particularistas. Os conflitos cruciais eram sobre as grandes visões do mundo, de vocação universal e que pretendiam construir o futuro da civilização. “Havia uma forte politização da ordem económica e das lutas sociais, mas pouca politização da cultura. A este respeito deu-se uma verdadeira inversão” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 34). Hoje há uma nova relação entre cultura e política, onde a cultura é um elemento ainda mais explosivo por estar instrumentalizada e investida pelas reivindicações territoriais, pelos objetivos geopolíticos, pelos conflitos de interesses económicos, pelas relações de poder e ambições políticas.

### 2.3.2.2 Desterritorialização e Desorientação

O que caracteriza fundamentalmente este universo é a hipertrofia da oferta mercantil, a superabundância de informação e de imagens e um consumo bulímico das pessoas e das informações através da intensificação da circulação de bens. “Se a cultura global, através do mercado e das redes, difunde em todo o lado normas e imagens comuns, ele funciona, ao mesmo tempo, como uma poderosa alavanca de superação dos limites culturais dos territórios, de desterritorialização generalizada e de individualização dos seres humanos e dos modos de vida.” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 21)

Esta hiperindividualização é sobretudo uma articulação com o grande mundo (e não um fechamento ao mundo) através da mudança da relação com o tempo e a distância: a cultura-mundo é a cultura da compressão do tempo e da diminuição do espaço, da simultaneidade e do imediatismo, que permite o surgimento de um sentimento de pertença a um mundo global. Além disso, o mundo é feio de interdependências cada vez

maiores, a todos os níveis da vida social. “Uniformização globalitária e fragmentação cultural caminham a par” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 23).

Mas ao mesmo tempo que aumentam as interdependências, aumentam também as inseguranças e a falta de enraizamento. Todas as sociedades tiveram inevitavelmente medos e angústias, mas também alternativas, promessas de um futuro radicalmente diferente que garantia que o mundo caminhava numa direção melhor. Hoje isso não acontece, estando a sociedade estranhamente perdida numa errância generalizada: “O mundo hipermoderno está desorientado, inseguro e destabilizado, não ocasionalmente, mas quotidianamente, de maneira estrutural e crónica” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 24). Os pontos de referência coletivos foram desaparecendo e não somos capazes de imaginar um futuro para a sociedade que assente em princípios substancialmente diferentes dos que existem na organização do presente. Nunca dispusemos de tanta informação, mas nunca a compreensão do mundo pareceu tão frágil e confusa – não há escassez de informação, há antes um sentimento de desorientação perante a sua própria superabundância.

Tudo isto está diretamente ligado ao desmoronamento dos grandes sistemas ideológicos e progressistas no final da Guerra Fria; são estes os acontecimentos que coincidem com o nascimento da cultura-mundo da hipermodernidade. Às grandes certezas dogmáticas das grandes ideologias da História sucedeu-se o nevoeiro, ao equilíbrio do terror sucedeu-se uma ordem mundial caótica. “Depois da época moderna do empenhamento político, eis a época hipermoderna da *Grande Desorientação*” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 28), que afeta todas as esferas da vida social. Assistimos ao crescimento do caos intelectual, da insegurança psicológica, do consumismo desenfreado e ao crescimento exponencial do universo do entretenimento. Estes fatores vão distorcendo os mais elevados valores morais, provocando um mal-estar generalizado: “O mal-estar cultural e ético aumenta, hipertrofiado e acompanhando um mundo hiper em que o ser humano, à medida que vai possuindo mais, e até demais, acaba por se interrogar se o que possui é o melhor. (...) A desordem já não nasce do que falta, mas do hiper. É este que é preciso questionar” (Lipovetsky & Serroy, 2010, pp. 29-31).

### 2.3.3 Novas formulações culturais

As alterações introduzidas por esta nova forma cultural afetam não só o conceito de cultura como as suas formulações. Como consequência da cultura-mundo assistimos ao nascimento de um novo circuito cultural, onde alta e baixa cultura se diluem e cultura e mercado se fundem: as indústrias culturais. Este fenómeno está intimamente ligado a outro com início na modernidade, mas cujo papel se tem revelado fundamental na cultura pós-moderna: a imagem virtual.

No entanto, o pós-modernismo é tão caracterizado por fenómenos inéditos como pela expansão de fenómenos modernos para novas esferas e seus circuitos. Neste sentido o turismo cultural enquanto prática centenária ascende a uma nova escala: potenciado pela globalização e pelo desenvolvimento da indústria do turismo, é hoje acessível a uma maioria o que era antes reservado apenas a uma elite muito restrita. Apesar da ligação entre turismo e cultura ser muito anterior à era pós-moderna, atualmente esta é caracterizada por uma instrumentalização da cultura por parte do turismo. Este fenómeno afeta também as instituições museu, formando no seu seio novas significações entre museu, cultura e património.

#### 2.3.3.1 Indústrias Culturais

A cultura mundo ou a hipercultura “é definida, em primeiro lugar, pelo fim da separação entre a cultura e a economia; em segundo lugar, pela excrecência do mundo cultural; e, finalmente, pela absorção desta pelo domínio mercantil” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 85). A cultura que caracteriza a época hipermoderna não já não é o conjunto das normas sociais e do passado (aceção antropológica) nem a cultura das artes e das letras (a alta cultura). Trata-se agora de um sector económico em expansão, também denominado por capitalismo cultural; é o sistema económico-cultural do hipercapitalismo globalizado.

Este novo capitalismo é aquele em que os bens comerciáveis constituem um novo género de cultura: uma cultura de consumo generalizado mas que tenta integrar os princípios criativos e estéticos da alta cultura. A cultura torna-se mundo de marcas e de consumo e o mundo mercantil torna-se mais ou menos cultural.

A modernidade cultural é geralmente caracterizada como a época das vanguardas e da arte moderna. No entanto, foi no seu seio que nasceu outro tipo de expressão, a que a escola de Frankfurt veio chamar “indústrias culturais”, compostas por obras reproduzíveis destinadas ao grande público. Assim, “a modernidade cultural é bicéfala: por um lado, é uma cultura de criação revolucionária que despreza o mercado; por outro, em exata oposição, é uma cultura industrial que apenas vende lugares-comuns, produtos uniformes, ‘produtos de pacotilha’” (Lipovetsky & Serroy, 2010, pp. 87-88). Ainda que considerada medíocre, inautêntica e padronizada<sup>5</sup>, esta não é menos revolucionária e é certamente inédita: trata-se de uma cultura produzida por e para toda a gente, sem fronteiras nacionais e de classe.

Com estas indústrias culturais é introduzida uma nova gramática caracterizada pela facilidade de acesso e os bens por si produzidos acompanham uma retórica de simplicidade, destinada a exigir o menor esforço por parte do público. A cultura de massas pretende oferecer novidades que permitam distrair o maior número de pessoas: divertir, dar prazer, permitir evasões fáceis e acessíveis. As indústrias culturais não criaram senão uma cultura transformada em artigos de consumos de massas.

De forma a manter um acelerado ritmo de consumo, estas indústrias regem-se por uma lógica de novidade, com diversificação e renovação permanentes, ainda que mantendo geralmente fórmulas-padrão. Trata-se de criar produtos não duradouros e prontos a consumir, adotando estratégias de sedução fácil e procura de sucesso imediato. Tanto ao nível estético como económico, o temporário torna-se a lei, subjugado à velocidade e inovação permanentes da cultura de massas.

Esta indústria espetacular estabelece uma ordem para todos os parâmetros em que atua – ela autorregula-se: estabelece a diversão, assegura a satisfação dos consumidores através de receitas de sucesso e completa a lógica do capital, apresentando-se como complemento do trabalho quando é, na verdade, uma forma de garantir que essa lógica não é quebrada.

---

<sup>5</sup> Theodor Adorno e Max Horkheimer

A indústria cultural assenta na repetição de receitas de sucesso (no cinema, na música, na televisão, nos jogos) uma vez que a sua inovação é apenas o aperfeiçoamento da produção de massa. Como indústria espetacular, ela é estrondosa na sua forma e vazia no conteúdo, que cumpre o objetivo de manter o consumidor adormecido. É aniquilando a fantasia e o pensamento pela velocidade da ação que ela adentra o espectador; é partindo da realidade que a técnica permite reproduzir que diluir a realidade nas produções culturais e vice-versa. O espetáculo é ele próprio o seu conteúdo e só varia na aparência (Adorno & Horkheimer, 1985).

A própria diversão, encarada como uma fuga ao quotidiano, é na verdade uma forma de reconduzir o sujeito à lógica do capital. Ela é procurada por quem quer escapar ao trabalho mecanizado, mas serve apenas para restabelecer as forças que permitem voltar a enfrentá-lo: a diversão é o prolongamento do trabalho sobre um capitalismo avançado (Adorno & Horkheimer, 1985). E o produto é feito segundo isto: o espectador não deve ter necessidade de pensamento crítico. Ao contrário do suposto, a diversão não implica uma fuga da realidade, mas uma fuga da ideia de resistência, uma anulação do que no real convoca ainda alguma resistência.

No entanto, se cultura é o que perdura e resiste à prova do tempo ao criar obras eternas, a cultura de massas não é cultura, sendo apenas uma peça do universo mercantil que generaliza o transitório e o efémero. A cultura de massas é assim, segundo Hannah Arendt (1972) uma anticultura.

O circuito cultural abrange hoje quase qualquer coisa. Assistimos a uma indiferenciação dos conteúdos e à diluição das diferenças entre cultura nobre e cultura de massas. Na verdade, assistimos a um reforço de autoridade da cultura científica, mas também a uma diminuição da autoridade simbólica da alta cultura. Trata-se de um estado que Steiner designa por pós-cultura.

Paralelamente há um desencanto generalizado face à vida intelectual que se apresenta cada vez mais institucionalizada e burocratizada. A profissionalização da vida intelectual tornou-a cada vez mais restrita e cingiu-a a circuitos onde a carreira importa frequentemente mais do que a questão das ideias. Os intelectuais defendem os mesmos valores que reinam já na sociedade civil e política. A própria universidade valoriza a quantidade em detrimento da qualidade. Por outro lado, a aceitação dos profissionais não se dá apenas entre pares mas faz parte da discussão nos media, que se tornam

crescentemente portadores de legitimidade cultural e consagração dos autores. Como afirma Lipovetsky “é bem verdade que o poder secular dos intelectuais foi substituído pelos media” (Lipovetsky & Serroy, 2010, p. 129).

Atravessamos um momento de dessacralização do mundo das ideias e de desaparecimento do poder intelectual. A falência das grandes ideologias políticas, o enfraquecimento da alta cultura e da filosofia, a desorientação contemporânea e o crescente individualismo substituíram a vida intelectual pelos manuais de autoajuda (Lipovetsky & Serroy, 2010). Já não se procura a verdade, mas a apenas a verdade pessoal.

### 2.3.3.2 Turismo Cultural

O turismo cultural tem-se convertido numa etiqueta de distinção social do produto turístico e da prática turística; o turismo instrumentaliza a cultura como um recurso que posteriormente converte num produto mercantil. Néstor García Canclini define turismo cultural como “conjunto de processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico predomina sobre os valores de uso e de troca, ou onde, pelo menos, estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica” (Pérez, 2009 ,p.119, cit. Canclini). Entendendo a cultura de um modo abrangente, podemos segmentar o turismo cultural pelo seu tipo de oferta: turismo patrimonial; turismo das artes; turismo criativo; turismo urbano; turismo rural; turismo indígena; e turismo popular. Trataremos aqui sobretudo do turismo patrimonial e do turismo das artes.

No entanto, segundo Ory (Pérez, 2009), o turismo cultural não é um fenómeno novo e está presente desde o início da civilização ocidental. Podemos identificar três fases distintas deste fenómeno:

1. Antiguidade e Idade Média – peregrinações a santuários famosos.
2. Séculos XVIII-XIX – grandes viagens efetuadas pelos intelectuais e artistas
3. Atualidade – o turismo cultural converteu-se num segmento do turismo de massas.

Mas o turismo cultural é também um modo específico e diferenciador de consumo de cultura. Bourdieu afirma que as classes sociais lutam por se distinguir através da educação, ocupação, estatuto social e estilo de vida; o consumo é em si uma forma de diferenciação social e distinção simbólica entre grupos. Assim, o turismo cultural e os seus bens de consumo são convertidos em signos de diferenciação social.

O turismo cultural deve estar ao serviço da valorização das várias manifestações culturais; pode ser uma estratégia de promoção local ou nacional, promover o intercâmbio cultural e auxiliar a gestão sustentável do património cultural. No entanto, estas podem surgir em função dos interesses mercantis, comprometendo a sua qualidade. O turismo cultural legitima a ganância política de expandir quase descontroladamente as ofertas culturais, transformando-se numa ideologia que se afirma como a salvação de zonas em declínio. Além disso, o turismo cultural, abrangendo todos os sectores da cultura, ajuda a diluir os limites entre cultura popular, cultura de massas e alta cultura, convertendo-os em produtos. Segundo Pérez (2009), talvez apenas uma polarização se mantenha: de um lado as instituições-locais e, de outro, as instituições-globais.

#### 2.3.3.2.1 Turismo Cultural e Museus

O turismo cultural e os museus são hoje indissociáveis. Para alcançarem rentabilidade económica, política e social, os museus têm-se promovido como atrações turísticas, recorrendo sobretudo ao marketing. Esta fusão entre o turismo e os museus tem várias motivações (Schubert, 2009):

1. Os cortes de financiamento público no museu, que o levam a necessitar do público para sobreviver: o museu passou da valorização à rentabilização.
2. O interesse do turismo em oferecer atividades e produtos culturais que atraiam turistas – é uma questão de tirania estatística: se há público, sobrevive-se.
3. A introdução no seio dos museus de profissionais procedentes das áreas de marketing e gestão económica.

4. As políticas de privatização que cortam nas despesas e serviços públicos e os entregam a gestões privadas – os museus entram nas leis do mercado.

Os museus transformam-se em santuários de turistas ou correm o risco de desaparecer, sem financiamento e sem público<sup>6</sup>. Para seduzir um público em constante crescimento, os museus rivalizam entre si sobretudo a partir do exterior: da arquitetura inovadora, com estruturas monumentais e futuristas, das imagens-choque, da afirmação enquanto destino turístico de massas. O universo do museu entrou na lógica do espetáculo e da moda (Lipovetsky).

Assistimos a uma mudança na forma como a identidade do museu é passada ao público, com um esforço acrescido para a tornar compreensível a diferentes culturas, grupos sociais e faixas etárias, muito presente na renovação das técnicas de exposição (composições cenográficas, utilização de meios audiovisuais) e na crescente preocupação em acompanhar estes mesmos públicos através da prestação de serviços, como visitas-guiadas e áudio-guias em várias línguas, e integrando interatividade e componentes lúdicas. De forma a aumentar o número de visitas os museus generalizaram a presença de exposições temporárias no seu espaço e estenderam o museu sobre o território (musealizar o território e territorializar o museu). Os museus transformaram a sua museologia, adaptando a nova museologia dos museus de sociedade.

Mas os museus criaram também um novo parceiro dentro do turismo cultural, aquele que mais floresce: o turismo patrimonial. Assim, os museus revestem-se de novas significações a partir e com o património. Montserrat Iniesta (Pérez, 2009) encontra quatro tipologias para a relação entre museus e património cultural:

1. Património cultural dentro dos museus.
2. Património cultural sem museus (exterior a estes).
3. Museu como património cultural (ênfase na arquitetura e nos serviços e não no conteúdo patrimonial).
4. Museu sem património cultural (museu como centro de documentação, investigação e atividades sociais e educativas).

---

<sup>6</sup> Num estudo de Myercough sobre os visitantes estrangeiros do reino unido, demonstra-se que 75% visitam museus, contra apenas 40% que visitam teatros ou assistem a concertos e 20% que vão ao cinema (Barranha, 2006).

Cada uma destas relações encontra um nicho de público dentro da multidão de visitantes. A primeira tipologia mantém o objetivo primordial dos museus: preservar património. No entanto, são hoje poucos os museus que não tendem a espetacularizar o seu património. A segunda tipologia é aquela que maior adesão tem: o património cultural, sobretudo as grandes construções que se encontram frequentemente em ruínas, é visto como um cenário a visitar, uma visita ao passado com um circuito próprio. A terceira tipologia é aquela mais difundida pelas políticas culturais e museológicas: o museu é visto como um todo patrimonial pela função social e política que desempenha. A última tipologia recria o museu como local destinado exclusivamente ao estudo do património, sendo entendido mais como uma fonte (meio) do que um fim em si mesmo.

O predomínio das tipologias 2 e 3 é revelador do tipo de sociedade em que nos inserimos e do tipo de lógicas culturais por esta praticados. Como afirma Margarida Faria, “Esta submissão das instituições culturais à lógica do mercado valoriza a atração do visitante-turista em detrimento do visitante-cidadão” (Faria, 2000, p. 4). É sobretudo a interferência mercantil que vindo a influenciar uma lógica cada vez mais institucional e instrumental da cultura, uma lógica imediatista de cultura-divulgação e de reconhecimento público ligada à esfera do poder.

## CAPÍTULO III: ENQUADRAMENTO ESPECIFICO

Os museus têm vindo a sofrer aceleradas transformações, sobretudo nos últimos trinta anos. Assistimos cada vez mais a um museu que se impõe socialmente e politicamente pelo serviço que presta à comunidade, mais do que pelo património que guarda. Estas transformações têm origem noutras mudanças sociais, económicas e políticas que marcam a entrada na pós-modernidade. Enquanto instituição social, o museu é permeável às alterações sociais, reagindo e simultaneamente produzindo essas mesmas alterações.

Neste sentido, e de forma a proceder a um enquadramento específico da problemática em questão, faremos uma contextualização histórica da instituição museu, assim como uma exposição concisa das mudanças que mais a afetaram e das consequências que lhes são inerentes.

### 3.1 Museus: Origens e Funções

O Homem teve sempre necessidade de colecionar objetos; já no paleolítico os homens primitivos reuniam artefactos. Se apenas produzíssemos objetos para a nossa sobrevivência não criaríamos mundo, na medida em que nada nos sucederia: não inseriríamos marcas no mundo, não criaríamos estabilidade, permanência (Hannah Arendt). É através da nossa necessidade de deixar marcas, de criar uma memória que nos ultrapasse, que atribuímos aos objetos valores para além do seu valor utilitário.

“Artefacts survive in ways unintended by makers and owners to become evidence on which other interpretations of the past can be reconstructed”, (Tota, 2003, p. 3, cit. Radley, 1990). A história dos nossos artefactos é a forma através da qual construímos a nossa História enquanto Humanidade, e a forma como estes foram sendo aglomerados e pensados tem sofrido grandes mudanças ao longo dessa mesma História. Desde o

instinto mais básico de reunir objetos utilitários à constituição de templos (com os seus artefactos religiosos), do colecionismo aos gabinetes de curiosidades, até finalmente às academias e aos museus, essa importância do objeto enquanto testemunho do Homem (e do mundo) está presente.

Enquanto descendente desse hábito secular de colecionar, o museu é o guardião de objetos, com a sua realidade material, espacial e logística, mas também do que de atemporal está subjacente na formulação que conduziu à sua recolha, armazenamento, salvaguarda, exibição: “um passado que se guarda para mostrar em todos os futuros que são também presentes” (Brito, 2006, p. 151). Estes bens testemunham um tempo já passado: o museu é um reservatório do próprio tempo que tende a deslizar para fora do tempo pela excessiva valoração do tempo que guarda.

Na antiguidade clássica, tal como na idade média, era comum reunir-se tesouros nos templos e igrejas resultantes de oferendas aos deuses e pilhagens da guerra. São estes objetos que formam na era moderna as coleções dos museus, quando se torna moda entre determinadas camadas de população o hábito de colecionar. As primeiras coleções renascentistas concentram-se nos vestígios da antiguidade greco-romana, para em seguida se alargarem para outros objetos que vão constituir os “gabinetes de curiosidades e de maravilhas” (Brefe, 1998).

“Os museus (...) foram construindo o seu espaço e desenhando as especificidades do seu olhar e da sua ação como consequência do atravessamento do mundo, com o olhar que, a partir do Ocidente, tocou uma infindável diversidade de povos” (Brito, 2006, p. 153). Os objetos que testemunhavam esse atravessamento fizeram inicialmente parte de coleções, para serem a partir do século XVI integrados nos gabinetes de curiosidades, que se expandiram pelos séculos XVII e XVIII e se especializaram como instrumentos de produção de conhecimento. “Essas primeiras coleções eram compostas pelas parcelas do natural, plantas, animais minerais e também pelos artefactos fabricados pelo homem, cobrindo uma grande diversidade de funções e atividades. Também nesses acervos se acumularam desenhos, aguarelas, pintura, como documento de registo, explicação e divulgação.” (Brito, 2006, p. 153)

A partir do século XVII as coleções mais prestigiadas passam a ser as de pintura e escultura, onde há uma nova abordagem, com uma nova apresentação, especializada e

histórica. Já nas coleções de História Natural inicia-se um movimento de classificação e ordenação dos objetos, na tentativa de compor uma ordem racional do mundo; há uma rutura com a “cultura da curiosidade”, abandonando-se a disposição caótica dos objetos em favor de uma nova ordem que acompanha a especialização dos saberes. Foi também neste século que as coleções começaram a ser encaradas como contendo um carácter pedagógico, uma vez que forneciam aos jovens pintores modelos exemplares.

A Europa do século XVIII assiste à abertura de várias coleções privadas, oriundas de coleções reais e particulares, assim como um grande debate teórico sobre o museu, procurando estabelecer origens, objetivos e funções. “Finalmente pode-se dizer que o museu será a forma tardia de um discurso sobre a arte que se elabora originalmente em Itália – com a obra de Alberti e de Vasari – e que rapidamente migra para outros países europeus. Esse discurso que resultou inicialmente na criação das Academias<sup>7</sup> conduziu, paradoxalmente, à abertura dos primeiros museus, cuja reivindicação inicial se fez contra o monopólio académico das coleções” (Brefe, 1998, p. 297).

A materialização do museu dá-se neste mesmo século, em França, impulsionado pela Revolução Francesa e o despertar do espírito científico próprio do Iluminismo, que trouxe a necessidade não só de continuar a colecionar, mas de catalogar, caracterizar, atribuir um lugar específico a todos os objetos, animados ou inanimados. O seu estatuto de instituição pública ganha nova abrangência uma vez que o Estado republicano, recentemente fundado, tomará para si o encargo de gerir uma nova ordem de objetos até aí inexistentes: os bens culturais. Os museus foram, durante estes tempos conturbados, um alicerce muito poderoso para a criação do conceito de nação e para criar coesão nacional através da reconstrução do passado coletivo. A sua posição face à sociedade era de racionalidade, de instrução, de verdade científica, mas continha simultaneamente uma ideologia na visão que tinha de si e das mudanças que pretendia operar na sociedade.

Se, por um lado, o museu era público, por outro ele não era orientado para o público. O museu regia-se por conceitos absolutos de História, de Verdade que não só não eram

---

<sup>7</sup> As academias assumiam, no sentido didático-pedagógico, as principais funções do museu moderno: organizavam exposições, constituíam coleções e ensinavam história de arte. As coleções eram os grandes exemplos de modelos para a criação de novas obras e instrução de novos artistas numa linguagem visual. Parte dessas coleções eram cópias ou moldes feitos a partir de originais (Brefe, 1998).

contestados como não podiam ser compreendidos por todos: não existiam preocupações com contextualização, acessibilidade da linguagem utilizada ou compreensão da mensagem. Ainda que visando a instrução, o museu era um espaço profundamente elitista, destinado apenas aos investigadores e intelectuais e, mesmo na sua vertente mais educativa, a sua associação era sempre com as academias, às quais apenas uma minoria da população tinha acesso.

No século XIX o pensamento evolucionista passou a ser central no museu: deu-se importância às séries de objetos, formas, tipologias e sequências capazes de ilustrar o caminho evolutivo das sociedades humanas. Esta organização era feita independentemente da proveniência dos objetos, não tendo em conta contextos de produção e significação, optando por explorar as possibilidades decorativas da sua apresentação.

Foi também o século XIX que viu nascer as exposições universais, criadas para dar respostas a necessidades económicas de expansão de trocas comerciais, estimulação de consumo, intercâmbio tecnológico e industrial e posicionamento económico na concorrência internacional. No entanto, as suas origens remontam ao século XVIII às exposições comerciais e industriais nacionais. A primeira exposição internacional foi realizada em 1851 em Londres. Podemos destacar três tipos de mostras ao longo dos três séculos de existência: pavilhão da indústria e do comércio; a cidade efémera; atrações universais. A sua evolução vai delineando a composição do seu público: eventos destinados inicialmente a um público específico, as exposições internacionais tornaram-se eventos para públicos de massa, constituindo uma mais-valia para o local onde são realizadas.

A partir do início do século XX a contextualização dos objetos torna-se fulcral. De forma a aprofundar o conhecimento sobre as sociedades é preciso observar e inserir todas as instâncias definidoras dessa mesma sociedade. O museu passa a transportar para si muito mais informação que contextualiza os seus objetos e lhes revela ou descobre sentidos. O museu era considerado um lugar de conhecimento e produção de conhecimento. Dentro desta linha de pensamento é então desenvolvida uma nova técnica de exposição, que melhor articula esta dupla forma de interagir com o objeto: a formulação e a interrogação. O diorama é, assim, um dispositivo cénico que recorre a várias técnicas e linguagens como a luz, a fotografia, a cartografia, a pintura e,

timidamente, o som, com o objetivo de recriar um contexto que evoque diversas características definidoras daquela sociedade (Brito, 2006).

Com o surgimento do Estruturalismo (Saussure, Vladimir Propp, Mukarovsky, Levi Strauss), na década de 60, e a valorização das linguagens simbólicas surge um novo olhar sobre o objeto, que põe em relevo as matérias, as formas, o grafismo e a elaboração e organização de sinais plásticos que permitem novas formas de interrogação do objeto: o olhar descodificador.

Simultaneamente há uma cisão entre museus e universidades: de um lado ficam os profissionais do museu que preservam os objetos, os descrevem e preparam para exposição; do outro os investigadores que produzem teoria científica e a validam. Assim, a produção de conhecimento científico passa a ser quase exclusiva das universidades, ainda que permaneçam em muitos museus centros de investigação.

A partir da década de 80, o museu começa a dar sinais de cansaço, em parte resultantes do seu crescimento exponencial. “Era patente que ele estava espartilhado dentro dos seus muros e surgem o desejo e a ideia de o trazer para fora, englobando nele o território, infraestruturas, atividades, pessoas e espaços de sociabilidade”, (Brito, 2006, p. 157).

O museu inicia então uma busca pelo seu lugar na sociedade através da reformulação dos sentidos da sua própria existência, dos diálogos que estabelece e da autoridade que o legitima. O seu centro desloca-se da produção de conhecimento para a divulgação e, conseqüentemente, da coleção para o público, do passado para o presente e, por vezes, a construção do futuro.

Os museus são agora locais de celebração da pluralidade, uma vez que a História é presentemente entendida como sendo continuamente reescrita. A sua função é cada vez mais social; não esquecendo a sua função de preservação cultural, esta cultura de que falam os museus hoje é uma cultura viva, contemporânea da própria instituição.

Tendo como primeiro traço definidor a sua perenidade e perdurabilidade no tempo, o museu tem a necessidade de construir os seus sentidos no tempo concreto da sua existência. Assim, tanto pode revelar fortes entrosamentos com as condições sociais, culturais e económicas das conjunturas que atravessa como ser portador de

sincronismos, inércias, desarticulações e constrangimentos relacionados com o seu estatuto de duração num tempo longo. O museu vive em permanente necessidade de dialogar com a sua própria contemporaneidade (Brito, 2006).

Também a contemporaneidade entre instituições e artistas (e respetivas obras) alterou drasticamente a função do museu. O museu já não guarda apenas obras que perderam a sua função original, mas chama para si os discursos individuais dos artistas. O museu contemporâneo é a câmara de reflexão dos artistas e ambos partilham as mesmas preocupações, como a função dos museus, da arte e da cultura, numa atitude de autoanálise e autocrítica. Os objetos que o integram são produzidos exclusivamente para si e, existem inclusivamente museus *sem objeto*, sem acervo, onde tudo o que existe é apenas uma recriação, uma ficção, de um conceito que se pretende comunicar.

O museu é, antes de mais, um lugar de representações: ao entrar no museu os objetos são já diferentes do que eram; recontextualizados, eles despoletam uma multiplicidade de sentidos relacionados com as experiências individuais dos visitantes, sentidos esses que superam os sentidos apostos pelo museu. É este desmultiplicar de imagens a partir de objetos que o museu tem como capital de extrema importância. O museu é um espaço de transfigurações que já não pode viver refugiado na ideia de que os objetos significam em si mesmos e que a sua função se restringe à sua conservação, estudo e exposição.

### 3.2 Museus e pós-modernidade: contexto sociopolítico e económico

Os museus têm sofrido nos últimos 30 anos grandes e estruturais mudanças, tanto a nível económico como a nível político-social. Estas mudanças fazem-nos ainda hoje questionar a função do museus, se não a função de toda a Cultura, e lançam um desafio a instituições e profissionais: provar que a Cultura deve desempenhar o papel que tem inquestionavelmente desempenhado na sociedade ocidental.

A Cultura quer-se hoje, se não lucrativa, pelo menos autossustentável. Os museus têm sido confrontados com crescentes cortes orçamentais de fundos públicos que os obrigaram a procurar novas formas de financiamento para poderem sobreviver. Este fator, conjugado com um tecido museológico cada vez maior e em expansão, levou o museu a ter de se legitimar. Se no passado a “alta cultura” não precisava de justificação para existir, agora era preciso provar o seu lugar no mercado; era preciso provar os benefícios para a sociedade para justificar o financiamento: os museus tiveram que provar que prestavam um serviço necessário a um preço razoável. Mesmo o limitado financiamento público tinha que ser conquistado, face à enorme oferta (Schubert, 2009).

Estes fatores determinaram a entrada dos museus e outras instituições culturais numa lógica de mercado, submetendo-os à lei da oferta e da procura. Assim, e para rentabilizar não só económica, mas social e politicamente os museus, têm sido introduzidos nos seus quadros profissionais provenientes da área do marketing e da gestão. Como afirma (Kraus, 1990, p. 5): “The notion of the museum as a guardian of the public patrimony has given way to the notion of a museum as a corporate entity with a highly marketable inventory and desire for growth”. O museu passa a ser o objeto de consumo, necessitando de ser publicitado.

Em todos os mercados é o consumidor que determina o sucesso de um produto. Da mesma forma, os museus passaram a necessitar de consumidores, ou seja, dos públicos, para determinarem o seu sucesso. Isto provocou uma mudança no seio dos próprios museus: “Se na sua origem o museu dominava e tinha uma superioridade sobre o público, com o objetivo de o instruir, na atualidade o público começa a ter um papel importante que obriga o museu a existir em função dele.” (Pérez, 2006, p.2). Altos níveis de bilheteira garantem pelo menos a igualdade de orçamento anual; aumentar os números de bilheteira de forma a justificar as despesas e atrair patrocínios passou a ser crucial. O público passou a ser o elemento central no museu, em torno do qual se produz todo o discurso (Schubert, 2009).

“This industrialized museum will have much more in common with other industrialized areas of leisure – Disneyland say – than it will with the older, preindustrial museum. Thus it will be dealing with mass markets, rather than art markets, and with simulacral experience rather than aesthetic immediacy”, (Kraus, 1990, p. 17). Os museus abrem-se a uma corrida pela captação e fidelização de públicos,

passando de uma instituição elitista para uma instituição de acesso generalizado; transformam-se num local de entretenimento de massas, comercial, inserido na indústria de lazer e turismo e desempenhando aí um papel fulcral.

### 3.3 Públicos e Museus

Os públicos culturais em geral, e dos museus em particular, alteraram-se muito a partir da segunda metade do século XX. Particularmente impulsionados pela globalização, pela expansão económica, pelo turismo cultural e pela crescente acessibilidade da cultura, os públicos são hoje mais viajados, mais conscientes da diversidade cultural, mais informados e mais assíduos nos museus, dentro e fora da sua cidade (Schubert, 2009). Isso cria desafios aos museus no sentido não só de captar esses públicos pela diferença (talvez mais do que pela qualidade), mas também no sentido de os fidelizar.

Para além de terem mudado, os públicos também aumentaram. A democratização cultural abriu um espaço que era de elite, o museu, a todos. O público de massas é, de certa forma, a confirmação que o museu é a instituição cultural mais democrática, atraindo indubitavelmente os maiores e mais variados segmentos populacionais. Não exigindo demasiado aparato nas visitas e oferecendo uma multiplicidade de opções, mantém um certo anonimato do visitante no sentido que não há jogo social: em relação uns aos outros os visitantes são relativamente invisíveis (Schubert, 2009).

Por todo o lado cresce a oferta cultural e aumenta o número de museus. Se, por um lado, a “descoberta do público” tem recebido um ótimo feedback, com o crescimento na frequência de equipamentos culturais e, conseqüentemente, nos números das bilheteiras, por outro, o número médio de visitantes por museu tende a diminuir. A juntar às outras áreas da indústria cultural e de entretenimento, como o património e os parques temáticos, temos agora muitos museus, concorrentes entre si, a lutar por uma população cada vez mais pequena (Schubert, 2009). Assim, os museus vêm-se forçados a trabalhar arduamente para desenvolver estratégias de atração e fidelização de públicos, estratégias

que podem, por um lado, apostar na qualidade, em detrimento da quantidade, na seriedade, em detrimento da espetacularização ou, por outro, adaptar o museu aos gostos do público, cedendo à novidade, ao populismo, à moda.

O público passou então, indubitavelmente, da periferia para o centro do pensamento e da prática museológica. Consciente da sua importância na sustentabilidade, cada indivíduo passa a ser um público-alvo do museu. Os museus tiveram necessidade de desenvolver e implementar sofisticadas técnicas de investigação de públicos de forma a poder (re)direcionar não apenas as coleções e exposições, mas também outras atividades educativas e comerciais (Schubert, 2009). Era preciso entender as suas necessidades, os seus backgrounds, os seus gostos, as suas expectativas; era preciso criar tipologias e segmentar a massa de público segundo as mesmas; era preciso encontrar novas formas de chegar cada vez mais a esses públicos e de forma mais eficiente.

### 3.4 Prestação de Serviços em Museus

A falta de financiamento e de patrocínios levou muitos museus a um estado de colapso eminente, o que afetou severamente as áreas da investigação, programação e aquisição. Mesmo com os números de bilheteira a aumentar, as receitas geradas eram insuficientes e os museus precisaram de encontrar fontes de rendimento alternativas. Aliando esta necessidade financeira a uma crescente necessidade de se legitimarem, provando-se entidades úteis à sociedade, os museus reaproveitaram recursos já existentes e criaram outros, explorando as suas potencialidades comerciais (Schubert, 2009).

Assim, o museu entra numa lógica de prestação de serviços. De forma a torná-los mais atrativos, os museus desenvolveram uma rede diversificada de serviços. As estruturas já existentes foram realçadas no interior do museu: serviços como a biblioteca e o serviço educativo. Foram também criadas ou otimizadas outro tipo de estruturas, de forma a poderem ser alugadas, como por exemplo os auditórios, as salas de exposição temporárias e as áreas interiores ou exteriores de lazer. Mas os serviços que mais

impactos criaram no museu, e que depressa se provaram muito rentáveis, foram os restaurantes, as cafeterias e as lojas de museu. Sobretudo a loja veio tentar aumentar as potencialidades comerciais do museu, transformando aquilo que não está disponível para venda (a coleção) em pequenos *souvenirs* que satisfaçam o impulso comercial do público e deem a ilusão de “levar o museu para casa”. Trata-se da apropriação do espaço do museu por um fenómeno altamente popular e rentável: o *shopping*.

Durante os estudos de públicos uma das descobertas mais surpreendentes (e mais reveladoras da forma como o público olha para o museu) foi a constatação da importância que os visitantes atribuem a fatores como a limpeza das casas de banho, a existência de serviços de restauração e a qualidade da loja do museu, fatores exteriores à coleção e à sua qualidade, exteriores no fundo ao que definiria a satisfação do público no início do século XX. De novo se verifica uma presença fortíssima e indispensável do marketing no museu.

### 3.4.1 Publicações e Museus

O museu possui outras formas de comunicação e comercialização do seu conteúdo e das atividades que desenvolve: as publicações (periódicas, antologias, catálogos). A prática museológica não pode existir sem investigação, sob pena de se tornar ultrapassada; e a investigação, para que possa ser consequente, precisa de ser divulgada.

Ainda que estes meios não sejam uma novidade, a mudança dos públicos e das políticas do museu também os afetaram: por um lado os catálogos aproximam-se cada vez mais de um formato *coffee-table book*, onde a parte visual é cuidada ao máximo; por outro as publicações tornaram-se mais diversificadas, mais adaptadas às necessidades do público de massas, com edições light, panfletos, guias e edições mais turísticas. As clássicas edições de investigação, dedicadas a um público mais especializado, ganham cada vez mais o formato de periódico e começam a ser mais restritas em contexto de museu, ganhando terreno nas edições universitárias (Schubert, 2009). Também os sítios *web*, atualmente as plataformas informativas por excelência, constituem um importante meio de divulgação.

A divulgação da programação e das atividades do museu é central nas publicações, podendo destacar as “agendas” (trimestrais, semestrais ou anuais) assim como os panfletos informativos, normalmente gratuitos. Paralelamente, os guias, cada vez mais produzidos e comercializados no âmbito dos museus, referem-se tradicionalmente à coleção do museu; no entanto, existem cada vez mais instituições a introduzir nos guias do museu uma área dedicada exclusivamente ao edifício que o acolhe e à sua arquitetura, ou mesmo a produzirem publicações (guias mas também catálogos) dedicadas ao tema. Da mesma forma, é cada vez mais frequente encontrarmos nos sítios *web* dos museus informação relativa ao edifício do museu em locais de destaque.

Considerando o exemplo do Guggenheim de Bilbao, a hiperligação para o “edifício” no sítio *web* institucional surge como primeira opção, sendo a segunda “as exposições” e apenas na terceira “a coleção permanente”. Relativamente ao Centro Pompidou, encontramos no sítio *web* oficial informações detalhadas sobre o projeto de arquitetura, incluindo fotografias interiores e exteriores, desenhos técnicos e um guia para uma visita ao edifício, intitulado “Le Centre Pompidou: decouvrir son architecture – guide pour une visite autonome”. Da mesma forma, o Tate Modern confere grande destaque à arquitetura, tanto no sítio *web* como em diversas publicações, nomeadamente em “Building Tate Modern”, uma publicação dedicada exclusivamente ao seu edifício (Barranha, 2006).

Se, por um lado, estas políticas permitem abranger novos públicos e ganhar alguma autonomia financeira, por outro lado, se no lugar na investigação estiver o marketing, a prática museológica passa a reger-se pela tendência, caindo na banalidade.

### 3.4.2 Serviços Educativos e Museus

A função educativa é inerente ao próprio conceito de museu (Camacho, 2007). No entanto, até ao final do século XIX a conservação sobrepunha-se à educação, uma vez que grande parte da população não tinha acesso ao museu, e os poucos que os frequentavam detinham uma boa educação.

O serviço educativo foi teorizado pela primeira vez por Alfred Lichtwark (1852-1914), diretor do Museu de Arte de Hamburgo (Fróis, 2008); em Portugal, o primeiro serviço educativo surgiu em 1953, no MNAA. No entanto, só no final do século é que esta passou a ser uma prática generalizada e central no funcionamento do museu. O seu desenvolvimento e rápida multiplicação deveu-se à necessidade do próprio museu justificar a sua existência perante a sociedade, através da prestação de um serviço à comunidade, e à urgência de criar mais e novos públicos. Os serviços educativos são hoje, juntamente com arquitetura, o principal criador de públicos.

Um serviço educativo é uma estrutura organizada e inscrita de forma formal ou informal no museu, que desenvolve ações dirigidas a um público, com objetivos educativos. Existem muitos museus que providenciam ao público um serviço de acompanhamento de forma mais ou menos regular, por exemplo, a partir de visitas guiadas ou atividades destinadas ao público escolar, sem que, no entanto, esses serviços integrem uma estrutura no interior do museu (Camacho, 2007).

A educação não-formal, e entre elas a educação em museus, tem vindo a ganhar importância no panorama cultural e social. Os serviços educativos dos museus procuram divulgar o património científico, cultural e artístico, bem como incentivar o gosto pela herança natural e cultural e fomentar o conhecimento, o respeito e a valorização da diversidade cultural (Bahia, 2008). Para além disso, o museu é um espaço de contacto entre públicos e objetos, que privilegia o desenvolvimento de experiências essenciais à aprendizagem, uma vez que conjugam os contextos pessoal, social e físico, a trilogia que nos permite aprender e guardar memórias” (Silva, 2007, p. 64).

De forma criar programas educacionalmente efetivos, o museu precisa de uma teoria da educação que enquadre a forma como o museu concebe o conhecimento e a forma como os indivíduos aprendem. “(...) La educación en los museos se constituye, por un lado, a partir de concepciones sobre la enseñanza y el aprendizaje, versiones sobre la producción del visitante en el museo, estrategias educativas en las salas, nociones sobre la posibilidad del museo y las narrativas que afirma, contrasta, contesta, explora y/o legitima” (Padró, 2006, p. 50). Carla Padró identifica quatro conceções sobre a educação em museus:

1. Educação a partir da prática – o sujeito só aprende a partir da prática e a experiência como vivência é a única forma de construir o discurso educativo.
2. Educação como didática – entre a entropia do sujeito fragmentado pós-moderno e a indústria do lazer, a didática reconhece que o único contexto é a história que se conta na exposição e assim descreve, assina, afirma mas, simultaneamente, ajuda a vender, seguindo a lógica da eficiência e eficácia.
3. Educação como aprendizagem – o museu é reconhecido como um espaço de educação informal e lazer, que deve combater a exclusão social, promover a cidadania ativa, o desenvolvimento pessoal e a inovação e a aprendizagem é uma atividade social baseada na motivação, interação, experiência e contexto.
4. Educação a partir da narrativa – as identidades são construídas a partir de narrativas e o museu deverá ter um sentido crítico, polifônico e elaborar estratégias interpretativas e dialógicas.

De certa forma, a concepção que cada museu tem da educação está relacionada com a sua própria visão da função do museu, e da sua missão enquanto instituição. Esta enquadra todo o serviço educativo e direciona as ações educativas.

No entanto, é necessária uma construção de estratégias por parte dos educadores e técnicos de forma a construir aprendizagens significativas que permitam uma exploração estruturada, capaz de conduzir ao desenvolvimento de competências exploratórias efetivas que confirmem uma razão e um sentido ao que se vê e se experimenta (Silva, 2007). Estas estratégias, reguladoras das ações educativas, são construídas com base em princípios educacionais.

João Pedro Fróis (2001) entende que as ações educativas podem ser segmentadas segundo os princípios educacionais que as regem. Assim, estas podem ser agrupadas em quatro modelos:

1. Expressão – as ações desenvolvem-se em torno da coleção dos museus; a ênfase está no fazer plástico e as ações não existem dentro de um currículo, sendo antes uma proposta global de ação.
2. Cognição – as ações centram-se no indivíduo e na avaliação sistemática da sua progressão e a coleção é um recurso; dá ênfase ao agir e insere-se numa filosofia de intervenção educativa.

3. Compreensão – as ações baseiam-se na dicotomia aprender-pensar-comunicar e desenvolvem-se em grupo; dá ênfase ao diálogo e apresenta um currículo semiestruturado.
4. Apreciação – as ações baseiam-se nas obras; dá ênfase à aprendizagem num domínio simbólico específico e segue um programa ou currículo definido.

Cada modelo é baseado nas teorias educacionais de um grupo de investigadores, filósofos ou professores e determina a forma como a ação educativa é mediada (a partir do quê) e a forma como esta se desenvolve (baseada em que tipos de atividades). Por exemplo, no modelo da expressão é frequente encontrarmos *ateliers* ligados às artes plásticas; por outro lado, na cognição, o jogo desempenha um papel fulcral.

#### 3.4.2.1 Estrutura, atividades, programação e públicos em Portugal

A estrutura dos SE difere muito entre museus, mas conseguimos apontar os recursos mais comuns: pessoal do quadro do museu, profissionais especializados em regime de *outsourcing*, estagiários (escolares, de nível secundário ou superior ou do IEFPP) e cooperação com docentes de vários estabelecimentos de ensino. Estes recursos podem ser usados individualmente ou em simultâneo, mas demonstram as deficiências estruturais, com escassos ou inexistentes lugares no quadro dos museus nos departamentos educativos. A acompanhar esta fragilidade ao nível de recursos humanos, também a existência de instalações próprias para o serviço educativo é irregular (Camacho, 2007).

Os públicos-alvo dos museus estão segmentados sobretudo por idades, sendo o público escolar o mais explorado pelos serviços educativos. No entanto, as atividades destinadas a adultos e a famílias afirmam-se cada vez mais como criadores de novos públicos.

A programação educativa destinada ao público escolar está normalmente organizada de acordo com os diferentes ciclos escolares, apresentando mais oferta (e mais procura) no 1º, 2º e 3º ciclos, e menor nos extremos da escala (pré-escolar e secundário), e

desenvolve-se normalmente em grupos organizados. As atividades mais comuns nestes segmentos são:

- Visitas orientadas ou visitas-jogo, normalmente temáticas, circunscritas a assuntos específicos das coleções ou partes do acervo.
- Oficinas, *ateliers* e *workshops* são a tipologia de atividades mais requisitada e são normalmente desenvolvidas em torno de tecnologias ou técnicas, muitas vezes relacionadas com temáticas próximas do museu ou da sua coleção.

Os museus realizam também uma programação sazonal, enquadrada nos períodos festivos do ano, como o Natal, a Páscoa e as férias de verão, mas também de forma crescente o dia internacional dos museus e a recente Noite dos Museus.

As atividades são frequentemente acompanhadas de materiais pedagógicos facilitadores da ação educativa, dos quais as maletas pedagógicas, as edições didáticas e o recurso às novas tecnologias são os mais significativos.

A programação destinada ao público adulto é também ela segmentada, sobretudo sobre dois eixos: o público generalista, englobando o visitante esporádico e curioso, e o público especializado, composto sobretudo pelos amigos do museu e pelos profissionais da área e investigadores. As atividades mais comuns nestes segmentos são as visitas temáticas, sobretudo destinadas ao primeiro segmento, e as conferências e ciclos temáticos, sobretudo destinadas ao segundo segmento de público.

Relativamente à faixa etária adulta, os museus têm feito um enorme esforço no sentido de captarem novos públicos, por exemplo a partir de programação destinada a atividades em família, mas também abrindo caminho para públicos que poderão ter dificuldades no acesso ao museu, públicos potenciais. As atividades para este segmento são geralmente menos mediadas e baseadas no contacto verbal direto, existindo pouco recurso a materiais educativos ou tecnológicos.

Assim, os museus preparam programas específicos que lhes permitam a captação de novos públicos e o alargamento da sua intervenção socioeducativa, segmentando os públicos e disponibilizando uma multiplicidade de ações, serviços e produtos (Camacho, 2007).

### 3.5 Coleções de Museus

A existência de um património a proteger, conservar e divulgar foi a premissa que deu origem ao museu; o museu era quase exclusivamente a sua coleção. Hoje, o museu discursa sobre uma coleção, sua ou não, para um público; existe para além da sua coleção. No entanto, a sua função é aglutinadora de todas as atividades desenvolvidas no museu, uma vez que é através dela que estas adquirem sentido.

As novas instituições culturais que vão surgindo nas cidades, sobretudo relacionadas com a arte moderna e contemporânea, desenvolvem cada vez mais um papel político em programas de renovação ou requalificação urbana. As instituições já fixadas tendem a resistir a estas mudanças, sentindo-se ameaçadas na sua tradição e na sua prática já institucionalizada, enquanto as novas têm, comparativamente, bastante adesão e facilidade na mudança. Quanto às coleções, hoje é quase impossível criar um acervo de qualidade na maior parte das áreas, com as peças mais significativas fora de mercado ou a preços impagáveis. Por outro lado, o modernismo vai estando disponível e a arte contemporânea está constantemente em crescimento, com novos artistas e novas obras a surgir. O museu faz hoje a descoberta, interpretação e historicização da nova arte quase simultaneamente (Schubert, 2009).

Estas mudanças provocaram uma mudança em relação ao tipo de arte que o museu expõe. Uma clara manifestação disso é a crescente abertura de concursos para jovens artistas que resultam em exposições coletivas, fenómeno transversal aos museus públicos e privados, com maior e menos impacto. Esta é uma estratégia para fazer aquisições a preços muito acessíveis, fazer circular essas obras no mercado e, por outro lado, dinamizar o próprio museu. Trata-se de aumentar aquilo a que Tom Krens chama de “market sphere”: aumentar a coleção – mais aquisições; criar mais *outlets* para vender os produtos – novas filiais; valorizar a coleção, não necessariamente vendendo, mas pondo-a em circulação - movendo-o para o sector do crédito ou para a circulação de capital (Kraus, 1990).

No entanto, esta não é a única estratégia de dinamização dos museus e das suas coleções. Os museus com coleções permanentes, sobretudo os museus mais antigos e com coleções mais extensas e relevantes, têm por vezes alguma dificuldade em fidelizar

públicos uma vez que a sua oferta é restringida à coleção e, por isso, limitada. É neste contexto que surgem e se afirmam as exposições temporárias, destinadas a diversificar a oferta. Estas coleções, que podem ser muito diferentes em conteúdo, dimensão, tempo de exposição, têm como objetivo captar públicos, sobretudo os frequentes. Esta tendência, cada vez mais disseminada, integra no museu uma nova abertura uma vez que normalmente propõe um diálogo entre a coleção temporária e as exposições temporárias, diálogo esse que tende a envolver o público. O museu ganha de duas formas: ao nível dos conteúdos e ao nível dos públicos.

Este tipo de exposições contém o potencial de poder ser exposta em diferentes espaços e contextos o que, juntamente com o facto de ser facilmente movível, permite um outro tipo de diálogo. Se anteriormente se falava de um diálogo entre coleção-exposição, confinado a um espaço e tempo específicos, inseridos numa cultura particular, este novo diálogo faz-se entre diferentes instituições, em diferentes culturas. Obviamente que há interesses económicos muito grandes em produzir exposições deste género, uma vez que são altamente rentáveis; mas para além disso, permitem estabelecer parcerias que conferem uma nova abertura cultural aos próprios museus e, simultaneamente, a maior oferta que disponibilizam aos públicos. Exemplo destas cooperações foi a criação de exposições pertencentes ao *Hermitage* um pouco por todo o lado, como aconteceu em 2010 no Palácio da Ajuda, ou a parceria MNAC-Pompidou que trouxe em 2007 ao Chiado a exposição “Centre Pompidou – Novos Media 1965-2003”.

Normalmente estas exposições que se tornam “itinerantes” são exposições que tiveram uma grande aceitação de um público e, através de estudos de públicos, é possível estabelecer parecenças entre públicos de lugares diferentes. No entanto, apesar de todos estes estudos, continua a haver uma grande margem de imprevisibilidade. É por isso que cada vez mais os curadores são forçados a “jogar pelo seguro”, sobretudo através dos temas e dos artistas que inserem na programação (quase sempre os mesmos, de museu para museu). Isto cria uma dependência de “blockbuster exhibitions”, uma vez que garantem audiências e, conseqüentemente, orçamentos (Schubert, 2009). Mas este tipo de dependência pode ser problemático, uma vez que estas exposições ocupam cada vez mais o lugar de outro tipo de exposição e práticas museológicas, mais relacionada com a investigação. Este problema é reforçado pelo sistema de patronato

que não só aumenta a pressão para atingir objetivos, como tende a apoiar esta abordagem mais popular e que fornece mais garantias.

Outro fator que determina a escolha tanto de exposições temporárias como da escolha de coleções para novos museus é a sua atratividade no que respeita a patrocínios. Nesse sentido, assistimos a uma preferência por coleções mais focadas, monográficas, em detrimento de coleções mais transversais.

Hoje em dia para manter uma coleção viva não é suficiente acrescentar mais objetos: é preciso pensar a sua combinação, e pensa-la de formas inovadoras e que abarquem os seus múltiplos significados. Nesta área, o paradigma passou de um modo de apresentação assente numa coleção sólida e continua mas estática, para uma forma mais dinâmica e temporária de exposição. Em vez de termos armazéns culturais, temos instituições profundamente envolvidas num diálogo com os públicos, o que resulta numa visão do curador (e do próprio museu) como interpretes, mais do que produtores de verdades absolutas. Como resultado, a abordagem às coleções passou de um carácter histórico-cronológico para ahistorico e monográfico. “The discursive change (...) is, we might say, one that switches from diachrony to synchrony (...) the synchronic museum (...) wouldforego history in the name of a kind of intensity of experience, and aesthetic charge that is not so much temporal (historical) as it is now radically spatial” (Kraus, 1990, p. 7).

Assim, é fácil entender que o modo monográfico se tenha tornado a norma na maior parte dos museus, devolvendo ao espaço de exposição conceitos curatoriais de cronologia, nacionalidade, escola, estilo e tipologia. Os artistas também perceberam que o modo monográfico é aquele que mais se aproxima do processo de estúdio, e que permite uma abordagem de profundidade ao trabalho. Além disso, as monografias permitem manter em exposição uma maior parte da coleção permanente. Mas, por outro lado, a exposição pode parecer sem tema e limita a exposição de outras peças-chave da coleção do museu (Schubert, 2009).

O princípio monográfico e rotativo parece ser o que melhor se adapta à complexa natureza do público de hoje. E se, ainda assim, os novos visitantes se sentirem desorientados, o museu tem serviços educativos e programas especiais que permitem tapar essas lacunas.

## 3.6 Arquitetura e Museus

“As construções de museus apresentam uma semelhança funcional com os relicários medievais: a própria relíquia podia, na realidade, ser até bastante discreta, mas o precioso relicário, que a envolvia, determinava a sua aparência. Embora a discrição da relíquia não significasse que a mesma fosse irrelevante, a verdade é que a sua importância só se tornava visível graças ao sumptuoso relicário ao seu redor” (Uffelen, 2010, p. 9).

A arquitetura, como se pode comprovar pela relevância que lhe é dada nas publicações dos museus, é considerada hoje o cartão de boas vindas do museu. Mais do que o *keeper* da coleção, é uma das formas mais eficientes de atrair público. Mas nem sempre foi assim.

A primeira referencia escrita alusiva à arquitetura de museus aparece na obra de J.N.L. Durand *Précis des leçons d'architecture*. O autor defende que os museus deveriam ser erigidos dentro do mesmo espírito das bibliotecas, como um edifício que guarda um tesouro público e que é simultaneamente um templo consagrado aos estudos (Kiefer, 2000).

Flávio Kiefer divide a arquitetura em museus em 3 fases:

1. Museus Nacionais – os recém-criados museus ocuparam edifícios públicos existentes; a fórmula museu-palácio permitia manter a imagem, já aceita pela população, que dentro daquele edifício estavam guardadas as riquezas da nação. Os espaços de exposição eram pouco iluminados e permitiam um circuito sequencial de visitação, assim como o estabelecimento de subcircuitos alternativos e especializados, mas conferiam as salas o aspeto de depósitos, dificultando a comunicação com o público.
2. Museus Modernos – surgem com a projeção do “Museus sem Fim” de Le Corbusier (1931) e são reforçados com o projeto de Frank Lloyd Wright para o Guggenheim; apesar de se pretender funcionalista, a arquitetura moderna nunca teve uma relação pacífica com as questões funcionais. Ao nível espacial, as circulações e as salas de exposição integram um *continuum* espacial, caracterizado pela fluidez e transparência, que incluem muitas vezes os espaços exteriores; a estrutura é

apresentada de forma crua, possibilitado as grandes plantas livres e o controle da iluminação natural. Os museus passam a ser projetados para serem lugares agradáveis, passíveis de existirem para além dos seus acervos, o que justifica o aparecimento dos restaurantes, lojas ou parques.

3. Museus Novos – Surgem no final da década de 70 do século XX, e apresentam uma total liberdade criativa, que pode incluir desde princípios académicos até aos sistemas mais avançados tecnologicamente; o ponto comum dos museus pós-modernos é a sua preocupação com a inserção urbana e o predomínio de grandes circulações internas. São caracterizados pela complexidade do programa, pela substituição do espaço flexível pelas tradicionais salas e galerias, pelo abandono da solução estruturam, pela excelência dos métodos de conservação, iluminação e exibição dos objetos e ainda pelo papel urbano que assumem, como monumentos. Os novos museus podem ainda ser classificados segundo as suas tipologias:
  - a) A grande caixa *hightech*, de forma prismática, onde todas as funções são distribuídas pelo seu interior homogéneo.
  - b) A articulação de elementos independentes que abrigam diferentes funções mas que pertencem a uma unidade muito clara
  - c) A reestruturação de edifícios históricos pré-existentes
  - d) Os museus construídos em zonas rurais, que aproveitam a possibilidade de dispersão e atribuem muita importância à integração na paisagem
  - e) A atualização de museus tradicionais através de reformas modernizadoras, muitas vezes sobrepostas.

Os museus, além de serem as casas dos tesouros nacionais, as arcas da diversidade cultural, são símbolos das aspirações políticas e culturais de um povo, testemunhos das suas vitórias e das suas tragédias.

### 3.7 Museus: Síntese e novos desafios

Encontramo-nos hoje perante um museu radicalmente diferente do museu do século XIX e até mesmo do início do século XX. O crescente dinamismo que a nossa época impõe às suas instituições começa agora a refletir-se no museu de uma forma muito vincada, mudando radicalmente a sua lógica de funcionamento.

**Quadro 1.** Síntese comparativa entre o museu velho (séculos XVIII, XIX e inícios de XX) e museu novo (séculos XX e XXI). Elaboração a partir de Semedo (2006)

	<b>Museu Velho</b>	<b>Museu Novo</b>
<b>Comunicação</b>	Mudo Imóvel Frio, sacralizado Indiferente Fechado	Comunicativo Dinâmico Agradável, atractivo, habitável Com auto-iniciativa Aberto
<b>Relação com o Público</b>	Cultura Geral Elitista	Conhecimento Especifico Acessível
<b>Museologia</b>	Museologia de coisas Museologia de gabinete Depósito Armazém Intuição, erudição Amadorismo	Museologia de ideias Nova Museologia Missão Social Serviço Especialização, conhecimento Profissionalismo
<b>Tutela</b>	Poder Central	Poder Local
<b>Políticas</b>	Contemplação, lazer Transmissão de saberes Sem consciência social Estático Isolamento Unidisciplinar Museu como fim em si	Educação, entretenimento Partilha de culturas Intervenção social Interveniente, activo Cooperação Multi e transdisciplinar Museu como instrumento
<b>Economia</b>	Irrelevância económica	Economia cultural

No entanto, não foi apenas ao nível da organização interna que estas alterações afetaram o museu; também ao nível dos discursos se produziram mudanças. Ao discurso universal dos museus, assente na sua função de proteção do património, sucedeu-se o discurso de cada museu individual; a esse, expressão una de uma instituição cujo

discurso se centralizava na coleção, sucederam-se múltiplos discursos ancorados e dialogantes com outros – discursos pré-existentes ainda que negligenciados (como a arquitetura) ou criados no processo (como os serviços). Para cada característica essencial do museu contemporâneo, que é também um fator de mudança na viragem da pós-modernidade nestas instituições, é criado um discurso a partir do qual o próprio museu se representa. O discurso do museu deixa de ser o discurso presente na coleção para se multiplicar por vários discursos simultâneos através dos quais os museus se formam e comunicam: precisamente a relação com os públicos, os sistemas de prestação de serviço e a arquitetura como símbolo comunicador, que se juntam ao discurso primordial referente à coleção.

Este desdobramento que o museu continuamente faz dos seus discursos nem sempre acompanha a capacidade de adaptação da instituição. Mas se por um lado o museu se fragmenta – através dos seus agentes, nas estratégias de conquista e fidelização de públicos, no seu conteúdo e no seu papel social – por outro também se multiplica, criando novas dinâmicas, novas formas de ação, novas realidades.

## CAPÍTULO IV: ESTUDOS DE CASO

Depois de isolados os discursos a partir dos quais os museus se representam, se constroem e comunicam, os estudos de caso pretendem evidenciar não só a não exclusividade desses discursos relativamente à prática museológica, mas proceder também a um cruzamento com outros discursos sociais e culturais exteriores aos museus.

## 4.1 Museus e Pós-Modernidade: MIMO e Museu Berardo

Este estudo tem como objetivo a observação e análise de dois museus segundo a estrutura definida no capítulo III. Pretende-se aferir se as práticas e discursos definidos como estruturais para os museus se encontram presentes nestas duas instituições, independentemente das suas especificidades e condicionantes internas, e de que formas.

Os museus escolhidos, o MIMO e o Museu Berardo, representam realidades muito diferentes contribuindo por isso para uma observação mais diversificada e uma análise mais abrangente.

### 4.1.1 Caracterização das Instituições

#### 4.1.1.1 Museu Berardo



**Figura 1.** Centro Cultural de Belém



**Figura 2.** Exposição Temporária Museu Berardo (2009)

A Fundação de Arte Moderna e Contemporânea – Coleção Berardo foi criada em 2006 com o objetivo de criar um grande centro de arte em Portugal, onde o público nacional pudesse ver obras dos melhores autores e museus mundiais; um museu contemporâneo internacional com público que contribuísse para uma crescente integração de Lisboa como destino turístico e artístico. O Museu Berardo tem entrada

gratuita, recebeu desde a sua inauguração em 2007 mais de um milhão de visitantes e tem como principais patrocinadores o Ministério da Educação, o Turismo de Portugal e a empresa Zon.

Criado a partir do acervo da coleção Berardo, o Museu Berardo é constituído por cerca de 1000 obras, de mais de 500 artistas, representativas dos movimentos artísticos mais significantes do século XX e XXI, estando 862 peças emprestadas em permanência. De forma dinamizar-se, a programação do museu articula as exposições provenientes da coleção permanente em simultâneo com outras exposições temporárias fruto de parcerias com outras instituições, nacionais e internacionais<sup>8</sup>. Estas parcerias permitem não só um intercâmbio de obras, um diálogo entre diferentes coleções e diferentes espólios, como também uma apresentação ao público mais vasta e mais diversificada do que foi a produção artística nacional e internacional desde o início do século XX até aos dias de hoje.

O Serviço Educativo, criado desde raiz com o próprio museu, tem como objetivo criar um discurso pedagógico, articulado com os criadores, críticos e docentes dos vários níveis de ensino. Neste sentido, existe uma colaboração dentro do museu entre diversos departamentos (o de curadoria, o de programação, o de montagem) e os serviços educativos, de forma a maximizar as possibilidades de trabalho de cada um.

A programação do SE é criada em torno da programação do próprio museu, tendo sempre como ponto de partida a coleção permanente e as exposições temporárias. Esta programação, organizada por temporadas, não tem público-alvo; sendo um museu gratuito, todas as pessoas são potencialmente públicos-alvo. Assim, existem atividades desenvolvidas para qualquer idade e qualquer estrato social. No entanto, existe uma segmentação da programação, de acordo com o objetivo da procura e com a idade dos participantes, de forma a orientar melhor tanto o público como o próprio serviço. Assim, existem quatro segmentos de programação: escolas, família, férias e adultos. Os tipos de atividades propostas são transversais a estes três segmentos.

Este museu proporciona ao público uma vasta oferta de atividades onde cada uma tem um objetivo muito específico, ligado aos conceitos de uma ou mais exposições do museu. As visitas são as mais frequentes, havendo, no entanto, periodicamente outras atividades como palestras, encontros, congressos e *workshops*. O SE disponibiliza

---

<sup>8</sup> Por exemplo, a exposição anual “BES Revelação”, na área da fotografia

vários tipos de visitas, cuja duração é geralmente de 1h30: visitas-jogo, visitas temáticas, visitas orientadas, entre outras atividades.

O Museu Berardo encontra-se instalado no edifício do Centro Cultural de Belém. Destinado a acolher a presidência portuguesa da União Europeia em 1998, o edifício dos arquitetos Vittorio Gregotti e Manuel Salgado articula três módulos: o Centro de Exposições, onde se encontra instalado atualmente o Museu Berardo; o Centro de Espetáculos, preparado para acolher diversas expressões como cinema, ópera, bailado, teatro ou qualquer género musical; o Centro de Reuniões, destinado a acolher congressos e reuniões de qualquer natureza ou dimensão, onde se incluem os serviços gerais da instituição. A linguagem arquitetónica moderna e simples, as formas são retilíneas e o material por excelência é a pedra contraposta pela instalação de vários jardins nos vários patamares do edifício. Localizado de lado oriental da Praça do Império, entre o Padrão dos Descobrimentos e o Mosteiro dos Jerónimos, tornou-se um marco cultural da cidade de Lisboa.

Esta ligação CCB-Berardo deveu-se ao desejo de fazer nascer um museu de arte permanente que pudesse ser articulado com um programa cultural diversificado. O CCB, além de atração arquitetónica, é um polo cultural que articula programação muito diversificada e abrange desde expressões mais clássicas às experimentais, em várias áreas artísticas: Música, Jazz, Dança, Literatura, Teatro e Artes Performativas (Fábrica das Artes). Além da programação, este polo dispõe vários serviços como lojas, um restaurante, dois bares e duas garagens abertas a utilizadores.

#### 4.1.1.2 Museu da Imagem e Movimento



**Figura 3.** Museu da Imagem e Movimento



**Figura 4.** Espaço Oficina do Olhar, MIMO

O MIMO é um museu municipal, situado em Leiria e criado em 1997 a partir de uma exposição comemorativa dos 100 anos do cinema português (1996). Este museu tem com principais objetivos: a divulgação da história e desenvolvimento do cinema enquanto imagem em movimento; divulgação e experimentação dos mecanismos através dos quais as imagens se transformam em espetáculo; e a valorização do diálogo entre a arte e o engenho. Esteve em pleno funcionamento entre 2002 e 2007, período durante o qual recebeu aproximadamente 60.000 visitantes; entre 2008 e 2010 esteve em reestruturação, tendo voltado ao ativo no presente ano. O MIMO é tutelado pela Câmara Municipal de Leiria.

Atualmente, o MIMO está instalado num edifício dentro na Cerca do Castelo de Leiria, reconstruído e remodelado para acolher o museu. Este edifício resulta da junção de três volumes pré-existentes de grande relevância histórica e cultural<sup>9</sup>, anteriores ao século XIV, conexos à Igreja de São Pedro. Na reconstrução, a estrutura tripartida foi mantida, procurando preservar as características arquitetónicas originais que podiam ser recuperadas (colunatas, paredes e até vestígios de pigmentos) e valorizar a importância histórica e cultural deste património municipal centenário. Esta reabilitação foi realizada ao abrigo do programa POLIS, que prevê a reabilitação do centro histórico, a sua aproximação à cidade e a renovação urbana e ambiental da cidade.

O acervo do MIMO é constituído pela coleção do museu, o arquivo de imagem e a oficina do olhar. A coleção provém da doação de um particular, e transformou-se em exposição permanente em 2002. Esta, denominada “O Fascínio do Olhar”, é composta por instrumentos que mediam o olhar e criam assim imagens (lanternas mágicas, câmaras obscuras, máquinas fotográficas, praxinoscópios, cinematógrafos, entre muitos outros), divididos atualmente por três temáticas correspondentes respetivamente às áreas de pré-cinema, fotografia e cinema: a Imagem em Fluxo, a Morte da Imagem, e a Reanimação da Imagem. O discurso expositivo é temático, organizando os objetos de acordo com as imagens que produzem. A coleção, ainda por reinstalar no novo edifício do museu, está atualmente disponível em forma de reserva visitável.

O arquivo de imagem é uma parte integrante do Centro de Documentação e Informação Artur Avelar e é constituído por documentos iconográficos, fotografias,

---

<sup>9</sup> Estes edifícios constituíram as “Cavaliças da Rainha”, foram utilizados como “Celeiro del-Rei” e “Celeiro da Mitra”, sendo mais recentemente utilizado como Quartel de Cavalaria do Regimento de Artilharia Ligeira n.º4.

filmes e vidros de lanterna mágica. Tem como principais objetivos a recolha de materiais significativos para o museu e sua conservação, arquivo e organização, assim como a dinamização do arquivo audiovisual através do centro de recursos multimédia. O próprio CDIAA nasceu com o museu e integrou o fundo Artur Avelar, cinéfilo leiriense, e dispõe, além do arquivo de imagem, de biblioteca, videoteca, área de reservados para documentos raros.

A Oficina do Olhar é um espaço de experimentação composto por objetos associados ao aparecimento das imagens em movimento, assim como objetos ligados a experimentações óticas; alguns destes objetos são reproduções de originais e outros são objetos recriados, resultado da aplicação de princípios óticos e artísticos. A própria oficina, de forma análoga à exposição permanente, apresenta uma lógica própria que segmenta o espaço e organiza o discurso. Este espaço está ligado ao Serviço Educativo e de Animação.

O SEA foi criado em 1996, quando surgiu a ideia do MIMO. É um serviço educativo criado de raiz que pretende promover processos de interação entre os indivíduos e os diversos contextos, concebendo o museu como meio para diálogos. O público-alvo do SEA, tal como o do próprio MIMO, é sobretudo o público escolar dos 1º, 2º e 3º ciclos e ensino secundário, procurando cada vez mais abranger o ensino universitário.

A programação do museu, organizada sobretudo em torno das atividades do SEA, pode ser organizada por programação pontual e programação regular. A programação regular pode ser dividida em: oficinas criativas; oficinas técnicas; visitas guiadas; ciclos de cinema; entre outras atividades. A programação pontual inclui formações, palestras, jornadas do património, produção de filmes e curtas-metragens e ainda o festival anual CINEANIMA – Festival Internacional de Cinema de Animação e o concurso também anual de jovens realizadores e outras atividades mais pontuais, entre outros. Há ainda a realização de atividades específicas para crianças com necessidades educativas especiais, assim como programas de visitas a escolas e lares, com o objetivo de divulgar o trabalho do SEA e sobretudo do MIMO.

Além dos serviços já referidos englobados no CDIAA e no SEA/Oficina do Olhar, o MIMO dispõe de loja, cafetaria, área de lazer, sala de exposições temporárias, gabinete de conservação e restauro, reserva visitável, sala de visionamento, laboratório de fotografia, centro de recursos multimédia e auditório. Este museu conta ainda com

algumas parcerias, como o IPL, a Associação Célula & Membrana, os serviços culturais da CML, assim como muitas colaborações pontuais com outras instituições, como o cineteatro da Mealhada ou o Museu de Arte Sacra de Fátima.

#### 4.1.2 Confronto

O Museu Berardo é atualmente é um dos museus de arte obrigatórios nos roteiros de Lisboa. Desde o início foi um museu projetado para o grande público, um público muito diferenciado a todos os níveis, que tem conseguido não só captar como manter, sobretudo através do desenvolvimento de estratégias de atração e gestão de públicos (isenção de bilhete, preços baixos para atividades do serviço educativo, horário alargado) e também à à estabilidade financeira e dimensão desta instituição, que lhe permite desenvolver um trabalho continuado. O MIMO, por sua vez, é um museu municipal com todos os constrangimentos financeiros que daí derivam. Apesar de apoiado pelo IMC, o museu carece de recursos humanos e financeiros, que condicionam uma prática que se tem conseguindo manter regular e de qualidade. Um dos grandes constrangimentos é o horário que funciona de segunda a sexta-feira, das 9h30 às 17h, com interrupção para almoço e aos sábados apenas da parte da tarde, que impossibilita uma maior adesão do público adulto e mesmo do público infanto-juvenil em contexto familiar.

Ao nível os serviços, cada museu tem os seus mas geralmente seguem as mesmas tipologias, como é o caso tanto do MIMO como do Museu Berardo: serviços de informação/comunicação/marketing, serviços de restauração, loja, serviço educativo e espaços de lazer.

Relativamente aos serviços de informação/comunicação/marketing, existem dois serviços centrais que cumprem funções muito distintas: as publicações, laterais ao grande público e por vezes negligenciadas ou resumidas ao departamento de marketing com os seus panfletos informativos, mas que refletem o tipo de investigação praticado ou apoiado pela instituição e dos ecos que esta produz nas instituições análogas; e os serviços divulgação, do qual se destaca o sítio *web*, que além de chegar de forma rápida

e eficiente a novos públicos pode constituir-se como uma ferramenta de análise das prioridades de cada instituição.

O MIMO disponibiliza para venda alguns catálogos, maioritariamente de exposições temporárias, mas também o catálogo da exposição permanente e ainda uma publicação sobre o processo arquitetónico de reestruturação do edifício onde o museu se encontra atualmente instalado. Todos estes catálogos são edições próprias do MIMO. O Museu Berardo possui um número muito superior de catálogos disponíveis para venda uma vez que disponibiliza não só os catálogos do Museu Coleção Berardo, mas também dos outros museus e coleções pertencentes à Fundação Berardo. As edições são frequentemente editadas pela Fundação Berardo ou pelo Sintra Museu de arte Moderna Coleção Berardo, e existem ainda algumas edições do CCB, de algumas editoras como a 90graus ou a Soft Cover, por alguns jornais (Diário da Republica e Jornal de Notícias) e ainda de outras instituições, como a Assembleia da Republica, algumas câmaras municipais, alguns centros de arte, entre outros. Em ambos os museus as suas edições são exclusivamente dedicadas a catálogos, carecendo de publicações científicas de investigação na área museológica.

O sítio *web* do MIMO apresenta-nos na página inicial a divulgação das exposições temporárias em exibição. As restantes informações estão espalhadas pelos menus lateral e superior, pela seguinte ordem: lateral – agenda, museu, coleção, serviço educativo, exposições temporárias, centro de documentação, loja e, patrocinadores; superior - história do museu, também acessível no separador “museu”, na barra lateral, e ainda o atalho para os amigos do museu e para os contactos. A ênfase é dada na informação da página inicial referente às exposições temporárias, uma vez que a exposição permanente ainda não se encontra instalada. O serviço educativo é o separador que apresenta mais itens, relacionados com as principais atividades e eventos realizados, corroborando a importância no seio do museu. A página disponibiliza muita informação, de forma organizada e coerente, recorrendo a texto e imagem e permitindo ao utilizador explorar a mesma informação.

Comparativamente, o sítio *web* do Museu Berardo fornece pouca informação e é pouco dinâmico. A página inicial apresenta os sumários e respetiva imagem da exposição permanente, as exposições temporárias, o serviço educativo (onde é primeiro apresentada a parceria do SE com a empresa Comboios de Portugal e só depois a

programação do SE) e por fim a loja. Nas barras lateral e inferior destacam-se o aviso de entrada gratuita e uma menção às atividades da época (programa Férias de Verão), assim como os principais parceiros. Os sumários não são hiperligações, sendo apenas disponibilizada informação em formato *pdf* sobre uma das exposições temporárias, a programação do SE e a programação de Verão. O sítio *web* é estático, não permitindo ligações à exceção dos ficheiros *pdf* acima mencionados e identifica os principais focos do museu: exposições, serviço educativo e loja.

Relativamente aos SE, o serviço educativo do Museu Berardo, pela diversidade de programação que o próprio museu apresenta e pela extensão de públicos que abrange, desenvolve várias abordagens às suas exposições e à coleção permanente. Toda a programação do serviço educativo é atravessada por atividades que não só envolvem ativamente os visitantes como os tornam o centro das mesmas: as oficinas, as visitas-jogo, os bebés no museu. A experimentação está na base da aquisição do conhecimento das obras e do entendimento do espaço do museu enquanto tal, através do conhecimento e manipulação dos elementos formais da linguagem visual. Nas atividades em que a envolvência do visitante é essencialmente intelectual, a mediação entre obra e visitante é feita por intermédio do debate. O destaque é dado aos conceitos, às relações que estabelecem e à construção de um discurso a partir do entendimento dos mesmos. Assim, a programação centra-se na ação do visitante a partir da dicotomia produzir/agir.

As atividades permitem atingir um público muito vasto, o que auxilia o impacto do serviço educativo. No entanto, nas atividades para famílias o papel dos pais é diminuto. As atividades são exclusivamente para os filhos, a família é só a instituição que permite o contacto com o museu, por oposição a outra instituição que também o faz, a escola. A exceção é a atividade “Bebés no Museu”, onde os pais têm um papel ativo devido à idade dos participantes (2-4 anos). Tornando estas atividades como atividades de família permitiria alargar o público do serviço educativo e contribuiriam ativamente para manter coesa uma instituição que lentamente se está a fragmentar no seio da nossa sociedade. As escolas têm sido o público mais constante para o serviço educativo, devido à abertura do discurso do museu, e a uma eficiente adequação do mesmo a todas as faixas etárias. Para isto têm contribuído também os projetos desenvolvidos em parceria com algumas instituições que o museu tem desenvolvido ao longo dos três anos, como é o caso da parceria com a Associação da Mouraria.

O programa do SE está muito bem estruturado, é muito claro ao nível dos objetivos de cada atividade e da abordagem que o serviço pretende, mas que, no campo, as práticas ainda carecem de estrutura e de linhas estratégicas. O serviço educativo está fechado em si, apesar de ter potencial para prestar um serviço de grande qualidade.

O MIMO, por sua vez, tem um público mais local e uma coleção muito mais focada. Ainda assim, o SEA aposta numa programação bastante diversificada, dirigida sobretudo às faixas etárias escolares. Este é um serviço que se abre à comunidade exterior ao museu precisamente através das propostas do SEA. A sua programação tenta um equilíbrio entre as atividades centradas nos visitantes, de carácter mais prático, e as atividades mais relacionadas com a observação, onde predomina a dicotomia aprender-pensar-comunicar e são valorizadas as atividades em grupo. Partindo ora das técnicas de produção de imagem ora das imagens finais, pretende-se fornecer ferramentas para a compreensão das imagens e dos seus sistemas simbólicos, assim como desenvolver a sensibilidade estética.

As atividades permitem uma exploração diversificada das temáticas do museu, integrando ou não a própria coleção. O museu desenvolve também atividades em vários locais da cidade, em escolas e noutros museus parceiros. É aí que o museu sai de si para ir de encontro à própria comunidade onde se insere, procurando ter um papel ativo no desenvolvimento da mesma.

O programa do SEA, relativamente ao SE do Museu Berardo apresenta-se menos estruturado ao nível dos objetivos mas na prática as linhas estratégicas encontram-se bem definidas. Este é um serviço educativo pequeno, com grandes constrangimentos económicos e de recursos humanos, que ainda assim consegue manter uma ação continuada com qualidade.

No domínio das coleções, ambos os museus são muito distintas. O MIMO tem uma coleção constituída sobretudo por imagens e dispositivos que permitem criar imagens; a ênfase está nas técnicas e na sua evolução – como registo histórico, com uma preocupação de contextualização –, assim como nas consequências e inovações que trouxeram. Há, contudo, uma componente estética, devido sobretudo às peculiaridades das imagens produzidas por estes dispositivos. A Coleção Berardo é exclusivamente composta por obras e arte – é o produto final, a obra, que é disponibilizado para contemplação; geralmente as obras são apresentadas sem contextualização específica,

embora haja uma breve teorização, que pode ou não envolver contextualização, na apresentação da coleção.

Outra grande diferença reside na forma de exposição da própria coleção. No MIMO a coleção é permanente e as obras expostas são quase sempre as mesmas. Contrariamente, a Coleção Berardo tem uma parte exposta como coleção permanente e o resto em acervo, sendo as obras periodicamente trocadas na íntegra de forma a dar rotatividade ao acervo e permitir a exposição do máximo de peças. Assim, com as mesmas peças são formuladas diferentes abordagens (temáticas, históricas) que constituem as várias amostras da coleção.

As exposições temporárias, muito diferentes entre si, obedecem à mesma lógica em ambos os museus; no geral trata-se de exposições monográficas que têm como principal objetivo a dinamização do museu, com abertura a novos públicos, assim como a fidelização dos públicos já conquistados. No entanto, a relevância para os dois museus é muito distinta. No MIMO as exposições ocupam uma pequena galeria e funcionam claramente como acrescento à coleção. Trata-se de um espaço complementar à coleção, ou alternativo, que é encarado como tal. Atualmente, e devido à ausência da exposição permanente (ainda por instalar), o espaço destinado à exposição permanente tem sido utilizado com grandes exposições temporárias, sobretudo emprestadas por outras entidades culturais. No Museu Berardo as exposições temporárias funcionam como polos vitais; elas chegam a ocupar juntas uma área expositiva superior à da própria coleção permanente. Não há um sentimento de complemento – não há uma hierarquização entre as exposições – uma vez que são frequentemente as exposições temporárias que atraem visitantes para a coleção permanente.

Em ambas as instituições, estas exposições temporárias servem frequentemente de plataforma de diálogo e são uma forma do museu se estender para fora do seu âmbito, além de serem oportunidades de estabelecer parcerias culturais. As parcerias permitem trazer ao espaço do museu exposições produzidas por e para outros museus ou instituições, que se refletem no museu que as recebem a dois níveis: económico, uma vez que se torna mais barato “importar” uma exposição emprestada do que produzir uma; ao nível da oferta uma vez que a aumenta, permitindo frequentemente trazer obras que de outro modo dificilmente seriam vistas pelo público nacional.

Ao nível da arquitetura, podemos diferenciar o MIMO e o CCB pelas tipologias nas quais cada um se integra: o edifício do MIMO é uma reestruturação de um edifício histórico pré-existente; a tipologia predominante no CCB é a “caixa *hightech*” onde predominam as formas prismáticas e onde as funções se encontram distribuídas pelo seu interior homogêneo. Apesar das diferenças, ambos se inserem naquilo que Kiefer designa por museus novos e ambos os edifícios cumprem os requisitos base de toda a arquitetura de museus – que se constitua como uma fonte de atração para novos públicos, que imprima identidade no próprio museu e que cause impacto.

O edifício do MIMO pretende recuperar património local e, assim, reforçar uma ligação com a população a partir do território; mais do que ser o edifício do museu, este é um edifício histórico carregado de simbolismo, numa zona que se mantém particularmente ausente da vida dos habitantes de Leiria. Neste caso, existia um património a preservar numa zona a reabilitar, sendo esta reabilitação a principal razão de ter sido acolhido ali um serviço cultural como o museu. Ainda assim, este realojamento do museu representou uma mais-valia para o próprio MIMO: se por um lado se encontra agora mais distante do centro e da população, por outro toda a reconstrução do edifício foi feita em função dos objetivos e necessidades do museu, permitindo uma melhor instalação da coleção, mas também uma nova orgânica entre serviços, com mais espaço e condições para cada secção. Além disso, ao nível formal não se trata de um processo de restauro, mas de uma recuperação que, mantendo o diálogo com o património existente, afirma a sua contemporaneidade. Assim, mantêm-se a estrutura tripartida, conservam-se paredes interiores, colunadas e vestígios de pinturas, mas há também uma preocupação de afirmar a mudança no exterior, construindo uma linguagem visual própria, de formas geometrizadas, numa linguagem claramente contemporânea.

O CCB, edifício que acolhe o Museu Berardo, nasce por sua vez numa localização muito atrativa e turística, junto a outros equipamentos que não só valorizam o espaço como são testemunhos culturais muito fortes<sup>10</sup>. O CCB corresponde, como muitos outros equipamentos culturais espalhados pelo país, à materialização de uma afirmação política que se constrói para fora (inicialmente representativa da presidência portuguesa

---

<sup>10</sup> Mosteiro dos Jerónimos, Padrão dos Descobrimentos, Torre de Belém, Museu dos Coches, Museu da Presidência. Além destes, existem outros marcos que engrandecem o local, como é o caso da Praça do Império e os seus jardins, o Planetário ou os Pastéis de Belém

da União Europeia e, posteriormente, enquanto megacomplexo cultural) mais do que a uma necessidade pré-existente. Formalmente, o edifício é extremamente funcional na sua divisão, a sua linguagem é austera e muito contrastante com as linguagens dos edifícios culturais que o rodeiam, sobretudo com o Mosteiro dos Jerónimos. No entanto, há uma ligação muito harmónica com a Praça do Império, não só pela sua geometrização como pelos elementos naturais presentes em ambos. A instalação do Museu Berardo neste edifício relaciona-se, novamente, com uma vontade política de construir neste já megacomplexo cultural um museu de arte que integrasse Lisboa nos circuitos internacionais de arte, usufruindo de todos os serviços já instalados no CCB.

Comparativamente, a localização de ambos os museus serviu propósitos políticos sem que, no entanto, isso constitui-se constrangimentos ao funcionamento dos mesmos: o MIMO ganhou uma casa própria, estruturalmente pensada para si; o Museu Berardo ganhou um espaço onde instalar a sua coleção, permitindo a sua exposição pública de forma permanente.

#### 4.1.3 Conclusão

Este estudo permitiu observar os dois museus envolvidos segundo os seus eixos de produção de práticas e discursos. É possível verificar a presença desses eixos estruturais em ambos os museus, ainda que o que resulta desses eixos difira. Ambas as instituições são atravessadas e produzem discursos relativos aos seus públicos (reais e alvo), aos serviços que prestam às comunidades, ao papel educacional que desempenham, às suas coleções e exposições e relativos também à sua arquitetura. No entanto, ambas produzem práticas diferentes como resposta a estes discursos transversais, como se pode observar no quadro 2:

**Quadro 2.** Síntese Comparativa entre o MIMO e o Museu Berardo

		<b>MIMO</b>	<b>Museu Berardo</b>
<b>Públicos</b>	Alvo	Todos	Todos
	Real	Local, Escolar	Todos, Transversal
<b>Serviços</b>	Publicações	Várias, Catálogos	Várias, Catálogos
	Website	Informativo, Dinâmico	Ilustrativo, Estático
	Outros	Vários	Vários
<b>Serviço Educativo</b>	Actividades	Diversificadas	Diversificadas
	Programação	Concisa, Consequente	Estruturada, Superficial
	Educação	Aprendizagem	Prática
<b>Colecção Exposições</b>	Permanente	Estática	Dinâmica
	Temporária	Complemento	Integrante, Essencial
<b>Arquitetura</b>	Tipologia	Reestruturação ed. históricos	Caixa Hightech

Há ainda outras semelhanças, que podem ser extrapoladas a partir deste estudo. O público é agora o elemento central na produção museológica; o direcionamento da publicidade para públicos cada vez mais específicos é um testemunho disso, como o é também a ascensão do número de serviços que o museu presta. Estes serviços foram crescendo não só em número mas também diversificando os campos de oferta: inicialmente os serviços estavam restringidos ao campo do conhecimento, onde se inserem as bibliotecas, os serviços de conservação e restauro, os arquivos; depois alargaram simultaneamente à área da educação e lazer, com o serviços educativo, restaurante, o bar, as zonas de descanso e aos para os campos de comércio e entretenimento, com a loja, a programação destinada ao entretenimento (festas de aniversários, férias, etc.).

Sendo o público o elemento central no museu, a coleção passou de ser a razão única de existir dos museus para passar a desempenhar um papel agregador de toda a ação: da comunicação com os públicos, aos serviços e até por vezes à arquitetura, tudo redireciona para a coleção. A arquitetura também ganha visibilidade por duas razões: primeiramente por ser uma expressão do poder e prestígio da instituição que acolhe e também por ser uma nova fonte de públicos.

## 4.2 Museu, Identidade e Memória: MIM e MTMG

Identidade e Memória são temáticas frequentemente associadas ao museu. Mas como é que cada museu trabalha uma memória e se transforma em produtor de identidades?

Este estudo parte de uma abordagem geral aos temas da identidade e da memória a partir de conceitos como pertença, tradição, comunidades da memória, a dicotomia memória/esquecimento, e a partir de questões-chave como o papel que os objetos desempenham na produção e manutenção da memória coletiva, a importância do poder local nas memórias locais e a relação entre história-memória e património. Estes conceitos e questões são posteriormente articulados com a realidade de duas instituições, o MIM e o MTMG, de forma explicitar a forma como são tratadas as heranças coletivas e as práticas e tradições já extintas de forma a serem transformadas em memórias coletivas e em símbolos identitários locais. Pretende-se ainda poder extrair conclusões sobre a importância deste discurso nos museus que se assumem como guardiões (apesar de serem também produtores) de identidades e memórias locais e do papel que estes assumem na comunidade onde estão inseridos.

### 4.2.1 Contexto

Considerar-se membro de uma nação envolve projetar sentimentos de pertença e fraternidade muito para além daqueles com quem mantemos contacto direto, mas apenas até um certo limite, a fronteira da comunidade nacional. A identificação pessoal com a nação não pode assentar na experiência social, pertencendo antes à esfera cultural, à partilha de saberes e práticas, de representação, ritual e simbolismo. Além disso, a nação requiere pessoas que se vejam a si próprias não apenas como meio para a regulação social, mas como membros livres e participantes. As nações não são contentores de massas, mas devem ser feitos de uma população de cidadãos. Os museus, assim como outras instituições públicas, foram forjados a partir destes ideais de nação e

são, por isso, locais expressivos e veiculares desta nova forma de pensar a sociedade e a cultura (Macdonald, 2003).

Para as nações, a cultura é o seu meio de expressão: é o sinal externo e distintivo das suas particularidades. Os museus, já reconhecidos como locais de reunião de objetos culturalmente significativos, foram prontamente apropriados como expressões nacionais de identidade, e da ideia de ter uma História própria – o equivalente à memória pessoal mas na forma coletiva. Ter um museu era, por si só, possuir uma identidade. O antropólogo Richard Handler (Macdonald, 2003) defende até que a ideia de ter uma cultura se tornou crucial para o discurso étnico nacionalista e politizado: tornou-se uma forma de se reivindicar enquanto discurso de um povo com direitos a, pelo menos, algum grau de independência.

A sociedade ocidental acreditava, até ao século XX, que um objeto apresentado de forma não ambígua podia ser apreendido tal como é; ou seja, os objetos eram entendidos como factuais, mesmo na ausência de contexto. Consequentemente, os próprios museus eram entendidos como factuais. Além disso, os objetos eram entendidos como propriedade, uma noção fundamental no conceito ocidental de identidade. No contexto dos museus, a propriedade era entendida como coletiva (pertencente culturalmente a todos) e os bens eram “santificados” uma vez que eram retirados do circuito comercial, e adquiriam valor para além do valor comercial: adquiriam valor simbólico.

Especialmente em museus nacionais, os objetos desempenharam desde sempre papéis específicos na produção de identidade nacional: os artefactos nacionais estavam ligados sobretudo à reconstrução da sua história; os objetos provenientes de outras culturas, sobretudo nas nações colonialistas, estavam ligados à transmissão de um poder conferido pela expansão, que colocava o país ou região numa escala global; os revivalismos remetiam simultaneamente para a antiguidade e para a continuidade através do tempo (Macdonald, 2003). Há ainda, nos finais do século XIX, a introdução de outro tipo de objetos ligados à produção de identidade coletiva: objetos rurais ou regionais ligados à memória, à origem e à conservação das tradições, por vezes reconstruídas ou mesmo ficcionadas ou idealizadas.

Mas nem só em museus nacionais se produz identidade. Os museus locais, com maior ou menor relação com o discurso nacional, articulam as especificidades culturais

das localidades e atuam no domínio da identidade coletiva maioritariamente a partir da representação de um passado local. No entanto, os museus locais podem assumir-se como articuladores de outro tipo de identidades, relacionadas com as comunidades locais. “O sentido ideológico e discursivo da exposição ou do acervo dos museus, hoje, deve ser repensado ou substituído por outros símbolos e/ou outros valores que deverão vir dos interesses da comunidade em que o museu está inserido e a partir da discussão entre os vários campos do conhecimento” (Ramos, 2003, p. 7).

Com as movimentações populacionais por todo o mundo, com a fragmentação da sociedade e dos sentimentos de pertença, a identidade é cada vez menos entendida como definida e coerente. Nas últimas décadas assistimos a mudanças profundas na paisagem humana e demográfica dos países ocidentais: migrações, diásporas, recomposições de populações. A noção de nação pode estar em perigo devido a forças internas, como a emergência de grupos separatistas, movimentos étnicos, regionalismos e outros movimentos, e a forças externas, como corporações globais, organizações transnacionais ou as tecnologias de comunicação, responsáveis por criar identidades não-territoriais. Segundo Giddens (2002), a própria natureza identitária está a ser transformada; esta está a dissociar-se das localidades e dos quadros tradicionais de nação e etnia, mas também de classe e de parentesco. O autor sugere até que se poderá inventar ou criar reflexivamente as nossas próprias identidades (embora acrescente que não o podemos fazer livremente), levando mesmo à questão: “who to be?”. Em vez de se pensar as identidades como sendo definidas e tentarmos encontrar a sua persistência e coerência pelo tempo e espaço, começaremos a encará-las como infinitamente em processo de criação<sup>11</sup>: as identidades centradas, singulares, estão a ser substituídas por identidades baseadas na mistura cultural e nas trocas interculturais.

A sociedade está em mudança e, com ela, os públicos dos museus. Se sempre esteve presente nos museus a ideia de espelho e de evocação de sentidos de pertença, este agora fragmenta-se e recria-se consecutivamente, de forma a poder estabelecer, reforçar e partilhar diálogos com esses mesmos públicos. “Identidades e alteridades, no contexto destas grandes transformações que são também expressões da globalização, são subjacentes como fatores de redefinição do museu” (Brito, 2006, p. 160).

---

<sup>11</sup> Como acontece, por exemplo, com jogadores virtuais, que encaram a identidade como descentrada, múltipla e fluida.

Os museus, precisamente porque estão tão implicados na produção de identidade e devido à sua articulação com o tipo de identidades que estão ameaçadas, são locais privilegiados para analisar algumas destas transformações. Os museus devem, assim, encontrar um espaço de diálogo com a sociedade de forma a conseguir trazê-la para o seu espaço. Ao invés de representarem “a” identidade, estas instituições têm cada vez mais de tentar entender a sociedade onde se inserem, as suas raízes, as suas noções de comunidade e assumir-se não só enquanto discurso da e para a maioria, mas trazer a si vozes minoritárias, excluídas e marginalizadas.

A História é a forma através da qual desenvolvemos identidades coletivas. Mas como é que se fixa a identidade numa comunidade? Pela inscrição de objetos e ideias na memória coletiva. É precisamente a partir da memória coletiva que a identidade e as suas instituições se poderão formar e agir. A nossa sociedade e o seu conceito de património deixaram a era histórica para entrar na sua era memorial.

A memória, além de uma função individualizada, tem também uma função social. Esta só poderá ser desempenhada através de liturgias próprias, calcadas nas lembranças provocadas por vestígios passados. O seu conteúdo é indissociável dos seus campos de objetivação e transmissão, como as linguagens e imagens (escritas, monumentos, lugares), e dos ritos que reproduzem. Assim, não haverá memória coletiva nos indivíduos sem suportes de memória ritualisticamente compartilhada. As lembranças e repetições são responsáveis por conservar saberes e transmitir heranças sendo, desta forma, fatores fundamentais para a construção de um sentimento de pertença e uma identidade local regional ou nacional (Ramos, 2003).

Os artefatos culturais são frequentemente suporte dessa memória e desempenham um papel crucial no processo social de recordar: “Remembering is something which occurs in a world of thing, as well as words, and artefacts play a central role in the memories of cultures and individuals” (Tota, 2003, p.3, cit. Radley, 1990). As memórias chegam-nos através de narrativas, imagens, textos, diários e objetos comuns. Os objetos são suporte de uma herança, tornando-se a expressão de conteúdos que não são materializáveis: a reunião de uma forma física, o objeto, e um conteúdo imaterial, aquilo que exprimem enquanto forma e herança (Carneiro, 2004).

As instituições pensam, elaboram e influenciam largamente as construções de representações sociais. Quando aplicadas à memória, estas instituições tornam-se

maquinas capazes não apenas de selecionar e produzir informação mas de criar verdadeiras visões do mundo. Memória e poder estão ligados a partir da seleção do que se recorda e consciente ou inconscientemente se esquece. Os museus são assim “instituições da memória” (Ramos, 2003): “As escolhas dos objetos que vão fazer parte do património cultural consideram a sua capacidade de receber significações relacionadas, principalmente, com a sua história anterior, a sua raridade, a aparência externa” (Carneiro, 2004, p. 75). Em contexto de museu, os mesmos objetos podem assumir diferentes significados conforme os indivíduos ou grupos sociais que os observam. Negando alguns aspetos dos objetos e dando relevância a outros, ou seja selecionando, o museu inscreve-lhes discursos que nunca abrangem a totalidade do contexto e da realidade desses objetos – conservar é por isso, e segundo Déotte (Carneiro, 2004), uma função do esquecimento.

A memória coletiva era, antes do século XX, frequentemente baseada em mitos, alguns dos quais criados com a intenção de suportarem a crença na perpetuidade da Pátria; hoje é a História que ocupa o papel primordial na memória coletiva e, conseqüentemente, na consciência de identidade (Carneiro, 2004). A globalização económica e a modernização pós-industrial levaram a uma reescrita da História, a reconstruções do passado e a revitalizações de tradições por toda a Europa. A defesa de identidades regionais através de práticas simbólicas relacionadas com um alegado passado comum, a comemoração de tradições recentemente inventadas como autênticas e a interpretação de noções como velho e autêntico como equivalentes a “bom” têm sido algumas das estratégias das sociedades contemporâneas para esta reescrita, razão pela qual são consideradas sociedades pós-tradicionais (Carneiro, 2004).

Todas as culturas e comunidades têm os seus documentos que ancoram e afirmam a sua memória e se erguem como indicadores da sua identidade. A relação entre património e memória é essencialmente simbólica: ela é um entre muito meios para prolongar a existência social. “O valor da memória reside, segundo Le Goff, na capacidade que encerra de salvar o passado para servir o presente e o futuro” (Carneiro, 2004, p. 76). Sem memória não seria possível conceptualizar o património, e por esta ser um elemento essencial na identidade individual ou coletiva, a sua busca é uma das atividades fundamentais nas sociedades contemporâneas. A natureza do património é atualmente social e identitária, destinada a ligar o individuo à comunidade através de traços culturais que reconheça e é, por isso, utilizada para reforçar as identidades locais.

A memória transformou-se num dos objetos da sociedade de consumo que melhor se vende, potenciada também pelo medo generalizado da amnésia coletiva. É também por isso que a política do património é eficaz, mobilizando os grupos sociais cada vez mais ameaçados pela perda de memória e identidade (Carneiro, 2004).

“A retórica do património apresenta-se como um avatar – muito mais subtil – do paternalismo estatal, ajudando a definir o ideal e a ideologia do Estado moderno: assegurar o monopólio de memória e reduzir a memória de tudo à memória inscrita, conservada, autorizada. A produção do passado tornou-se uma atividade essencial dos Estados modernos: não há nenhuma nação que não tenha os seus monumentos-emblema prolongando o simbolismo de bandeiras, hinos, festas” (Carneiro, 2004, p. 73). Esses monumentos possuem dois tipos de valor: um valor comemorativo, ligado ao passado e que intervém na memória coletiva; e um valor de antiguidade, representando as marcas e valor de outro tempo na contemporaneidade, pertencendo, por isso, ao presente. É no primeiro tipo que a ordem política procurou uma legitimidade nova ou suplementar; a folclorização e a patrimonialização das culturas populares surgiram neste contexto com o objetivo de criar uma identificação entre o Estado e a nação.

No entanto, as políticas culturais no geral têm vindo a perder as suas formas comunitárias. Tem-se vindo, igualmente, a perder a parceria com a sociedade civil e tanto património como museus têm sido integrados em projetos globais de desenvolvimento local, onde a cultura local é tida como um recurso na sua implementação, a favor da projeção do local numa ideia imaginada de nação. O museu ou o monumento são assim, como o hospital ou a universidade, um símbolo de modernização no sistema de competitividade intra e inter-regional (Faria, 2000).

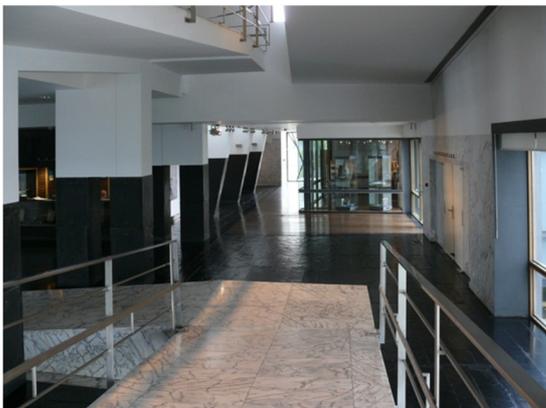
Como reação a estas políticas, surgem comunidades civis independentes que assumem o papel de plataforma para a construção e transmissão de memórias coletivas. São as chamadas *communities of memory* (Carneiro, 2004 cit Vera Zolberg) que asseguram a perpetuação na memória coletiva de acontecimentos relativamente recentes (acontecimentos locais ou globais específicos) ou assumem a missão de não deixar esquecer memórias outrora mantidas por instituições (ligas de amigos de alguns museus) através atividades culturais, celebrações ou constituição de associações que envolvam a comunidade. Quanto mais ativas e mais numerosas são estas comunidades, mais inscritos na memória da comunidade ficam os eventos que representam.

Há até, por vezes, uma sobreposição destas comunidades com o poder local, desempenhando assim as juntas de freguesia ou câmaras municipais este papel na medida em que a sua ação pretende mais do que apenas conservar e divulgar um acontecimento ou um património: pretende precisamente assegurar a memória do mesmo na sua comunidade. Este caso acontece especialmente quando os acontecimentos ou patrimónios têm relevância histórico-social ao nível local, podendo ser considerados como (auto)representações da própria comunidade.

O património herdado do passado a ser conservado e transmitido está no centro da discussão sobre cultura e memória. Hoje mais do que nunca tenta-se incluir a tradição como parte estruturante da autoconsciência do mundo global. “Trata-se, contudo, não de uma consciência passiva mas reflexiva construída, reinventada, revitalizada, integrada numa memória coletiva comum em confronto com as demais memórias locais no contexto global” (Faria, 2000, p. 6). Assim, não mais compete ao museu e às instituições culturais a produção de memórias mas antes a sua análise enquanto elementos fundamentais para a vida social (Brefe, 1998).

## 4.2.2 Caracterização das Instituições

### 4.2.2.1 Museu Marítimo de Ílhavo



**Figura 5.** Museu Marítimo de Ílhavo



**Figura 6.** Navio-Museu de Santo André

O MMI é um museu municipal, fundado em 1937 pelo e para o povo de Ílhavo. Os seus principais objetivos são a preservação e testemunho da ligação dos ílhavos ao mar e à ria de Aveiro, assim como a preservação da memória ligada à pesca do bacalhau.

Nos seus 74 anos de existência o museu esteve instalado em três locais, estando atualmente e desde 2001 acomodado num edifício projetado propositadamente para o acolher, da autoria dos arquitetos e irmão Nuno e José Mateus. O edifício, distinguido com os prémios AICA/MC 2002 da Associação Internacional dos Críticos de Arte do Ministério da Cultura, nomeado para o prémio SECIL 2002 e para o prémio da União Europeia para a Arquitetura Contemporânea 2003/Mies Van Der Rohe, apresenta uma linguagem formal geometrizada e contemporânea, de linhas simples, em diálogo com os materiais predominantes (pedra, betão e água).

O vasto acervo deste museu, que abarca temporalmente o final do século XIX e uma parte do século XX e é fundamentalmente resultado de doações, divide-se em três coleções: a coleção relativa à pesca do bacalhau, a coleção de etnografia da ria de Aveiro e ainda uma coleção de arte. A coleção da pesca do bacalhau à linha é composta por um bacalhoeiro cortado a meia água, representado com todos os seus componentes, assim como outras embarcações (dóris e baleeiras); ferramentas e moldes da construção naval; instrumentos de navegação antiga e moderna; e vários objetos documentais que fazem parte da memória desta faina. A coleção referente à Ria de Aveiro apresenta várias embarcações típicas em tamanho real (moliceiro, mercantel, várias bateiras, uma embarcação de recreio – o Vouga), assim como vários objetos relativos às atividades da Ria. A coleção de Arte é constituída por pintura e desenho referente à temática da Ria de Aveiro e das suas fainas agromarítimas; algumas peças de escultura; uma secção de cerâmica composta por exemplares de porcelana da fábrica Vista Alegre; alguma azulejaria e faiança local na secção de artes decorativas; e ainda a maior coleção de malacologia do país. Estas três coleções constituem as três exposições permanentes do museu, parcialmente expostas, estando o resto em reserva visitável. As exposições estão dispostas por sete espaços, divididos por dois pisos do edifício: cinco salas para as exposições permanentes; uma sala para as exposições temporárias no piso térreo; e um espaço de exposição dedicado à fotografia, situado também no piso térreo.

Pertencente ao MMI, apesar de se situar relativamente distante deste, num dos braços da Ria, encontra-se Navio-museu de Santo André, um antigo barco de pesca de

bacalhau que foi adquirido pelo museu na sua fase de abate, nos anos 90, e foi posteriormente transformado em bem cultural, estando agora aberto ao público. O Navio-museu de Santo André mantém a parte superior intacta, tendo sido a parte inferior, o convés, foi transformado em museu. O objetivo deste Navio-museu é enriquecer o discurso expositivo do museu, com a valorização cultural de um objeto utilitário, de uso comum e real, portanto um testemunho vivo ainda que inativo e datado da pesca do bacalhau. Foi uma aposta do município de Ílhavo, em cooperação com o MIM, que visa a projeção do mesmo.

O MIM disponibiliza alguns serviços, do qual o SE é o mais importante, no âmbito do qual são realizadas várias atividades: visitas guiadas integrais ou temáticas, segmentadas por graus escolares, abrangendo públicos desde o pré-escolar ao ensino secundário. Este serviço realiza ainda anualmente as Jornadas do Mar, uma programação específica para as férias escolares de verão e um concurso de modelismo náutico. Além do SE, o MIM dispõe de biblioteca e arquivo, assim como auditório e cafetaria.

#### 4.2.2.2 Museu do Trabalho Michel Giacometti



**Figura 7.** Exposição Mercearia da Liberdade, MTMG



**Figura 8.** Exposição Permanente MTMG

O Museu do Trabalho Michel Giacometti é um museu municipal, inaugurado em 1995 e situado em Setúbal. O seu nome é uma homenagem ao homem que compôs a coleção que hoje integra o espólio do sector primário do museu. Os objetivos deste museu são o estudo, preservação e divulgação de técnicas e conhecimentos relacionados

com o mundo do trabalho na história humana, nomeadamente com os ofícios tradicionais do mundo rural, marítimo, piscatório e da indústria conserveira. Simultaneamente, no Centro de Documentação, o museu recolhe, inventaria, conserva e divulga o património local material e imaterial relativo a estas atividades.

O MTMG funciona no antigo edifício da fábrica de Conservas Alimentícias de M. Perienes Ld<sup>a</sup>, adquirido pela CMS em 1991. O edifício conserva a sua estrutura intacta, estando as exposições e serviços instalados nas diferentes zonas da própria fábrica. A entrada faz-se pelo piso térreo, onde se situa a bilheteira, o piso superior é destinado aos serviços administrativos e a área expositiva desenvolve-se para os pisos inferiores, em plataformas: na primeira plataforma encontra-se a mercearia Liberdade; na rampa de acesso ao piso inferior encontra-se a exposição “Ao Encontro do Povo”; no piso intermediário está instalada uma sala para as exposições temporárias (com acesso apenas pelo piso inferior); no piso inferior está instalada a exposição permanente “Da Lota à Lata”, no antigo local onde se encontravam as máquinas da fábrica e se desenvolvia o trabalho industrial.

O seu espólio é composto por três núcleos, que representam diferentes sectores do mundo do trabalho: coleção Michel Giacometti<sup>12</sup>, que está presente no museu através da exposição permanente “Ao Encontro do Povo” e é composta por objetos relativos às atividades agrícolas, piscatória e ofícios vários, assim como recolha documental de literatura e saberes populares; património relativo à indústria conserveira, dividido entre património móvel (objetos presentes na recriação da cadeia operatória) e património imóvel (edifício da antiga Fábrica de Conservas Alimentícias Perienes, que atualmente aloja o museu) que compõem a exposição permanente “Da Lota à Lata”; e mercearia Liberdade, composta pelo recheio da antiga Mercearia Liberdade<sup>13</sup> (mesas, prateleiras, medidas de capacidade, balanças, exemplos de artigos para comercialização como leguminosas secas, conservas, vinhos...) e ainda os objetos referentes ao escritório e armazém da mesma.

Além do edifício da antiga fábrica de conservas, o Museu do Trabalho dispõe de dois outros polos: o Polo da Bela-Vista, onde se encontra a Reserva Técnica; e o Polo

---

<sup>12</sup> Parte desta coleção está disponível em acervo visitável, a Reserva Técnica, situada também em Setúbal, no Polo da Bela Vista

<sup>13</sup> A Mercearia Liberdade era uma mercearia centenária situada na Avenida da Liberdade, em Lisboa, que cujo interior foi doada à Câmara Municipal de Setúbal em 2002 para preservação e documentação.

Oficina CAO1/APPACDM, uma parceria com a Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão com Deficiência Mental, onde se encontra a exposição permanente “Nós Trabalhamos com as Máquinas” que reconstitui a cadeia de fabrico de pequenos artefactos metálicos.

Ao nível dos serviços, o Museu do Trabalho dispõe de galeria temporária, oficinas visitáveis, centro de documentação e auditório, além do serviço educativo. Dispõe ainda de venda dos catálogos das exposições na receção, por ausência de espaço de loja.

O SE assume como missão a divulgação a todos os cidadãos dos valores patrimoniais e artísticos ligados aos diferentes grupos de referência com expressão na comunidade, privilegiando a função social e a relação com essa mesma comunidade como veículo de educação não-formal. Trabalha sobretudo com escolas, tentando através delas chegar a toda a comunidade, a partir de meios como visitas guiadas, exposições itinerantes, dramatizações e projetos em parceria. As visitas guiadas, temáticas ou não, reconstroem e contextualizam as práticas representadas no espaço do museu, explorando aspetos como os trajes utilizados, as condições de trabalho da época e os pequenos mecanismos e hierarquias internos das fábricas.

O MTMG tem desenvolvido alguns projetos em parceria, dos quais se destaca o projeto “Canto dos Elfos” realizado com os utentes da APPACDM, várias escolas da região e artistas individuais que, além de se afirmar enquanto exercício museológico aberto à participação da comunidade, afirma-se também como plataforma de inclusão social e combate ao preconceito.

O Museu organiza ainda alguns eventos culturais, como é o caso do programa “Tardes Interculturais”, realizado no último sábado de cada mês, que promove um espaço de estreitamento entre o museu e a comunidade na sua multiplicidade identitária, de nacionalidades e etnias, recorrendo a especialistas e documentos que ajudam a balizar as várias temáticas em debate.

### 4.2.3 Confronto

As duas comunidades onde estão integrados o MMI e o MTMG, Ílhavo (Aveiro) e Setúbal, sendo geograficamente distantes e tendo, hoje em dia, atividades muito distintas, assim como diferentes densidades populacionais, têm em comum vários aspetos da sua história. Ambas foram, em tempos, localidades piscatórias; ambas produziam sal; ambas mantinham com o mar uma relação de proximidade e dependiam deste para o seu sustento; ambas mantinham contactos internacionais no desenvolvimento das suas principais atividades (Aveiro com a Gronelândia, onde pescavam, e Setúbal sobretudo com França, para onde importavam o produto da sua indústria); e ambas tiveram um grande desenvolvimento durante a primeira metade do século XX.

Apesar da diferença de tempo de existência do MMI e do MTMG<sup>14</sup>, e da dispersão temporal das atividades representadas no museu<sup>15</sup>, estes têm em comum um fator temporal: ambos remetem para memórias de práticas já em desuso, quando não extintas, cuja cessação aconteceu por volta da mesma altura. A sua história partilha o mesmo tempo de auge e declínio das principais atividades das suas comunidades.

Cada museu imortalizou as atividades (hoje tradicionalizadas) que mais impacto tiveram no desenvolvimento das suas comunidades: a pesca do bacalhau em Ílhavo e a indústria conserveira em Setúbal, apesar da presença minoritária de outras atividades, relacionando-a com as memórias da sua prática local. Celebrando memórias locais, ambos os museus se relacionam com outras memórias que transcendem hoje o espaço da sua comunidade: a pesca do bacalhau, considerada um marco nacional sobretudo a partir do Estado Novo; e a relação entre indústria conserveira e “trabalho”, um conceito e prática global, estabelecido sobretudo através da coleção que herdou e devido à qual foi possível construir o museu.

A criação destas duas instituições das memórias locais resultou de situações muito distintas: o MMI surgiu da vontade comum de vários cidadãos construírem um monumento à sua terra; o MTMG foi criado pela Câmara Municipal de Setúbal, que no

---

<sup>14</sup> O MMI foi criado em 1937 e o MTS em 1995.

<sup>15</sup> A pesca do bacalhau à linha foi praticada desde o século XV até aos anos 70 do século XX, enquanto a indústria conserveira se instalou em Setúbal no final do século XIX, entrando em declínio nos anos 80 do século XX.

desenvolvimento da sua política cultural deu importância a esta herança dos sadinos. De um lado temos uma força civil que se mobiliza para salvaguardar uma história, uma herança e as práticas da sua comunidade; do outro temos um poder local que, no exercício das suas funções culturais e, despoletado pela existência de uma grande coleção com a necessidade de ser exposta, decide criar um monumento de cariz identitário e memorial. Hoje, apesar de ambos os museus serem municipais, a sua gestão, dinamização e a sua razão de existir tornam-se essencialmente distintas pelo papel que cada um desempenha na sua comunidade.

O MMI é hoje um museu muito visitado<sup>16</sup>, sobretudo pelas escolas dos concelhos adjacentes a Ílhavo e pelos muitos emigrantes que visitam a sua terra natal, especialmente no verão. Há ainda outro tipo de visitantes muito frequentes neste museu: os visitantes que, por razões profissionais ou de lazer, se deslocam ao MMI especificamente para contemplarem a arquitetura do seu edifício. É um museu que mantém relações com várias comunidades, mas sobretudo comunidades exteriores à sua. Excetuando o público escolar, que acaba por ser a grande aposta do museu, não há interação com a comunidade local, com as pessoas que preservam ainda nas suas memórias a vida que pertence agora ao tempo dos museus. Este é um museu virado sobretudo para fora, que se mantém como “casa de lembranças” ou monumento comemorativo de uma História que é apresentada mas não vivenciada, mas que estabelece ainda o lugar das coisas neste antigo mundo já extinto. Quem mantém o museu não é a comunidade, ainda que se orgulhe do museu que construiu em tempos e que perdura, mas sim o poder local que espera criar, a partir destas afinidades, alguma coesão social a partir de um passado comum. O museu é, neste contexto, um sinal de desenvolvimento regional e urbano e de modernidade reconhecido sobretudo por comunidades exteriores, mais do que um verdadeiro serviço do qual a comunidade local usufrui.

Por outro lado, o MTMG está inserido numa das regiões mais pobres do país. Também o grau de escolaridade e mesmo de literacia é baixo, dificultando algum do trabalho com os públicos. A acrescentar a estes fatores há uma percentagem elevada de imigrantes, sobretudo imigrantes pobres, que não só contribui para a fragmentação social como constituem um público particularmente difícil de atingir. O volume de

---

<sup>16</sup> Entre 50.000 e 55.000 visitantes por ano.

visitantes é baixo<sup>17</sup>, no entanto, e contrariamente ao MMI, é um museu que trabalha conjuntamente com a comunidade, por exemplo, a partir das “Tardes Interculturais”, programa onde o museu procura estabelecer novas relações com novas identidades, procurando incluir esse novo e difícil público no museu que são os imigrantes. O seu público-alvo, além do público escolar que é transversal a todos os públicos-alvo de todos os museus do país, é a terceira idade, precisamente aquela que mais e melhor pode contribuir para dinamização e valorização do museu pela experiência direta e real que manteve com as temáticas do mesmo. Além disso, a parceria com a APPACDM desenvolvida no polo da Oficina CAO/APPACDM é provavelmente a maior prova de serviço útil à comunidade através da valorização que se faz do património local, da luta contra a discriminação e do esforço real para a inclusão social de pessoas portadoras de deficiência. Este trabalho está, socialmente, no centro do museu e é esta comunidade que funciona no seu seio de forma análoga às comunidades da memória: trata-se de uma comunidade civil verdadeiramente empenhada não só em manter a tradição e a memória vivas, como especialmente o próprio museu pela ação e impacto que tem nesta comunidade local.

O MMI e o MTMG são duas instituições semelhantes que produzem visões do mundo totalmente diferentes, assim como integram papéis diferentes nos seios das suas sociedades. O discurso dispositivo, a acrescentar aos outros argumentos já expostos, é também um sinal disso. No MMI a ênfase é dada sobretudo à História e à reconstrução dos seus factos – a abordagem é focada na funcionalidade e na contextualização; trata-se de mostrar a reconstrução de uma época naquilo que ela teve de melhor. Contrariamente, no MTMG todo o discurso expositivo é formado a partir da diferença qualitativa no nível de vida e no aumento de democracia: são abordados temas como a pobreza da população, a ausência de horários de trabalho na fábrica, a ausência de salário quando não havia trabalho (por exemplo, por falta de peixe) ou a discriminação salarial das mulheres. Este é um discurso essencialmente social, em contraste com o discurso essencialmente histórico do MMI.

No entanto, estes museus têm discursivamente algumas semelhanças: ambos produzem uma ideia idealizada, homogeneizada e até estereotipada de povo, de acordo com as visões que criaram do mundo; ambos criam e exploram narrativas da e para a

---

<sup>17</sup> 15.000 Utilizadores por ano no MTS, contando todos os polos e ainda os utilizadores de todos os serviços disponíveis, como a biblioteca, por exemplo.

memória coletiva; ambos ficionam ou, no mínimo, encenam o seu espólio para produzirem essas narrativas. Outra semelhança, provavelmente a mais importante, é que ambos os museus procuram uma autorrepresentação da sua comunidade, uma visão de si e da sua história, ainda que uns o produzam para si e para a sua própria comunidade e outros façam esse exercício de reinvenção para os outros, para o exterior.

#### 4.2.4 Conclusão

Este estudo permitiu localizar os discursos memoriais e identitários presentes nos dois museus investigados, entender a sua produção e aferir de que forma é que isso contribui para a relação que ambos mantêm com as suas comunidades.

Ambos os museus trabalham a partir da conservação e produção de memória coletiva assente nas tradições locais e nos documentos da comunidade. No entanto, a forma como articulam essa memória com a identidade é distinta: o MMI parte da história, construindo-se como um memorial a um tempo passado, uma casa de lembranças; por sua vez o discurso do MTMG é fundamentalmente social – social no discurso do passado e social na relação que estabelece com a sua comunidade através dos serviços que lhe presta. A manutenção das memórias, tal como a produção de identidade dentro do museu, é atualmente associada a diferentes tipos de poder: no MMI temos um poder político local (a câmara municipal), enquanto no MTMG o poder assume uma forma social (as comunidades de memória). Isto revela na verdade uma inversão relativamente à altura da fundação destas instituições, uma vez que o MMI foi criado pelo povo (uma força social) e o MTMG pelo poder local (câmara municipal). As diferenças entre estes museus residem sobretudo na forma como reproduzem o passado e na relação que assumem com a sua comunidade.

No entanto, apesar destas diferenças fundamentais, estes museus possuem traços comuns muito fortes. Ambos trabalham com um património comemorativo, onde as celebrações e os rituais estão constantemente presentes na coleção e na programação, produzindo assim narrativas da memória que são ficcionadas no espaço do museu. Por outro lado estes museus têm em comum o tipo de memória idealizada que produzem

sobre o “povo”, assente mais em estereótipos do que num retracto fiel da sua comunidade: em ambos os museus, o povo retratado poderia ser o de Ílhavo, o de Setúbal ou qualquer outro. E este é um sinal do papel essencial que o museu desempenha nas suas comunidades: independentemente das formas que o museu assume e na relação que mantém com a sua comunidade, ambos procuram uma autorrepresentação de si, da sua história, da sua existência.

## 4.3 Museu e globalização: MMC e Museu do Côa

A globalização é um fenómeno generalizado que afeta todos os aspetos da vida social e, como tal, também o circuito e as instituições culturais. Neste estudo pretendemos fazer um levantamento breve dos fenómenos, das tendências e das consequências da globalização na sociedade em geral e dos museus em particular como base para o entendimento de outros fenómenos relacionados com o património. É apresentada a criação do Património Comum da Humanidade enquanto expressão de uma política comum de proteção do património e das heranças indissociáveis da história da Humanidade; é explicitada a importância de determinados estatutos associados com a proteção do património para o marketing de museus e outras instituições culturais, assim como para o desenvolvimento da indústria de turismo cultural e em particular do turismo patrimonial; e finalmente é problematizado o impacto identitário e memorial do património como resultado da necessidade de busca e reconstrução do passado. Transpostos para a realidade de dois museus inseridos em parques arqueológicos, o MMC e o MC, estes conceitos serão articulados com as práticas e discursos dos mesmos.

### 4.3.1 Contexto

A globalização parece ser um fenómeno inevitável e irreversível, que afeta todos os sectores da sociedade. Ao nível sociocultural assiste-se a uma intensificação da interação e interdependência entre grupos sociais, na medida em que o espaço e o tempo são comprimidos. Como consequência, e inerente a este processo, verifica-se, por um lado, uma homogeneização cultural, mas simultaneamente o inverso: fragmentação, segmentação e diversificação. Se por um lado combate a diversidade cultural, por outro é o seu maior motor através dos intercâmbios que permite. Ao global responde-se com o local, não só na forma de intensificação de discursos mas também na reorganização das identidades locais (Pérez, 2006).

A museologia como é hoje entendida é uma novidade que surgiu com o 25 de Abril; até então, o “instituição-museu” foi um projeto do Estado, encarregado de guardar e mostrar os ícones e as narrativas ideológicas nacionalista e colonialista. Esta nova museologia adota, por um lado, uma nova conceção democrática de cidadania e de participação e propõe a descentralização e afirmação da diferença. A última proposta tem enfrentado muitas dificuldades na sua implementação, inicialmente devido à relação tensa entre o papel do Estado e o do poder local e mais recentemente devido ao fenómeno da globalização (Margarida Lima Faria).

Também a entrada para a União Europeia trouxe alterações na relação local-nacional-global: há uma nova consciencialização da problemática do desenvolvimento regional, nomeadamente através da influência da cultura local e de uma nova conceção local de património e tradição; por outro lado, ao nível de mercado existe um aumento muito significativo de competitividade intra e interregional, acompanhada de novas dominações políticas assentes em negociações entre locais (Faria, 2000).

A estas mudanças produziram-se reações ao nível das instituições culturais, nomeadamente uma maior consciencialização das possibilidades de participação das regiões nas articulações transnacionais e intraeuropeias, mas também a ameaça de perda de identidade local. As respostas a esta ameaça produzem-se em duas direções opostas: tendências centrípetas, com a formação e conquista de redes translocais e transnacionais; tendências centrífugas, com o aparecimento de regionalismos que reforçam e defendem as identidades locais e regionais (Faria, 2000). Estas reações produzem consequências sociais, entre as quais consequências identitárias. Manuel Castells (Pérez, 2006) identifica a formação de novas identidades a que chama “identidades de resistência” (movimentos sociais antiglobalização, ambientalistas) e “identidades projeto” (regionalismos, nacionalismos) que são protagonizados por atores sociais e lutam pela diversidade cultural e interculturalidade.

Boaventura de Sousa Santos (Faria, 2000) identifica quatro elementos fundamentais nos processos de globalização: o localismo globalizado – a globalização com sucesso de um fenómeno local; o globalismo localizado – práticas transnacionais com sucesso em condições e contextos locais; o património comum da Humanidade – a responsabilização de todos os seres humanos pela tutela de determinados bens; o

cosmopolitismo – a criação de organizações transnacionais na defesa de interesses comuns.

Os museus, enquanto instituições culturais, são suscetíveis às mudanças sociais; eles desenvolvem-se e recriam-se de acordo com essas mudanças. Pérez (2006) identifica algumas das respostas que os museus têm dado ao processo da globalização:

1. A instalação de museus globais em contextos locais – a macdonalização dos museus através da implementação de sucursais que se convertem em santuários turísticos. O museu intensifica a prática cultural através do turismo: torna-se uma afirmação política e apenas mais uma indústria de lazer que concorre pela atração de públicos. A arquitetura deste museu serve para a revitalização urbana através de edifícios-museu, de emblemas culturais que tenham reflexo ao nível global (“colocar-se no mapa), submetidos ao espetáculo e à ideologia da salvação da economia, da cultura, da arte.
2. A afirmação de museus locais em contextos globais – a afirmação do local que se reposiciona no contexto global, através de um discurso sobre o local. O museu local reposiciona-se, reestrutura-se e afirma-se num contexto global como um localismo globalizado.
3. A criação de museus localizados – o museu não cede à espetacularização: está detido na sua localização e não reflete a articulação local-global.
4. A potenciação de museus locais – o museu discursa sobre a globalização colocando no centro do debate a afirmação de patrimónios culturais e interculturais. Reforça as relações históricas entre o local e o global e está ao serviço de ambas as comunidades.

No contexto português, Margarida Lima Faria (2000) defende que a produção de globalização da museologia portuguesa, na sua relação nacional-local, é um fenómeno reativo de localização museológica. As autarquias tendem a defender-se de ser imersas na uniformização globalizante e nos projetos do estado através da afirmação da sua dimensão local, na sua especificidade. Assim, quer os museus nacionais quer os museus locais de países semiperiféricos como Portugal têm a sua origem num localismo globalizado embora, no caso português, os museus locais sejam sobretudo influenciados pelo paradigma de uma museologia nacional, ou seja, por um nacionalismo localizado. Por outro lado, a prioridade atribuída ao património nacional nas políticas culturais do

Estado Português é em si mesma resultado da globalização pela afirmação da singularidade do nosso país no contexto europeu/mundial – é um globalismo localizado. Mas a articulação entre o global e o local faz-se mais pela resistência do que pela incorporação de sentidos de identidade local em articulações globais: não é um localismo que se globaliza, mas um localismo que localiza. É ainda possível identificar várias formas de reconstrução da tradição, de relação entre o desenvolvimento de símbolos antigos nos novos enquadramentos. A preservação e divulgação, de um património cultural constitui-se como um dos conceitos mais globalizados; a modernidade ao globalizar-se trouxe consigo a globalização das funções patrimoniais impressas nos objetos, monumentos e nas paisagens candidatas a tornarem-se de toda a humanidade. Finalmente, “A ideia de cosmopolitismo é inseparável da própria ideia de cidade onde a grande maioria dos museus se inclui” (Faria, 2000, p. 7). Os museus de hoje encontram-se inseridos num mundo de representações múltiplas; deverão alargar o seu campo de atividades, tendo a consciência que não deverão gerir apenas as suas próprias coleções mas também o conjunto do património material e imaterial de um território.

Com a globalização do património e das funções patrimoniais, e sobretudo com a importância estratégica que o património confere às comunidades onde se insere, assistimos a uma crescente patrimonialização<sup>18</sup> ao nível global, com especial incidência na Europa. Um dos maiores fatores de impulsionamento deste fenómeno foi a formação de um Património Comum da Humanidade, criado pela UNESCO. Esta patrimonialização é simultaneamente causa e consequência de dois fenómenos: o turismo patrimonial, ramo crescente na indústria do turismo cultural, ligado a uma conceção mercantilizada de património; a reinvenção da história na procura de um sentimento de pertença global.

A “Conferencia Geral da UNESCO” de 1972 definiu no seguimento das convenções anteriores<sup>19</sup> a criação de um instrumento de conceptualização e criação de património

---

<sup>18</sup> “Patrimonializar (...) é operar uma classificação, constatar uma mudança de função e de uso, sublinhar a consciência de um valor que já não é vivido na reprodução da sociedade mas que é decretado na proteção de traços, testemunhos e monumentos” (Carneiro, 2004)

<sup>19</sup> A “Conferência Geral da Unesco”, foi tributária de outras convenções: a de Atenas, em 1933 e a consequente “Carta de Atenas”, que prevê a salvaguarda dos valores arquitetónicos que são expressão de uma cultura e correspondem a um interesse geral, mas que limita o domínio patrimonial a edifícios individuais com características de monumentalidade; a de Haia, em 1954, organizada pela UNESCO que prevê a proteção dos bens culturais em caso de conflito armado e que preconiza o recenseamento de bens

mundial, que obriga os Estados signatários ao compromisso de proteger, dentro e fora das suas fronteiras, os monumentos e sítios que possam ser vistos como testemunhos únicos da diversidade de criações da humanidade<sup>20</sup>. O Património Comum da Humanidade refere-se, então, a uma herança comum e insubstituível que é indissociável quer da história da humanidade quer do seu futuro, bens cujo valor universal justificam que a humanidade, no seu conjunto, se empenha na sua salvaguarda. A noção, por si só fomenta o reconhecimento da universalidade da cultura e o reconhecimento de culturas específicas, assim como o respeito pelas subjetividades, que pode levar a experiências sociais mais democráticas e a uma prática mais generalizada do multiculturalismo. Para além disso, este tipo de patrimonialização encoraja uma apropriação específica dos bens pertencentes à humanidade, que são de todos e de ninguém, e contêm, por isso, um potencial contra-hegemónico.

No entanto, “o facto de o regime de património comum da humanidade emergir no contexto de uma abordagem anti-mercantil e anti-hegemónica do património e da História, não evitou que a filosofia inerente ao estatuto de património comum da humanidade acabasse por ser subvertida pelos usos mercantilistas que se foram impondo com a intensificação da globalização. Muito menos evitou a imposição de uma conceção ocidentalizada de património” (Peixoto, 2000, p. 9). A importância do património na formação de novas economias urbanas, como a indústria turística, e a crescente necessidade de promover a imagem das cidades vai levar cada país e cada cidade a usar o estatuto de património comum da humanidade como meio de autopromoção e para fins mercantis.

---

de valor inquestionável; a de Veneza, em 1964, que alarga o conceito de património definido em Atenas, que passa a englobar não só edifícios individuais mas conjuntos construídos e também tecidos urbanos, como cidades, bairros e centros históricos.

<sup>20</sup> Esta preocupação surgiu no século XVII e foi expressa por Grócio numa lei que proibia a poluição de águas de forma permanente como estratégia de guerra; havia já uma consciência da importância dos recursos naturais para o bem da humanidade, consciência que atinge o seu expoente máximo durante a II Guerra Mundial, depois de lançadas as bombas nucleares de Hiroxima e Nagasaki. Durante o Iluminismo o património passa a ser encarado como “um somatório de saberes universais e indispensáveis que permite instituir um património comum da humanidade”. A Era da Luzes cria uma linguagem universal sobre o património, com a atribuição de um carácter supranacional e a função didática, da qual a Revolução Francesa se vai apropriar para proceder à certificação e coleção do valor universal de certos bens, posteriormente depositado no Museu do Louvre. No entanto, só no século XX é criado um regime formal para a proteção de um património mundial.

O acelerado processo de patrimonialização, da qual a corrida ao estatuto de património comum da humanidade é um exemplo, está inserido numa estratégia político-económica de reforço da competitividade e atratividade de certos territórios, que tem sido bem-sucedida. Segundo um estudo de Paulo Peixoto (2000), a relação entre património e processos mercantis é bem clara: a posição que os países ocupam na Lista do Património Mundial é muito semelhante àquela que ocupam na hierarquia de destinos mais procurados pelo turismo internacional<sup>21</sup>. Para além disso, os dados referentes aos países que mais bens culturais inscreveram na Lista do Património Mundial na década de noventa suporta esta ideia de que os países com acervos patrimoniais mais valiosos ou mais valorizados pela indústria turística são aqueles que mais investem no património como forma de valorização<sup>22</sup>.

Ainda que a detenção de património comum da humanidade possa não ser por si só um fator de maior atratividade turística, confere à cidade ou país um estatuto simbólico os mesmos não menosprezam e que é parte integrante dos esforços para reforçar a sua atividade turística. Este estatuto é sobretudo utilizado nas políticas de marketing urbano e na gestão dos fluxos do turismo patrimonial, uma das indústrias de turismo mais organizadas e onde os fluxos são melhor controlados. Consequentemente, esta distinção tem sido alvo de procura por parte das regiões mais turísticas histórica e patrimonialmente, na medida em que ajuda grandemente a edificar a sua imagem e a mediatizá-la, da mesma forma que lhes atribui um valor acrescentado significativo. Assim, a imagem de Património Comum da Humanidade tem sido convocado por uma espécie de engenharia cultural e a sua procura resulta, em última análise, da necessidade das regiões se tornarem ou manterem competitivas, uma vez que a própria competitividade das mercadorias (neste caso do património convertido em mercadoria) depende mais da sua imagem e apresentação do que do seu conteúdo.

---

<sup>21</sup> Por exemplo: Espanha é o país com mais bens inscritos na Lista do Património Mundial e ocupa a segunda posição como local turístico mais visitado; França é o terceiro país da Lista de Património Mundial e o mais procurado a nível turístico; a Rússia ocupa o décimo primeiro lugar na Lista de Património e é o décimo terceiro país mais procurado para turismo; Portugal apresenta em ambas as listas o décimo quinto lugar.

<sup>22</sup> Por ordem decrescente de número de bens inscritos temos: Itália, China, Espanha, Alemanha, Rússia, México e França que ocupam respetivamente o quarto, sexto, segundo, décimo primeiro, décimo terceiro, sétimo e primeiro lugar como destinos turísticos para o turismo internacional, localizados na sua grande maioria na Europa.

O património cultural, mesmo fora do âmbito da UNESCO, tornou-se uma realidade emergente, a par com as suas expressões nacionais e regionais. Em Portugal, e ao nível nacional, a competência de conservação e proteção do património está entregue ao IGESPAR<sup>23</sup>. Além de garantir a proteção dos diferentes patrimónios, este instituto é também responsável pela definição de critérios e classificação dos mesmos. Para este propósito utiliza três tipos de classificação consoante o seu valor relativo: “Monumento Nacional”, “Imóvel de Interesse Público” e “Imóvel de Interesse Municipal”. São ainda distinguidos os termos “Monumento”, “Conjunto” ou “Sitio”, seguidos da classificação de valor relativo.

Esta classificação, de forma análoga à conferida pela UNESCO, é também submetida às mesmas utilizações por parte da indústria de turismo e do mercado e utilizada como “estatuto legitimador” de uma política patrimonial cada vez mais vocacionada para as indústrias turística e de lazer que posiciona os equipamentos culturais como formas estratégicas de criar competitividade.

Mas nem só de indústria se faz o património; este é também vinculativo de questões de memória e identidade, o reflexo de uma busca pelo passado. Com o crescente desenraizamento da sociedade, os indivíduos estão privados das suas raízes, cada vez mais descontextualizados; “(...) é difícil não relacionar esta descontextualização existencial dos cidadãos modernos com a sua paixão pelo reenraizamento num passado que lhe pertence, quer dizer, patrimonial” (Carneiro, 2004, p. 66). O interesse emergente pelo passado surge da necessidade de reconstruir a História que é hoje fragmentada. No entanto, segundo Guillaume (Carneiro, 2004), não é a valorização do passado que produz a conservação mas antes a conservação que ressignifica o passado e lhe atribui um novo valor de operador social.

“The past is endlessly constructed in and through the present (...). All representations of the past involve remaking in and through the present”, (Tota, 2003, p.1, cit. Urry). O passado não é um dado universal e eterno é, antes de mais, um

---

<sup>23</sup> O Instituto da Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico foi criado em 2006, resultado da fusão do Instituto Português do Património Arquitetónico com o Instituto Português de Arqueologia (ambos criados na década de 90 e dependentes do Ministério da Cultura), e incluiu uma parte da extinta direção geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais. Apesar de inicialmente depender do Ministério da Cultura, o IGESPAR pertence atualmente à Secretaria de Estado da Cultura, integrada na Presidência do Conselho de Ministros. A sua missão é a salvaguarda, conservação e valorização de bens que integrem o património cultural arquitetónico e arqueológico do país e tenham comprovado interesse histórico, artístico, paisagístico, científico, social ou técnico

conceito socialmente construído: um *work in progress* moldado por condições individuais e institucionais. Este passado é constantemente reconstruído através da adaptação dos factos ou vestígios passados às crenças e necessidades do presente. No entanto, nem todas as (re)construções são permitidas; existem formas de recordação institucional na sociedade que podem silenciar versões alternativas do mesmo passado.

O processo de produzir significados culturais é o mesmo através do qual um objeto externo (um museu, um monumento, um memorial) pode interferir e intervir na reconstrução do passado (Tota, 2003). É esta a razão pela qual as políticas patrimoniais têm tanta influência no sentido de pertença das comunidades onde são implementadas. O património fala do Homem e da sua história, ajuda a construir memórias, a reforçar uma inscrição num tempo longo e a estabelecer elos identitários, revelando simultaneamente a própria alteridade que o tempo produz; por outro lado, a sua relação com a sua temporalidade remete-o para uma relação de pertença, com raízes no território, e para a construção de um discurso identitário.

Os monumentos, que são sempre resultados de escolhas e por isso são impostos, foram usados pela sociedade para “domesticar a história”: é por isso que são considerados construções sociais e é enquanto tal que devem ser conhecidos e interpretados (Carneiro, 2004). Por exemplo durante o Estado Novo os monumentos foram uma forma de relembrar a idade de ouro, por terem a capacidade de inventar tradições, com o objetivo de reforçar e legitimar o poder político e de manter a obediência e lealdade nos cidadãos; também a criação de tradições, cerimónias públicas, heróis e símbolos tornaram-se importantes na manutenção do tecido e ordem sociais.

No entanto, “celebrar é sempre um ato de autoridade e o Estado democrático já não reconhece o direito de impor valores: a vitória do monumental sobre o monumento traduz a proeminência da sociedade civil sobre o Estado” (Carneiro, 2004, p. 53). Mas o monumento é, em si, um suporte de memória e um modo de partilha com capacidade para produzir história. Assim, os monumentos simbólicos foram trocados pelos monumentos históricos. Esta importância dada à antiguidade deve ser entendida como uma estratégia de afirmação de uma identidade sólida e estável que é legitimada pela própria História, caucionada por símbolos, que resiste à erosão de tempo e consegue converter o passado num elemento renovador.

O património foi uma das frentes da democracia cultural porque em vez de separar os objetos do contexto lhes deu um lugar e um sentido *in situ* (Françoise Zonabend), chegando assim a um sector mais abrangente de população. Este conceito de que nem só o monumento isolado devia ser preservado e protegido surgiu no século XIX, mas apenas no século XX surgiram as primeiras medidas legislativas no sentido de proteger os monumentos no seu ambiente e até mesmo conjuntos culturais significativos.

Assim, um pouco por toda a Europa, sítios com significado histórico foram apropriados através do seu estatuto de património cultural para reforçar identidades locais. “Um lugar é, neste contexto, um espaço socialmente identificável ao qual foi atribuída uma dimensão histórica: serve como marcador fundamental de continuidade com o passado, assim como assegura a identidade do presente e do futuro” (Carneiro, 2004, p. 69).

Pierre Nora (Carneiro, 2004) define esses locais como *lieux de mémoire* ou signos em estado puro, que são o seu próprio referente e que reenviam a si próprios. Os lugares da memória existem a partir do sentimento de que não há memória espontânea, tornando necessária a criação de arquivos, comemorações, celebrações, sem as quais a história não fixaria as memórias. Tal como os lugares da memória, existem objetos ligados a acontecimentos que podem ser definidos pela sua força significante: cristalizando a memória, o objeto torna-se um signo que produz memória para além de toda a referência ao facto ocorrido. Objeto e acontecimento estão ligados por relações de sentido precisas e laços discursivos evidentes a outros objetos-signos e a outros acontecimentos-signo; sem acontecimentos exemplares que ativem a memória e sem narrativas locais, esses objetos e esses acontecimentos não seriam signos.

Assim, os monumentos não são protegidos apenas por aquilo que são, mas pela sua capacidade absorver significados exteriores a si e, sobretudo, pelo seu carácter de cenário; a encenação é o fundamento da arte urbana, uma forma de apresentar o monumento como um espetáculo ou de o dar a ver da forma mais favorecida. O culto do património não nos devolve a história, mascara-a, tingindo o passado de nostalgia. Assim, “para muitos o património não é aquilo que herdámos, mas aquilo que perdemos, algo que somente simulacros e artifícios mais ou menos grosseiros, fabricados pela indústria do património, permitem reencontrar” (Carneiro, 2004, p. 83).

## 4.3.2 Caracterização das instituições

### 4.3.2.1 Museu Monográfico de Conímbriga



**Figura 9.** Ruínas de Conímbriga



**Figura 10.** Exposição Permanente, MMC

O MMC é um museu nacional, tutelado pelo IMC, que faz a gestão das ruínas da cidade romana de Conímbriga e alberga os seus artefactos. As escavações desta cidade iniciaram-se em 1899, e atingiram o seu expoente máximo entre a década de 30 e 50. A abertura das ruínas ao público aconteceu em 1930, sendo o museu fundado em 1962.

O principal objetivo do MMC é a proteção, conservação, documentação e divulgação do património de Conímbriga e o prosseguimento da investigação científica no sítio arqueológico. Esse património tem duas naturezas distintas: bens móveis provenientes das escavações, que compõem a coleção do museu; os bens imóveis de natureza arqueológica, constituídos por todos os terrenos cuja área faz parte do antigo núcleo urbano de Conímbriga.

Conímbriga foi habitada entre os séculos IX a.C. e VII-VIII d.C.. Apesar da construção que resta ser romana, alguns dos artefactos encontrados são anteriores ao século I a.C., data em que os romanos chegaram à cidade. As ruínas estendem-se por uma área de 18 hectares, sendo que a área mais bem conservada está contígua ao museu e abrange termas públicas, quatro vivendas, uma basílica paleocristã, um fórum augustano e uma zona habitacional denominada *insulae*. Conímbriga é ainda conhecida pelos seus mosaicos, muitos quase intactos e em excelente estado de conservação. As ruínas da cidade foram consagradas monumento nacional em 1910.

A exposição permanente do museu divide-se em quatro salas: uma primeira evoca os vários aspetos da vida quotidiana, com a apresentação e contextualização de vários objetos (moedas, cerâmicas, armas, pesos, instrumentos de caça, joias); a segunda sala é dedicada ao fórum, com uma maquete à escala de 1/50 do santuário do culto imperial; a terceira sala apresenta esculturas, mosaicos e fragmentos de frescos e estuques, representativos do requinte vivido pelas famílias mais ricas, assim como alguns elementos arquitetónicos; a última sala é dedicada às superstições e ao culto dos mortos e expõe objetos ligados à religião pagã e católica.

O edifício do museu, atualmente datado e menos eficiente no cumprimento da sua função, foi aquando da sua construção um marco na arquitetura de museus em Portugal. Juntamente com a linguagem formal expositiva da coleção permanente, cuja influência provém do Museu Gulbenkian, posicionaram o MMC entre os mais prestigiados museus nacionais, lugar que ainda mantém. Atualmente decorre o planeamento da renovação do edifício do museu, que visa não só alargar o espaço de exposição permanente mas também a modernização do espaço, com o objetivo de o tornar mais atraente e mais acolhedor, aproximando-o das expectativas do público contemporâneo.

O MMC apresenta ainda alguns serviços de naturezas várias, que se apresentam como mais-valias para o museu: o Laboratório de Conservação e Restauro e a Oficina de Restauro de Mosaicos que integram os serviços de conservação e restauro do museu; o aluguer de espaços (auditório e teatro romano); e a loja, a biblioteca e o restaurante. O museu tem ainda uma forte preocupação de formação, realizando pontualmente ações

Outro serviço disponível no museu, provavelmente o mais importante, é o serviço educativo. No MMC atualmente este serviço é desenvolvido em regime de *outsourcing* pela empresa Terra Firme, para suprimir a inexistência de um SE interno. Através desta empresa desenvolvem programação para férias, festas de aniversários, teatros e encenações, caças ao tesouro, entre outras atividades. Outra forma de suprimir esta falta é através de parcerias várias. Mesmo não tendo equipa e espaço próprios para o serviço educativo, o museu vai tendo alguns recursos próprios com os quais estabelece programas com escolas (o museu vai à escola), visitas guiadas ou temáticas, e oferece um serviço de apoio pedagógico às visitas escolares e ao professor.

#### 4.3.2.2 Museu do Côa



**Figura 11.** Museu do Côa



**Figura 12.** Exposição Permanente, Museu do Côa

O Museu do Côa é um museu nacional inaugurado em 2010, inserido no Parque Arqueológico de Vale do Côa em Vila Nova de Foz Côa. O seu principal objetivo é tornar acessível o património do PAVC, contextualiza-lo e divulga-lo.

O PAVC nasceu na década de 90 para tutelar o património rupestre descoberto nos rios Côa e Douro. Estas gravuras, a maior extensão ao ar livre<sup>24</sup> descoberta, cobrem vários períodos da Pré-História e História, e contendo o maior conjunto referente ao Paleolítico Superior<sup>25</sup> conhecido até hoje. O PAVC foi considerado monumento nacional em 1997 e Património da Humanidade<sup>26</sup> pela UNESCO em 1998, e apresenta desde 2010 uma extensão em Espanha, o Sítio de Siega Verde.

Este parque arqueológico organiza visitas orientadas e temáticas (em colaboração com o MC) a quatro dos núcleos mais importantes (Penascosa, Canada do Inferno, Ribeira de Piscos e Fariseu) que permitem a visualização in loco dos motivos e técnicas utilizadas, assim como a sua contextualização no terreno.

---

<sup>24</sup> Até a descoberta do Vale do Côa pensava-se que a mais antiga expressão artística da Humanidade estava circunscrita às grutas; hoje em dia coloca-se a hipótese da arte ao ar livre ser a mais comum, sendo a sua atual raridade derivada dos agentes da erosão.

<sup>25</sup> O paleolítico é o período mais antigo da história da Humanidade. A sua fase final denominada por Paleolítico Superior compreende o período de tempo entre 40.000 e 10.000 anos antes do presente.

<sup>26</sup> “A arte rupestre do Paleolítico superior do Vale do Côa é uma ilustração excepcional do desenvolvimento repentino do génio criador, na alvorada do desenvolvimento cultural humano (...). A arte rupestre do Vale do Côa demonstra, de forma excepcional, a vida social, económica e espiritual do primeiro antepassado da humanidade”, Report on the twenty-second session of the World Heritage Commission, UNESCO, Quioto 1999

O museu surge da necessidade de divulgar a arte do Côa e de a tornar mais acessível a todos os públicos. O MC reproduz num único local a arte rupestre e apresenta vários achados arqueológicos desta região, contextualizando-os e recriando a sua ambiência original. O seu acervo pode ser dividido em dois tipos: o arqueológico, com os objetos encontrados ao longo do PACV; e um outro, de carácter explicativo, contendo réplicas das rochas espalhadas pelos diferentes sítios do parque. A exposição permanente está dividida por sete salas, que contextualizam a arte do Côa e a relacionam com o Paleolítico, com as suas práticas e a sua localização geográfica.

O MC foi projetado pelos arquitetos Pedro Pimental e Camilo Rebelo e as suas equipas. O seu principal pressuposto é a integração na paisagem, com a qual estabelece um diálogo: simultaneamente afirmativo e sensível à topográfica específica do espaço. O edifício é constituído por quatro pisos: o acesso ao museu é efetuado pelo piso superior (piso 2/cobertura), onde se situa uma zona de estacionamento e várias áreas panorâmicas; o piso 1, destinado aos serviços internos do museu; o piso 0, onde se situa a área expositiva; e piso -1, onde estão localizados o restaurante e cafeteria (ainda não concessionados) e o auditório.

O MC foi projetado para oferecer alguns serviços ainda não disponíveis, como o restaurante e a cafeteria. No entanto, o museu tem um miradouro no piso superior e apresenta alguma programação educativa, destinada sobretudo a escolas e excursões. São exemplos desta programação, além dos percursos desenvolvidos com o PACV acima mencionados, a Oficina de Arqueologia Experimental e as sessões de astronomia realizadas no verão.

### 4.3.3 Confronto

Como afirmou (Faria, 2000), a museologia portuguesa é geralmente um globalismo localizado. Ainda assim, cada museu em particular articula de forma mais ou menos única e mais ou menos eficiente as relações entre o global, o nacional e o local. Os dois estudos de caso aqui apresentados podem ser articulados com o fenómeno da globalização a partir de um património comum.

No caso do MMC trata-se de um património de grande relevância nacional que, pela natureza do mesmo se relaciona com uma pertença cultural que transcende o território nacional (a presença generalizada do Império Romano naquilo que é hoje território Europeu). O MC, oficialmente classificado como Património Comum da Humanidade, faz a articulação global-local pela relevância impar do seu património enquanto testemunho essencial para a compreensão do desenvolvimento artístico e criativo, assim como social, dos nossos antepassados mais próximos. A arte do Côa tem contribuído de forma decisiva para o estudo e a compreensão das nossas origens enquanto Homens.

No entanto, apesar de ambos trabalhem com um património comum a várias comunidades transnacionais, a forma como o inserem ao nível global não é a mesma. De um lado temos a produção de um discurso sobre o local num museu que se posiciona no contexto nacional; ao invés de um localismo globalizado temos um localismo nacionalizado. Do outro lado temos um reforço das relações entre o global e o local que presta serviço a ambas as comunidades; trata-se da afirmação glocal de patrimónios interculturais.

O MMC tem muita projeção nacional e internacional através das indústrias de turismo e do património. No entanto, e apesar das potencialidades que o seu património lhe confere, há pouca relação entre os vestígios locais daquela que foi a principal impulsionadora da civilização ocidental e a sua presença ao nível mundial. A relação entre Conímbriga e o Império Romano é reduzida, sendo privilegiada a caracterização da vivência da população de Conímbriga sem que isso constitua uma base de comparação relativamente a outras vivências análogas. Por oposição, em Côa o património não é trabalhado a partir da caracterização do local, mas antes da sua contextualização e relevância ao nível global; trata-se de analisar a arte do Côa e os vestígios arqueológicos deixados pelo Homem do Paleolítico Superior à luz das teorias globais da evolução do homem e da arte.

Mas a globalização não se reflete nos equipamentos culturais apenas a partir da sua articulação ao nível de conteúdos entre global-nacional-local; ela produz-se muitas vezes, e de forma muito mais generalizada e homogeneizada, através de estratégias<sup>27</sup> comuns. Tanto o MMC como o MC utilizam diversas estratégias mas, dadas algumas

---

<sup>27</sup> Podem ser consideradas estratégias o recurso a uma arquitetura que crie novos públicos, a instalação de serviços diversificados que tornem o museu não apenas um local de visita mas um local de investigação, de lazer, de vivências, a utilização de campanhas de marketing, entre outras.

especificidades destes museus, é de salientar os estatutos com o qual cada uma destas instituições foi atribuída. Ambos os museus estão situados em locais afastados de grandes centros urbanos com poucos acessos, os seus públicos são maioritariamente esporádicos (a frequência com que voltam ao museu é reduzida ou nula) e frequentemente estrangeiros, e, ainda assim, estes são museus não só conhecidos, o que se deve muitas vezes à mediatização, mas muito visitados. O MMC tem, em média 100.000 visitantes/ano, enquanto o MC teve, no primeiro ano de existência, 40.000 visitantes/ano, mais 5.000 referentes às visitas do PAVC. Não pondo em causa a qualidade destes patrimónios, é possível fazer uma ligação com a indústria de turismo que, utilizando os estatutos de “Monumento Nacional” e, sobretudo, de “Património Comum da Humanidade”, contribuem largamente para a prosperidade destes equipamentos culturais. Há ainda um apontamento a fazer em relação ao impacto decisivo que teve a atribuição de “Património Comum da Humanidade” ao Vale do Côa, uma vez que impediu a criação de uma barragem no Rio Côa que inundaria de forma permanente a totalidade do património que ali se encontra. Este é um testemunho da forma como a importância cultural deste património se impôs relativamente a uma grande obra de cariz económico e, mais importante, do poder que determinados estatutos detêm na proteção e preservação do património comum.

Apesar deste lado mais político do património, definição generalista que engloba muitas e diversificadas expressões e que domina atualmente o circuito da cultura e homogeneiza todas as práticas, o património é feito de artefactos, de museus, de monumentos, de tradições, de práticas sociais. A necessidade existente de os conservar deve-se às qualidades sociais que lhes são atribuídas, nomeadamente à capacidade de rememorar e fazer perdurar uma história coletiva, assim como à capacidade que têm de inserir cada visitante numa lógica cultural não-quotidiana que o transcende, e que lhe confere um sentido de pertença.

Cada museu e cada monumento têm a sua forma específica de produzir pertença social. O MMC e o MC produzem-na sobretudo a partir de um discurso não explícito sobre o território, mas que está implícito nestes desde a sua origem: a relação com o território. Esta relação é feita de duas formas: do território para o museu e do museu de volta para o território. Em ambos os casos o património existente no território precedeu o museu que tem como único objetivo conservar e divulgar esse património; por outro lado, todas as peças expostas no museu remetem ao território que os circunda e que

estes continuamente e constantemente evocam. Contrariamente ao que acontece com os monumentos históricos que não têm ligação com museus e que são frequentemente valorizados como “cenários”, o museu evoca e recria o território de diferentes formas. Nesta relação museu-território, estes espaços conjuntos assumem verdadeiramente o conceito de lugar da memória, criando ligações significantes entre si que servem de analogias a outros espaços.

O MMC faz essa ligação a partir da origem dos objetos, as escavações de Conímbriga, afirmando o seu carácter arqueológico: apresentação fortemente explicativa, histórica e segmentada; destaque da contextualização dos objetos; exposição de fragmentos de objetos (ao invés do objeto reconstruído). A lógica expositiva segue a fórmula tradicionalmente aplicada em museus arqueológicos. No MC essa evocação é sobretudo uma recriação a partir de réplicas, que permite uma abordagem mais informal (por exemplo sem vitrines, devido à não-autenticidade dos artefactos), que aproximam o visitante do espaço e da fruição do museu. Recorrendo às novas tecnologias, e sobretudo à iluminação, é recriada uma ambiência aproximada à original, assim como é promovida uma visita mais ativa através de painéis e de projeções. Mantendo a contextualização, a catalogação arqueológica, o MC adota perspectivas menos históricas, apresentando a evolução das teorias sobre a origem e utilidade dos objetos, e incentiva a fruição estética dos objetos. A ênfase não está na classificação dos objetos, nem na sua arrumação no espaço de exposição, mas na fruição que pode proporcionar ao visitante.

#### 4.3.4 Conclusão

Este estudo permitiu articular a relação entre globalização e os dois museus estudados a partir de três eixos: a articulação dos seus conteúdos em relação à dicotomia local/global; a partir das estratégias globais de autopromoção, nomeadamente aos estatutos nacionais e internacionais (ponto de vista do mercado); e a partir da produção de sentimentos de pertença, com origem no território.

A articulação local-global nos conteúdos de ambos os museus é diferenciada. O MMC produz uma relação local-nacional pela relevância do património que gere, não explorando a possibilidade de articular o conhecimento local da povoação de Conímbriga com o conceito e as práticas globais do Império Romano. Na mesma linha de pensamento, a relevância do património MC é reconhecida ao nível global. No entanto, é a partir da contextualização dessa descoberta nas diversas teorias globais sobre a evolução do Homem e da Arte e na comparação com outros locais e outras teorias que o MC se torna um museu glocal.

Ambos os museus estudados estão inseridos em parques arqueológicos. É a proximidade com o território que lhes confere um conceito tão forte de local: os museus foram construídos no meio dos vestígios inegáveis da existência de outras culturas, outras civilizações, outros tempos: o museu precedeu o território. Esta relação com o tempo e com o território inscreve o museu e o espectador numa lógica radicalmente diferente, que o transcende mas que simultaneamente lhe confere um sentido de pertença. Estes territórios são lugares da memória.

Mas esta ligação com o terreno tem uma formulação expositiva no museu e nesse aspeto o MMC e o MC diferem. O MMC faz essa ligação a partir dos objetos, acentuando o carácter arqueológico do património; contrariamente, o MC posiciona-se a partir de uma recriação do próprio local e de um ficcionamento do seu contexto. O MMC remete para o território complementando-o enquanto o MC reproduz o território, multiplicando-o e, em última análise, podendo substituí-lo.

## 4.4 Museus, Casas de Espetáculos e Arquitetura: Casa da Música e TNDM II

Nos estudos de caso anteriores temos sempre relacionado a instituição museu com os discursos que ela própria produz ou com os discursos que não sendo seus a atravessam (identidade, memória, globalização). Neste estudo partimos de um discurso interno do museu, a arquitetura, de forma a demonstrar que este discurso claramente pós-moderno em relação aos museus é resultado de um contágio com o discurso já milenário de outra instituição cultural: as casas de espetáculos.

Assim, partimos da problematização da arquitetura no âmbito dos museus, enquadrando o papel que desempenha atualmente, a sua importância e as estratégias da qual é alvo, de forma a poder posteriormente evidenciar a sua origem fora do museu. Por outro lado, evidenciamos a estrutura interna das duas instituições em causa, a Casa da Música no Porto e o Teatro D. Maria II, de forma a poder evidenciar a sua origem precisamente no museu. Pretende-se afirmar a existência de uma transferência de discursos por contágio e identificar a direção dessa transferência: dos museus para as casas de espetáculos ou vice-versa.

### 4.4.1 Contexto

Os museus, embora muito distintos entre si, têm em comum a capacidade de figurar no imaginário coletivo como ícones culturais e urbanos. Segundo (Uffelen, 2010, p. 9), “A ‘peça de exposição’ mais abrangente, com a qual os museus investem hoje no seu futuro, é a sua própria construção”. A arquitetura de museus, enquanto ícone, deve ser uma imagem que condense as principais características de uma entidade e que a represente na sua globalidade (Barranha, 2006). Como afirma María Layuno Rosas (Barranha, 2006, p.184, cit. Rosas, 2003): “A dimensão simbólico-cultural de que se reveste o museu na atualidade influiu diretamente na sua forma e na imagem

arquitetónica externa como objeto de arte urbana. Os novos museus são edifícios para ‘serem vistos’. Mas são, antes de mais, monumentos ao prestígio dos poderes públicos que apoiam a criação contemporânea como símbolo de uma política cultural que opta decididamente pela modernidade e que assim constrói as suas ‘catedrais’”. Além de emblemas da cidade, os novos museu-espetáculos vivem entre a sociedade cultural e a sociedade mediática.

Assim, a arquitetura do museu está cada vez mais relacionada com questões políticas do que com as necessidades intrínsecas do museu. O edifício, mais do que acolher um espólio cultural, existe para fazer uma afirmação de poder e de prestígio, o que resulta muito frequentemente numa cisão entre a forma e o conteúdo do museu. A arquitetura é frequentemente inadequada para a função que deve desempenhar, complicando o trabalho desenvolvido no museu e tornando-se uma fonte de distração para o espectador. Por vezes, a arquitetura impõe-se de tal forma que a própria coleção parece um adereço, tornando o conjunto disfuncional: o museu transformou-se hoje no seu próprio assunto (Schubert, 2009). As novas formas arquitetónicas dos museus serviram também para renovar a imagem das instituições museológicas e transformar o conceito de equipamento cultural. O museu começa a estar associado ao conceito de *entertainment*, associado ao quotidiano de um público alargado, superando assim a ideia de austeridade e elitismo do antigo museu.

“O alargamento do conceito de museu, incorporando atividades lúdico-culturais que transcendem, em larga medida, as tradicionais funções de conservação, educação e exposição, favoreceu também uma maior abertura do espaço museológico para o exterior, o que no caso dos museus e centros de arte contemporânea, com uma vocação preferencialmente urbana, significa uma articulação mais evidente com a cidade” (Barranha, 2006, p. 183). Esta articulação veio trazer profundas alterações no museu, que se refletem no próprio tecido urbano, na sua organização e na sua esfera social:

1. Museus associados a processos de requalificação urbana; “Os edifícios tendem a funcionar como polos dinamizadores da vida cultural nas cidades, participando ativamente na requalificação de determinadas áreas urbanas” (Barranha, 2006, p. 194).
2. Contribuição dos edifícios de museus de arte para a construção de uma imagem capaz de representar um ideal de urbanidade e modernidade.

3. Museu como instrumento de valorização da cidade, qualificado tanto ao nível urbanístico como iconográfico
4. Museu como intervenção urbana
5. Subjacente à mediatização da imagem do museu está a ideia de modernidade

Numa sociedade em que o ecletismo e o multiculturalismo são uma constante diária, e onde o turismo cultural adquire uma projeção sem precedentes, as cidades precisam de reencontrar a sua identidade e de se reafirmar. Os museus têm tido um papel essencial neste processo, constituindo-se como símbolos de modernidade e vitalidade urbana, com capacidade para atrair multidões de visitantes (Barranha, 2006).

Mas para além desta articulação com a cidade, o museu estabelece novas relações com o seu próprio edifício. A arquitetura passa a ser uma fonte de criação de novos públicos e o edifício por si só justifica a visita ao museu; a arquitetura é o cartão-de-visita do museu. Como afirma Paulo Martins Barata sobre Serralves: “em quaisquer circunstâncias, o museu de Siza é um sucesso e, a seu crédito, os visitantes afluem aos milhares, deslumbrados pela arquitetura” (Barranha, 2006, p. 194). Assim, o museu vai criar mais um sistema de serviços que aproxime o público desta sua nova vertente.

O Guggenheim de Bilbao é um dos mais completos exemplos deste “fenómeno da arquitetura nos museus”, com o que isso tem de positivo como de negativo. Para além de ser uma sucursal do Guggenheim, o que por si só é potenciador de público, o seu projeto arquitetónico foi entregue a Frank Gehry. O edifício, espetacular, passou a ser a principal atração turística da zona, “que colocou uma cidade quase desconhecida nas páginas da imprensa internacional” (Kiefer, 2000, p. 23-24).

Um estudo de público promovido por este museu comprovou a relevância da componente arquitetónica na experiência dos visitantes: 58,7% dos inquiridos, quando questionados sobre o motivo da sua visita ao museu, responderam “conhecer o edifício” seguido, em segundo lugar, com 18% das respostas a opção “curiosidade” e em terceiro, com 12,2% a opção “visitar as exposições”. Quando questionados, no final da visita, sobre o que mais lhe agradou na sua visita ao museu, 53,8% dos entrevistados apontaram “o edifício” (Barranha, 2006).

A arquitetura é também uma forma de *merchandising*, a partir da sua infinita reprodução em formatos “portáteis” e vendíveis. No caso do Museu Bilbao, além das

tradicionais formas de divulgação e *gifts* que incluem a imagem do edifício do museu, este tem servido igualmente de cenário para filmes (007 The World is not enough), vídeo-clips de música pop e campanha publicitárias (Barranha, 2006).

No entanto, o edifício do Guggenheim de Bilbao (assim como o de Nova Iorque) é profundamente disfuncional. A imagem dominante é o contentor e não o conteúdo e a estrutura é tão esmagadora que existe o perigo de esgotar a energia dos visitantes, não sobrando nenhuma para a coleção (Schubert, 2009). Diante da sua imponência a coleção corre o risco de parecer decorativa.

Mas existem outras abordagens arquitetónicas aos museus. Ao contrário de Bilbao, a Tate Modern, em Londres, encontrou na reconstrução de um complexo industrial a sua atração arquitetónica, preferindo a sobriedade à espetacularidade. Como afirma Rowan Moore (Barranha, 2006, p. 192) “o mero espetáculo está a tornar-se um lugar-comum”. No entanto, em ambos os casos, como também no Pompidou e na maioria dos museus atuais, o edifício tem importância suficiente para que sejam organizadas visitas guiadas dedicadas exclusivamente ao edifício, assim como a organização de folhetos e catálogos exclusivos à sua construção.

## 4.4.2 Caracterização das Instituições

### 4.4.2.1 Casa da Música



Figura 13. Casa da Música



Figura 14. Receção da Casa da Música

A Casa da Música é uma casa de espetáculos situada no Porto, que foi concebida para assinalar o evento “Porto 2001: Capital Europeia da Cultura” e para preencher a lacuna de não existir nenhuma grande sala de espetáculos na cidade; a sua inauguração aconteceu em 2005. Os seus principais objetivos são a dinamização do meio musical nacional e internacional nas várias vertentes, a investigação na área da música e a promoção de encontros com músicos e musicólogos, além de cruzamentos transdisciplinares. Para além destes, a Casa da Música integra-se no processo de renovação urbana da cidade do Porto, assim como da sua rede de equipamentos culturais, que tem como função a projeção da cidade tanto a nível nacional como internacional.

O seu edifício, projetado pelo arquiteto Rem Koolhaas, tornou-se, em menos de uma década, um dos ícones da cidade do Porto. O edifício é caracterizado pelos métodos de construção inovadores, pelo aproveitamento do espaço, a sua funcionalidade e a irreverência estética: tem a forma de um poliedro irregular e todo o interior foi concebido segundo uma lógica de *open-space*; os três materiais predominantes são o betão branco, o alumínio e o vidro. Cada espaço tem uma vida e estética próprios que ajudam a construir um todo, não só estético mas também funcional e metafórico: funcionam como pequenas unidades orgânicas que se articulam em torno das necessidades de utilização e se complementam mutuamente. Em todo o edifício encontramos vestígios barrocos: a predominância dos dourados, o órgão da sala principal, a sala VIP, com os azulejos.

Além de um edifício de excelência, a Casa da Música pretende impor-se como uma instituição com uma programação também ela de excelência. A sua organização anual obedece a uma lógica de programação interna e pré-definida a partir não só de temáticas como também de ciclos e serviços. Para além da programação anual há ainda uma programação regular constituída por programação semanal/mensal e por festivais. A programação semanal/mensal funciona numa lógica de ciclo, em formato informal, económico e temático.

O serviço educativo é também gerador de uma programação própria destinada a todas as idades, formações e quadrantes sociais. A sua programação compreende o

período entre Setembro e Julho e está dividida em seis tipos de serviços: Hot Spots<sup>28</sup>, *workshops*, espetáculos, formação, a casa vai a casa e serviço educativo fora-de-série. Os públicos deste serviço são muito abrangentes mas são também segmentados, tendo cada tipologia de serviço uma abordagem específica ao tipo de público.

Ainda dentro da linha de serviços prestados, para além do serviço educativo, a Casa de Música dispõe de uma loja integrada no edifício, ao lado das bilheteiras, e de uma loja *on-line* que comercializa os seus produtos para todo o mundo. A loja, além de *merchandising*, vende as várias publicações, entre as quais: CDs produzidos pela Casa de Música, com os seus músicos ou orquestras convidadas; vários livros sobre o edifício e a história da Casa da Música; publicações sobre músicos influentes, entre outros; as publicações são frequentemente bilingue. Existe ainda outro serviço aberto a toda a comunidade, a Casa da Música TV, que disponibiliza conteúdos audiovisuais relacionados com a Casa da Música, com a sua obra, o seu edifício, a sua história, os seus ciclos, as suas conferências, os seus grupos residentes e o seu serviço educativo, nos formatos filmográfico, fotográfico, gravações áudio e entrevistas.

Outras valências da Casa da Música são os seus bares e o restaurante, cujos espaços são muito flexíveis e, por isso, facilmente ajustáveis a todas as necessidades. O restaurante, o Barra-Bar, apresenta comida de autor do *chef* Artur Gomes, numa lógica *low cost*; o espaço é elegante e descontraído e presenteia os seus clientes com uma reinvenção das instalações de Pedro Cabrita Reis criadas para as óperas *O Castelo do Duque de Barba Azul* e *O Rapaz de Bronze*.

#### 4.4.2.2 Teatro Nacional D. Maria II

---

<sup>28</sup> Os Hot Spots são compostos por dispositivos interativos e abertos ao público geral que têm como objetivo permitir uma exploração musical de acordo com as necessidades e desejos dos espectadores: experimentação livre e pontual ou desenvolvimento de projetos mais elaborados. Estes dispositivos são: a digitópia, o sound=space e o gamaleão robótico, sendo todos amplamente utilizados pelo serviço educativo, tendo, inclusivamente, atividades criadas a partir deles



**Figura 15.** Teatro Nacional D. Maria II



**Figura 16.** Recepção do Teatro Nacional D. Maria II

O TNDM II é uma casa de espetáculos dedicada ao teatro, criada em 1836 e inaugurada em 1846 sob a direção de Almeida Garrett. Tem como objetivos principais assegurar a prestação de um serviço público no domínio de atividade teatral através da produção e apresentação de espetáculos; promover a criação e produção de dramaturgias portuguesas e obras de referência do repertório universal; acolher espetáculos nacionais e estrangeiros.

O edifício, construído na década de 40 do século XIX é da autoria do arquiteto Fortunato Lodi. Apresentando grande plasticidade, a sua linguagem de base é neoclássica, com estrutura de templo romano e divisão tripartida do edifício, mas acrescenta-lhe alterações, por exemplo, no friso e nas pilastras, resultando numa grande ecletismo e liberdade criadora. Durante a década de 70 do século XX o edifício foi reconstruído na sequência de um incêndio que destruiu todo o interior, sobrevivendo apenas as fachadas. Aquando da reconstrução procedeu-se também a uma modernização da estrutura: além de modernos sistemas de deteção e contenção de fogos, as oficinas de construção e montagem de cenários passaram a ser subterrâneas e o palco rotativo. O edifício é considerado um exemplar da arquitetura civil cultural, classificado como Imóvel de Interesse Público.

O TNDM II apresenta uma programação-base que ocupa a maior parte da temporada e é composta essencialmente por clássicos estrangeiros e adaptações a partir de autores portugueses. Para além desta programação, o teatro promove outro tipo de programação que se concentra sobretudo no final da temporada (Junho e Julho): coproduções ligadas sobretudo a festivais, o concurso Prémio de Teatro Amélia Rey Colaço, o ciclo

EMERGENTES, e ainda a exibição do exercício final da Escola superior de Teatro e Cinema.

No espaço dedicado à educação, o Projeto TEIA – Teatro, Experimentação, Inovação, Ação – desenvolve diferentes projetos, como conferências, conversas com artistas, poesias e contos, formação, oficinas, cursos e exposições, tentando promover o diálogo e o debate sobre teatro e fazendo-o chegar ao público. O projeto TEIA organiza ainda um programa especial chamado A Visita, que consiste numa encenação com personagens históricas e ficcionadas que guiam o público pelo interior do edifício, mostrando áreas de funcionamento do teatro, geralmente de acesso restrito.

O TNDM II dispõe ainda de outros serviços, como Biblioteca, com o arquivo do teatro e o Fundo Documental, o AMO-TE LISBOA, um restaurante de comida portuguesa e de fusão com horário alargado (12h-0h), e a realização de visitas guiadas gerais ao interior do edifício, realizadas todas as Segundas-feiras.

#### 4.4.3 Confronto

Quando surgiram os museus enquanto instituições autónomas, a arquitetura era um elemento que lhes era totalmente exterior. Na sua maioria, estas instituições eram acomodadas em edifícios já existentes, como palácios ou academias. A apreciação estética dos edifícios que acolhem museus que conservam esta tipologia, ou seja, estão alojados em edifícios históricos, é uma questão moderna e deve-se sobretudo à crescente valorização do património arquitetónico pelo seu valor estético, mas também pela sua antiguidade.

No entanto, a arquitetura é desde a Era Clássica o cartão-de-visita das instituições culturais ligadas ao espetáculo: primeiro os teatros, depois as óperas, até aos mais modernos pavilhões multiusos. A sua construção seguia um estilo, tinha sempre uma apresentação monumental e apresentava-se como um local luxuoso, não só pela programação que apresentava, mas pelas instalações que possuía e pela decoração que ostentava. O teatro ou a ópera eram locais elitistas que, além de cumprirem uma função

cultural, serviam para representação social e para legitimar estatutos; eles eram não só marcos de avanço cultural da cidade, mas sobretudo de estatuto social individual.

Já os museus, apesar de serem elitistas, não precisavam de demonstrar o seu estatuto porque não havia jogo social, apenas a necessidade de circunscrever o conhecimento a uma comunidade específica: os museus eram feitos de e para *connoisseurs*. Os museus não precisavam do público e não precisavam de se legitimar porque eles eram o testemunho da História; o museu justificava-se a si mesmo.

Com a democratização da cultura, não só os museus precisam de provar que são necessários na sociedade como precisam de públicos que os legitimem. O museu perdeu o estatuto científico para ser contagiado pelo estatuto social que, até ao modernismo, era exclusivo das instituições ligadas ao espetáculo.

Assim, a arquitetura passou a ser uma parte vital na dinâmica do museu. Para além de ser o seu cartão-de-visita, o edifício deixou de ser apenas o *keeper* (a casa) de uma instituição, para ser, antes de mais, uma forma de afirmar o seu prestígio. A questão estética passou a ser fundamental, chegando a suplantar as questões funcionais do edifício. No entanto, é dada extraordinária importância à flexibilidade dos espaços do museu e de outras instituições culturais, assim como a incorporação de tecnologias que auxiliem o seu eficaz desempenho. A visibilidade do museu superou largamente a das casas de espetáculo, e a sua arquitetura acompanhou esse fenómeno. Onde existia monumentalidade existe agora espetacularidade: cada edifício é encarado como uma obra de arte que deve produzir impacto social. Hoje são os museus os grandes marcos das cidades.

Mas a arquitetura é apenas um dos sintomas, o mais visível, de uma transferência discursiva entre museus e casas de espetáculo; os discursos, outrora exclusivos de um ou outro de equipamento cultural, intersectam-se, interligam-se e modificam-se reciprocamente.

A programação é outro sintoma destas transferências. Podemos distinguir entre dois tipos de programação presentes tanto em museus como em casas de espetáculos: a programação *de eventos* e a programação *de serviços*.

Entendemos por programação *de eventos* a programação tipicamente praticada nas casas de espetáculos; trata-se de organizar as manifestações culturais que decorrerão num espaço durante um determinado período, ou seja, uma temporada. Esta programação pode ou não seguir uma lógica interna mas tem geralmente grandes eventos, que transmitem a qualidade da instituição através da qualidade das próprias manifestações artísticas e dos respetivos artistas, mas também pequenos eventos, geralmente economicamente menos dispendiosos, que compõem uma programação mais experimental ou alternativa, e que se pretende uma plataforma para novas criações e novos criadores. No entanto, de forma a poder responder de forma mais eficiente a um ecletismo cultural cada vez maior, também os museus organizam hoje este tipo de programação. Se a Casa da Música organiza os seus concertos e o TNDM II as suas peças para exibição, também o museu organizada hoje exposições temporárias, que permitem recriar a sua coleção a partir de novas relações com novos objetos, e também renovar-se a si enquanto instituição, alargando os seus conteúdos.

A programação *de serviços*, por sua vez, cresceu dentro do museu. Foi aqui que surgiram inicialmente no circuito cultural serviços como visitas-guiadas, conferências, *workshops* ou a existência de livrarias e *giftshops*. Hoje, não só estes serviços fazem parte das mais-valias de várias instituições culturais, entre as quais as casas de espetáculos, como se intensificaram mesmo em contexto de museu. Por exemplo, se era comum realizarem-se visitas guiadas a exposições e coleções em museus, agora começam a surgir visitas guiadas exclusivamente aos edifícios dos museus, sobretudo nos museus com arquiteturas mais modernas e arrojadas. Nas casas de espetáculo verificamos a mesma tendência, sendo que existem estas visitas, apenas ao edifício, mas surge recentemente outro tipo, que mostra o interior da instituição como se de um espólio se tratasse. É o caso da visita guiada ao interior do TNDM II, que permite visitar os camarins, o palco e a sua estrutura, as salas de costura, os locais onde se armazenam os cenários e os seus objetos; da entrada ao sótão, é demonstrado o valor simbólico (sobretudo histórico) de objetos que, fora do contexto daquela visita, são objetos utilitários (as roupas, os sistemas de organização de cenários, os próprios cenário....).

Há um tipo de serviço que, sendo pertencente à categoria de “programação de eventos”, se destaca devido não só à sua complexidade como à sua posição central nestas instituições: o departamento educativo ou SE. Os SE surgiram nos museus e são hoje um serviço essencial a qualquer equipamento cultural (incluindo bibliotecas, por

exemplo). Apesar de existirem ainda muitas deficiências nesta área enquanto parte integrante da lógica das instituições culturais, a sua presença é muito significativa, recorrendo-se frequentemente a serviços de *outsourcing* como forma de colmatar a inexistência de um departamento organizado. Mais ou menos estruturados, de forma integrada ou não nas instituições, estes programas são responsáveis pela renovação e aumento de públicos e apresentam-se também como uma forma de justificar a existência das instituições e o investimento que nelas é feito a partir das iniciativas que promove e que se destinam à sociedade.

#### 4.4.4 Conclusão

A arquitetura desempenha atualmente um papel fundamental na divulgação e no marketing de todos os equipamentos culturais, sendo uma poderosa fonte de novos públicos. Por outro lado, estes mesmos equipamentos são cada vez mais utilizados pelos poderes locais de forma a serem inseridos em estratégias de reurbanização, de gestão de fluxos, de reabilitação de zonas degradadas. No entanto, nem sempre foi assim.

Este estudo demonstra o papel decisivo da arquitetura para os equipamentos culturais e o contágio de discursos entre dois tipos de equipamentos culturais, os museus e as casas de espetáculos, dos quais a arquitetura é apenas o mais evidente. Acompanhando a tendência formalmente homogeneizadora dos equipamentos culturais, museus e casas de espetáculos são hoje estruturalmente e organizacionalmente instituições análogas.

Estes contágios têm uma origem e o sentido que tentámos clarificar relacionando as duas instituições apresentadas com a problematização do museu realizada no capítulo III. O quadro X reproduz os contágios observados no estudo, generalizando-os.

**Quadro 3.** Síntese dos contágios entre museus e casas de espetáculos

<b>Discursos / Práticas</b>	<b>Contágio: origem e sentido</b>
Arquitectura	Casas de espetáculo → Museu
Programação de Eventos	Casas de espetáculo → Museu
Programação de Serviços	Museu → Casas de espetáculo
Serviço Educativo	Museu → Casas de espetáculo
Espólio/Colecção	Museu → Casas de espetáculo
Relação com Públicos	Nova Preocupação Comum

Analisando estes discursos podemos entender as movimentações de práticas e discursos existentes entre os dois tipos de equipamento, que constituem simultaneamente sintomas e consequências das alterações que a pós-modernidade tem operado no circuito cultural.

Este estudo possibilita ainda outra conclusão, também ela característica da nossa era: independentemente da proveniência destes discursos e práticas, o seu contágio é impulsionado por uma preocupação comum a todo o circuito cultural: o público. É a partir do público e para o público que, na constante tentativa de o cativar, fidelizar e satisfazer, funcionam as nossas instituições culturais.

## 4.5 Museus e Parques Temáticos: Portugal dos Pequenitos e Oceanário

De forma análoga à realizada no subcapítulo anterior, este estudo articula a instituição museu com outra instituição cultural. Neste caso a contextualização não é feita a partir de um discurso do museu, mas do discurso que lhe é exterior, o discurso dos parques temáticos. O objetivo é também ele semelhante ao do estudo anterior: identificar os contágios dos discursos e das práticas e situá-los na sua origem e no sentido que tomou o movimento de contágio. As instituições estudadas são o Portugal dos Pequenitos e o Oceanário de Lisboa.

A análise deste estudo está dividida em duas partes: a primeira pretende afirmar a existência disseminada de parques temáticos pelo país e demonstrar também que ambas as instituições escolhidas cumprem as características necessárias para serem considerados parques temáticos. A segunda parte destina-se à comparação entre os discursos e práticas dos parques temáticos e dos museus e seus respectivos contágios.

### 4.5.1 Contexto

As raízes históricas dos parques temáticos aparecem na Europa da idade média, com os jardins implantados nos arredores das cidades, que representavam uma oferta de entretenimento, com fogo-de-artifício, danças públicas, música e jogos. Surgiram depois os jardins de prazer (*Jardins du Plaisir*) que permaneceram até ao século XVIII, existindo atualmente um único preservado em Bakken, no norte de Copenhaga. No entanto a sua génese é ainda mais antiga, remontando à Grécia, com os Jogos Olímpicos ou a Roma, com o Coliseu de Roma (Santos T. , 2009). “Os parques públicos, e os jardins imperiais são considerados ancestrais dos parques temáticos por terem sido concebidos como espaços complexos de representação simbólica da cultura e da

sociedade” (Ashton, 1999, p. 65). O primeiro parque temático moderno surge em 1955 com o aparecimento da *Disneyland*, na Califórnia.

A partir dos anos 50 os parques temáticos tornaram-se um produto sem rival no mercado de lazer; no entanto, nos anos 90 entraram em crise, com quebra nas bilheteiras. Para resolver esta crise foram criados novos parques, reformularam-se os antigos e, sem perder a componente lúdica, aproximaram-se das culturas locais e dos valores patrimoniais das comunidades onde se inserem (Martins, 2009). Para além disso, os parques temáticos demonstraram uma grande predisposição turística com a aposta na oferta de serviços relacionados com o consumo. Atualmente, os parques temáticos são identificados como um produto de turismo cultural.

Os Parques Temáticos são empreendimentos de grande escala que recorrem a temas ancorados no imaginário coletivo, com o objetivo de ampliar a oferta ao nível do lazer, nas suas funções de recreação, divertimento e pedagogia de uma região. Apostam numa forte identidade corporativa e implantam-se em áreas extensas e bem delimitadas. A partir de uma temática singular os parques temáticos convidam o visitante a uma fuga da rotina através de uma viagem virtual a um mundo imaginário ou a um cenário histórico cuidadosamente recriado.

Segundo Mary Ashton (Ashton, 1999), os parques temáticos têm características muito específicas, que os diferenciam de outros equipamentos da indústria de lazer. Devem ser compostos por atrações exteriores em que cada uma é uma peça independente e ter um custo por entrada e não por atração; a sua construção deve ter por base nas necessidades dos visitantes e deve concentrar-se mais diversão do que aprendizagem; deve ainda proporcionar mais sensação física do que simulação e ser um destino em si mesmo.

Os parques temáticos podem ainda ser divididos por tipologias (Santos T. , 2009):

1. Históricos – retratam uma determinada região, com as suas personagens, espaços, datas e acontecimentos
2. De fantasia e aventura – apostam em atividades radicais ou que criam situações de grande emoção e adrenalina
3. Naturais – têm a natureza como elemento central e recriam o mundo animal ou vegetal

4. De ciência e tecnologia – apostam nas novas tecnologias e permitem uma visão detalhada sobre um dado ramo da ciência.

Há ainda pequenos acontecimentos que, não sendo espaços dedicados a uma temática e não estando abertos todo o ano, podem ser identificados como parques temáticos: trata-se de acontecimentos periódicos de recriação ou simulação de situações, que estão inseridos nesta lógica. Disto são exemplos Óbidos Vila Natal ou as Feiras Medievais recriadas durante o verão nos diversos castelos nacionais.

Os parques temáticos são então “híbridos contemporâneos que – como a maioria dos fenômenos pós-modernos – cruzam as fronteiras que normalmente separam os até então distintos reinos da cultura, da economia, da filosofia, da sociologia e da política” (Santos T. , 2009, cit. Edward Soja). Trata-se de laboratórios civilizacionais, de espelhos universais que refletem a consciência (e/ou memória) coletiva e que permitem ao observador reconhecer e reconstruir o seu lugar na sociedade.

Existem diferentes territórios espaciais dentro do parque que formam um tecido social (microcosmo) que constrói a vivência que este proporciona e que determina o seu sucesso macroeconómico: 1. Lugares para ver; 2. Lugares para comer; 3. Lugares para viver; 4. Lugares para comprar. É este microcosmos que é, na realidade, a própria atração (Nuno, 2009).

Os universos simbólicos possuem um valor central em todas as sociedades, ordenam a história, localizando os eventos numa sequência que inclui o passado, o presente e o futuro. Os parques temáticos fazem confluir estes três tempos na medida em que estabelecem uma memória (partilhada por uma coletividade cada vez mais universal), promovem uma vivência e permitem a formação de fantasias (Ashton, 1999).

Os parques temáticos são cidades-palco, onde até a alimentação se transforma em espetáculo: as compras, a cultura, tudo faz parte desse espetáculo onde a imaginação não tem limites; a própria arquitetura é limitada à simbologia e à estética (Ashton, 1999). Mas é, simultaneamente, o espaço para o descontrolo controlado.

Baudrillard (1991, p.93) entende os parques temáticos como espaços de simulacro: “uma hiper-realidade, onde a simulação visual e auditiva são mais reais do que o original que as inspirou, com uma arquitetura de superfícies e de aparências, onde o real já foi transformado, melhorado, a fim de ser consumido”. Simultaneamente, eles vivem

dentro da lógica da sociedade do espetáculo: as representações se aproximam mais das nossas expectativas em relação à realidade, dos signos que carregamos e que esperamos que sejam desencadeados; aquilo que consumimos são cada vez mais signos e representações, que são aceites num espírito de espetáculo. “O pós-modernismo está ancorado aqui, na insustentável leveza de não crer nem na realidade nem na ficção” (Ashton, 1999, p.66, cit. Bob Thomas)

Baudrillard (1991) afirma que os parques temáticos são a materialização de uma utopia atemporal através da produção de eventos distintos de forma simultânea, misturando sequenciais vivenciais e criando uma civilização apenas aparentemente diferente da nossa. “As pessoas vão a *Disneyland* para sentir que fora dali a sua vida é real” (Ashton, 1999, p.66, cit. Roberto C. Oliveira).

Também os *shoppings* começam a ser encarados como parques temáticos, e também eles possuem essa utopia atemporal. Esses “não lugares” são cada vez mais um espaço de experiências patrimoniais e exemplos de cultura imaterial (Santos T. , 2009). Os *Shopping* são a maior atração turística depois da *Disneyland*, e apresentam-se como locais turísticos, uma espécie de mutante de resort, que enfatiza a segurança, a limpeza e a novidade. As compras são apenas parte da atração do local que existe para o lazer e turismo. Na verdade, os *shoppings* são um dos produtos definidos como estratégicos no Plano Nacional de Turismo (PENT, 2007). Também estes têm o seu microcosmo social, com a sua programação própria (fashionweek, campanhas de doação de sangue...) e se oferecem como uma extensão quase virtual da vida social.

## 4.5.2 Caracterização das Instituições

### 4.5.2.1 Portugal dos Pequenitos



**Figura 17.** Portugal dos Pequenitos – casas regionais



**Figura 18.** Entrada do Portugal dos Pequenitos

O Portugal dos Pequenitos é um parque lúdico-pedagógico privado, pertencente à Fundação Bissaya Barreto, situado em Coimbra e aberto ao público desde 1940. O seu objetivo é a divulgação da presença portuguesa no mundo, através de um espaço de aproximação de culturas e cruzamento de povos.

O parque idealizado pelo professor que dá o nome à fundação e projetado pelo arquiteto Cassiano Branco e reproduz numa escala reduzida muitos elementos da arquitetura e da História de Portugal. A sua construção foi faseada, correspondendo casa fase a uma área distinta do parque: a primeira área construída entre 1938-40 reproduzia exemplares de casas regionais portuguesas e dos principais monumentos de Coimbra; a segunda ilustrava os monumentos nacionais através de cópias de partes desses mesmos monumentos; a terceira e final, terminada na década de 50, consiste numa representação monumental dos países de língua oficial portuguesa, assim como das ilhas da Madeira e dos Açores. Recentemente foi acrescentada outra área ao parque, o Pavilhão Relógio do Sol, destinado a acolher eventos diversos e atividades pedagógicas. Além deste património arquitetónico e escultórico, o parque apresenta ainda uma coleção etnográfica de objetos relacionados com os povos e culturas apresentadas, dispostos dentro das reproduções arquitetónicas, e outras três coleções referentes a museus instalados no seu interior: museu do traje, mobiliário e marinha.

O parque disponibiliza ainda um serviço pedagógico, criado em 2009. Este serviço disponibiliza várias modalidades de visita ao parque, assim como visitas guiadas aos museus do parque, animações, festas de aniversários, oficinas e *peddypapers*. O público-alvo são essencialmente as crianças do ensino pré-escolar e 1º ciclo, quer em contexto familiar ou escolar. No âmbito escolar este serviço desenvolveu programas de

visitas de acordo com alguns conteúdos obrigatórios da disciplina de Estudo do Meio do 2º, 3º e 4º anos, de forma a integrar os conteúdos do parque numa aprendizagem mais dinâmica; as atividades em contexto familiar são essencialmente lúdicas. A frequência das atividades é regular, sendo reforçada aos fins de semana; são também assinalados dias especiais, como o dia mundial da criança, o dia do pai, o dia da árvore, entre outros.

A programação do PP é a própria programação do seu SE, com as suas atividades didáticas e atividades de sensibilização. Além dos SE, o PP dispõe de outros serviços, nomeadamente a loja do parque e uma cafetaria, ambos localizados nos vários edifícios-esculturas do parque.

#### 4.5.2.2 Oceanário de Lisboa



**Figura 19.** Oceanário de Lisboa



**Figura 20.** Aquário central do Oceanário de Lisboa

O Oceanário de Lisboa é um aquário público inaugurado em 1998 no âmbito da realização da exposição mundial “Expo 98 - Os Oceanos: um património para o Futuro”, em Lisboa. O seu principal objetivo era manter viva a mensagem da exposição, acentuando a diversidade e complexidade dos seres vivos que habitam o oceano global, e simultaneamente aumentar a oferta cultural do país. O projeto foi estruturado com base em dois temas principais “Um só oceano” e “A vida para além de fronteiras imaginárias”, expostos com rigor científico mas incorporando também valores que promovam uma relação harmoniosa entre o homem e a natureza. O Oceanário recebe

mais de um milhão de visitantes por ano, sendo por isso o equipamento cultural mais visitado em Portugal.

Arquitetonicamente, o Oceanário é composto por dois edifícios, o original dos Oceanos e o novo edifício do Mar, conectados por um átrio decorado com um painel de 55 mil azulejos, que oferece acesso às exposições e à área educativa. O Edifício dos Oceanos foi projetado por Peter Chermayeff com a equipa da Cambridge Seven Associates e inaugurou na Expo 98; a sua arquitetura foi concebida para albergar uma área de exposição, assim como o aquário central com cerca de 5 milhões de litros de água, que alberga espécies de todo o oceano e cria a ilusão de estarmos perante um só oceano. Exteriormente, o edifício é recortado, simulando os relevos geológicos da crosta terrestre e permitindo a visualização dos contornos das paisagens recriadas no interior. A visita a este edifício desenrola-se em dois níveis, o terrestre e o subaquático, entre o habitat do Atlântico norte e o habitat do Índico tropical, passando pelas orlas costeiras do oceano Antártico e pela floresta de algas gigantes de zonas temperadas do oceano Pacífico. O edifício do Mar foi inaugurado recentemente; o revestimento exteriormente por uma fachada de “escamas” de cerâmica em três tons de branco confere-lhe um aspeto orgânico e inovador. Este edifício alberga a exposição temporária “Tartarugas marinhas. A viagem” que pretende ser um meio de dar a conhecer esta espécie, aliando as características destes répteis marinhos à conceção de uma experiência de viagem. É neste segundo edifício que se concentram as ofertas de serviço deste equipamento.

O “Restaurante Tejo”, integrado no percurso, disponibiliza um espaço descontraído para almoço ou brunch. O Auditório “Mar da Palha” constitui uma oferta ao nível do mercado de eventos e serve de suporte à programação educativa e lúdica do Oceanário. É também neste edifício que se localizam as bilheteiras e o espaço de atendimento ao público. A loja, localizada no piso térreo do edifício administrativo, constitui ainda uma oferta comercial.

O Oceanário colabora com várias instituições em projetos de investigação científica, de conservação da biodiversidade marinha que promovam o desenvolvimento sustentável dos oceanos e é patrocinado pelo Pingo Doce. A experiência técnico-científica da equipa de biólogos e de engenheiros assegura a excelência da exposição e presta consultoria a vários aquários e instituições similares. Durante o ano de 2003, e em resposta ao processo de implementação de um sistema de gestão da qualidade e

ambiente, o oceanário tornou-se o primeiro aquário público da Europa a obter as Certificações de Qualidade ISO 9001, 14001 e EMAS (*Eco-Management and Audit Scheme*).

O programa de educação do Oceanário oferece uma vasta oferta de atividades. Além das atividades destinadas às crianças em contexto familiar, o Oceanário disponibiliza uma oferta específica para visitas escolares dos vários graus de ensino, entre o 1º ciclo e o ensino secundário, assim como apoio dirigido ao professor. Também no âmbito educativo, o programa “vaivém Oceanário” constitui uma plataforma de divulgação do Oceanário de Lisboa e simultaneamente de programa de sensibilização e educação ambiental que se desloca a vários pontos do país. Existem ainda atividades destinadas a adultos, *workshops* e ações de formação. Este programa obteve duas distinções pelo seu serviço à comunidade: o reconhecimento de "Utilidade Educativa" a 20 de março de 2003 pelo Ministério da Educação, e a sua creditação como entidade formadora, atribuída pela Direção Geral do Emprego e das Relações de Trabalho (DGERT). A programação do oceanário desenvolve-se sobretudo a partir do programa de educação, incluindo ainda a exposição temporária e algumas atividades de dinamização.

#### 4.5.3 Confronto

Por todo o lado encontramos hoje parques temáticos, ou fenómenos híbridos que lhe são tributários, ainda que sejam por vezes anteriores à definição do conceito de parque temático. O que os caracteriza é sobretudo a partilha de discursos e sobretudo de práticas que se vêm tornando na pós-modernidade simultaneamente homogeneizados e simultaneamente particulares. Além do caso dos já mencionados shoppings e feiras temporárias, por todo o lado encontramos parque naturais, parques de diversão (por vezes inseridos nos próprios shoppings), polos tecnológicos, jardins zoológicos, jardins botânicos. Em Portugal, um país de pequenas dimensões, são inúmeros os casos que se encaixam nesta hibridez pós-contemporânea: Visionarium, Pavilhão do Conhecimento, Planetário, Bracalândia, Badoca Park, Exploratório, Geopark Naturtejo, Parque da Mina, Zoomarine, entre muitos outros.

Os dois parques temáticos analisados neste estudo pertencem a tipologias diferentes: o Portugal dos Pequenitos é um exemplo de parque temático histórico, enquanto o Oceanário é um parque temático natural. Ambos cumprem aos critérios com que Ashton caracteriza os parques temáticos:

1. Ambos são compostos por atrações: no PP cada casa ou grupo de casas pode constitui uma atração pela qual se paga um único bilhete; o Oceanário está também dividido por zonas que podem ser consideradas atrações: a recriação dos diferentes habitats (Oceano Global, Atlântico Norte, Pacifico temperado, Antártico, Indico tropical); os próprios três níveis visitáveis (exterior, terrestre e subaquático) constituem-se como atrações que podem ser atrações independentes, sendo para todas adquirido um único bilhete.
2. Ambos proporcionam diversão e aprendizagem, ainda que a quantidade de cada um possa não ser igual. Este ponto será mais explorado à frente.
3. Ambos proporcionam uma sensação física e constituem um destino em si mesmos.

Além disso, ambos recriam um tecido social ou micro cosmos: ambos apresentam coisas para ver (as esculturas, os pequenos museus, os animais); ambos têm locais específicos para comer dentro da própria instituição; ambos permitem vivenciar coisas e não apenas ver; ambos dispõem de locais específicos destinados à venda de *merchandising* e outros produtos. Se por um lado existem diferenças que não devem ser ignoradas (o PP não é uma invenção pós-moderna, enquanto o Oceanário se situa claramente na produção de equipamentos híbridos atuais), por outro ambos passaram a integrar os mesmos circuitos, funcionar com os mesmos objetivos, ambos partilham a mesma organização do espaço, tal como os jardins botânicos os zoológicos.

Atualmente, parques temáticos e museus, juntamente com outros equipamentos culturais, fazem cada vez mais parte de um todo. Ainda que originalmente pertencessem a circuitos distintos (o museu ao circuito da cultura e o parque temático ao circuito do entretenimento), à medida que as fronteiras entre indústria cultural e indústria de entretenimento são cada vez mais ténues, se não coincidentes, também o são as práticas dos seus equipamentos. O que pretendemos aqui realçar são as movimentações de discursos e práticas entre estes dois tipos de equipamentos (simultaneamente culturais e de entretenimento).

Os modos de exposição e apresentação têm muito presente estas movimentações de discursos. Até há pouco tempo, os parques temáticos tinham uma preocupação meramente vivencial; o seu objetivo era constituírem-se como alternativas à vida real, constituindo um espaço entre a ficção e o simulacro. Os parques temáticos de divertimento são o caso mais claro disto: não há qualquer tipo de informação em todo o parque a não ser aquela que podemos retirar dos símbolos visuais do próprio espaço: arquitetura, sinais, esculturas, organização de espaços, entre outros. Hoje, ao existirem cada vez mais parques temáticos destinados a temas específicos cujos símbolos não são tão facilmente apreensíveis, existe um esforço para mostrar o parque como se de uma coleção se tratasse, com elementos que o contextualizem, construindo para o efeito etiquetas informativas junto às atrações, folhetos e mapas informativos, áudio-guias e até a prática de visitas guiadas. Neste sentido, o parque temático, sobretudo de carácter natural, tecnológico e mesmo histórico aproximam-se de uma forma de exposição tradicionalmente pertencente ao museu. Mas no sentido oposto, apesar de ser uma particularidade dos museus de arte contemporânea e não uma prática comum a todos os museus, os museus de arte contemporânea contextualizam cada vez menos as obras, sobretudo nas exposições temporárias, optando por uma abordagem sobretudo ligada à experiência estética dos conteúdos dessas exposições.

Os parques temáticos têm como característica original serem mais lúdicos do que educativos. No entanto, a sociedade está sempre em mudança e consegue-se observar hoje no parque cultural português um esforço crescente por parte destes equipamentos em integrar serviços educativos e em articular os conteúdos dos seus equipamentos com conteúdos de conhecimento geral e com os conteúdos escolares em específico. Tal como os museus, os parques temáticos pretendem afirmar-se no espaço da educação informal, tão amplamente divulgado e cada vez mais procurado. No entanto, no sentido contrário, os museus, ainda que afirmando o seu potencial educativo, procuram cada vez mais integrar uma componente lúdica de forma a poder competir com os novos equipamentos que surgem constantemente na indústria cultural e de entretenimentos. Se analisarmos o tipo de atividades desenvolvidas pelos SE e os seus conteúdos e objetivos, a diferença entre os que foram projetados por e para museus ou por e para parques temáticos são muito pequenas. Isto prende-se também com uma homogeneização do tipo de oferta prestada por estes serviços.

Outra prática em que é possível observar esta movimentação é nas programações existentes em ambos os equipamentos. A programação cultural dos museus é uma coisa relativamente recente e está relacionada simultaneamente com a multiplicação exponencial da atividade museológica e com os cortes orçamentais. Existindo mais concorrência, os museus precisam de arranjar novas formas de fidelização do público; por outro lado, são os públicos que garantem alguma estabilidade de orçamentação. Assim, o museu desmultiplica-se numa tentativa de chegar potencialmente a todas as pessoas como público para o seu museu. Além dos SE, grandes responsáveis por criar novos públicos e por criar neles o hábito de frequentar equipamentos culturais, a criação de uma programação independente do conteúdo original do museu, ainda que possa ser articulado com o mesmo, cria mais oferta e potencialmente mais visitas. Esta programação pode ser muito diversificada, desde exposições temporárias, concertos, palestras, *workshops*, ciclos, qualquer atividade que seja atrativa pode hoje ser integrada numa programação cultural de museu. Ainda que sendo um fenómeno relativamente novo nos museus, é-o muito mais no ramo dos parques temáticos, apesar de partilhar as mesmas razões de existência e tentar dar respostas aos mesmos problemas dos museus. A diferença é: os parques temáticos não precisavam de fazer uma gestão de públicos. Com a concorrência também lúdica de outros equipamentos (entre eles museus mas não só, também a capacidade de auto-entretenimento em casa fornecido, por exemplo, pela indústria de videojogos, entre outros) a crise dos públicos chega também aos parques temáticos, sendo necessário adotar novas estratégias de captação de públicos. No entanto, e apesar de começar a existir nos parques temáticos, a programação cultural continua a ser muito mais praticada por entidades como os museus.

Este ponto leva-nos ao último: o equipamento como fim em si. Este é essencialmente do domínio dos parques temáticos, uma vez que são equipamentos fechados sobre si mesmos que não pretendem articular conceitos e conhecimentos mas, por outro lado, substituí-los temporariamente. No entanto, também alguns museus começam a constituir-se enquanto fim em si mesmo. Uma das razões pode ser a grande dimensão do museu e da sua coleção, que faz da visita uma coisa programada, onde se está todo o dia; outra pode ser precisamente a crescente preocupação lúdica, sobretudo dirigida ao público infanto-juvenil.

#### 4.5.4 Conclusão

Partindo da conceptualização dos parques temáticos, da sua definição, estrutura e características específicas, este estudo permitiu aferir as semelhanças estruturais e discursivas entre as duas instituições estudadas, o Portugal dos Pequenitos e o Oceanário de Lisboa, e os museus, recorrendo à caracterização e problematização já desenvolvidas no capítulo III. Permitiu também, tal como no estudo anterior, aferir as transferências e contágios de práticas e discursos partilhados por estes equipamentos culturais, localizando a sua origem e o seu sentido. O quadro 4 representa estas movimentações de forma sintética.

**Quadro 4.** Síntese dos contágios entre museus e parques temáticos

<b>Discursos / Práticas</b>	<b>Contágio: origem e sentido</b>
Exposição	Museu → Parques Temáticos
Serviços	Parques Temáticos → Museu
Serviço Educativo	Museu → Parques Temáticos
Componente lúdica	Parques Temáticos → Museu
Programação	Museu → Parques Temáticos
Destino em si mesmo	Parques Temáticos → Museu
Relação com Públicos	Nova Preocupação Comum

A relação que se estabelece entre estes dois tipos de equipamentos, cada vez mais uniformizados e socialmente equivalentes e conseqüentemente concorrentes, permite-nos observar uma diluição entre a indústria cultural e a indústria de entretenimento, entre o lúdico e o educativo, verificando mesmo uma fusão dos seus conteúdos. Ambos se equipam com as mesmos discursos, partilham as mesmas práticas e apresentam essencialmente as mesmas necessidades.

De forma análoga à do estudo anterior, este estudo reforça ainda a ideia de que existe uma uniformização de práticas, discursos e estruturas organizacionais que atravessam todo o circuito cultural e que estão presentes em todos os seus equipamentos.

## CAPÍTULO V: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os museus são instituições legítimas e legitimadoras da construção de discursos; estes produzem práticas e narrativas que se elevam à condição de discurso. Apesar de conservarem este estatuto que é seu de origem, existem no circuito cultural cada vez mais instituições produtoras de discursos, assim como contágios de discursos de outros circuitos (políticas, económicas, sociais).

Estes contágios, aliados às interferências económicas e políticas, têm obrigado a uma mudança no circuito cultural mas têm também produzido novas visões sobre a mesma, estendendo o seu debate para fora do domínio da comunidade científica. No caso concreto do museu, o seu estatuto foi posto em causa, juntamente com a sua utilidade e a sua suposta neutralidade. O museu passou de espaço incontestado e altamente hierarquizado e hierarquizante, onde não há espaço para a dúvida e para o questionamento, a um espaço aberto, plural, de múltiplas abordagens mas também descentrado, alvo de forte politização, onde o lugar de tudo está em constante discussão.

O que pretendemos com o desenvolvimento deste trabalho foi primeiramente perceber as características específicas do universo museológico, ao nível das mudanças internas, das necessidades e da organização, mas também das práticas, narrativas e discursos. O museu é hoje construído sobre alicerces a partir dos quais o próprio museu se representa, articula as suas práticas e a partir dos quais produz discursos. Isolámos para estudo quatro desses alicerces estruturais por considerarmos que eram transversais a todos os museus, independentemente da tipologia da sua coleção, da sua tutela, da sua localização geográfica: públicos, serviços, coleção / exposições / programação e arquitetura. Ficaram outros por falar, que exigiriam uma análise mais particular: o caso da relação museu-artista nas coleções de arte contemporânea; a relação museu-representação do outro, na cultura ou religião, relativo por exemplo aos museus etnográficos.

Depois de isoladas estas produções internas procedemos a um cruzamento com outros discursos presentes em diversos circuitos sociais: a identidade/memória e a globalização. O critério na escolha dos discursos a cruzar com os museus deveu-se de novo à abrangência dos mesmos. A identidade deixou de ser produzida pelo Estado ou

por uma força ideológica, sendo agora produzida de forma fragmentada e mais particular por várias entidades, algumas das quais culturais, apoiada sobretudo numa memória que se deseja comum, que é cultivada e produzida. Por sua vez, a crescente globalização atravessa todos os organismos e instituições sociais, alterando estruturas, acelerando processos, mas tem um impacto particular ao nível cultural uma vez que tende a dissolver as fronteiras culturais. Existem no entanto outros discursos que começam a ganhar muito terreno dentro e fora do circuito cultural e poderão futuramente enriquecer e complementar a análise aqui desenvolvida: a ecologia e a proteção do ambiente em geral, os discursos das tecnologias são apenas alguns exemplos.

Relativamente ao primeiro discurso tentámos sobretudo explicitar os processos de produção de identidade e memória e a forma como isso condiciona a relação com a comunidade onde se insere o museu. Relativamente ao segundo discurso procurámos identificar as reações dos museus ao fenómeno da globalização e ainda articulá-lo com as estratégias de divulgação dos museus e a produção de um sentido de pertença global a partir da relação com o território. De novo, a abordagem foi muito generalista, procurando identificar os fenómenos presentes e resultantes do cruzamento dos museus com estes discursos particulares mais do que analisá-los em profundidade.

Finalmente tentámos entender como é que a entidade museu se relaciona com a nova produção de discursos por parte de outros equipamentos culturais, cada vez mais análogos a si. Tentámos identificar as apropriações, as migrações e as transferências de práticas e discursos: em que é que o museu sai de si para contagiar outros equipamentos culturais e em que é que o próprio museu é contagiado. Usámos para contrapor ao museu dois tipos de equipamento cultural, casas de espetáculos e parques temáticos, de forma a aferir os contágios e as respetivas origens e sentidos, demonstrando o que é que cada equipamento recebeu e deu ao outro.

No entanto, o estudo que aqui desenvolvemos limitou-se a analisar estes contágios de forma breve e restringida às tipologias pré-definidas: museus-museus, museus-identidade/memória, museus-globalização, museus-casas de espetáculos, museus-parques temáticos. Foram apenas aferidas as relações estabelecidas dentro destes binómios. No entanto, essas relações ultrapassam as restrições destes mesmos, aqui

impostas de forma a conseguir limitar o objeto de investigação. Dentro do universo estudado podemos dar alguns exemplos.

Como foi demonstrado, a estrutura organizacional é o denominador comum a todas as instituições estudadas. Todas fazem uma gestão dos públicos, com uma preocupação crescente não apenas no aumento de público mas também na sua fidelização que leva geralmente a uma segmentação dos públicos, desenvolvendo para o efeito estratégias em comum com as áreas dos serviços e da coleção / programação. Os serviços são atualmente o ponto-chave para a captação de público e, simultaneamente, para a justificação da manutenção de todos os equipamentos culturais. Também aqui se desenvolvem muitas estratégias, da qual o serviço educativo é central, mas também a loja, o restaurante e as zonas de lazer, numa tendência cada vez mais de vivência e entretenimento no espaço do museu. Estes são as principais armas diferenciadoras dos espaços culturais, ultrapassando ao nível de importância e utilização outra tipologia de serviços, com origem nos museus, relacionada sobretudo com o conhecimento, onde se englobam as bibliotecas (agora têm mais adesão as livrarias de museu), os arquivos (que vão sendo gradualmente disponibilizados on-line), os serviços de restauro, entre outros.

A questão da coleção pode parecer exclusiva do museu, mas na verdade não o é como demonstra, por exemplo, a tentativa generalizada de musealizar determinados espaços. Do universo de estudo delimitado nesta investigação podemos destacar dois exemplos relativos a esta tendência: a crescente preocupação das casas de espetáculos em transformar o seu próprio edifício numa coleção, elaborando visitas-guiadas, produzindo catálogos, e conseqüentemente atribuindo ao seu espaço de trabalho quotidiano e funcional o estatuto de património; a integração no domínio dos parques temáticos de elementos visitáveis pelo seu valor cultural, como no caso específico do Portugal dos Pequenitos a criação de museus dentro do espaço do parque (museu do traje, museu do mobiliário e museu da marinha). No sentido contrário, os museus cuja coleção é central e é geralmente permanente, tendem a necessitar de fazer circular nova informação e novas atrações no seu espaço. Para isso recorrem frequentemente a exposições temporárias, à implantação de exposições anuais que permitam uma grande afluência de público, como o BES Photo no Museu Berardo, por exemplo, ou a estratégias de rotação da própria coleção, como também acontece no Museu Berardo.

A arquitetura é forçosamente um denominador comum. Mas o que se pretende não é uma ligação com base num espaço material que serve de abrigo a um equipamento cultural, mas antes ao fenómeno partilhado por estes equipamentos de espetacularização desse espaço. A arquitetura ganhou ao longo dos últimos cinquenta anos um valor social que ultrapassa largamente o utilitário e que é usado pelas instituições como demonstração de prestígio. Este fenómeno é originário das casas de espetáculos e tem-se acentuado, como é visível por exemplo na Casa de Música que efetua duas visitas guiadas ao espaço por dias, todos os dias da semana, ou noutros exemplos como a Opera de Sidney para citar um caso muito evidente.

No entanto é nos museus que se nota uma importância redobrada e generalizada na arquitetura. Por exemplo, no caso do Museu Marítimo de Ílhavo cerca de metade dos visitantes deslocam-se ao espaço devido ao edifício que o acolhe; no caso do Museu do Côa uma das razões do sucesso é precisamente o diálogo que o edifício estabelece e a forma como se integra no território. Estes são os exemplos em que a arquitetura serve um propósito de chamariz e de autopromoção, mas existem outros, como o caso do MIMO ou do Museu do Trabalho, em que a arquitetura é valorizada pelo valor histórico que tem, sendo o seu valor simbólico e não estético a mais-valia para o museu. Mas esta preocupação começa a estender-se também aos parques temáticos. Já não importa apenas recriar um mundo e recriá-lo bem, mas integrar nessa arquitetura um sentido estético e *hightech* que lhe permita competir com os restantes equipamentos, como é o caso do Oceanário.

Relativamente ao cruzamento com a identidade, foram escolhidos o MMI e o MTMG mas essa articulação poderia perfeitamente ser feita com o Museu de Conímbriga e o Museu do Côa. O invés também é verdade: seria perfeitamente possível falar de globalização a partir da relação que tanto o MMI como MTMG estabelecem com o global, não só a partir da atividade que musealizam, mas sobretudo enquanto testemunho do processo de globalização ainda num estado inicial. Podemos daqui concluir que globalização e identidade estão frequentemente ligados, não só pela instalação massificada de uma cultura global, onde se come pasta italiana em qualquer esquina, ou se pratica yoga em qualquer ginásio, como pela produção de movimentos de resistência a essa cultura global, que tende a tentar preservar a identidade e memórias locais.

Ainda falando em identidade, podemos dar outro exemplo: a preocupação de integrar num projeto de dimensão global como a Casa da Música um elo identitário muito forte à tradição local, ainda que recriado. Toda a arquitetura e design interior do edifício foi pensado de forma a estabelecer uma relação com o estilo barroco, muito presente em toda a cidade do Porto. Isso é visível nos tons dourados escolhidos, no órgão decorativo que existe na sala principal mas sobretudo na sala VIP, destinada às relações públicas, por ser integralmente forrada a azulejos.

Finalmente concluímos com dois exemplos que abrem caminho àquele que achamos que será cada vez mais um dos caminhos dos museus. Trata-se da erosão do limite entre museu e parque temático. Neste universo de estudo é possível observar este fenómeno em dois museus: no Museu do Côa, a partir de encenação que produz, da utilização de réplicas e da possibilidade de substituir o próprio local arqueológico; no MMI a partir do projeto já aprovado de juntar ao museu um aquário de bacalhaus vivos.

Existe, no entanto, um fenómeno em grande expansão que une desde a sua origem, no século XIX, este conceito de museu e parque temático: as exposições universais. Estes espaços precedem os parques temáticos e partilham com estes a encenação, a miniaturização e por vezes até caricaturização de um universo, assim como a existência de um microcosmos social. No entanto, estes fenómenos relacionam-se intimamente com o conceito de museu até porque como o tempo têm vindo a integrar dentro de si vários espaços museológicos que geralmente resistem à própria exposição.

Por outro lado, são equipamentos que estabelecem relações com as temáticas aqui desenvolvidas (identidade / memória e globalização), têm uma forte componente arquitetónica e ainda partilham da estrutura dos museus (públicos, serviços, coleção). Estas exposições assentam frequentemente em memórias (por exemplo os Descobrimentos na Expo'98) mas contém uma forte mensagem identitária, sobretudo preocupada com a construção e até produção da mesma; esta construção é geralmente feita a partir de construções simbólicas, um campo em que a arquitetura cumpre uma função determinante e essencial. Estes fenómenos, como o próprio nome indica, relacionam o espaço nacional com o universal, constituindo-se primeiramente, aquando do seu nascimento, como importantes veículos da globalização, sendo hoje um dos seus melhores exemplares ao nível da globalização na cultura. Estabelecer uma relação entre as exposições universais e os vestígios culturais que produzem e que permanecem

depois de si (no contexto português, a exposição de 1940 com o MAP ou a Expo'98 com o Pavilhão do Conhecimento / Pavilhão de Portugal / Oceanário) pode constituir mais uma fonte de conhecimento e entendimento sobre alguns dos fenómenos que foram problematizados neste estudo.

Com esta investigação é possível afirmar que o museu se constrói hoje discursivamente a partir de uma troca que efetua com o restante circuito cultural. Ao invés de se manter uma instituição fechada, existe uma homogeneização de práticas, discursos produzidos e trabalhados sem que isso seja um fator de restrição para a pluralidade.

O nosso tempo é caracterizado por uma maleabilidade e até permeabilidade de todas as esferas sociais e respetivos circuitos. Se anteriormente havia alguma separação entre essas esferas, atualmente elas tocam-se, fundem-se em determinados pontos, e com isso estabelecem novas relações entre si. Mas essa permeabilização não proporciona novas relações apenas entre o que lhe é interno e o que não era mas passou a ser: as esferas e os seus circuitos tornam-se ainda mais permeáveis a si mesmas e aos fenómenos que englobam.

Ao nível do circuito cultural, esta permeabilidade caracteriza-se pelo desgaste de alguns limites que separam conceitos, instituições, práticas e até discursos. Como consequência assistimos à criação de novos produtos e equipamentos que desafiam esses limites e que caminham no sentido da criação de uma realidade cada vez mais híbrida.

## BIBLIOGRAFIA REFERENCIADA

- (2007). *PENT - Plano Estratégico Nacional de Turismo*.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Arendt, H. (1972). A Crise da Cultura. In H. Arendt, *Entre o passado e o futuro* (pp. 248-281). São Paulo: Perspectiva.
- Ashton, M. (1999). Parques Temáticos. *Revista FAMECOS*, 11, pp. 64-74.
- Bahia, S. (2008). Avaliação da Eficácia das Intervenções Educacionais em Museus: uma proposta teórica. *INFAD Revista de Psicologia*, 1, pp. 35-42.
- Barranha, H. (2006). Arquitectura de museus e iconografia urbana: concretizar um programa/construir uma imagem. In *Museus, Discursos e Representações* (pp. 69-94). Porto: Afrontamento.
- Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Brefe, A. (Novembro de 1998). Os primórdios do Museu: da elaboração conceitual À instituição pública. (PUC-SP, Ed.) *Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História*, 17, pp. 281-315.
- Brito, J. P. (2006). O museu entre o que guarda e o que mostra. In *Museus, Discursos e Representações*. Porto: Afrontamento.
- Camacho, C. F. (2007). Serviços Educativos na Rede de Museus: panorâmica e perspectivas. In *Serviços Educativos na Cultura* (pp. 26-42). Porto: Setepés.
- Carneiro, A. (2004). Património Reencontrado - centro histórico de Guimarães, património da Humanidade: a cidade enquanto memória, espaço de identidade e cidadania. Braga: Universidade do Minho. Tese de Mestrado.
- Eagleton, T. (2003). *A Ideia de Cultura*. Lisboa: Temas e Debates.

- Faria, M. L. (2000). Etapas e limites da globalização da cultura constitucional: o caso dos museus. *IV Congresso Português de Sociologia- Sociedade Portuguesa: Passados Recentes, Futuros Próximos*. APS Publicações.
- Foucault, M. (1997). *A Ordem do Discurso*. Lisboa: Relógio D'água.
- Foucault, M. (2005). *A Arqueologia do Saber*. Coimbra: Almedina.
- Freixo, M. J. (2011). *Metodologia Científica - fundamentos, métodos e técnicas*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Frois, J. P. (2001). *Quadro de Modelos de Educação Artística/Educação Estética Visual, 4 exemplos: propostas dos anos 80-90*.
- Fróis, J. P. (2008). Os Museus de Arte e a Educação: Discursos e Práticas Contemporâneas. *Museologia*, 2, pp. 62-75.
- Giddens, A. (2002). *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda.
- Kiefer, F. (2000). Arquitectura de Museus. *Arqtexto*, 2, pp. 12-25.
- Kraus, R. (1990). The Cultural Logic of the Late Capitalist Museum. In *Grasping the World: The Idea of the Museum* (pp. 3-17). Ashgate Publishing Group.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2010). *A Cultura-Mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. Lisboa: Edições 70.
- Macdonald, S. (2003). Museums, national, postnational and transcultural identities. *Museum and Society* 1, pp. 1-16.
- Nuno Martins, C. C. (2009). Património, paisagens culturais, turismo, lazer e desenvolvimento sustentável. Parques temáticos vs parques patrimoniais. *Exedra, temático - Turismo e Património*, pp. 51-76.
- Padró, C. (2006). Educación en museos: representaciones y discursos. In *Museus, Discursos e Representações* (pp. 49-60). Porto: Afrontamento.
- Peixoto, P. (2000). *O património mundial como fundamento de uma comunidade humana e como recurso das indústrias culturais urbanas*. Obtido em 2010, de

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra:  
<http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/155.pdf>

Pérez, X. P. (2006). Globalização e Museus: Relações Transfronteiriças. In *Actas das XVI Jornadas sobre a função social do museu* (pp. 31-40). Montalegre: MINOM.

Pérez, X. P. (2009). Turismo Cultural - uma visão antropológica. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología.

Ramalho, V. (2006.). *Análise de discurso crítica*. São Paulo: Contexto.

Ramos, E. (Jan-Jun de 2003). A memória, a história e as instituições da memória. *Revista Humanidades*, 18, pp. 5-8.

Santos, J. T. (2007). Prefácio. In *Serviços Educativos na Cultura*. Porto: Setepés.

Santos, R. R. (2007). A construção da Rede Nacional de Serviços Educativos . *Actas da Conferência Nacional de Educação Artística*.

Santos, T. (Junho de 2009). Os parques temáticos históricos como preservadores do património imaterial. *5ª Cidade. Cidades, Cultura Urbana e Reabilitação*, pp. 51-76.

Saussure, F. d. (1977). *Curso de Linguística Geral*. Lisboa: Dom Quixote.

Schubert, K. (2009). *The Curator's Egg*. Santa Monica: Ridinghouse.

Semedo, A. (2006). In *Museus, discursos e representações* (pp. 13-26). Porto: Afrontamento.

Semedo, A. (2006). Práticas narrativas na profissão museológica: estratégias de exposição de competência e posicionamento da diferença. In *Museus, discursos e representações* (pp. 69-94). Porto: Afrontamento.

Silva, S. G. (2007). Enquadramento teórico para uma prática educativa nos museus. In *Serviços Educativos na Cultura* (pp. 57-66). Porto: Setepés.

Tota, A. L. (2003). *Homeless Memories: how societies forget their past*. Obtido em 2010, de dioscope:

[http://www.dicospe.com/public/homeless\\_memories\\_studies\\_communication\\_sciences\\_voll\\_pp\\_193\\_214\\_2001.pdf](http://www.dicospe.com/public/homeless_memories_studies_communication_sciences_voll_pp_193_214_2001.pdf)

Uffelen, C. v. (2010). *Museus Architectura*. Postdam: H.F.ULLMANN.

Yin, R. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. SAGE Publications.

## BIBLIOGRAFIA NÃO REFERENCIADA

- Bell, J. (1997). *Como realizar um Projecto de Investigação*. Lisboa: Gradiva.
- Bourdieu, P. (1983). *Questões de Sociologia* (pp.183-194). Rio de Janeiro: Marco Zero
- Bourdieu, P., & Eagleton, T. (1995). Doxa and Common Life: An Interview. In Zizek, S., *Mapping Ideology* (pp.265-278). Londres: Verso Books.
- Casa da Música. (2010). *Serviço Educativo Set 2010-Jul 2011*.
- Casa da Música. (2011). *Programação 2011*.
- Casa da Música. (s.d.). *Casa da Música*. Obtido em 2011, de <http://www.casadamusica.com>
- Debord, G. (1983). *Society of Spectacle*. Rebel Press.
- Foucault, M. (1998). *As palavras e as coisas*. Lisboa: Edições 70.
- Hall, S. (2005). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: PP&A Editora.
- Moura, C. (2011). *O Pulsar de Meio Século – Historial crítico sobre os Serviços Educativos dos Museus do Estado 1953 – 2011*. Obtido em 2011, de <http://www.icom-portugal.org>.
- Museu Coleção Berardo. (2011). *Museu Coleção Berardo*. Obtido em 2011, de <http://www.museuberardo.pt>
- Museu da Imagem e Movimento. (2008). *Milmo*. Obtido em 2011, de <http://mimo.cm-leiria.pt>
- Museu da Imagem em Movimento. (s.d.). *Catálogo O Fascínio do Olhar – a viagem das imagens*.
- Museu do Côa. (2009). *Brochura Canada do Inferno*.
- Museu do Côa. (2010). *Côa*. Obtido em 2011, de <http://www.arte-coa.pt/>

- Museu do Côa. (s.d.). *Brochura Institucional*.
- Museu do Trabalho Michel Giacometti. (2008). *Museu do Trabalho Michel Giacometti*.  
Obtido em 2011, de <http://www.mun-setubal.pt/MuseuTrabalho>
- Museu do Trabalho. (2009). *Catálogo Ao Encontro do Povo*.
- Museu do Trabalho. (2009). *Catálogo Coleção Michel Giacometti*.
- Museu do Trabalho. (2009). *Catálogo Merceria Liberdade*.
- Museu Marítimo de Ílhavo. (s.d): *Brochura Institucional*.
- Museu Marítimo de Ílhavo. (s.d.). *Museu Marítimo de Ílhavo*. Obtido em 2011, de  
<http://www.museumaritimo.cm-ilhavo.pt>
- Museu Monográfico de Conímbriga. (2002). *Conímbriga*. Obtido em 2011 de,  
<http://www.conimbriga.pt>
- Museu Monográfico de Conímbriga. (s.d.). *Brochura Institucional Digital*. Obtido em  
2011, de <http://www.conimbriga.pt>
- Neves, J. (2006). *Os museus em Portugal no período 2000-2005: Dinâmicas e  
Tendências*. Obtido em 2011, de <http://www.oac.pt>
- Neves, J., & Santos, J., & Nunes, J. (2008). *Os museus em Portugal: políticas públicas  
e dinâmicas do sector em Portugal nos anos mais recentes*. Obtido em 2011, de  
<http://www.aps.pt/vicongresso>.
- Oceanário de Lisboa. (2010). *Guião do Professor pré-escolar, 1º ciclo, 2º ciclo, 3º ciclo  
e secundário*. Obtido em 2011, de <http://www.oceanario.pt/>
- Oceanário de Lisboa. (2011). *Oceanário de Lisboa*. Obtido em 2011, de  
<http://www.oceanario.pt/>
- Portugal dos Pequenitos. (2008). *Portugal dos Pequenitos*. Obtido em 2011, de  
<http://www.portugaldospequenitos.pt>
- Portugal dos Pequenitos. (2010). *Kit Pedagógico*.
- Sandel, R. (1998). Museums as Agents of Social Inclusion. In *Museum Management  
and Curatorship*, Vol. 17, No. 4, (pp. 401–418). Londres: Pergamon Press.

Semedo, A. (2003). O panorama profissional museológico Português – algumas considerações. In *Revista Ciências e Técnicas do Património*, Série I, Vol. 2 (pp. 165-181). Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Semedo, A. (2004). Da invenção do museu público. In *Revista Ciências e Técnicas do Património*, Série I, Vol. 3 (pp. 129-136). Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Teatro Nacional D. Maria II. (2009). *Teatro Nacional D. Maria II*. Obtido em 2011, de <http://www.teatro-dmaria.pt>

[Página deixada intencionalmente em branco]