

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Departamento de Ciências Sociais e Humanas

**Projecto Téorico para Musealização de um
Cine-Teatro**

Óscar Enrech Casaleiro

**Dissertação apresentada na ULHT para a obtenção do grau de mestre em
Museologia**

Orientador: Prof. Doutor Mário Canova Moutinho
Co-Orientador: Prof. Doutor Pedro Enrech Casaleiro

LISBOA

2002

ULHT

Projecto Téorico para Musealiza o de um Cine-Teatro

Autor: Óscar Enrech Casaleiro

Lisboa

Ano: 2002

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi possível com...

O apoio da minha família, nomeadamente dos meus pais e da orientação imprescindível do meu irmão Pedro

Os princípios que aprendi no Colégio S. João de Brito

A amizade e a insistência dos meus amigos mais próximos em fazer a minha tese sobre os Cine-Teatros, muito especialmente a Xana, o Luís, a Sofia e a Susana

O Diogo, a Helena, o Jorge e o Luís: quatro bons novos amigos/colegas

Os ensinamentos que colhi da minha experiência de trabalho no Pavilhão da Santa Sé com a Prof^a Natália Correia Guedes, com a Dália Guerreiro e com a Isabel Roque

A preocupação e a insistência da Manuela Paulo e o interesse da Susana e da Vanda

O tempo que me foi disponibilizado pela Dra. Maria José Veríssimo

O bom atendimento e os contributos da Dra. Rosa Bela Azevedo, directora do Arquivo Histórico do Montijo, e do seu quadro de pessoal,

A conversa com Rui Madeira, director da Companhia de Teatro de Braga

Aos meus três sobrinhos: o Miguel, o Tiago e o Simão

RESUMO DA TESE

Esta tese de mestrado pretendeu dissertar sobre a aplicação dos conceitos, fundamentos e metodologias da museologia, dentro da perspectiva do movimento da nova museologia, para um projecto de reconversão de um cine-teatro, com uma aplicação proposta para o Cinema Teatro Joaquim de Almeida, do Montijo. Introduzem-se algumas questões de base que se contextualizam dentro do objectivo a atingir, no tipo de metodologia e na forma de musealização que deverá ter por base a utilização de novas tecnologias da informação.

No primeiro capítulo é traçado um percurso dos cine-teatros em Portugal, ao nível do eixo central das políticas culturais para os espectáculos e para o cinema. Neste âmbito, são destacados dois períodos pela sua importância ao nível da definição de acções políticas: a fase do Secretariado de Propaganda Nacional, que se estendeu da década de 30 à década de 50, e do Ministério da Cultura do XIII Governo Constitucional, no período de 1995-1999, marcado pela estruturação de um campo de acção política para as artes do espectáculo (dança, música, teatro e projectos pluridisciplinares), e para cinema, audiovisual e multimedia, bem como pela criação e regulamentação de duas redes de Cine-Teatros e Teatros a nível distrital e municipal.

No capítulo seguinte, são apontados alguns conceitos teóricos surgidos no contexto da nova museologia, que devem servir de fundamento para o processo de musealização de cine-teatros: a função social, a articulação da musealização à comunicação, a vertente educativa e os serviços de extensão cultural. Finalmente, no último capítulo é desenvolvido o projecto teórico de musealização de um cine-teatro. É abordada a programação museológica e todas as suas componentes, sobretudo no que se refere ao contributo das tecnologias de informação, à musealização das diferentes zonas, a definição dos serviços a estruturar no museu, os casos portugueses de aplicação da museologia em cine-teatros e, finalmente, a proposta de instalação do museu no Cine-Teatro Joaquim de Almeida.

Para terminar, são apontadas as conclusões surgidas no seguimento do projecto de musealização desenvolvido, que incidem na utilização das novas tecnologias como forma de dinamizar o espaço de um cine-teatro, e como uma maneira de reforçar a identidade de uma comunidade.

SUMMARY OF THE THESIS

This thesis was made with the objective of dissertate about the applications of the concepts, fundamentals and methods of the “new museology”, in the project of a recovery in a cinema-theatre. This work begins with the introduction of some key-questions that are related with the aim of this work, especially in what concerns with the method and the way of installing a museum using the new technologies.

The first chapter makes the course of the cinema-theatres in Portugal, centered in the cultural policies for cinema, dance, music and theatre adopted in two fundamental periods for the development of those cultural spaces. On one hand, the S.P.N-Secretariado de Propaganda Nacional, that went into action between the thirties and the fifties, and on the other hand the Ministry of Culture of the 13th Constitutional Government, that between 1995 and 1999 defined the political action for the cinema, multimedia and the performing arts, and created two nets of Theatres and Cinema-Theatres.

In the next part, there are some theoretical concepts, related with the Movement of the New Museology, that serve as a basis to the process of a Cinema-Theatre Museum: the social function, the connection between museum and communication, the education component and the museum services. In the last chapter, we developed the project of a museum, particularly the museological programme, the contribution of the new technologies, the making of a museum in the cinema-theatres in its different areas, the definition of the structure and the function of the museum services, the portuguese cases of museology applied in Cinema-Theatres, and the proposal of installation of this museum in the Cinema-Teatro Joaquim de Almeida, of Montijo.

Finally, the conclusions that came out in the following of the project are pointed out, especially in what concerns about the using of the new technologies as a way to give a “new life” to theatres, and as a way to reinforce the identity of the community.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO – P. 9

1. O PERCURSO DOS CINE-TEATROS - P. 13

- 1.1- Os Cine-Teatros na acção política do S.P.N / S.N.I para o cinema e para as artes do espectáculo – P. 15**
 - A) A Política para o cinema – P. 17**
 - B) A Política para os espectáculos – P. 19**
- 1.2- Os Cine-Teatros como espaços de acolhimento – P. 22**
- 1.3- A Política do Ministério da Cultura entre 1995 e 2000 para as artes do espectáculo e cinema – P. 29**

2. A MUSEALIZAÇÃO DE CINE-TEATROS NO ÂMBITO DA NOVA MUSEOLOGIA – P. 34

- 2.1- A Função Social do Museu . P. 36**
- 2.2- A Museologia como disciplina científica e a sua articulação ao processo de comunicação – P. 40**
- 2.3- A Vertente Educativa dos museus – P. 48**
- 2.4- Os Serviços de Extensão Cultural - P. 48**
- 2.5- Serviços exteriores ao espaço de um museu - P. 57**

3. O PROJECTO DE MUSEALIZAÇÃO DE UM CINE-TEATRO – P. 65

- 3.1- A Programação museológica – P. 65**
 - A) O Programa de Arquitectura de um museu – P. 69**
 - B) O Projecto Científico e Cultural – P. 71**
 - C) Planeamento Estratégico – P. 73**
 - D) Os Estudos de Público – P. 74**
- 3.2- As novas tecnologias de informação e o seu contributo no projecto de musealização de um cine-teatro – P. 77**
- 3.3- A musealização do cine-teatro e as suas diferentes zonas – P. 87**
 - A) O quadro de pessoal e a identidade do espaço museológico – P. 95**
 - B) A Associação de Amigos do Museu – P. 95**
 - C) Os serviços a disponibilizar pelo museu – P. 96**

O Serviço de Acolhimento e de Informação Museológica – P. 97

O Serviço de Exposições – P. 97

O Serviço de Educação e Acção Cultural – P. 102

O Serviço de Documentação e Informação – P. 103

O Serviço de Comunicação e Marketing – P. 104

3.4- A Museologia aplicada ao espaço de um cine-teatro em Portugal-alguns exemplos – P. 107

3.5- A instalação do Museu no Cine-Teatro Joaquim de Almeida – P. 110

CONCLUSÃO – P.113

BIBLIOGRAFIA – P. 116

ÍNDICE CIENTÍFICO – P. 120

INTRODUÇÃO

Antes de se proceder a considerações sobre o objecto de estudo desta tese - a aplicação da museologia à reconversão de um cine-teatro - é importante sublinhar que em termos de metodologia toda a estrutura deste trabalho (na sua componente analítica e conceptual) acompanha a perspectiva do Movimento da Nova Museologia (cuja formação se inicia em 1972 com a Declaração de Santiago do Chile, acabando por ser reconhecido como movimento em 1984 no Québec). Isto porque é aquela cuja natureza teórica se pode conjugar com os propósitos do projecto a desenvolver, e porque é seguida pelo mestrado de museologia da Universidade Lusófona, embora seja complementada e enriquecida com os contributos de outros autores.

Em paralelo, o trabalho foi organizado tendo em conta o modelo de um espaço físico determinado (os cine-teatros em geral, o Cinema-Teatro Joaquim de Almeida em particular), que foi visitado e acompanhado com um técnico da autarquia do Montijo, e cujo espólio foi investigado através do Arquivo Histórico do Montijo. Depois de analisado o percurso de muitos cine-teatros através de uma investigação em recortes de imprensa, foram detectados dois períodos mais relevantes comuns à maioria destes espaços: as décadas de 30 a 50, coincidentes com a actividade do Secretariado de Propaganda Nacional, e a acção do Ministério da Cultura da legislatura de 1995 a 1999.

Seguidamente foram desenvolvidos alguns conceitos da nova museologia a aplicar a este projecto (a função social do museu, a importância da comunicação, a vertente educativa e uma organização da oferta museológica através de serviços), a par da forma como as novas tecnologias podem ser uma ferramenta fundamental neste processo, seguindo o conceito de informacionalização de Manuel Castells, tendo como objectivo final o reforço identitário de uma comunidade. Para o último ponto, relativo à musealização do Cinema-Teatro Joaquim de Almeida, foi feita uma análise à imprensa do concelho, para ter em conta as características da população do Montijo e a importância do edifício para a comunidade, através das várias fases do seu percurso.

Relativamente aos cine-teatros, e às razões desta opção para objecto de estudo, é imprescindível destacar o facto de que para além de serem espaços que exercem no autor desta tese um particular fascínio, trata-se de edifícios que se demarcam pela sua localização central em centros históricos e por se terem afirmado no passado como referência cultural e arquitectónica, e que na generalidade atravessaram um percurso semelhante, pelos inúmeros concelhos do país onde foram surgindo. Na verdade, estes

eram na maioria das vezes os únicos espaços culturais existentes, cujo grau de exigência da programação dependia dos responsáveis da sua própria gestão.

A sua grande popularidade como espaços culturais centrais, que se estendeu até às décadas de 60 e 70, conjugada com a aplicação das políticas da época, teve o seu ponto alto (entre as décadas de 30 e 50) como espaço de acolhimento de estruturas e produções resultantes da “política do espírito”, preconizada por António Ferro enquanto responsável do S.P.N-Secretariado de Propaganda Nacional, mais tarde denominado de S.N.I – Secretariado Nacional de Informação.

A partir da década de 70, com as transformações sociais ocorridas em inúmeros países (a que a Declaração de Santiago faz referência), os cine-teatros portugueses entraram numa fase de acentuada decadência. Esta situação acontece devido a inúmeras razões que surgem encadeadas entre si: especulação imobiliária, desertificação dos centros urbanos, surgimento de novos espaços culturais e comerciais, mudanças nos hábitos culturais, dificuldade de reconversão de espaços de grandes dimensões. Com as décadas de 80 e 90, muitos dos cine-teatros encerram, dividem-se em pequenas salas ou mudam de actividade, passando a ser utilizados para inúmeros fins: de armazéns a supermercados, de centros comerciais a novas urbanizações.

Com a criação, em 1997, através do Ministério da Cultura, das duas redes de Cine-Teatros e Teatros, uma relativa apenas a cidades capitais de distrito, a outra referente aos restantes municípios, estimulou-se a recuperação arquitectónica de alguns cine-teatros. Estes passam a ganhar uma nova importância cultural, novamente como resultado da aplicação de políticas culturais de uma estrutura governamental. No entanto, uma vez finalizada esta operação, que implica um forte investimento, é importante conceber uma forma destes espaços poderem ser dinamizados culturalmente. Assim, fomenta-se a criação de condições que os levem a posicionar-se como centros culturais estruturantes nos vários municípios onde estão localizados, tanto na sua programação cultural como ao nível da formação artística de uma comunidade.

Desta forma, poderá ser assumida, na generalidade, a opção por uma oferta cultural multidisciplinar e abrangente, quer ao nível de espectáculos de teatro, música e dança (que poderão integrar tanto as grandes como as pequenas produções, consoante as potencialidades da sala), bem como da presença de uma componente formativa. Dentro deste contexto, vale a pena questionar se, num quadro de reconversão e de nova ligação à comunidade que o rodeia, não deverá haver uma aposta numa especialização da sua

programação numa determinada área artística, (que distinga o espaço cultural) conjugada com um meio que lhe permita reforçar a sua identidade.

Aquilo que se pretende propor neste projecto de museu de um cine-teatro, é que seja precisamente a museologia esse meio utilizado, e também o motor da dinamização cultural desses espaços, que possibilite a apresentação de novas iniciativas, em constante interacção com a população. Neste sentido, torna-se essencial recordar uma das considerações gerais presentes na Declaração do Quebec, nomeadamente através dos **Princípios de Base de uma Nova Museologia**: “Este movimento utiliza, entre outros, todos os recursos da museologia (colecta, conservação, investigação científica, restituição ou difusão, criação) que transforma em instrumentos adaptados a cada meio e projectos específicos.” (AA.VV, 1984).

Ou seja, neste caso, devem os recursos museológicos ser aplicados especificamente ao cine-teatro, de forma a que este se converta num meio de comunicação que espelhe a ligação do homem ao seu meio, funcionando como um espaço de reflexão, que deve ser concebido e estruturado com a finalidade de ser exercida a sua função social junto da comunidade. No projecto que esta tese desenvolve, o museu do cine-teatro deverá ter ancorado à sua programação e acção cultural o fortalecimento da identidade comunitária, afirmando-se como um espaço de estímulo à consciência crítica da população.

Estas noções devem estar bem patentes no facto do museu se assumir como um meio de transmissão de ideias, operando através da programação de actividades educativas e sociais ao serviço da comunidade, bem como à própria musealização *in situ*. É por isso essencial que a sua aplicação esteja presente no projecto de musealização do cine-teatro, através da definição da sua missão, dos seus objectivos, bem como dos serviços em que assentará a sua programação museológica.

Dentro do campo de acção e da identidade definidas para o museu, e tendo em conta a vontade de não privilegiar apenas a materialidade do objecto, a inclusão das novas tecnologias da informação como instrumento museográfico surge como solução importante na musealização de um cine-teatro, destacando-se sempre a necessidade de estarem aplicadas ao serviço da população onde o museu se encontra inserido. Na verdade, esta utilização poderá dar alguns benefícios, na medida em que vai trazer a este museu um conjunto de especificidades, que permitem fortalecer o espírito crítico e a identidade do indivíduo.

A este propósito, Ana Maria Lousada afirma no texto “Conservador e Museólogo” incluído na obra **Sobre o Conceito de Museologia Social – Cadernos de Sociomuseologia 1**: “...A linguagem escolhida como o processo de comunicação com a comunidade deve aprofundar a consciência crítica do indivíduo, criar espaços de reflexão dos tempos contemporâneos...” (AA.VV, 1993, p.45). O recurso à informacionalização segundo Manuel Castells (a aplicação de novas tecnologias da informação como forma de aumentar o conhecimento do indivíduo), pode tornar-se uma solução a ter em conta no processo de musealização de um cine-teatro. Nesta situação surge a questão: como aplicar a nível museológico as linguagens dos espectáculos, do cinema e das novas tecnologias, na problematização de questões que afectam uma comunidade?

A utilização das novas tecnologias da informação poderá funcionar como um meio de problematização do quotidiano, bem como uma forma de representação das preocupações que afectam uma comunidade (que poderão estender-se ao público em geral), através de produções derivadas das artes do ecrã, concebidas como novos bens culturais. Ou seja, poderá ser este um recurso artístico utilizado por parte de um autor, para ser disponibilizado junto do público.

A sua grande multiplicidade de suportes de processamento de informação, utilizados como elemento criativo, bem como a sua constante sofisticação, permitem criar uma grande diversidade de opções, desde a inserção de um leitor de DVD num auto-rádio, à fotografia digital manipulada em computador ou às várias suportes a explorar em internet. Todo este contexto, torna as criações surgidas a partir das novas tecnologias da informação em objectos museológicos fundamentais para aplicar na reconversão de um cine-teatro.

Neste âmbito, vale a pena colocar a seguinte questão: porquê conciliar num discurso museológico os meios modernos com os elementos históricos? Neste sentido é importante ter em conta que estas criações poderão ser elaboradas também pela própria comunidade. Por outro lado, a sua inovação permite um melhor processamento de informação, assim como um acentuado entrosamento em todas as esferas da actividade humana. Desta forma, é estimulada a criatividade e a concepção de novas experiências, permitindo assim a um espaço museológico tornar-se num instrumento eficaz ao serviço do desenvolvimento da comunidade.

Assim sendo, como é que poderá actuar este museu que se pretende propor, no sentido de reforçar a identidade de uma comunidade?

1.0 PERCURSO DOS CINE-TEATROS

Perante as transformações verificadas a nível social, económico e político nas décadas de 60 e 70, caracterizadas por um desenvolvimento da técnica ao serviço do homem, deu-se uma conseqüente melhoria das condições de vida nos países mais desenvolvidos, a par de um maior afastamento das nações mais pobres. Estas foram incapazes de acompanhar o desenvolvimento tecnológico, originando um fosso crescente entre as duas vertentes em que se dividia a população mundial. Tendo em conta este contexto, surgia a necessidade de responder ao desafio de conceber e discutir as novas formas de lidar com estas situações.

Para trabalhar sobre este desafio, surge em 1972 uma nova corrente museológica denominada anos mais tarde de Nova Museologia, que com a “Declaração de Santiago do Chile” enuncia os seus fundamentos, relativos à necessidade de consciencializar e agir sobre estas questões. Este aspecto refere-se nomeadamente ao contexto que caracterizava a década de 70, definido da seguinte forma nas resoluções adoptadas na Mesa Redonda de Santiago do Chile: “ Que a humanidade vive actualmente uma crise profunda, que a técnica permitiu à civilização material realizar gigantescos progressos que não tiveram equivalência no campo cultural, que esta situação criou um desequilíbrio entre os países que atingiram um alto nível de desenvolvimento material e aqueles que permanecem à margem desta expansão...” (AA.VV, 1972a). Pretendia-se desta forma inserir a museologia na sociedade, através do exercício de uma função educativa e de consciencialização cívica junto da comunidade.

Das bases deste documento é importante destacar o seu eixo central referente à definição de museu: “...uma instituição ao serviço da sociedade, da qual é parte integrante e que possui nele mesmo os elementos que lhe permitem participar na formação das consciências das comunidades que ele serve, que ele pode contribuir para o engajamento destas comunidades na acção, situando as suas actividades em um quadro histórico que permita esclarecer os problemas actuais, isto é, ligando passado ao presente, engajando-se nas mudanças de estrutura em curso e provocando outras mudanças no interior de suas respectivas realidades nacionais.” (AA.VV, 1972b).

Ou seja, perante as transformações que se operavam na sociedade, a museologia de carácter social torna o museu uma peça integrante da comunidade em que se situa, trabalhando a sua função formativa. O indivíduo é assim levado a agir e a participar nas

mudanças que acontecem na sua comunidade, estabelecendo-se desta forma uma interligação entre o passado e o presente, a partir de um contexto histórico de onde surgiram, e que poderá estimular a uma maior participação nas mudanças constantes que marcam o quotidiano de uma sociedade.

Esta transformação é canalizada para o centro de trabalho do museu, que deixa de estar exclusivamente dedicado aos objectos que compõem uma colecção museológica, passando a integrar-se melhor na sociedade e afirmando-se como um meio de comunicação privilegiado. Os seus objectos de estudo passam a ser os recursos de que dispõe uma comunidade, aplicados a uma multiplicidade de serviços que são disponibilizados aos utentes do museu.

Partindo desta nova vertente da museologia, desenvolvida ao longo dos últimos trinta anos, pretende-se neste trabalho questionar e reflectir de que forma é que os conceitos ligados a esta corrente podem associar-se e aplicar-se à renovação e à reconversão dos cine-teatros para a sociedade actual. Esta noção deve ter em conta que são espaços culturais que tiveram no passado uma grande importância social e cultural, e que desde a década de 70 iniciaram um acentuado processo de degradação.

Para reflectirmos sobre esta questão, objecto do nosso estudo, torna-se essencial delinear o seu percurso evolutivo, através de um especial destaque em duas épocas específicas nas políticas culturais em Portugal. Por um lado, as décadas de 30 a 50 referentes à acção de António Ferro como coordenador do Secretariado de Propaganda Nacional / Sociedade Nacional de Informação, que corresponderam à implantação de um grande número de cine-teatros (por decreto). Por outro, a actualidade, nomeadamente o período de 1995-1999, época em que foram criadas as Redes Nacional e Municipal de Teatros e Cine-Teatros, que permitiram lançar o debate relativo a uma maior importância que poderia ser dada à necessidade de recuperação destes espaços.

Fica assim traçado um quadro histórico de referência, que permite entender a importância destes dados e a sua aplicação a estes espaços no presente. Tudo isto permite reflectir de que forma deve ser concebida a sua recuperação, tendo em conta as funções que poderão ter para servir e formar a comunidade em que se inserem, podendo a museologia intervir claramente nestas vertentes.

1.1- Os Cine-Teatros na acção política do S.P.N / S.N.I para o cinema e para as artes do espectáculo

Na década de 40, surge a legislação adoptada pelo Estado Novo que permitiu implementar, a nível nacional, um plano de construção de cine-teatros em todas as capitais de distrito e em inúmeros concelhos do País. Estes espaços culturais criavam-se tendo em conta alguns condicionalismos rígidos ditados por esta lei: a obrigação de terem grandes dimensões e de misturarem funções. Já que, associada à exibição de filmes de vários formatos (longas e curtas-metragens ou documentários de actualidades), se reservavam espaços na programação para as artes do espectáculo (teatro, música, dança).

Por detrás de uma arquitectura quase sempre de estilo solene e historicista, surgiam espectáculos de revista de produção mais ou menos sofisticada (consoante a dimensão do local), números de circo, representação de peças de teatro ou a actuação de conjuntos musicais mais ou menos populares. Associada estava também a cedência destes recintos de espectáculo por parte da gerência da sala, a solicitações surgidas do seio da comunidade, mais concretamente em eventos organizados pelas Autarquias, Empresas locais ou Misericórdias. Mais importante é a marca que toda esta acção cultural e social deixou na memória colectiva da população, que frequentou estes espaços culturais ao longo dos anos, passando assim a ocupar uma importante presença no seu imaginário, bem patente nas manifestações populares de defesa deste património, de que o caso mais mediático terá sido a defesa do Coliseu do Porto, em 1995.

Para concretizar toda esta acção política referente ao cinema e às artes do espectáculo, intimamente ligada à programação dos cine-teatros, estava encarregado o S.P.N – Secretariado de Propaganda Nacional, uma estrutura ministerial, coordenada pelo intelectual António Ferro, responsável pelas áreas da cultura, turismo e informação. Tendo iniciado a sua actividade em 1933, este organismo visava a consolidação da ideologia do Estado Novo através da aplicação de uma “política do espírito”, entendida como um meio de renovação e de despertar da sensibilidade pela cultura dos valores nacionais.

Paralelamente, era potenciada na acção do S.P.N a irreverência e a afirmação moral do artista e do escritor, tal como afirma António Ferro, no seu discurso de resposta a Salazar: “Duas acusações - eu sei- me têm sido feitas...a primeira atinge a minha presumida tendência em preferir os escritores e artistas novos àqueles que seguem por caminhos certos...a acusação pode ter certo fundamento, visto não sermos,

na verdade, um organismo conservador, consagrador, académico...mas um instrumento dinâmico, vivo, que procura novos valores....” (FERRO, 1948a, p.28). Tratava-se de uma forma de acção, profundamente contraproducente com a linha política preconizada para o País por Salazar.

Desta forma, António Ferro marcava no S.P.N a cultura dinâmica e viva, através da busca e do apoio aos novos artistas portugueses, mesmo aqueles que não estavam integrados no regime, como ficou demonstrado com a acção daqueles que participaram na Exposição do Mundo Português, e nas múltiplas presenças em exposições internacionais (como na de S. Francisco ou Nova Iorque). Tal como enuncia Marina Tavares Dias em *Lisboa nos anos 40 – Longe da Guerra*, no capítulo referente à “política do espírito”: “Também em termos estéticos a exposição (do Mundo Português) deixava para trás outro mundo: o dos académicos...Seguindo um critério já determinado na representação portuguesa em Paris (pavilhão do arquitecto Keil do Amaral), o SPN dá trabalho a quase todos os novos valores...” (DIAS, 1997a, p.71).

Dentro das inúmeras áreas de influência do organismo chefiado por António Ferro, importa destacar aquelas que se inserem no âmbito do nosso objecto de estudo, e que se tornaram áreas privilegiadas na programação dos cine-teatros: as artes do espectáculo e o cinema.

No seu discurso “Os primeiros 10 anos de actividade”, proferido em Lisboa em 1944 são referidas algumas das acções a implementar:

>Ressurreição do folclore, arte portuguesa e moderna como forma de estímulo ao carácter nacional;

>Consolidação das actividades da Companhia de Bailado Português Verde Gaio, através da criação de uma escola anexa, por ser uma mostra do temperamento lírico do povo português, já que os espectáculos tinham um tratamento poético;

>Protecção à música e aos artistas, tornando a Emissora Nacional num instrumento de desenvolvimento da música portuguesa;

>Permitir, através do teatro ligeiro, a consolidação de uma consciência cívica e política no povo português, dentro de uma campanha de educação popular, cívica e artística.

O S.P.N estruturou assim a acção política para as artes do espectáculo e para o cinema, no sentido de educar as consciências e o gosto do povo, de forma a elevar os seus padrões, dentro do âmbito da defesa da ideologia vigente. Assim acontece sobretudo com as áreas do cinema e o teatro, tal como António Ferro realça em *Catorze*

Anos de Política do Espírito: “7 – Levar ao povo das nossas aldeias, das nossas planícies e das nossas montanhas, através do teatro, do cinema e das bibliotecas ambulantes, algumas imagens do mundo e da sua própria terra, elementos animados de cultura popular, um pouco de sonho e de evasão...” (FERRO, 1948b)

Para Ferro, que tratou esta questão no seu discurso “Cinemas Ambulantes, Caravanas de Imagens”, a organização destes espectáculos mais populares permitia motivar um aumento das necessidades espirituais das classes trabalhadoras. Desta maneira, a consequência seria uma elevação do grau de exigência do gosto, e uma vontade de querer aumentar o grau de conhecimento. Este instrumento de sensibilização do povo, que ocupava espaços modestos e de pequena dimensão em muitas aldeias, permitia que fosse possível a exibição de filmes e a representação de peças de teatro através de grupos de teatro homogéneos. Os vários espectáculos e a exibição cinematográfica, deixavam de ser um exclusivo das grandes cidades e atingiam também a população que residia nas pequenas aldeias mais distantes.

A) A Política para o Cinema

Na década de 30, ao instituir-se o cinema como um espectáculo por excelência, deu-se uma resposta do mercado com a disponibilização de melhores condições de visionamento dos filmes, que levaram ao aparecimento de templos urbanos de acolhimento - as grandes salas de cinema. Estas caracterizavam-se por uma traça arquitectónica mais sofisticada nas grandes cidades, em contraponto a outras de características mais modestas no resto do país. Tendo em conta este factor, bem como um domínio preponderante ao nível da produção por parte de várias cinematografias europeias e da cinematografia americana, tornou-se essencial para o S.P.N dar mais importância a uma arte industrializada de crescente importância.

Nesta conjuntura, António Ferro salienta no seu discurso “Grandeza e miséria do povo português”, pronunciado na sede do Secretariado Nacional de Informação, na festa de distribuição dos Prémios de 1944/1945: “O Cinema constitui, minhas senhoras e meus senhores, um desses problemas fundamentais, vitais, cuja importância, infelizmente, nem sempre é reconhecida. A sua magia, o seu poder de sedução, a sua força de penetração são incalculáveis” (FERRO, 1948c, p.43-44).

Considerando que o cinema português não atingia ainda a dignidade de responder à missão educativa do país, nem de ser exportável para transmitir para o exterior a noção do carácter e do grau de civilização português, o organismo tutelado

por António Ferro decide propôr na Lei nº 2:027 a criação de um Fundo de Cinema Nacional que (segundo o seu artigo 1º) pretendia: "...proteger, coordenar e estimular a produção do cinema nacional tendo em conta a função social e educativa, assim como os seus aspectos artístico e cultural..." (AA.VV, 1948a).

Depois de, enquanto organismo de apoio, suportar financeiramente a produção de documentários; a elaboração do "Jornal Português de Actualidades"; o cinema ambulante; a atribuição de subsídios e prémios a artistas e realizadores, o já apelidado Secretariado Nacional de Informação vai como administrador do Fundo, definir os critérios e condicionar o tipo de produção cinematográfica que deveria ser feita em Portugal.

Dirigido a produtores e realizadores, o Fundo decretado pretendia apoiar projectos que evitassem atingir unicamente um sentido comercial e que permitissem reabilitar o cinema português e conseqüentemente o nível do gosto do público. Quanto aos géneros de filmes preferenciais para a obtenção de apoio, os produtores e os artistas podiam optar por qualquer um dos géneros cinematográficos previamente definidos, com excepção dos filmes cómicos, considerados por António Ferro o "verdadeiro cancro" do cinema nacional.

Sempre movido pelas suas preocupações de educar o povo, António Ferro pretende, com as normativas estipuladas por este Fundo, traçar a via que ele concebeu como a ideal para a produção do cinema português, e para as imagens e as histórias que o público iria consumir posteriormente nas salas de cinema. Perante esta situação, seria interessante questionar até que ponto o público encontrava alguma identificação e apreço perante as produções cinematográficas de ficção apoiadas, que corresponderiam segundo os decisores, às de uma cinematografia ideal.

Relativamente ao cinema, como arte ao serviço da educação, a questão coloca-se de outra maneira. Com o decreto-lei de 1952 que criava o "Plano de Educação Popular", surgia uma campanha inovadora em Portugal apelidada de "Campanha Nacional de Educação de Adultos", que consistia na exibição de filmes produzidos para o efeito. Tratava-se de uma forma de combater uma das mais altas taxas de analfabetismo existentes na Europa, sendo a sétima arte uma forma de propaganda relativa ao combate que se pretendia efectuar e, por outro lado, um recurso pedagógico mais atraente, devido ao seu carácter de novidade. Neste caso, existia uma separação clara do cinema educativo e do cinema nacional, que estava inserido num projecto de alfabetização que abrangia todo o país, com meios financeiros próprios.

B) A Política para os Espectáculos

Ao nível teatral, o Parque Mayer era o palco privilegiado de Lisboa para a representação de espectáculos de teatro de revista, de um género mais comercial, uma compilação de pequenos quadros populares de crítica política e social muito subtil. Ao Estado e mais concretamente à acção política do S.N.I, competia proteger outro tipo de teatro. Assim, procedeu-se à estruturação de um modelo de apoio semelhante ao do cinema, através da adopção de medidas efectivas para estimular a produção teatral: a criação de um Fundo destinado ao Teatro, a atribuição de subsídios a empresas teatrais com um plano de exploração que demonstrasse uma opção pelo bom teatro (segundo critérios definidos pelos legisladores) e que fosse um estímulo junto da população.

Deste conjunto de iniciativas, destaca-se claramente a principal novidade, o projecto de criação do Fundo Teatral, em que: “O Governo reconhece que o teatro, quando exerce verdadeiramente a sua missão de cultura, não deve desaparecer nem definhar numa sociedade civilizada.” (FERRO, 1948d, p.137) Fica assim criado o novo instrumento de apoio à actividade teatral, em nome desse interesse cultural, completamente suportado e gerido pelo S.N.I através de receitas próprias. Destas, destaca-se a taxa referente às empresas que exploravam os cine-teatros como forma de compensação da fraca exploração do espaço para o espectáculo, embora a lei afirmasse não ser possível unicamente a exploração da sala na vertente cinematográfica, já que “...os Cine-Teatros terão de ser, efectivamente Cine-Teatros ao serviço comum das duas modalidades, para tanto se lhes impondo a obrigação de um mínimo anual de espectáculos teatrais, fixado em harmonia com o condicionalismo de cada um...” (FERRO, 1948e, p.137).

No entanto, o facto da esmagadora maioria das salas ser de grande dimensão, com uma gestão a cargo de empresas privadas, e tendo em conta a necessidade de atingir o lucro financeiro, que era conseguido sobretudo através da respectiva exploração cinematográfica, levou a que estes espaços culturais fossem cada vez mais usados para a exibição de filmes. Por outro lado, o Fundo recebia também contribuições do Fundo de Desemprego, dotações especiais, donativos, multas e juros capitalizados.

Os subsídios que eram retirados do Fundo de Teatro, eram concedidos a empresas singulares e colectivas que explorassem “espectáculos de teatro declamado e, excepcionalmente, comédia musicada e opereta”. Perante este condicionalismo, torna-se bem patente a forma como a política teatral funcionava, através de uma opção clara pelo

género de teatro cuja produção se pretendia estimular para elevar o nível artístico da população portuguesa – o teatro declamado. Como excepção, dando a entender que seriam denominados como géneros menores, aponta-se o apoio ao género musical, mais concretamente à opereta ou à comédia musicada. O Fundo do Teatro poderia também ser aplicado ao apoio à produção de estudos e investigações, que visassem o estímulo e aperfeiçoamento da actividade teatral portuguesa, notando-se aqui a vontade de incrementar a edição de obras de reflexão dedicadas à actividade teatral.

A outro nível, foi criada em 1936 a Companhia de Teatro do Povo, estrutura ambulante que juntamente com os cinemas percorria as festas de aldeia com um repertório de “evasão”, formado por peças de teatro que evitavam temas políticos e que pretendiam educar e formar o povo, conservando os seus hábitos e tradições, consolidando desta forma uma ideologia conservadora, nacionalista e ruralista. A anteceder a apresentação dos espectáculos teatrais (que poderiam ser de pequena ou grande produção), realizavam-se breves conferências doutrinárias, que funcionavam como reforço da acção política vigente.

Neste sector referente à arte popular, estimula-se também o surgimento de pequenas Companhias de Teatro, Concursos de Arte Dramática e a concessão de Prémios do S.N.I como estímulo à produção teatral junto das sociedades recreativas. Para actuarem como pólos de dinamização cultural numa proximidade com as populações das cidades e vilas portuguesas, são criadas em 1940 as Missões Culturais - de cinema e educação sanitária para um determinado conjunto de concelhos, e de cinema e teatro que privilegiava outro tipo de percursos - .

A programação organizada dava um grande ênfase às artes do espectáculo, através da presença de conferencistas, cantores, pianistas e violinistas. Os elementos da missão deslocavam-se numa viatura que era adaptada para esse fim com aparelhagem de cinema e de apoio a espectáculos, incluindo uma biblioteca itinerante e contava com o apoio de comissões distritais e concelhias, para além das delegações provinciais da Mocidade Portuguesa.

A Companhia Verde Gaio foi a opção mais visível no que se refere à actividade do bailado e da dança e era a única acção de relevo da responsabilidade do Estado nesta área artística, que não se encontrava tão estruturada como acontecia com o teatro e o cinema. Fundada em 1940, esta Companhia de Bailado era coordenada por António Ferro e pelo coreógrafo Francis Graça, artista que se estreou em 1925 num espectáculo de vanguarda de António Ferro.

Ao agrupar escritores, coreógrafos, músicos, bailarinos e figurinistas com uma actividade que se demarcava pela diferença, pretendia-se que os espectáculos elevassem os padrões de gosto dos espectadores, dirigindo-os às elites, através da transmissão de uma visão erudita da cultura popular portuguesa. No entanto, Marina Tavares Dias refere: “Apesar de se pretender a versão erudita dos costumes portugueses transformados em bailado, o Verde Gaio contou desde sempre com as preferências das classes mais populares. Ao contrário destas, algumas elites rejeitariam à partida tal produto híbrido....Ao destino exclusivamente popular do Verde Gaio deveria ser alheio António Ferro, cujo cultivo de uma certa imagética....correspondia mais a padrões elitistas....do que propriamente a uma «cultura para todos»...”(DIAS, 1997b, p.72).

A Companhia Verde Gaio vinha assim criar espectáculos coreográficos de raiz lusitana, através de uma modernização da linguagem do folclore, ou da adaptação de temas ligados à História de Portugal. Os dez anos de duração desta primeira estrutura profissional dedicada à dança permitiram criar e aprofundar as interligações entre as artes plásticas e o teatro. Tudo isto através da participação de inúmeros criadores artísticos e gráficos (alguns tiveram aqui os seus únicos trabalhos no domínio dos espectáculos), como Mily Possoz, Maria Keil ou Bernardo Marques, que permitiram criar uma bem definida linha estética nos vários domínios desta Companhia: os cenários, o guarda-roupa, os cartazes ou os programas.

Este aspecto de cruzamento de diferentes artes (a dança com a pintura e a escultura) e a construção de um repertório nacional em que eram adaptados temas do folclore e de acontecimentos históricos portugueses (com especial destaque para a fase da História de Portugal ligada a D. Sebastião), permitia transmitir uma identidade muito própria do País. Tratava-se de uma perspectiva que vinha de encontro a uma das linhas mestras da política de Ferro: a de educar o povo português elevando o seu gosto artístico. Por outro lado, os espectáculos da Companhia Verde Gaio vinham transmitir uma imagem de capacidade em produzir espectáculos eruditos com base em elementos genuínos da cultura portuguesa, sem esquecer a componente estética que estava presente através de uma imagem gráfica muito forte.

No que se refere às acções do Estado ligadas à actividade musical, e para além das Missões Culturais, é de destacar a criação do Gabinete de Estudos Musicais, cuja actuação era vocacionada tanto para a música erudita como para a música popular, e que se desenrolava em quatro secções:

>Recolha de música popular portuguesa;

>Catalogação e selecção musical de antigos compositores;

>Aportuguesamento da música ligeira;

>Gravação de obras recolhidas e seleccionadas.

É importante realçar que neste caso é claramente privilegiada a música clássica em detrimento da música ligeira, área em que o único objectivo da acção do Estado seria apertuguesar os temas, não havendo um estímulo dirigido ao aparecimento de novas obras e autores. Em paralelo, potenciando a acumulação das suas funções com a direcção da Emissora Nacional e rentabilizando a importância e popularidade que a rádio tinha na época, eram apresentadas e divulgadas junto do público as obras encomendadas pelo S.N.I aos compositores portugueses. Através da difusão radiofónica, conseguia-se assim abranger um público mais alargado do que aquele que ia assistir aos espectáculos musicais.

1.2-Os Cine-Teatros como espaços de acolhimento

Com estas medidas políticas, o S.N.I lançava as bases para a actividade ligada às artes do espectáculo e à produção cinematográfica, mantendo um equilíbrio entre a missão cultural de elevar o gosto e o espírito do povo português, a aposta na valorização de artistas jovens e a necessidade e vontade de consolidação da ideologia adoptada pelo Estado Novo.

Neste período em que a Europa sofria fortes convulsões, com dois grandes conflitos, primeiro com a Guerra Civil de Espanha e depois até 1945 com a Segunda Guerra Mundial, em Portugal o regime do Estado Novo deu à política cultural portuguesa uma estrutura reforçada que se concretizou nas medidas aplicadas. O próprio enquadramento a nível legislativo, valorizava sempre a necessidade de se atingir a população rural (que era maioritária na época). Tudo isto, sempre com o objectivo de elaborar e difundir a doutrina dos valores morais que fundamentavam o Estado Novo, e promover as artes junto das comunidades que não habitavam nos grandes centros urbanos. Surgiu depois o teatro e o cinema ambulante (uma indústria cultural cada vez mais popular), acabando por exercer as funções de descentralização cultural, já que os programas culturais eram difundidos junto de inúmeras comunidades.

Em paralelo, e no âmbito do plano de construções de recintos de espectáculos, começam a surgir nas capitais de distrito e em muitos municípios um grande número de teatros e cine-teatros, que, como afirma José Manuel Fernandes no capítulo “Cine-Teatros de Portugal - uma arquitectura imaginária?”, da publicação *Cine-Teatros de*

Portugal eram: “...frutos directos da legislação cinematográfica salazarista que obrigava à sua edificação, com dimensões fixas sobretudo ao longo dos anos 1940 e 1950, e cuja designação oficial era de Cine-Teatro.” (AA.VV. 1998)

Estes edifícios, alguns deles caracterizados por uma grande sofisticação arquitectónica, cujo projecto se encontrava a cargo de importantes nomes da arquitectura portuguesa, vão tornar-se sobretudo estruturas de acolhimento (e não de produção), através de uma programação eminentemente comercial resultante da política cultural traçada na época para as artes do espectáculo e para o cinema.

Pertencentes na sua maioria a empresas particulares (ou a famílias de grande poder económico residentes em determinados concelhos do país), estas salas não assentavam numa lógica de projecto cultural global. A sua actividade baseava-se na exibição de filmes, reservando uma parte da programação às artes do espectáculo (essencialmente com teatro de revista e com produções da empresa Amélia Rey Colaço / Robles Monteiro, uma das poucas alternativas ao teatro de revista), tal como estipulava a Lei do Fundo do Teatro.

Havia no entanto algumas situações que pautavam pela diferença, como aconteceu na década de 40 e 50 quando o Teatro Rivoli do Porto foi dirigido pela empresária Maria Borges, uma mecenas das artes que incutiu ao espaço uma programação polivalente e de grande qualidade, com espectáculos de música, teatro, bailado ou ópera pelas melhores Companhias portuguesas e estrangeiras. A este propósito, vale a pena lembrar a referência feita por José Gomes Bandeira em *Rivoli – Teatro Municipal (1913-1998)*: “Durante mais de duas décadas, o que distinguiu a filha de Manuel Pires Fernandes como directora do Rivoli foi, a par de uma programação pautada pelos padrões europeus, o apoio incondicional que deu à actividade de organismos culturais e associações que recorriam às excepcionais qualidades da sua sala.” (BANDEIRA, 1998, p.32)

Os cine-teatros tornaram-se numa marca do Estado Novo, com um estilo arquitectónico muito próprio (ora tradicionalista e de estética solene, ora com uma traça modernista), e habitualmente com uma lotação excessivamente grande para as respectivas populações em que se inseriam. No entanto, tornaram-se equipamentos culturais de referência para as populações, comprovado pelo facto de se sucederem actualmente em muitos municípios as tentativas em recuperar os respectivos cine-teatros, muitas vezes forçados pela vontade das próprias comunidades, o que mostra como se tornaram em espaços de pertença e de memória das populações.

A partir do final da década de 40, surgiu a necessidade de explorar as novas virtualidades do cinema como o *cinemascope* (um formato que dotava os filmes exibidos de uma grande espectacularidade) para responder à concorrência da televisão. A sétima arte exigia assim um maior sentido do espectáculo, patente nas próprias salas cuja dimensão e sumptuosidade permitia explorar bem este conceito, aliado a uma forte aposta numa linguagem apelativa por parte do material usado para divulgação do espectáculo, que era transposto para os próprios cartazes que decoravam as fachadas das salas.

Os cinemas ganham assim um grande protagonismo urbano, tornando-se espaços de referência para as comunidades em que estavam implantados, servindo de estímulo à criação de uma cultura urbana, como espaços de lazer e de convivência social. Era nas duas principais cidades portuguesas (Lisboa e Porto) que se concentravam os principais cinemas em grande escala, sobretudo nos centros históricos ou nas novas centralidades criadas pela expansão urbana.

Como afirma Pedro Dias de Almeida, no artigo “Paraísos Perdidos”: “As noites de estreia (as *premieres*) eram verdadeiros acontecimentos sociais, onde o País mais cosmopolita aparecia a rigor....Numa época em que não havia grande variedade de momentos de lazer e convívio, os recintos de espectáculos e cinemas eram também locais de encontro e de afirmação social.” (ALMEIDA, P., 1995) As grandes salas tornavam-se de tal forma populares, que, como afirma mais adiante no mesmo artigo: “Nesses anos gloriosos do cinema em Portugal - por coincidência ou talvez não, no auge de Hollywood - era preciso comprar bilhetes à sexta-feira para conseguir um lugar na enorme sala do Éden ao Domingo” (ALMEIDA, P., 1995b).

Nesta fase de apogeu das grandes salas urbanas, que se tornaram numa referência importante do património material e imaterial da população, havia também uma programação condizente com a adesão popular, bem como a utilização dos meios tecnológicos que tornavam a exibição de filmes no consumo de grandes espectáculos. Mas, por outro lado, é também importante sublinhar as características da arquitectura de grande aparato dos edifícios, aliadas a um grande cuidado nos seus interiores. A este propósito vale a pena citar as palavras de José Manuel Fernandes (a propósito do Cine-Teatro Monumental), em *Cinemas de Portugal*: “Havia depois a questão do gosto, da arquitectura apócrifa, pesada, de colunas e frontões, que o servia. Mas, criticado e até ridicularizado, pareceu resistir sempre pela dimensão, pelo espaço imenso, completado pelos foyers «versailianos», de lustres e mármore, pelo palco quase interminável, pela

vasta tridimensionalidade dos balcões (a sala cheia parecia uma cidade!)” (FERNANDES, 1995, p.102).

Os espaços sociais ganham um forte protagonismo. No caso do Monumental, o foyer da entrada era comum para as salas de teatro e de cinema, permitindo assim o encontro entre os espectadores das duas salas, pelo que: “O seu átrio de entrada, como que galeria urbana, comum ao teatro, era um sítio de encontro, quase de *estar*, naquela rotunda de Lisboa *fechada* dos anos 50-60.” (FERNANDES, 1995b, p.102) Os espaços amplos das zonas públicas dos cine-teatros permitiam criar no espectador o hábito do acto social que ultrapassava a visão do filme ou da peça de teatro, numa ampla convivência ,hoje só comparável às idas às grandes superfícies comerciais.

Tal como se afirma no artigo “Cinemas de Outras Eras”, relativamente ao Cinema S. Jorge: “ O largo foyer do balcão, com acesso à varanda sobre a avenida, passou a ser ponto de cruzamento onde se encontrava sempre alguém conhecido” (FERREIRA F., Jorge Leitão Ramos e Manuel Cintra Ferreira, 2001). Fica assim bem patente que os espaços públicos destas salas eram locais de referência, conotados com a vontade de socialização do público.

Há também outra característica a ter em conta e que se refere ao facto destas salas distinguirem claramente os espectadores pela classe social apesar dos cine-teatros serem, como afirma José Manuel Fernandes em “Cine-Teatros de Portugal - arquitectura imaginária?": “...contaminados pela imagem de uma grande, de uma imensa arquitectura – salas vastas, de uns mil lugares (*quase a população inteira de uma vila*) previstos como pensavam os ingénuos legisladores para servir toda a população de um bairro lisboeta, ou de uma pequena vila, ou ainda da cidadezinha local - assistindo ao espectáculo síntese do cine-teatro.” (AA.VV, 1998b)

Em suma, todo o espaço cultural estava pensado de forma a estruturar um outro espectáculo complementar àquele que era observado, o de congregar num único espaço uma grande parte da comunidade estabelecendo claramente as suas diferenças. A assistência ficava distribuída segundo as classes sociais de que era composta a comunidade, através da capacidade financeira da compra do bilhete, tal como é reforçado no artigo “Cinemas de Outras Eras”: “No Monumental, como era uso e costume, as classes sociais arrumavam-se segundo os preços fortemente diferenciados dos lugares: burguesia no 1º balcão e plateia, e o resto no inclinado e interminável 2º balcão....E, nos intervalos não havia misturas. O foyer principal que dava acesso à

varanda sobre a praça, era interdita aos de cima...” ((FERREIRA F., Jorge Leitão Ramos e Manuel Cintra Ferreira, 2001b).

É importante realçar que, no entanto, esta diferenciação social através do preço dos bilhetes também era praticada fora das grandes cidades. No Montijo, o Cine-Teatro Joaquim de Almeida marca esse conceito a nível da própria arquitectura do recinto, já que o edifício conta com uma entrada bem mais modesta para aqueles que compravam bilhetes mais baratos, e bastante afastada da ampla entrada principal. Por outro lado, o lugar mais central da sala estava reservado para a autoridade local (do Governador Civil ao Comandante da Polícia), com uma pequena placa identificativa.

Com o início dos anos 60, a abertura de pequenas salas-estúdio dentro dos grandes cine-teatros vinha demonstrar o início da mudança de hábitos culturais (em paralelo com o começo das transformações sociais). Estas salas tinham pequenas dimensões, sem distinção de lugares e uma programação de filmes de qualidade, de autor, dirigidos a grupos minoritários.

Uma situação semelhante acontecia ao nível das salas de teatro, que surgiam muitas vezes em espaços alternativos e improvisados (barracões, armazéns ou garagens), e que têm servido de residência, ao longo dos anos, a muitas Companhias de Teatro Independente que foram surgindo por todo o país. Com uma programação de teatro de pesquisa, funcionam como alternativa à programação dos Teatros Nacionais, a quem cabe promover a representação de peças de repertório de referência.

A partir desta década, com o acréscimo de população nas zonas urbanas, a consequente especulação imobiliária e com a degradação das habitações mais antigas, os centros das cidades começaram a desertificar-se, ficando privilegiada a vertente dos serviços. A população jovem é obrigada a afastar-se para a periferia, passando assim a surgir novas centralidades urbanas, distantes dos centros históricos que originaram um processo de degradação das salas (que aí se localizavam). Esta situação foi apenas contrariada com os anos de 1975 e 1976, imediatamente posteriores à revolução de Abril de 74, em que era possível visionar filmes proibidos pela censura do Estado Novo e assistir a peças de teatro de temática mais arrojada para a época, nomeadamente ao nível de costumes, sexualidade e intervenção política. Tal como relembra Almeida Faria em *Quarteto – um quarto do século XX*: “E em 74....vi ou revi enfim no meu País, as obras-primas interditas....Tentando dar vasão a tantos filmes à espera de serem descobertos, vários cinemas novos, menos salões e palácios mas mais cómodos e económicos, abriram à pressa as portas...” (AA.VV, 2000, p.23)

Posteriormente, em paralelo com a tendência desenvolvida pela exibição cinematográfica norte-americana, que se estendeu posteriormente a outros países europeus, começaram a surgir outras salas-estúdio inseridas nos primeiros centros comerciais, e as primeiras multi-salas (ou *multiplex*), todas elas separadas dos antigos cine-teatros. Destas, destaca-se o Quarteto, em Lisboa, pelo seu pioneirismo na aplicação deste conceito, consistência, qualidade de programação e antiguidade, já que, a partir de Novembro de 1975, oferecia quatro diferentes filmes em opção, transformando os hábitos culturais da época com uma proposta baseada num tipo de cinema alternativo ao popular, dirigindo-se para um público intelectual. Tal como sublinha José de Matos-Cruz, em *Quarteto - um quarto do século XX*: “...o Quarteto apresentou-se como um espaço variado, de convívio e reflexão, a que estavam subjacentes uma perspectiva de intervenção, o testemunho de autor e uma ênfase nas cinematografias peculiares, logo europeias...” (AA.VV, 2000 b, p.39)

Já nos anos 80, este complexo de salas abria também a sua programação ao teatro, com o programa “Teatro - a quinta dimensão do Quarteto”, que permitiu a apresentação de várias peças teatrais de Companhias de Teatro Independente, protagonizadas por conhecidas figuras do teatro português, tal como refere Jorge Leitão Ramos: “ No Quarteto até houve teatro, a horas tardias’ (lembro-me d’A *Verdadeira História de Jack, o Estripador*, com ousadias várias).” (AA.VV, 2000 c, p.38). Tudo isto demonstra bem como em diversas fases foi possível existir uma polivalência de funções nas salas de cinema e de espectáculos, inclusivamente nas multi-salas de pequenas dimensões.

O aparecimento das salas-estúdio permitiu uma inovação ao nível da exibição cinematográfica, através da programação de inúmeras sessões, banalizando assim o acto de ir ao cinema, embora potenciando a possibilidade de diversificar os filmes disponíveis. Ao nível da organização do espaço, anulava-se a noção de hierarquia social com a existência de uma única plateia e um preço único. Com menores espaços públicos, ficou secundarizada a vertente de convívio social que marcava a arquitectura dos cine-teatros, em que os espaços públicos se caracterizavam por amplas zonas que contavam com a existência de foyers, hall e bar.

Finalmente, a própria programação cinematográfica pautava-se por uma lógica, fundamentada numa coerência temática e um potencial de formação de públicos que era devidamente tratado a nível informativo, com a distribuição de programas, inquéritos e organização de conferências. Esta mudança vai afectar a forma como se passava a

assistir a um espectáculo ou a um filme, cujo foco deixa de ser apenas um acto de convivência social para passar a ser sobretudo uma experiência de reflexão e discussão.

Com a década de 80, popularizou-se o formato vídeo, originando acentuadas mudanças nos hábitos de consumo de filmes e a consequente diminuição de espectadores nas salas, fenómeno que iria estender-se durante alguns anos. Perante este contexto, tornou-se irreversível a degradação de muitos cine-teatros de referência, e o consequente encerramento, demolição ou utilização para outros fins. Paralelamente, com a criação de novas centralidades motivadas por projectos imobiliários para grandes centros comerciais e escritórios, surgem as múltiplas pequenas salas de cinema. Estas caracterizam-se por um grande conforto e qualidade de som e imagem e reduzida dimensão, e motivaram novos hábitos, já que estas salas surgem num espaço em que coexistem diferentes lojas, restaurantes e lugares de estacionamento automóvel.

Deste modo a sala de cinema deixava de ser um espaço urbano de referência, de forte imaginário comunitário, para se transformar num espaço de consumo e de prestação de serviços como loja-âncora de um centro comercial. Por outro lado, perante a hegemonia e a preferência pelo vídeo, a indústria respondeu com um aperfeiçoamento da tecnologia e uma adaptação estrutural à nova mudança de hábitos.

Tal como se afirma no artigo “Cachorros, Pipocas e Filmes”, publicado no *Jornal Expresso*: “...o conforto das instalações se alia de uma forma irrepreensível às várias misturas de som digital...e à reprodução de efeitos visuais nos ecrãs de dupla curvatura horizontal e vertical...” (QUEIROZ, A E. de, Mafalda Ganhão, 1998). Já em meados dos anos 90, o vídeo vulgarizou-se e os espectadores começaram a regressar às salas de cinema, que foram alvo de grandes melhorias de várias ordens, o que teve natural efeito na adesão dos espectadores. Assim afirma Mafalda Ganhão no mesmo artigo: “Os espectáculos públicos, e de entre estes o cinema, continuam a manter a tendência inaugurada em 1995 para recuperar espectadores.” (QUEIROZ, A E. de, Mafalda Ganhão, 1998 b)

Com o desenvolvimento e a adesão do público ao sistema DVD, a partir de 1999, aprofunda-se uma nova perspectiva ao nível do contacto e do consumo dos filmes, assim como dos espectáculos musicais. Assim, este formato para além de aliar uma melhor qualidade de som e de imagem relativamente ao VHS, é complementado por uma grande diversidade de extras relativos aos diferentes campos do processo de produção da obra, valorizando assim o próprio registo, já que aumenta também a informação disponibilizada.

1.3- A política do Ministério da Cultura entre 1995 e 2000 para as artes do espectáculo e cinema

No período de tempo enunciado, a área da Cultura foi reconvertida politicamente em Ministério, após uma fase de inúmeras transformações estruturais no âmbito do XIII Governo Constitucional, sob coordenação do Prof. Manuel Maria Carrilho. Este ministro estruturou um novo conjunto de organismos a partir dos quais se puseram em prática as políticas culturais projectadas no programa governamental. Tais políticas tiveram por base cinco causas defendidas pelo então governante, na brochura *Ministério da Cultura*: "...a leitura, o património, a criação (seja no teatro ou na dança, na ópera ou no cinema, na literatura ou na pintura), a descentralização e a afirmação da cultura portuguesa no mundo." (AA.VV, s.d, p.1)

A par destas causas, definiram-se objectivos que deveriam ser levados a cabo com a intervenção do Estado, como sejam: o aumento de público para a cultura, a criação e o enraizamento de hábitos culturais, o estímulo a novas iniciativas e práticas culturais num âmbito contratual e descentralizado e o desenvolvimento de articulações entre os inúmeros agentes culturais locais: autarquias, associações ou colectividades. No campo do cinema e das artes de palco, formaram-se dois Institutos, um vocacionado para a sétima arte, e outro dedicado ao teatro, música, dança e projectos pluridisciplinares. Por outro lado, mantiveram-se os organismos com maior peso histórico.

O ICAM - Instituto do Cinema, Audiovisual e Multimedia, um sucedâneo de outros organismos dedicados ao apoio ao cinema, inovou ao integrar num organismo três artes do ecrã: cinema, o audiovisual e também o multimedia, o que é representativo das profundas transformações que este meio artístico teve ao longo das últimas décadas. Criado em 1998, pretende, no âmbito do desenvolvimento de novas tecnologias, estimular o aumento da diversidade ao nível do cinema, do audiovisual e do multimedia, através do apoio à inovação e à criação artística, do desenvolvimento da indústria de conteúdos, e da cultura e língua portuguesa em instâncias internacionais. O ICAM atribui apoios à criação e à produção cinematográfica, audiovisual e multimedia, e conta com quatro eixos de acção: a exibição comercial e não comercial, o apoio à promoção, difusão cultural, distribuição e formação nas três artes do ecrã, assim como a programas internacionais.

Em complementaridade, existe a Cinemateca Portuguesa - Museu do Cinema, que tem como objectivos a protecção do património ligado às imagens em movimento e a promoção do conhecimento da história do cinema. A sede da Cinemateca concretiza o espaço de exposição de diferentes visões que compõem as etapas históricas do cinema (com a programação de diversos ciclos), o Arquivo Nacional das Imagens em Movimento actua como espaço de preservação dos filmes e a conclusão surgirá com a criação do Museu do Cinema que poderá vir a situar-se no Cinema Capitólio.

Como afirma João Benard da Costa no artigo “Um Novo Museu do Cinema?”, de Margarida de Sousa, publicado no nº21 da *Revista City* :”...Com a compra do Capitólio, a Cinemateca não só ganharia um espaço para o acolhimento de muitos dos aparelhos, quadros e decors até agora esquecidos....seria, então o termo de um percurso de exposição que se iniciará sempre na Barata Salgueiro (sede da Cinemateca), e que tem a sua retaguarda no Arquivo Nacional das Imagens em Movimento (ANIM)”, pelo que como continua o director da Cinemateca seria “um pouco a Torre do Tombo do cinema português e, ao mesmo tempo, Museu do Cinema. É arquivo e espaço de exposição.” (SOUSA, Junho 2000, p.45).

Neste mesmo artigo, Nuno Sena contrapõe o seu conceito de museu do cinema, que acaba por ser imanente à própria acção da Cinemateca Portuguesa: “...num Museu do Cinema o permanente é a mudança e, no caso da Cinemateca Portuguesa, a colecção muda em duas sessões de cinema por dia, nos dias de semana, e três, ao Sábado” (SOUSA, Junho 2000 b, p.45) . Trata-se de uma noção muito pessoal do conceito de museu, que no entanto não tem em conta a importância da função educativa ao nível da museologia. Nomeadamente, quanto ao facto de não ser apenas privilegiada a noção de colecção mas igualmente o desenvolvimento social, os problemas que afectam a dinâmica de uma comunidade, e a necessidade desta participar na gestão de um espaço museológico.

Dentro dos organismos dedicados ao espectáculo, já históricos, destacam-se os três teatros nacionais: o Teatro Nacional de S. Carlos (transformado no fim da década de 80 em Instituto Público) e o Teatro D. Maria II, ambos em Lisboa, e o Teatro Nacional de S. João do Porto, criado em 1992. Estes três teatros têm como função a promoção e o conhecimento dos géneros teatral, lírico e musical e os valores culturais transmitidos, o desenvolvimento da representação de repertórios de referência e a defesa e difusão da cultura portuguesa.

O IPAE - Instituto Português das Artes do Espectáculo, foi criado em 1998, no sentido de ter uma acção de desenvolvimento de actividades de iniciativa não governamental ao nível da dança, da música, do teatro e de projectos pluridisciplinares, o apoio à edição, formação, construção e recuperação de recintos culturais vocacionados para os espectáculos. Além disso, ao IPAE cabia também a gestão da participação do Estado em iniciativas conjuntas com as autarquias (ao nível do Programa de Difusão das Artes do Espectáculo, no âmbito da itinerância de espectáculos).

Neste âmbito, foram lançados pelo Ministério da Cultura em 1999, dois Programas: a Rede Nacional de Teatros e Cine-Teatros, que pretende recuperar ou construir recintos culturais em todas as capitais de distrito e a Rede Municipal de Espaços Culturais, dirigida aos principais centros urbanos das várias regiões do país. Este investimento total de 6,5 milhões de contos conta com o apoio de um mecenas (a Tabaqueira), do Ministério da Cultura, do então Ministério do Equipamento e das respectivas autarquias.

Os dois programas vieram estimular o surgimento de recintos para espectáculos, mas também a renovação e recuperação de espaços culturais de referência em alguns concelhos – os cine-teatros. Por outro lado pretendem, tal como aconteceu na década de 40, criar um plano de construção e renovação de novos espaços para espectáculos, permitindo formar novas infra-estruturas em locais carenciados, embora desta vez com a participação de outras entidades (nomeadamente das autarquias).

Talvez por motivação da recuperação destas antigas salas de espectáculo (históricas muitas delas), começaram também a ser adquiridos, por parte das autarquias, outros cine-teatros não incluídos nestes programas, sendo possível encontrar ideias comuns quanto ao seu estado e a futuras utilizações. Os recintos de espectáculo encontravam-se muito degradados, pretendendo-se após a recuperação que ganhem mais conforto, bom acolhimento e que fiquem bem apetrechados para poderem acolher uma programação polivalente.

Por outro lado, o surgimento de movimentos cívicos em alguns concelhos do país, no sentido de reabilitar e dinamizar culturalmente determinados cine-teatros, mostra bem como as próprias populações se identificam com esses espaços. Muitos deles encontram-se já degradados e encerrados há alguns anos, pelo que foi desta forma criada a possibilidade de os reconverter em espaços-referência, tendo em consideração o seu importante percurso histórico na vida cultural de determinadas comunidades,

embora não tenha sido suficientemente reflectida qual a acção, e o modelo de programação que o cine-teatro deverá adoptar após a sua reconversão arquitectónica.

A este respeito, é essencial sublinhar a chamada de atenção que a APPC- Associação Portuguesa de Programadores Culturais pretende tomar, tal como é referido na notícia “Associação de Programadores elabora documento para Ministro da Cultura”, de Joana Gorjão Henriques, publicada em Abril de 2002 no *Jornal Público*: “...Miguel Honrado, vogal da direcção da APPC e coordenador do departamento de dança do Instituto Português das Artes do Espectáculo (IPAE), adiantou que a APPC considera necessário a criação de um dossier programa...que sirva de instrumento normativo das redes, respeitando a variedade de estruturas de programação, que não anule as características específicas de cada espaço, porque, segundo a APPC, o Ministério da Cultura (MC) não teve capacidade de intervenção na Rede Nacional de Cine-Teatros, lançada em 1998/99.” (HENRIQUES, Abril 2002).

Em Coimbra, o **Movimento Cívico Sousa Bastos Vivo**, formado por inúmeras associações, de Companhias de Teatro a Repúblicas de Estudantes, pretende, segundo declarações do arquitecto Luís Sousa no artigo de Nelson Morais intitulado “Sousa Bastos espera boleia de Coimbra Capital Nacional da Cultura” publicado no *Jornal Público* em Novembro de 2001, tornar o cine-teatro de 1861 num “...espaço de produção e exibição de factos culturais e, simultaneamente, de actividades que sirvam o tecido social que o envolve...” (MORAIS, Novembro 2001).

Em Fafe, o **Movimento Todos pelo Cine-Teatro**, formado maioritariamente por jovens, organizou várias acções muito participadas, como a recolha de assinaturas no sentido do cine-teatro (encerrado há mais de vinte anos, e na posse de um particular que pretendia demolir o imóvel) ser adquirido e reabilitado pela autarquia. E assim acabou por acontecer em Novembro de 2001, o que permite actualmente à autarquia ser proprietária de um dos principais marcos arquitectónicos da cidade, e de um melhores teatros do Norte do País. Apesar de tudo, esta não é uma situação uniforme no país, na medida em que ainda são muitos os cine-teatros históricos que continuam a ser demolidos. O último caso deu-se no Cine-Teatro Santo António, na cidade de Faro, que não motivou a respectiva população para a sua preservação, nem sequer para a sua manutenção enquanto espaço de reforço de identidade.

Tendo em conta estes casos, à semelhança de outros que poderão ocorrer no país, é importante reportarmo-nos à etapa seguinte, menos referenciada na comunicação social, relativa ao que ocorre após a recuperação dos edifícios, ou seja a gestão da sua

programação e dinamização. Tendo em conta esta problemática, importa realçar a afirmação de António Augusto Barros em *Arqueologia e Recuperação de Espaços Teatrais*: “Mais importante do que tornar imaculado um teatro com um restauro, ou recheá-lo de material de ponta, me parece já pensá-lo como unidade criativa, apta a colher núcleos de produção teatral novos ou já construídos, que possam vivificá-lo.” (AA.VV, 1992, p.108).

De facto, é da maior importância a aquisição, remodelação e redinamização destes espaços culturais, por parte dos agentes locais, mantendo das suas características físicas pelo menos a respectiva fachada , já que em muitos concelhos o cine-teatro é o único espaço de referência arquitectónica e símbolo identificativo do imaginário popular ligado ao espaço. Torna-se igualmente essencial que estes espaços mantenham uma dinâmica de criação (a todos os níveis artísticos), privilegiando a ligação aos agentes culturais locais, para voltarem a ser núcleos estruturantes dentro de uma malha urbana, recuperando a sua actividade na produção cultural.

Estes recintos de espectáculos, tal como se irá desenvolver nos capítulos seguintes, necessitam, assim, de uma adequação às transformações sociais e culturais surgidas ao longo dos últimos anos, tal como sucedeu aos cine-teatros na sua época mais marcante. Podem aqui aplicar-se os objectivos e as acções da nova museologia, que procura ter uma intervenção activa ao serviço da comunidade, estimulando uma vontade de acção de forma a acompanhar as mudanças vigentes.

2. A MUSEALIZAÇÃO DE CINE-TEATROS NO ÂMBITO DA NOVA MUSEOLOGIA

Depois de enunciados os contextos histórico, social e político das duas épocas - chave no percurso dos cine-teatros, que escolhemos como eixo central do nosso trabalho, cabe agora inserir esta vontade dentro de alguns dos principais elementos base da Nova Museologia: nomeadamente aqueles que se referem à função social do museu, aos processos museológicos de estruturação da museologia como disciplina científica, à vertente educacional e de comunicação e finalmente aos próprios serviços de extensão cultural que enriquecem a programação museológica.

Os fundamentos da museologia como ciência que estão a ser aprofundados pelo Movimento da Nova Museologia desde 1973, podem ser avaliados através de dois métodos distintos- a investigação e a musealização – estruturados através de uma sucessão de actos elaborados segundo os processos de memória, tendo em conta uma determinada linguagem. Ao nível de fundamentos vale a pena questionar o significado do museu para o especialista e para o público em geral, tendo por base os novos paradigmas científicos, e nesta situação surgem diferentes versões.

O próprio ICOM-*International Council of Museums*, sugere na sua definição de museu uma ligação à noção de instituição, que é habitualmente pouco abrangente a outros tipos de museus, nomeadamente aos de alcance local ou regional, que visam reforçar laços com as comunidades onde se inserem. Estes são os casos do ecomuseu que interliga um território com a comunidade e com as suas referências patrimoniais e a sua problemática social, ou os museus virtuais, marcados por uma natureza de grande liberdade de criação.

O entendimento do espaço museológico com a componente de institucionalização, implica uma relação com a noção original de Templo das Musas, um espaço sagrado com pouca margem à criatividade e à inovação, que funciona essencialmente como um depósito de objectos ligado à materialidade. Ao nível da Nova Museologia, é ultrapassada esta noção institucional já que o museu é entendido como um espaço composto por um espólio fundamentalmente intangível, marcado pela presença do homem e pela sua ligação com o meio circundante, contextualizado por um determinado espaço e tempo bem definidos, embora distinguindo-se pelo seu carácter mais espontâneo.

Apesar de tudo, é importante frisar que, segundo os Princípios de Base de uma Nova Museologia, que constam na Declaração do Quebec: “Ao mesmo tempo que preserva os frutos materiais das civilizações passadas, e que protege aqueles que testemunham as aspirações e a tecnologia actual, a nova museologia...interessa-se em primeiro lugar pelo desenvolvimento das populações...” (AA.VV, 1984). Ou seja, é necessário salientar que estas duas perspectivas da museologia não são estanques, nem são as únicas formas de actuar no campo da museologia. São no entanto contrastantes nas suas características principais, essenciais para o objecto de estudo em causa.

O culto da materialidade representado pelo objecto, é uma marca da civilização ocidental, que o valoriza como um produto do génio e das experiências efectuadas pelo homem, o que implica que as emoções sejam exteriorizadas por este. Tendo por base as teorias do conhecimento, os conteúdos dos objectos não se encontram apenas nestes, mas sobretudo no pensamento e no ponto de vista daquele que observa. Considerando este factor, o conceito de museu poderá formar-se como um espaço que deverá privilegiar a transmissão de conhecimento através do seu serviço educativo, entendido de uma forma plural, que permita a exposição de formas resultantes da relação entre os elementos espaço e tempo, tornando-se assim num centro de produção de conhecimento.

Assim, de entre as diversas perspectivas que existem neste campo optamos pelos quatro modelos essenciais, definidos por Tereza Scheiner para a concretização da noção de Museu:

1. O ecomuseu;
2. O museu virtual;
3. O museu tradicional ou ortodoxo;
4. O museu interior.

O primeiro, procura centrar-se na consciencialização de cidadania e de reforço identitário de uma comunidade, tendo por base a integração do homem com a natureza. O Museu Virtual, é um produto cada vez mais sofisticado, resultante da era da globalização e do constante desenvolvimento das tecnologias da informação, caracteriza-se pela desterritorialização, através de um processo centrado na memória computadorizada. Este factor permite uma recriação contínua, um nível de interacção com o visitante ilimitado, tal como acontece com a vertente de investigação e com o processo de comunicação, que podem ser trabalhados e analisados no momento escolhido pelo visitante. O modelo virtual implica lidar sempre com um espólio

intangível, e por outro lado, a nível de acções educativas, implica necessariamente uma maior aposta na promoção, na medida em que se trata de um espaço museológico inserido num contexto (a internet) e um meio (o computador), caracterizados por uma grande variedade de opções e de uma intensa circulação de informação.

Finalmente, existem o museu interior e o museu tradicional ou ortodoxo, o primeiro é um modelo ligado à teoria comportamental da museologia, formado pelos processos que constituem as memórias individuais responsáveis pelo equilíbrio emocional. Quanto ao museu tradicional, surge a partir do século XVI, e assume-se como um modelo valorizador do espólio material, posteriormente coletado, estudado, conservado e exposto, havendo assim um direccionamento óbvio para o objecto.

São estes os conceitos que identificam a museologia como uma disciplina criativa que importa ter em conta neste trabalho, na medida em que demonstram a importância da ligação do homem ao seu meio. Assim, no processo de musealização de um cine-teatro pretende-se a criação de um espaço ao serviço do desenvolvimento da população, sobretudo na definição e gestão das práticas museológicas a utilizar. Neste contexto, torna-se essencial a utilização de novas tecnologias da informação, e o recurso à museografia como instrumento de comunicação entre a comunidade e o seu património, num determinado meio.

2.1 A Função Social do Museu

A adopção, por parte do museu, do papel social, é um dos novos paradigmas surgidos no âmbito da nova museologia, que ficou enunciado na Mesa de Santiago do Chile em 1972, formada por especialistas das mais diversas áreas, simbolizando assim a necessidade da equipa museológica funcionar a um nível interdisciplinar. Este modelo foi actualizado e aprofundado no âmbito da Declaração do Quebec e de Caracas, na medida em que a museologia estava a acompanhar as transformações constantes que ocorriam a um nível internacional, no campo político, social, económico e cultural, que se tornaram mais visíveis a partir dos anos 70.

Perante todas estas mudanças, a museologia dita tradicional que valorizava sobretudo as colecções, criando uma distância entre essas instituições museológicas e a comunidade respectiva, encontrava dificuldades em actualizar as suas propostas, não podendo atingir a adesão da população. Devido a este contexto, a Nova Museologia distinguiu num dos seus fundamentos a necessidade de traçar qual o papel que um

museu deve ter na sociedade, e que ideias é que este espaço cultural pretende transmitir neste campo, definindo assim qual a sua especificidade.

Trata-se de estimular a necessidade do museu se definir a um nível abrangente e a um nível integral, através de uma equipa museológica formada por profissionais de várias áreas científicas. Ou seja, o espaço museológico deve ter capacidade de alargar as suas funções para além daquelas que lhe cabem tradicionalmente: a gestão, conservação e restauro e inventário das colecções. Embora estas funções sejam essenciais para se atingir um bom conhecimento do acervo com que se vai trabalhar, tornava-se imprescindível levar a cabo uma mudança de ordem conceptual, com um alargamento para um âmbito cultural, educativo e social que não se encontrava plenamente assegurado com uma acção museológica que tradicionalmente dá prioridade à colecção como campo de acção.

O destinatário a atingir deixava de ser unicamente a elite cultural, contemplativa dos objectos em exposição, para se alargar à comunidade onde o museu se inseria. Este deixava de ficar centrado na sua sede, para abranger todo um espaço, todo um território, ficando o património aí existente ao serviço e ao dispor do homem e da população. Esta evolução mostra um direccionamento para o presente, para uma vontade de contínua actualização, através da participação da comunidade, espelhando os seus problemas sociais, de forma a poderem ser discutidos e ultrapassados, para originar uma melhoria da qualidade de vida. Para que isto possa ser feito da melhor forma, estas noções deverão ser aplicadas à identidade de cada local, através de um programa de acção cultural que será estruturado segundo as especificidades com que uma equipa de trabalho se confronta.

Este programa museológico, deverá ter em conta a necessidade de exercer a sua acção na formação de uma consciência de cidadania, indispensável para reforçar a identidade do núcleo populacional. Tudo isto, para que o museu exerça um papel ao nível de uma assimilação da problemática social com que se debate uma comunidade, e da vontade de poder haver uma resolução, conferindo ao museu um lugar de vanguarda na dinâmica de uma comunidade.

A noção de ecomuseu, criada por George Henri Rivière e por Hugue DeVarine, precursora de novas práticas museológicas, ao definir que uma comunidade, localizada num determinado território, trabalhava em ligação com o seu património tendo em vista o seu desenvolvimento local, estava a gerar um estímulo à adopção de uma postura

crítica na ligação com o meio, e à defesa do seu património, tendo em conta ser este um instrumento de desenvolvimento social.

Depois do Encontro do Chile, o Movimento da Nova Museologia, que se afirmou como atento à actualidade, e a par das transformações sociais e políticas vigentes, teve que se ir adaptando às mudanças constantes que iam ocorrendo. Foi assim, que em 1992, duas décadas depois da estruturação de novas práticas museológicas, surgiu uma actualização dos fundamentos enunciados pela Declaração de Santiago do Chile, através do Encontro de Caracas, desta vez num contexto completamente distinto.

Estava criado um Mercado Comum em vários países europeus, a nível político institucionalizava-se o regime democrático nos países da América Latina (com algumas excepções), a divisão de blocos (capitalista e socialista) tinha desaparecido na Europa com a queda do Muro de Berlim. Era adoptada a economia de mercado como forma de estimular a livre iniciativa empresarial sem a intervenção forte do Estado e, finalmente a investigação científico-tecnológica ganhava um desenvolvimento e uma sofisticação crescentes, gerando novas atitudes e comportamentos.

Estas mudanças implicavam a criação de novos conceitos adequados ao novo contexto social e económico, mantendo as ideias base, transparecendo uma reacção às novas realidades. Assim sendo, mantiveram-se os valores fundamentais e o espírito de missão referentes ao desenvolvimento social da comunidade, de resposta às necessidades vigentes, e foi aplicado um modelo de gestão de economia de mercado, relativo a uma optimização dos normalmente reduzidos meios disponíveis na museologia em Portugal. Para tal, tornava-se essencial a adopção de estratégias actuais, nomeadamente através de instrumentos de gestão que permitissem tirar o melhor partido dos recursos humanos, técnicos e financeiros disponíveis.

Para além deste elemento, é imprescindível ser colocada uma tónica especial na necessidade de imprimir uma maior dinâmica e interactividade nas exposições, através de um reforço da utilização das novas tecnologias da informação. Aliado a esta questão, deve surgir um planeamento estratégico bem estruturado, composto por estudos de público e pela conseqüente avaliação, instrumentos que permitem reforçar e melhorar os objectivos e a missão do museu.

Assim, por oposição a uma única vinculação ao objecto e à colecção do museu, o Movimento da Nova Museologia prefere estabelecer uma ligação ao indivíduo e à sua criatividade, através da inserção do trabalho museológico dentro dos problemas sociais,

no estudo da sua evolução, e na prestação de serviços em conjugação com a esfera comunitária. Se a Mesa Redonda de Santiago do Chile foi organizada e concebida como uma corrente de pensamento museológico de grande ligação à identidade dos povos da América Latina, a verdade é que na Europa, e mais especificamente em Portugal, a nova museologia também teve uma transposição com características próprias.

Na década de 70, mais especificamente após o 25 de Abril, o regime democrático, com a estruturação de um poder local descentralizado, estimulou o surgimento de um tipo de museu de âmbito municipal/local e dos ecomuseus. Estes espaços, têm no entanto que surgir a partir da vontade da própria comunidade, aprofundando uma forte interacção entre os elementos património-comunidade-território, em vez de aparecer de instituições ligadas ao poder central, ou de recriarem estilos de vida de determinadas comunidades com fins claramente turísticos.

Assim sendo, se o museu se vai ocupar sobre as diferentes áreas relacionadas com o desenvolvimento da comunidade, a equipa de trabalho deverá ser formada por uma base multidisciplinar. Nesta medida é necessário reforçar a componente de investigação relativa a diferentes factores: económicos, sociais, históricos ou culturais com uma linha de intervenção que deverá ser estabelecida através de três factores fundamentais:

- Tornar a comunicação no eixo central do trabalho museológico, através da utilização de um processo comunicativo que permita estimular o sentido crítico do cidadão, de forma a reforçar o contacto entre os técnicos de museu e a própria comunidade onde esta se insere e da qual resultarão espaços de reflexão;
- Criar e adoptar uma gestão rigorosa dos recursos humanos e dos produtos culturais resultantes da ligação com a comunidade;
- Potenciar a interligação entre os espaços, os objectos e a mensagem a extraír destes, para que possa ser feita a melhor utilização na organização de programas de extensão cultural a realizar para os vários tipos de público, servindo de estímulo à sua consciência crítica.

Aliadas a estes três factores que permitem cobrir da melhor forma a função social do museu, através de uma forte intervenção dos técnicos junto do meio social e cultural da comunidade, devem também ser sempre tidas em conta as funções tradicionais de reunião, conservação e divulgação das colecções. É também extremamente importante a auscultação das necessidades da população, e estabelecer depois uma adequação relativamente aos códigos linguísticos a usar na instituição

museológica, através da adopção de técnicas museográficas modernas, que correspondam aos constantes desenvolvimentos tecnológicos. A tudo isto deverá associar-se uma boa gestão e promoção da imagem do museu.

Tal como afirma Mário Moutinho em *Cadernos de Sociomuseologia nº1 – Sobre o Conceito de Museologia Social*: “A abertura do museu ao meio e a sua relação orgânica com o contexto social que lhe dá vida, tem provocado a necessidade de elaborar e esclarecer relações, noções e conceitos que podem dar conta deste processo.” (AA.VV, 1993 b, p.6)

Neste contexto, é importante frisar que através do exercício da função social do museu, este torna-se num espaço e num meio de comunicação, por meio de códigos que reflectem a relação entre o homem e o meio social que o rodeia. Este recurso permite reforçar uma base de forte interactividade com o público do espaço museológico, bem como delinear uma estrutura organizativa flexível que permita captar a reacção e a opinião relativamente às propostas. Torna-se também imprescindível a formação de uma vertente educativa de tipo informal, numa acção museológica livre de métodos e conteúdos de aprendizagem pré-definidos, prevalecendo assim a liberdade de escolha do indivíduo, para estimular um melhor entendimento, transformação e expressão da realidade.

2.2 A Museologia como disciplina científica e a sua articulação ao processo de comunicação

Esta necessidade de caracterizar a museologia como uma disciplina científica, pode levar à utilização de certos conceitos mais articulados a uma museologia mais tradicional, de incidência exclusiva sobre o edifício e sobre o objecto. No entanto, o Movimento da Nova Museologia vai actuar com um desprendimento sobre aquilo que é pré-definido, centrando-se sobre o facto museal como objecto de estudo, e na sua experimentação, análise e sistematização. Ou seja, a disciplina científica é estruturada pela sua aplicação ao conhecimento, com directrizes muito específicas, nomeadamente no que se refere às responsabilidades sociais e educativas perante a comunidade, estabelecendo-se uma ligação entre o Homem (como Visitante / Comunidade) e o Objecto (Colecção / Património), no contexto de um cenário determinado (Instituição / Território de Intervenção).

É esta interligação que forma o facto museal, objecto de estudo definido pela nova museologia, que não é mais do que, como afirma Waldisa Rússio, “o homem e a

vida”. Esta relação dos três elementos implica, como diz Cristina Bruno em *Museologia e Museus: princípios, problemas e métodos*, a preocupação em dois grandes fenómenos: “Por um lado, a necessidade de compreender o comportamento individual e/ou colectivo do Homem frente ao seu património, e por outro, a potencialidade de desenvolver mecanismos que possibilitem que, a par desta relação, o património seja transformado em herança e esta, por sua vez, contribua para a necessária construção das identidades (individual e/ou colectiva)” (BRUNO, 1997, p.15).

Desta forma, a ligação do homem ao seu património (que funciona como um elemento preponderante da sua identidade) e o reforço da sua importância, irá funcionar como um contraponto ao processo de globalização cultural, que tende a uniformizar e a padronizar as diferentes culturas e hábitos, no que se refere à ligação do homem com aqueles que o rodeiam. Ou seja, o património entendido como um legado ao dispor de uma comunidade num dado território vai reforçar as suas marcas distintivas, que vêm ao encontro do conceito de museu integral, definido na Mesa Redonda de Santiago do Chile, como um instrumento que vai proporcionar junto da população uma visão abrangente relativamente ao seu meio material e cultural.

Esta realidade museológica leva a que seja necessário adoptar um método de estudo interdisciplinar, tal como foi proposto por Waldisa Rússio em *A Interdisciplinaridade em Museologia*, de forma a que esta acabe por exercer uma função unificadora num quadro em que inúmeras disciplinas científicas seguiram por uma via de especialização excessiva, já que a ligação do homem ao seu meio pode ser estabelecida de diferentes maneiras. Esta será uma característica própria da museologia: a sua interligação a diferentes disciplinas, abarcando múltiplas vias, aplicando-se depois a confluência ao trabalho a estabelecer com a comunidade em que o museu se insere.

O museólogo torna-se, segundo define Hugues de Varine no atelier do MINOM *Politiques muséales et stratégies de développement local: De l'exhibitionisme à la communication sociale*: “...un agent de développement, utilisant ses connaissances scientifiques et ses savoir-faire professionnels au bénéfice d'une communauté...dans le cadre des stratégies de développement qui englobent les différents secteurs d'activité humaine...».

Assim, o profissional de museus ao serviço do desenvolvimento local vai lidar com o facto museal, matéria-prima que resultará num meio de comunicação, que depois de ser alvo de uma profunda análise, interpretação e re-interpretação irá tornar-se num fenómeno museológico a atravessar um processo de constante mutação. Nesta medida,

será experimentado e avaliado, passando a ter uma nova orientação dentro do processo museológico, ou a fazer-se notar na articulação a estabelecer entre a necessidade de preservação do património e a sua posterior comunicação, ganhando assim uma maior importância no que se refere à sua salvaguarda.

O projecto de desenvolvimento comunitário, vai partir de um bom encadeamento entre os vários elementos de um processo museológico, que terão de ser transversais aos elementos técnicos, sociais, económicos e políticos: colecta/estudo do objecto; documentação; conservação; armazenamento; preservação do património e posterior comunicação. Este factor ganha uma forte importância dentro do processo museológico com a Declaração de Caracas de 1992, na medida em que é transversal a vários momentos do processo museológico: a organização de exposições, a montagem dos serviços de extensão cultural e a respectiva avaliação.

O objecto a comunicar no museu é assim a ligação da comunidade ao seu meio, Peter Van Mensch fundamentou esta premissa na obra *Museus em Movimento*, que se pode resumir da seguinte forma:

- O conceito de objecto museológico é trabalhado de forma a poderem ser extraídas deste as suas qualidades imateriais (ou a sua musealidade)
- As exposições passarão a transmitir e a ser estruturadas de forma a transmitirem conceitos, tendo por base a ideia que está interligada à materialidade do objecto
- É estimulada a preservação “in situ”, de forma a que o objecto(s) a musealizar seja mantido no seu local original, aumentando a significação do objecto, e o seu espaço original.

Estes três pontos devem fazer parte da estratégia de comunicação museológica, parte final de uma cadeia metodológica que se processa através da seguinte ordem:

- Identificar o acervo que é disponibilizado ou as referências patrimoniais;
- Proceder à inventariação através de uma base de dados informatizada;
- Conservar e documentar o espólio;
- Articular os meios a utilizar no processo, com a comunicação propriamente dita.

Este encadeamento de acções poderá ser concretizado com a realização de exposições e de uma programação museológica composta por serviços culturais que destaquem a sua componente educativa e o seu contexto social. Partindo das referências patrimoniais é extraído daí o conhecimento, produzindo desta forma uma memória

comunitária. A matéria daí retirada deverá ser comunicada para a comunidade em que o museu se insere, no âmbito de um contexto que interliga a preservação do património à actividade museológica a levar a cabo

Todo este processo museológico, poderá concretizar-se em diferentes géneros de museus, que Cristina Bruno no módulo que leccionou no Mestrado de Museologia da Universidade Lusófona, distinguiu da seguinte forma: o museu temático; os museus em rede; os ecomuseus; os museus de cidade e os museus de sociedade.

O primeiro lida com um acervo caracterizado por uma grande especificidade. Em Portugal, este género de museu ganha forma com os museus de empresa, em que cada um opera dentro de um determinado sector de produção (a comunicação no Museu das Comunicações, ou o próprio sistema de trabalho no caso do Museu do Trabalho Michel Giacometti, embora este seja um museu municipal). Quanto às formas de musealizar, a opção poderá ser feita pela vertente de musealização que mantém os equipamentos de trabalho no seu local físico de origem, ou pela exposição do património sob a forma documental.

Os museus cujas acções funcionam em rede, vão gerar uma dinâmica que permite uma melhor articulação entre diferentes museus e o respectivo espaço físico, quer ele seja real ou virtual, através do planeamento de diferentes rotas, com forte ligação às próprias acções turísticas de determinadas regiões. Os ecomuseus, concretizam os fundamentos enunciados por De Varine e George Henri Rivière, através de uma interacção entre os componentes património-território-comunidade.

Os museus de cidade, vão ocupar-se de uma área urbana dentro dos seus vários elementos, através da musealização de espaços públicos ou da concepção de roteiros de ligação entre diferentes zonas, estabelecendo uma articulação com a actividade de uma determinada cidade. Finalmente, os museus de sociedade vão ocupar-se sobre a problemática social ligada a uma determinada comunidade, pelo que irão privilegiar a acção directa com os seus visitantes.

Para além dos géneros de museus, importa conhecer duas componentes fundamentais da acção museológica, mais concretamente o Texto Museológico e o Contexto Museológico. O primeiro, não é mais do que o conjunto de princípios adaptados ao perfil específico da instituição museológica, que resulta da inter-relação das experimentações feitas com o facto museal e a sistematização das reflexões daí resultantes. Por outro lado, o Contexto Museológico vai ter por base a comunidade, o meio em que o museu se insere.

O processo de musealização deverá realizar-se tendo em conta a definição das referências com significação, pela informação a extrair do objecto, e pelo seu género: se é documental, de veracidade ou de testemunho. Seguidamente, deverá ser tida em conta a forma de comunicar com a comunidade, que deve ser feita pelo registo da ideia, do conhecimento que é produzido e da memória das próprias ideias.

Toda esta estrutura, que define a Museologia como uma ciência, é formada por diversos conceitos que poderão ser aplicados tanto a uma corrente museológica mais tradicionalista como a uma prática ligada à nova museologia. De certa forma, a base de referência teórica, que define o encadeamento de acções do Processo Museológico pode ser semelhante. A divergência existente reside ao nível da concretização, quer no que se refere à esfera metodológica, como à técnica (o facto do fim do museu deixar de ser exclusivamente a colecção).

Para que o museólogo possa agir de uma forma organizada e consistente, deve optar por um meio de trabalho prático, que permita agregar todas as metodologias a aplicar na pesquisa ligada à natureza do acervo. Neste sentido, torna-se essencial a elaboração de um Plano Director Museológico, para ter em conta a definição de vários patamares que possibilitam uma comunicação eficaz entre o objecto que irá ser interpretado e a acção de comunicação que quem interpreta irá descodificar:

>Os objectivos do museu a implantar;

>A caracterização do tipo de património e da colecção que irá ser apropriada socialmente pela comunidade em que o museu se insere;

>A avaliação dos conteúdos;

>A opinião do público.

2.3 A Vertente educativa dos museus

A função educativa é considerada por muitos especialistas como a razão de ser do museu. Na verdade esta poderá ser a melhor forma de cobrir a função social do museu, ou seja, de servir a comunidade através da formação de consciências, posicionando-se ao mesmo tempo como um agente de desenvolvimento. Para Maria Célia Santos, a museologia e os museus são o produto resultante das relações humanas que funcionam como referenciais, ajustando os processos museológicos às necessidades dos cidadãos.

As instituições museológicas devem incidir na procura pela diferença e pela diversidade, devendo o indivíduo ser entendido como um cidadão que se insere num

meio que está em constante mutação. Por esta razão, o museu deverá operar para a comunidade, organizando actividades que permitam a participação de cidadãos de diferentes estratos sociais e de vários ramos de actividade. O cidadão passa assim a lidar com o património cultural de um dado território, estimulando o desenvolvimento social e a formação de uma consciência de cidadania.

Foram estas as bases de constituição do Museu Didático-Comunitário de Itapuã, sob a coordenação de Maria Célia Santos. Um espaço museológico que foi concebido para ter como principal papel a compreensão relativa ao acervo institucional (correspondente à produção cultural resultante do quotidiano e do trabalho do indivíduo), e a utilização do acervo operacional (referente às actividades com estruturas exteriores ao museu, a serem apropriadas socialmente pela comunidade).

A memória preservada é o meio utilizado nesta acção museológica, um motor de transformação da realidade actual, motivando no indivíduo a necessidade deste exercer a sua cidadania. Esta situação permitirá uma assimilação do património envolvente, e uma consequente protecção, originando assim uma modificação do presente perseguindo um processo de construção ou de reconstrução da sociedade. O professor vai ocupar neste museu uma posição central como agente activo/museólogo num processo museológico fundamentalmente educativo, em parceria com a própria comunidade, de forma a que seja possível serem encontradas soluções criativas, que permitam a produção de conhecimento.

Para ser possível atingir este patamar, é preciso trabalhar ao nível do património global, nomeadamente apreendendo as marcas da identidade da comunidade, para avançar depois no sentido de estimular o desenvolvimento social, a melhoria dos níveis da qualidade de vida e a participação do cidadão. O conhecimento poderá ser musealizado dentro de um contexto em que a cultura seja integrada no corpo social do quotidiano. Quanto ao processo, será desenvolvido através de acções de pesquisa, com vista ao desenvolvimento de actividades museológicas, de conservação do acervo produzido através das acções educativas e finalmente de comunicação, de forma a ser difundido o conhecimento produzido pelas actividades do museu.

Depois de serem desenvolvidas estas acções, atinge-se a qualificação cultural do que poderá vir a ser musealizado, através de uma dinamização educativa que deve ter em conta, segundo Maria Célia Santos, uma forte articulação entre os técnicos de museu, alunos e a própria comunidade, de maneira a que possa ser atingido um bom nível de conhecimento. Só assim será possível a adopção de um determinado conjunto

de práticas sociais, bem como a valorização da identidade comunitária, que permitirão estimular para o futuro a formação da consciência de cidadania.

Trata-se de uma via baseada nos pressupostos da nova museologia, em directa ligação com a redefinição operada ao nível do objecto de estudo e da sua função social, inserida no ramo das ciências sociais. Tudo isto, dentro de uma acção museal fortemente participativa por parte dos membros de uma comunidade, em que estes adquirem uma maior consciencialização do seu papel, e em que ocorre um reforço das raízes culturais. Todas estas características, ganham naturalmente uma importância maior quando se trata de comunidades fortemente deprimidas a nível económico e social.

O caso do Museu Didático-Comunitário de Itapuã, demonstra bem o papel que a educação poderá ter dentro da actividade museológica, na medida em que a educação ocupa um lugar transversal a todo o processo museológico, estando sempre fortemente interligada à museologia, extravasando a posição das actividades de um serviço educativo. Maria Célia Santos defende que a vertente educativa ocupe uma posição de charneira em todo o processo museológico, de forma que os programas escolares incluam assuntos e actividades de extensão cultural, em ligação à qualificação do fazer cultural do processo educativo. Desta forma, o indivíduo passa a ter uma maior ligação com o património que o circunda, formando um sentimento de cidadania para proteger o seu meio.

É importante realçar que o programa organizativo deste museu se formou no âmbito das características de uma determinada comunidade (de S. Salvador da Bahia), no quadro de uma realidade de um país da América Latina onde predominam os grandes contrastes sociais, bem como as grandes carências básicas, essenciais para manter uma boa qualidade de vida comparativamente à Europa Ocidental.

Todo este quadro propicia também a adopção de uma mentalidade de acção colectiva, por oposição a uma mentalidade europeia que é sobretudo individualista e consumista, embora também humanista. Há no entanto algumas características e acções educativas que poderão encaixar na realidade europeia. Por um lado a necessidade de reforço identitário de uma comunidade, por outro a inclusão da valorização da pluralidade cultural, numa fase em que os principais centros urbanos da Europa Ocidental se estão a tornar cada vez mais multiculturais.

Este é um dado extremamente importante, na medida em que existe uma vontade de valorizar as culturas locais, tornando-as num património fundamental para os

cidadãos, num contexto de globalização cultural que uniformiza as características das identidades locais das comunidades. O caso do Museu Didático-Comunitário de Itapuã, localizado no Colégio Lomanto Júnior em São Salvador da Bahia, é o resultado das teorias do processo museológico, elaboradas por Maria Célia Santos com base nas referências do Movimento da Nova Museologia.

A programação museológica formou-se pela participação conjunta de professores e alunos, mas também pela comunidade residente no bairro. Desta forma, privilegiou-se uma forte ligação à educação, nomeadamente através da elaboração de um conjunto de actividades pedagógicas ao nível comunitário, que se concretizaram com a elaboração de estudos relativos a vários aspectos referentes ao bairro de Itapuã. Esta atitude permitiu, assim, uma reflexão mais aprofundada sobre a acção e a função do património dentro do processo social, como motor de consciencialização da cidadania.

Todo o processo que permitiu concretizar este museu, mostra bem como o museólogo se tem convertido também num educador, passando a ser um mediador entre o sujeito e o objecto do conhecimento. Assim sendo, as actividades museológicas projectadas passam a ter como principal objectivo o fortalecimento das marcas culturais dos alunos, de forma a que se aproximem das características distintivas da comunidade em que se inserem, e do património que os circunda. Na obra *Processo Museológico e Educação: construindo um Museu Didático-Comunitário / Cadernos de SocioMuseologia*, Maria Célia Santos caracteriza os programas de acção cultural do museu, que permitem colocar as seguintes questões:

>O Museu Didático-Comunitário de Itapuã tem definido o seu território de actuação exclusivamente ao nível da área circunscrita do bairro (e da Escola) de Itapuã, o que permite ter um maior ênfase na apreensão do património desse mesmo espaço, originando um melhor conhecimento da realidade quotidiana e a formação de um sentido crítico e de cidadania relativamente a esta.

No entanto, ao nível de acção educativa torna-se imprescindível estabelecer interligações com outras instituições museológicas que abordem a mesma temática, e de ter em conta a forma como é tratada a definição do território e a sua relação com os estudantes e com a comunidade em geral.

>A definição e o desenvolvimento das actividades do museu é feita pelo seu Núcleo Básico, um agrupamento que serve para agilizar a gestão museológica assim como toda a esfera organizativa, a actuar em parceria com a comunidade escolar. É

importante que seja também estimulada a iniciativa da população, sobretudo ao nível da programação museológica, compondose desta maneira alguma reciprocidade. Deixa assim de haver uma limitação às acções museológicas que são direccionadas para uma determinada faixa da população, nomeadamente no que se refere à composição do espólio ou, sobretudo, à participação por parte de professores e alunos. A actuação do Núcleo Básico poderá ser também direccionada no sentido de motivar os estudantes, permitindo que eles possam participar, juntamente com os professores, na interacção entre a museologia e a educação.

Ou seja, o maior ênfase deverá ser colocado ao nível da intervenção comunitária sobre o património, através de uma qualificação cultural da experiência quotidiana, bem como das actividades de trabalho. A partir daqui o conhecimento deverá ser alvo de uma musealização, tornando-se posteriormente discutido e acessível à comunidade, o que permite um reforço da consciência de cidadania e da identidade. As acções educativas de um programa museológico e a ligação ao património comunitário alcançam, desta forma, uma posição extremamente importante, num contexto em que as culturas locais são cada vez mais uniformizadas por um padrão universal.

2.4 Os serviços de extensão cultural

Os serviços de extensão cultural de um espaço museológico são meios que deverão permitir que este corresponda às necessidades sentidas pelo respectivo museu e pelo seu público, dependendo da dimensão da própria comunidade em que o museu se insere, e do território em que se situa. Nesta área partilhamos da estrutura museológica que Maria del Carmen Sagues desenvolve em *La Difusión Cultural en el Museo: servicios destinados al gran publico*. Neste sentido, a equipa do museu deverá definir as respectivas áreas de trabalho, quer separadamente em relação ao público e ao espaço museológico, quer na interligação entre os dois elementos.

Relativamente ao museu em si, os serviços de extensão cultural deverão caracterizar-se pelas seguintes funções:

>Investigar e extrair o potencial comunicativo dos objectos, tendo em conta a ligação destes ao respectivo contexto social e natural e à sociedade actual, e o facto de testemunharem a evolução do homem e do seu meio, dentro da marca distintiva dos museus;

>Analisar e seleccionar os vários níveis de informação subjacentes, e o seu carácter interdisciplinar, após a investigação do potencial comunicativo do objecto, segundo o método seguido pelas ciências sociais

>Difundir e promover a imagem do museu, nomeadamente no que se refere às suas vertentes educativa, lúdica e de investigação.

Quanto à ligação ao público, deverão ser tidas em conta as seguintes acções:

>Elaborar estudos sociológicos sobre o público do museu, principalmente no que se refere às diferentes tipologias e características;

>Programar as actividades culturais, no exterior ou no interior do museu tendo em conta os diferentes tipos de público a que se dirigem;

>Direccionar linhas de actuação que se enquadrem nas necessidades culturais do seu público;

>Actuar no sentido destes serviços irem ao encontro do público potencial, não visitante do museu;

>Estimular a formação e o interesse de profissionais que possam promover o museu, como educadores, animadores culturais e guias turísticos.

Na ligação do espaço museológico com o seu público, os serviços de extensão cultural deverão actuar conjuntamente no que se refere à:

>Definição das acções de comunicação na montagem de exposições e outras actividades culturais, do início até ao final, numa base interdisciplinar, evitando que os diferentes sectores actuem separadamente.

>Participação da equipa do museu nas edições escritas, audiovisuais ou de outro género, em todas as suas fases.

Em resumo, a metodologia utilizada poderá seguir um percurso traçado da seguinte forma: trabalho em equipa multidisciplinar, controlo da qualidade dos serviços, rigor científico, elaboração de documentação referente à actuação de cada um dos serviços do museu e, finalmente, a avaliação dos resultados. Esta fase final da metodologia utilizada é extremamente importante, sobretudo porque permite organizar a programação museológica a longo prazo, sem uma excessiva ancoragem ao tempo presente. O espaço museológico, pode assim desenvolver-se acompanhando a evolução da comunidade onde se insere, reflectindo sobre as metas a atingir no futuro.

Na sua obra, Sagües acompanha a institucionalização dos **DEAC - Departamento de Educación y Acción Cultural** em Espanha, área de trabalho que congrega todas as funções atrás citadas, nomeadamente no que se refere a responder

especificamente à finalidade comunicativa do museu e à dinamização do espaço museológico com propostas modernas. Na museologia espanhola os Departamentos Educativos ganham uma importância crescente, concretizando a sua actividade como mediadores entre o museu e o seu público, motivando algum debate público sobre esse assunto.

Outras associações de museologia (como a norte-americana) conceberam documentos genéricos que destacam a importância dos serviços educativos, enquanto diferentes organismos do sector preferem colocar as colecções como formas principais de entendimento dos recursos naturais e patrimoniais, desenvolvendo a comunicação sobre os fins do museu junto do público. No entanto, é importante que num programa relativo às práticas museológicas seja desenvolvida a missão e os objectivos do museu, assim como a forma como estes poderão ser concretizados nos seus serviços.

Em Portugal, o facto de uma grande parte dos museus serem de gestão municipal, tal como é destacado no *Documento Programático da Rede Portuguesa dos Museus*: “Pela sua representatividade no País, vale a pena referir que, em 1998, a Administração Local contemplava 184 ‘museus’...” (AA.VV, 2000, p.17), normalmente com reduzidos recursos financeiros e humanos disponibilizados, não torna exequível a constituição de um grande departamento de educação e acção cultural. Esta situação leva a que uma reduzida equipa do museu tenha de ser rentabilizada da melhor forma, para poder assegurar a função de educação permanente que o museu deve exercer como meio essencial de consolidação da sua ligação à comunidade.

Para que esta relação ganhe mais vigor, a difusão cultural deverá aplicar-se no sentido de divulgar a identidade de um espaço museológico, a sua história, a sua missão, as suas funções e objectivos e a sua vontade em estabelecer laços com o seu público, de forma a que este tenha um papel activo. Para que tal aconteça, torna-se imprescindível que se estabeleça, para além de outras medidas, um cuidado especial na formação da imagem do museu junto do público, através de uma boa receptividade por parte dos recursos humanos, um cuidado na imagem gráfica e uma divulgação da programação.

No entanto, deve-se destacar que o museu pretende atingir diferentes públicos, actuando em espaços exteriores à comunidade em que se insere, pelo que estão abertos às influências do exterior, incluindo visitantes com diferentes necessidades e procuras distintas, como os investigadores por um lado ou os turistas por outro. Por isso é preciso ter em conta que o museu terá de estar acima de tudo ao serviço do meio em que se localiza, mas também ao serviço dos públicos que a ele poderão acorrer.

Para que esta noção possa ser aplicada da melhor forma, torna-se imprescindível que a equipa de trabalho saiba planear e organizar os serviços a disponibilizar junto do seu público em articulação com as associações de amigos dos museus (cujas funções deverão ser a de apoiar o museu, e angariar recursos financeiros), de forma a que possa ser exercida a sua função social no sentido de estar ao serviço da comunidade e de reforçar a sua identidade. As actividades e as prestações de serviço deverão ser o mais abrangente possível, com ligação ao espólio em questão, e ao próprio espaço museológico.

Os respectivos organismos que congregam a actividade museológica de alguns países europeus, definem as ofertas dos serviços museológicos de diferentes formas, em articulação com os próprios hábitos culturais de cada país. Assim, em França, incluem-se actividades culturais, serviços a determinados tipos de visitantes (como o acolhimento a visitantes deficientes) e infra-estruturas culturais dos espaços museológicos (como os auditórios). Por outro lado, na Bélgica, são as acções de animação os meios pensados para a compreensão da colecção, o que mostra bem como não há uma uniformização no que se refere às terminologias utilizadas, já que a noção de serviços de extensão cultural é mais abrangente.

Vários investigadores tentaram organizar e sistematizar os diferentes tipos de serviços que podem ser prestados, tendo em consideração diferentes critérios. Já Molly Harrison, em 1956, dividia as actividades educativas em interiores e exteriores, consoante se passavam dentro ou fora do espaço do museu, García i Sastre em formativas e docentes, de acção directa e de animação.

Mário Moutinho, no seu projecto para a criação de um Ecomuseu da Murtosa (encomendado pela autarquia), apresentado no módulo da Função Social do Museu do Mestrado de Museologia da Universidade Lusófona, vem introduzir o conceito de museu como um elemento prestador de serviços à comunidade. No seu projecto para a criação de um ecomuseu da Murtosa, prevê a criação de um conjunto de serviços, entendidos como pedra basilar do ecomuseu, que permitem torná-lo um espaço dinâmico ao serviço das necessidades actuais da comunidade. Para isso prevê serviços de exposições; património; informação museológica; consultoria; extensão escolar e comunitária. Para concretizar estes serviços são definidos os respectivos componentes de base, que formam o conjunto em que o ecomuseu tem a sua acção, sendo a organização dos serviços feita por diferentes departamentos: de imagem, expografia ou documentação e investigação, entre muitos outros.

Maria del Carmén Sagües Valdez, na sua obra *La Difusion Cultural en el Museo: servicios destinados al grán público*, distingue os diferentes serviços que podem ser prestados por um espaço museológico, segundo o tipo de público a que se dirige e o seu grau de receptividade e de participação, para assim se facilitar a ligação dos visitantes ao espaço museológico. No entanto, nesta sua classificação a investigadora não inclui como serviços as acções que não estejam ligadas ao grande público. Por isso, são excluídos os trabalhos de documentação, a utilização de novas tecnologias de informação (por terem uma acção muito abrangente) e a exposição permanente, já que esta é considerada como o foco central dos serviços museológicos que a devem dar a conhecer junto do público, e não o meio que rodeia a comunidade. Trata-se, no entanto, de uma forma de classificação que vale a pena ter em conta na medida em que coloca no seu âmbito o público geral, sem qualquer tipo de distinção.

Analisemos assim os serviços do museu referidos. A **informação sobre o museu** é o primeiro grande campo a destacar. É de uma extrema importância, na medida em que permite um conhecimento prévio que origina uma necessidade e vontade de usufruir do seu espaço e do que poderá disponibilizar junto do público. Ou seja, é necessário proceder a uma forte acção de marketing, que promova o museu, segundo as suas marcas distintivas e o tipo de serviços programados. No fundo, trata-se de difundir uma imagem de marca. Mas igualmente importante (no sentido de criar e formar novos públicos), é transmitir qual é a função e a razão de ser de um espaço museológico.

A campanha informativa deve funcionar de uma maneira contínua, e pode ir promovendo gradualmente os serviços que vão ser disponibilizados. Isso pode acontecer através dos meios de comunicação social, num âmbito de informação (através de anúncios em parceria com a respectiva associação de amigos do museu), ou na participação em programas televisivos ou radiofónicos. Também pode ser feito pelo sistema de “boca-em-boca”, numa base de boa reputação adquirida, ou através de estabelecimentos de ensino. Outra das possibilidades para captar a atenção do público, está relacionada com a organização de campanhas especiais com a utilização dos media, que mostrem as evoluções no campo museológico, bem como a abertura a públicos que não tenham por hábito a visita a museus.

É importante destacar que toda a campanha poderá ter melhores efeitos desde que seja difundida em vários meios de comunicação social, sem esquecer a publicidade em transportes públicos. Finalmente, vale a pena ter em conta o forte peso da internet, como um instrumento de informação da instituição museológica, de difusão global. Os

sites relativos a museus são hoje em dia cada vez em maior número, com maior ou menor sofisticação ao nível de design. O facto da sua transmissão ser feita à escala planetária permite que atinja um forte poder ao nível da informação do museu, do seu espólio, ou das suas actividades museológicas. Perante um tão grande caudal de opções de informação a consultar, a inserção do site num motor de busca pode atingir um leque de visitantes mais vasto.

A **comunicação** é o segundo serviço que tratamos. Este serviço implica que o espaço do museu inclua uma entrada acolhedora para o visitante, de forma a que deixe de ser um espaço fundamentalmente elitista. É essencial que não exista a exclusão ou marginalização de determinados membros da comunidade (ou exteriores a ela), que por não terem um grau de instrução suficiente, sejam afastados da possibilidade de usufruírem do espaço museológico, ou que por não terem sido bem atendidos por membros da equipa do museu não pretendam lá voltar.

Para ser formada uma atmosfera agradável, que estimule um primeiro contacto com o museu, que permita repetir a visita, é importante dotar o serviço de comunicação de uma transversalidade de modo a que este esteja presente em todas as actividades do museu. Deve assim funcionar como um componente positivo da imagem do museu, ao contrário daquilo que afirma Sagües, que destaca apenas os espaços que possam oferecer comodidade ao visitante. Assim, são excluídas as actividades dirigidas ao bom conhecimento das colecções, quando para estas é essencial um agradável acolhimento já que se trata da componente central de um espaço museológico, bem como da criação de uma ligação com o público.

Para transmitir satisfação, e um bom grau de acessibilidade ao visitante, a maioria dos museus opta por concentrar no serviço de comunicação as opções que o público pode encontrar, através de um bom sistema de informação. Assim, é imprescindível que o bom acolhimento se prolongue enquanto o visitante estiver a usufruir das possibilidades que o museu tem.

Deste modo, é bastante importante adoptar uma boa sinalética, que deverá fazer parte de um design gráfico harmonioso e coerente, que permita informar (tanto a nível das colecções e de serviços, como de informações e regulamentos do museu), e orientar a visita. Por outro lado, o serviço de comunicação deve estender-se ao atendimento dado pelo pessoal que trabalha no museu, sobretudo nos espaços públicos (cafetaria, bengaleiro, vigilantes), e a um horário mais adequado ao sector da população que trabalha em horário laboral.

Inserida no serviço de comunicação, está a capacidade do museu saber integrar os cidadãos portadores de deficiências, não só através da supressão de barreiras físicas, mas vocacionando a leitura das exposições aos deficientes programando algumas acções culturais a eles destinadas. Em suma, o serviço museológico transversal de comunicação se coerentemente organizado, funcionará junto do público como uma mais-valia, no sentido de transmitir uma boa imagem junto dos seus destinatários, o que poderá originar uma vontade de voltar ao espaço museológico.

O serviço de organização de exposições temporárias é aquele que destaca uma das marcas essenciais da nova museologia. Esta vertente museológica defende que a exposição temporária transmita a ligação da colecção à realidade social, assumindo-se como um meio de comunicação, reflectindo a ligação à actualidade, relativizando até o próprio valor que o património possa ter. Tudo isto poderá ser concretizado pela exposição dos objectos construídos pelo indivíduo, como acontece com o museu de Itapuã, em que é dada a conhecer na exposição a participação da comunidade. Esta dicotomia revela a importância de existir um serviço bem organizado de exposições, já que uma das funções primordiais de um museu é expor a sua colecção, valorizando os seus traços distintivos, articulando a realidade social com a comunidade.

A exposição temporária é de natureza temática e pode funcionar como um contraponto à exposição permanente, que corresponde apenas a uma parte da colecção. Daqui resultará uma dinâmica natural que permite criar novas leituras e abordar novos pontos de vista, estimulando o espírito crítico do visitante, que poderá ser concretizado e complementado com outros serviços prestados ao público em geral (visitas guiadas, conferências ou workshops).

É imprescindível que o serviço de exposições temporárias tenha por base um trabalho de investigação fundamentado e aprofundado, cujos resultados sejam alvo de publicação, ou seja, possam ser disponibilizados como registo permanente, evitando que se transformem em meros acontecimentos sociais ou políticos. Aliado a este factor, é importante não esquecer uma componente de criatividade, relativa à capacidade de extrair a informação subjacente à colecção durante o trabalho de investigação, e de contextualizar segundo as preocupações do seu público, e a necessidade de reflectir as actividades que ocorrem no território onde o museu se insere.

Tudo isto poderá ser feito através de diferentes formas de abordagem, em vez de se destacar apenas a valorização material do objecto, já que só assim poderá ter significado para a comunidade. Num momento em que as técnicas museográficas são

cada vez mais sofisticadas, a capacidade de risco é maior, resultando um maior dinamismo da investigação científica produzida e da sua concretização museográfica junto do público. Por outro lado, a grande variedade de propostas de lazer com que os públicos se deparam, torna imprescindível a concepção de uma intensa campanha de marketing, que possa levar a optar por visitar a exposição temporária que o museu tiver programado.

A aplicação das novas tecnologias de informação às técnicas museográficas, permite criar soluções inovadoras o que leva a que se criem hábitos junto dos visitantes no que se refere a novas leituras e interpretações do espólio exposto, permitindo assim que a museografia se renove constantemente pela componente mais apelativa. Assim, a divulgação da informação é feita através de dois processos: por um lado destacando a vertente de comunicação, que permite aplicar a mensagem a transmitir num suporte material e no conteúdo a retirar daí (subjacente à exposição em questão). Por outro lado na avaliação que permite analisar a articulação entre a exposição e o público, o que permite ter em conta os melhoramentos a concretizar em próximos conteúdos expositivos a partir da percepção demonstrada pelo público.

Finalmente, refira-se a importância que existe de dotar a exposição temporária de um carácter itinerante, o que permite captar diferentes segmentos de público de outros locais, ou de outros países, levando assim a aumentar o conhecimento em volta dela, por parte de vários núcleos de visitantes que extravasam o público que esteve na exposição. Por outro lado, este facto permite que as actividades que se organizem em volta da mostra se vão adequando aos diferentes públicos, bem como à comunidade onde a exposição se encontra, motivando assim diferentes leituras e interpretações, enriquecendo, desta forma, o trabalho efectuado ao serviço do visitante.

O serviço de organização de actividades culturais nas salas de exposição do museu permite ajudar o visitante a descodificar, interligar e destacar o significado das peças e documentos em exposição, ampliando e facilitando o alcance da comunicação com o receptor/visitante. Normalmente, trata-se de visitas guiadas que poderão ser concretizadas segundo distintas modalidades, quer sejam para uma pessoa ou para um grupo. Poderão ser gerais, abarcando todo o percurso, por épocas históricas ou relativas a uma única peça, motivando o diálogo e a discussão à volta desta.

Tudo isto leva à adopção de diferentes linguagens, e diferentes abordagens ao tema, dependendo da faixa etária ou dos interesses de um determinado grupo, pelo que poderão contar com a utilização de diferentes meios audiovisuais e informáticos

(vídeos, consulta de bases de dados ou projecção de slides entre outras possibilidades). Em muitos museus, existe tradicionalmente a possibilidade de percorrer o circuito de uma exposição através das informações difundidas pelo audioguia, ampliando assim as possibilidades de fazer uma visita. A ida ao museu, permite desta forma revestir-se de uma ampla diversidade de formas de acesso à informação transmitida pelas suas exposições, aumentando assim a descoberta e a compreensão das respectivas temáticas.

Vários museus de países europeus definem diferentes formas de actuar por parte do serviço de actividades no museu, Maria del Carmen Sagües destaca na obra atrás citada o serviço educativo dos Museus Reais de Belas Artes da Bélgica. Ali existe um programa dirigido a grupos não escolares, com diferentes interesses culturais, que normalmente não são destinatários de projectos de visitas guiadas temáticas, já que habitualmente isso acontece apenas com grupos de estudantes.

Existe assim uma visita activa, normalmente organizada de forma a estimular a observação e análise dos temas enquadrados nas peças que se podem observar, originando o debate e finalizando com a organização de um workshop, permitindo o enriquecimento da visita efectuada. Há também outros espaços museológicos que complementam esta oferta com ciclos de visitas temáticas, o que permite tratar diferentes temas ou peças com alguma relação com as colecções do museu. Assegure-se, desta forma, a função social do museu, na medida em que é estabelecida a ligação à comunidade e aos visitantes, já que se pretende estimular e chamar a atenção relativamente à descoberta da informação a retirar da materialidade do objecto, o que se traduz, no fundo, na transmissão de conhecimentos de uma maneira não formal.

Há também exemplos de actividades muito específicas, postas em prática em inúmeros museus como o Museu Thyssen-Bornemiza em Madrid, que conta com **A peça do mês**. Trata-se de uma acção que consiste em desenvolver uma explicação aprofundada, e um posterior debate diante de uma determinada obra que é dada a conhecer numa exposição, e que se destaca pelas suas particularidades. Esta actividade poderá ter um tema de base por ano, à volta do qual serão escolhidas as respectivas peças a destacar. No museu espanhol, esta actividade é complementada com a edição de um pequeno catálogo que desenvolve inúmeros aspectos, como a sua utilização, o seu fabrico, a época, ou a contextualização social e cultural. Para manter a coerência com a peça e com a exposição, os materiais de divulgação (um cartaz e um postal) utilizam uma reprodução da peça em questão.

Estas acções a realizar no interior do espaço de um museu, serão complementadas com a utilização de novas tecnologias de informação, nomeadamente audiovisuais ou informáticas. Estes recursos permitem, através de ecrãs de computador, criar dispositivos interactivos de natureza lúdica (em que os conhecimentos poderão ser apreendidos ou comprovados através de jogos), ou de ordem pedagógica, pela transmissão de imagens de filmes, ou através da consulta de bases de dados.

No entanto, é importante que a noção de interactividade e de utilização de material em suporte audiovisual e informático se complemente à informação a transmitir na exposição. Fica assim assegurado que a iniciativa não será apenas ao nível de uma experiência lúdica, mas igualmente elemento de educação permanente, sobretudo se dirigido a crianças em idade escolar, que poderão assim assimilar novos conhecimentos através de um processo de auto-descoberta. Em *Doing Children's Museums*, Joanne Cleaver afirma no capítulo *Hands-on means minds on, too*: “One of the nicest things about exploratory museums is that they are set up to encourage kids to find things out on their own” (CLEAVER, 1988, p.12).

Ou seja, os museus ou centros com forte carácter interactivo e pedagógico, de que em Portugal existem alguns exemplos como o Pavilhão do Conhecimento em Lisboa e o *Visionarium* na Feira, estimulam a criança a manipular os objectos para exercitar a sua mente, descobrindo a informação a retirar das peças expostas. Neste âmbito, Cleaver acrescenta também que: “...Their great strength is that visitors don't just learn about something; they learn because they do it and prove it to themselves. They gain ownership of a concept through personal experience with it” (CLEAVER, 1988b, p.12)

Esta ideia vem reforçar a importância da presença de elementos interactivos (desde que tendo em conta determinadas preocupações pedagógicas) nas exposições temporárias, pode permitir a apreensão de determinados conceitos subjacentes à exposição através da manipulação, experimentação e construção de determinados materiais ou objectos.

No fundo, trata-se de uma vertente ainda pouco desenvolvida no panorama museológico português por ser aplicada sobretudo em centros ou museus de ciência, podendo no entanto estender-se a outro tipo de espaços museológicos, já que deve funcionar como uma forma enriquecedora de interpretar uma determinada exposição

2.5 -Serviços exteriores ao espaço de um museu

O museu deve organizar actividades para o exterior das salas de exposição, devido à necessidade de se estabelecerem acções culturais com uma coerência própria numa área abrangente. As características técnicas dos espaços museológicos, levam a que essas acções decorram em espaços próprios (que poderão até ser fora do museu, noutros espaços ao dispor da população). Normalmente essas actividades são muito variadas, caracterizando-se pelos diferentes graus de participação do visitante, podendo ser experiências lúdicas e de entretenimento, ou cingir-se à transmissão de conhecimentos, e podem assumir as seguintes formas: *ateliers*; ciclos de conferências; projecção de filmes; concertos; jogos; cursos; colóquios; seminários; entre muitas outras possibilidades.

Quanto aos *ateliers*, caracterizam-se pela experimentação e manipulação de diversos materiais e técnicas a partir de determinadas obras, tendo em vista a reflexão e apreensão de determinados conceitos ligados às temáticas das colecções ou às exposições dos museus. Normalmente realizam-se com reduzidos grupos de trabalho. Em Portugal, o Museu dos Transportes e Comunicações, do Porto estimula a produção de vídeos (de forma artesanal), através de pequenos *ateliers* frequentados por crianças. Relativamente às **conferências**, devem ocorrer com uma periodicidade concreta. É essencial que os participantes e os temas a tratar tenham uma ligação directa com as exposições a decorrer, ou que exista uma relação com a divulgação de resultados de trabalhos de investigação ou, em suma, com novidades científicas. É igualmente importante que as conferências decorram em moldes que permitam uma forte participação da assistência, fomentando o debate com o conferencista.

Quanto à possibilidade da **projecção de filmes**, da **organização de concertos** ou de **leitura de poesia ou de ficção**, a sua natural flexibilidade devido à grande variedade de opções temáticas, permite uma mais fácil aproximação à temática ou ao universo de que se ocupa o museu. Neste sentido, é possível escolher as obras de um determinado realizador, um género de música que permita uma fácil identificação com uma determinada época, ou a leitura de poemas ligados ao movimento a que pertençam artistas representados numa dada exposição.

A componente de transmissão de conhecimentos, com a **programação de cursos ou de acções de formação**, pode ser também um dos pilares das actividades culturais a decorrer fora do âmbito de uma exposição, embora em ligação à área do

museu. Esse é o caso do CGAC – Centro Galego de Arte Contemporaneo, em Santiago de Compostela, que entre as suas propostas conta com dois cursos de curta duração. Um dirigido a professores, sobre linguagem audiovisual, que pretende funcionar como aproximação à linguagem das novas tecnologias que estruturam inovadoras formas de pensamento, e um outro dirigido a estudantes universitários que visa articular o objecto artístico contemporâneo de um museu com o visitante, aprofundando as diferentes formas de comunicação com uma obra de arte.

Todo este serviço de organização de actividades externas, mas sempre coerentes com a oferta do espaço museológico, permite produzir espaços dinâmicos de troca de conhecimentos, correspondendo ao que afirma Helena Ormonde em *Sob o Signo da Etnografia-as origens de um museu regional*: “...os museus, enquanto instituições da memória, são marcados por dinâmicas sociais e intelectuais que procuram na preservação de determinados elementos materiais e autênticos do passado respostas para as questões do presente.” (AA.VV, 2000, p.13).

Na era da sociedade de informação em que o museu se insere, torna-se óbvio que um espaço museológico é receptor e gerador de informação. Este factor surge a partir das próprias colecções e dos vários serviços e actividades desenroladas a um nível interno. A um nível externo surge na documentação de museus, encontros, congressos ou outros eventos. Tendo em vista este enquadramento, conclui-se que um museu é igualmente um espaço centralizador de informação, pelo que faz sentido que esta configuração seja estruturada, organizada e gerida pela constituição de um **serviço de documentação e informação**.

No fundo, é prestado um apoio ao visitante (que pode funcionar como uma sala de estudo aberta), que esteja mais interessado em conhecer aprofundadamente a informação detalhada sobre as colecções do museu, sobretudo os dados sobre as peças que não se encontram expostas ao público. Mas igualmente sobre as actividades que ocorreram num espaço do museu, ou relativamente a uma documentação mais especializada sobre temáticas relativas ao universo da museologia.

À primeira vista poderá pensar-se ser este um serviço dirigido a uma faixa de público mais especializado, mais precisamente para investigadores. No entanto não deverá ser essa a sua marca, assumindo-se antes como um espaço para o visitante não especializado, (com mais dificuldade no acesso às fontes de informação), e que tenha necessidade de conhecer mais dados sobre uma determinada temática ou relativamente às peças expostas num museu.

O acesso à internet e o desenvolvimento de sofisticados programas informáticos levam a que a informação seja organizada de forma a permitir uma melhor consulta por parte de quem acede, normalmente concretizada através da formação de bases de dados. No fundo, a informatização de uma colecção permite cruzar diferentes dados, e sistematizar informação sobre uma dada colecção museológica, a partir da qual o visitante organiza a sua percepção apenas tendo em consideração esses elementos.

No entanto, a linguagem informática permite que a informação seja disponibilizada segundo diferentes formas, tendo em consideração os diferentes públicos alvo, permitindo a melhor gestão de um grande caudal de dados. No caso do Museu da Publicidade, localizado em Paris num pequeno espaço integrado na zona do Museu do Louvre, a sua actividade focaliza-se na possibilidade do visitante poder conhecer a sua vasta colecção através de uma base de dados, onde é possível disponibilizar uma vasta gama de informações ao interessado.

A presença do espaço museológico na internet, através de um site próprio parece ser também uma tarefa essencial por parte de um serviço de informação e documentação. Com maior ou menor sofisticação, a página permite que se forme um maior conhecimento sobre as colecções e as actividades do museu, funcionando como um importante meio de promoção, podendo, com a inserção de um endereço de correio electrónico, aumentar-se a ligação com o visitante do site do museu.

No entanto há dois elementos que os Centros de Documentação de um museu devem ter em conta. O primeiro tem a ver com a necessidade de prestarem um serviço que ultrapasse a mera disponibilização dos documentos sobre a colecção do museu, integrando igualmente dados sobre o material ligado à temática do espólio que o espaço museológico detém (e os locais onde pode ser observado). O outro elemento, refere-se à forma e ao suporte privilegiado para disponibilizar o material que o Centro de Documentação dispõe, tendo em conta as diferentes possibilidades: o livro; a fotografia, publicações periódicas, vídeos, meios informáticos e interactivos, empréstimo e consulta de diapositivos.

Por outro lado, o museu pode optar por um determinado suporte especializando-se em áreas específicas, podendo assim tornar-se numa mais-valia. De qualquer forma o que importa destacar é que o serviço prestado por um Centro de Documentação deve privilegiar as funções científica e educativa, com especial cuidado na qualidade do material disponível e de uma contínua actualização a nível científico.

O **serviço comercial**, normalmente posto em prática na loja de um museu, tem a importante função de ser uma fonte de receitas, permitindo canalizar os recursos financeiros do museu para outros serviços cuja linha de actuação não vai ao encontro de uma necessidade de rentabilização financeira. No entanto, a possibilidade de uma loja funcionar como fonte de receitas, está dependente da estrutura orgânica do museu poder rentabilizar essa possibilidade. Há o exemplo dos museus dependentes do Instituto Português de Museus, cujas receitas são entregues aos cofres do Estado, não podendo ser usufruídas ou aplicadas para outros serviços ou projectos que tenham em vista. Esta situação não permite uma desejável rentabilização por parte dos museus cujas lojas tenham um maior lucro..

Por outro lado, a existência de um espaço comercial num espaço museológico, leva o seu público a adquirir reproduções de peças, objectos culturais que espelham a temática do museu, catálogos ou outras publicações de carácter científico. Neste caso é importante que se tenha em linha de conta que tipo de produtos podem ser vendidos num museu, de forma a que não seja menosprezado o seu carácter científico-pedagógico, assim como a vertente promocional que uma loja de museu deverá ter em conta. Por isso, deve haver alguma selectividade nos produtos a disponibilizar junto dos visitantes.

Assim, a loja de um museu, pode funcionar também como um elo de ligação a uma comunidade, caso tenha a preocupação de ter à venda produtos elaborados por elementos da comunidade em que o museu se insere. Esta opção funciona como uma forma de estimular o reforço identitário de uma população, na medida em que os visitantes do museu passam a tomar contacto com os produtos elaborados no local em que o museu está implantado, aspecto essencial e estruturante da formação de uma realidade de âmbito local. Os produtos adquirem assim um sentido de informação e de difusão do museu, porque quando são adquiridos permitem prolongar a memória de uma visita, tornando-se em marcas do contacto com uma determinada realidade museológica.

Os espaços comerciais disponibilizam uma grande variedade de produtos, levando a que ocorra um maior cuidado na definição da imagem institucional, e um maior arrojo ao nível do design. No caso português, a maioria das lojas não ocupam um espaço relevante, nem são suficientemente atractivas para levar o visitante a pretender adquirir um registo da sua visita, embora nos últimos anos se tenham verificado melhoramentos.

Os museus pertencentes ao I.P.M têm vindo, desde a década de 90, a estruturar gradualmente um serviço comercial nas suas lojas, embora de uma forma desigual, na medida em que são privilegiados os museus de âmbito nacional. A promoção dos produtos é feita anualmente através de uma parceria com um órgão da imprensa escrita de alcance nacional, com uma selecção de algumas reproduções representativas de elementos das colecções, produtos de *merchandising*, campanhas de reduções de preços em determinadas épocas do ano, e de ofertas de entradas em alguns museus. Os outros exemplos de serviços comerciais bem estruturados são sobretudo aqueles que são tutelados por entidades privadas, como é o caso dos museus geridos por Fundações, como acontece no Porto com a Fundação de Serralves e em Lisboa com a Fundação Gulbenkian. Trata-se de dois casos em que à escala nacional existe alguma renovação e cuidado ao nível de design ou do tipo de produtos a disponibilizar.

Nota-se um especial cuidado na presença de uma determinada imagem, quer através de um merchandising próprio ou de reproduções baseadas em obras presentes em determinadas colecções ou exposições temporárias. Apesar de tudo, estes casos portugueses não indiciam o mesmo nível de “combatividade comercial” como acontece com outras estruturas semelhantes que existem noutros países europeus (como a Espanha ou França) em que há uma centralização da gestão dos espaços numa empresa própria, com uma divulgação e venda dos produtos, que ultrapassa as lojas dos museus.

A dimensão e o alcance que for pretendido para o serviço comercial de um museu, terá de ficar fortemente ligado à missão, objectivos e ao alcance da promoção que se pretende imprimir ao museu. Pretende-se assim que não se notem desfasamentos entre a proposta de um dado museu e dos seus pólos a um nível local, podendo as lojas estarem centralizadas na respectiva sede, ou serem disseminadas em cada uma das suas extensões. Por outro lado, se tivermos por referência um museu de âmbito nacional ou global (como o Museu Guggenheim), que pretende rentabilizar um grande nível de investimento efectuado, é formado, inevitavelmente, um forte serviço comercial.

Se todos os serviços atrás referidos se localizam no interior do espaço do museu, ou em ligação às instituições escolares - nomeadamente a professores e alunos - para serem levadas a cabo actividades de âmbito educativo, a acontecer quase maioritariamente no interior do museu, ou em espaços anexos (como é o caso dos jardins), isso implicará que o museu não poderá transpôr, na sua linha de acção, os limites definidos pelo espaço museológico, bem como pela sua colecção?

É obvio que a acção museológica não tem de ser levada a cabo necessariamente desta forma, na medida em que tomando a perspectiva do Movimento da Nova Museologia, o objecto de estudo é a comunidade e a sua ligação com todo um território. Este poderá ser alvo de uma musealização *in situ* (habitualmente aplicada nos sítios ou museus arqueológicos), ou seja, no próprio local, valorizando-se assim a ligação da peça ao espaço físico em que se encontra implantada, em vez da sua deslocação para o espaço museológico.

Por outro lado, esta acção descentralizadora dos museus deve, para além de ter em consideração a aplicação de determinadas técnicas de museografia ou formas de musealização, destacar a necessidade de ir ao encontro de populações não habituadas a interagir com determinadas realidades museológicas. Para que o museu se possa dar a conhecer, é importante que seja divulgado em meios ou locais públicos, onde a comunidade se reconheça ou se encontre frequentemente (como os centros comerciais, jardins ou praças). Desta forma, o espaço museológico estará sempre presente no quotidiano do seu público potencial, pelo contacto com faixas de população que estejam impossibilitadas de conhecerem os museus por diferentes razões.

Trata-se de um **serviço de difusão do museu**, estabelecido numa óptica mais aprofundada, já que esse espaço passa a ser dado a conhecer através de uma promoção de temas e peças presentes nas suas colecções, tendo por base diferentes suportes (como a passagem de slides ou a audição de cassettes), que poderão funcionar como visitas guiadas. Estas diferentes actividades, organizadas com a colaboração ou ligação a lugares exteriores ao espaço físico de um museu, poderão ser levadas à prática com mais facilidade, se forem concebidas desde o seu início num sistema de parcerias com diferentes organismos, como sejam instituições de ensino, associações de defesa do património ou associações de amigos dos museus.

Para além das exposições itinerantes, é importante que haja o complemento de actividades educativas, a ser concretizadas de diversas formas. Particularmente através da montagem de maletas pedagógicas e da produção de fichas pedagógicas. Desta forma a exposição torna-se num meio essencial da linguagem museológica, na sua vertente de contacto com outros públicos, resultando numa forma mais aprofundada, e deixando registos permanentes da sua temática. Por outro lado, os serviços do museu poderão também ser aplicados a outros locais em que se encontre a exposição itinerante.

Para se produzir um efeito dinâmico, é necessário que a deslocação de pessoal do museu e das suas colecções tenha capacidade de intervenção em espaços públicos, e

de mobilização em determinadas faixas de público, de maneira a que a uma visita a uma dada exposição ou a uma participação numa acção cultural de um museu possa corresponder um conteúdo pedagógico. Para que tal aconteça, é essencial ter como base de trabalho a observação directa, de forma a que o público se sinta estimulado para dialogar sobre a obra presente e a temática que é possível retirar, que poderá ser aprofundada juntamente com os outros participantes, sob a coordenação do técnico responsável pelas exposições. Em complemento, a utilização de novas tecnologias permitirá constituir bancos de imagens, o que levará a enriquecer estas experiências junto do público em geral, já que pode levar a criar novas formas de acesso às colecções, e de interpretação dos conteúdos subjacentes às exposições.

Desta forma, é importante reforçar a noção de Mário Moutinho, segundo o qual como instituição cultural que é, o museu é um organismo que deve manter a preocupação de prestar um conjunto de serviços ao público. É importante que esta ideia seja fundamentada por dois factores: por um lado que a sua vertente educativa, imanente à natureza do espaço museológico, sendo por isso transversal às funções e actividades do próprio museu, por outro lado tomando-se num instrumento de educação informal, abrangendo desta forma todas as faixas sociais, culturais e económicas do seu público.

Para concretizar o objectivo de divulgar as colecções e o património de um museu, de forma clara e para distintas faixas de público, e de dar a conhecer os conteúdos a retirar dos objectos, poderão ser utilizados os diferentes suportes já referidos, permitindo desta forma reforçar os laços entre a comunidade e os visitantes externos com o museu e com o território onde o museu se localiza.

3. O PROJECTO DE MUSEALIZAÇÃO DE UM CINE-TEATRO

3.1. A Programação museológica

Georges Henri Rivière, no seu artigo intitulado *Processus du programme et du projet pour la construction d'un musée*, publicado na *Museum* nº 26 de 13 de Maio de 1974 afirma: “Un musée n'est pas une organisation répondant à un modèle défini, réalisable à un nombre indéfini d'exemplaires...” (RIVIÈRE, 1974). Ou seja, a realidade museológica é bem mais complexa, e segundo define Rivière, pode adoptar diferentes formas que dependem dos seguintes factores:

>A preponderância que é dada às funções museológicas de investigação, conservação, exposição e educação.

>A disciplina científica ou a área em que se enquadra a colecção e a acção do museu.

>As condições de arquitectura do museu.

No entanto, seja qual for a forma que um museu vai adoptar, torna-se imprescindível a definição e adopção de um programa museológico, que preceda a concepção de um projecto arquitectónico, de forma a que este não se imponha ao programa do museu, incidindo as suas preocupações em tornar o museu num espaço funcional que ultrapasse um mero cenário decorativo.

Tal como Vittorio Lampugnani afirma em *Museus para o Novo Milénio*: “...a arquitectura supera inevitavelmente a arte, que ela aloja, independentemente do seu estilo. Isto está relacionado sobretudo com a interpretação da arte como entretenimento, que se opõe vivamente ao conceito da arte como dispositivo da cognição...” (LAMPUGNANI e Angeli Sachs, 1999, p.14). Por outro lado, este autor realça que esta é também uma qualidade, na medida em que na arquitectura de um museu existem os vários traços de contemporaneidade, e a experiência que se efectua na ligação com o meio enquadra os campos urbanístico, tipológico e formal.

É por isso importante sublinhar que as questões referentes à tipologia arquitectónica e à componente científica e cultural do museu deverão ser resultantes da missão, dos objectivos, da função e dos espaços a definir dentro de um programa museológico. Este factor torna-se bastante explícito numa das primeiras ocasiões em que esta noção é abordada publicamente, mais precisamente numa conferência sobre museus de arte que decorreu em 1934, em Madrid, em que Louis Hautecoeur, conservador do museu do Luxemburgo, profere a seguinte afirmação: “L'architecture

d'un musée dépend d'un programme fixé: le programme dépend de l'espèce particulière du musée que l'on veut instituer et de la conception générale qu'on se fait du musée..."

Na verdade, a programação museológica vai basear-se na definição de um projecto cultural e científico, bem como na coexistência de duas figuras centrais: a entidade proprietária e responsável pela gestão do museu e a entidade responsável pelo projecto de arquitectura do museu. Desta forma, é seguido como eixo central de acção a concepção de um documento de reflexão, cujas conclusões permitirão pôr em prática a realização do projecto de arquitectura do museu, dentro de uma evolução própria de um processo dinâmico.

Este processo tem como antecedente a constituição de um projecto científico e cultural, que permitirá delinear alguns elementos fundamentais que condicionarão a via escolhida para a programação museológica. Ou seja, a ideia de criação de uma estrutura museológica, surge a partir de uma entidade pública, privada ou até da associação de um grupo de cidadãos. Necessariamente incide no sentido de preencher uma lacuna ao nível do desenvolvimento comunitário, ou de centrar-se sobre uma determinada disciplina científica, assumindo uma certa vocação, num determinado local, tendo em conta os meios disponíveis para o efeito.

Assim sendo, o projecto científico e cultural de um espaço museológico, através das suas noções fundamentais, deverá ter em consideração a forma como deve evoluir a acção do museu no meio em que se insere, o papel a exercer a nível local, regional, nacional ou até internacional, a política para as colecções e finalmente a definição dos públicos a atingir. No fundo trata-se de reflectir, seja qual for o género de museu em questão, sobre a forma como interagem as colecções com o meio em que o público se insere, os públicos a que se dirige o museu, e finalmente o próprio edifício em que este está implantado, ou em que virá a implantar-se.

Numa época de intensa globalização que facilita a interligação entre entidades, o museu não pode agir em isolamento, por isso tem toda a vantagem em actuar integrado numa rede museológica, quer seja num âmbito local, regional, nacional ou internacional. A criação de uma rede permite operar dentro de critérios de descentralização e de partilha dos recursos museológicos existentes, sobretudo ao nível da divulgação de actividades, de sistemas de inventários, meios de conservação de colecções, e a instalação de programas educativos.

De qualquer forma, é importante ter em consideração de que forma é concebida uma rede museológica, ou seja: se há uma centralização e dependência na definição de

estratégias e de opções de gestão museológica por parte de um único organismo, do qual dependem os museus que fazem parte da rede, ou se é definida uma forte articulação na disponibilização de recursos entre todos os espaços museológicos que optaram por integrar a rede. Tudo isto, tendo por base um conjunto de parcerias entre os organismos museológicos que se encontram de uma forma interdependente (mantendo a sua autonomia) pertencendo à mesma rede.

No caso português, a Rede Portuguesa de Museus, criada originariamente como uma Estrutura de Projecto a actuar durante o triénio 2000-2003, define-se no seu documento programático, como: "...um sistema de mediação e de articulação entre entidades de índole museal, tendo por objectivo a promoção da cooperação e da partilha, com vista à requalificação do tecido museológico português" (AA.VV, 2000b, p.22). Existem, no entanto, outras experiências de participação de museus portugueses em redes temáticas que vão sendo gradualmente criadas (como a associação que agrupa os museus de empresas), ou até em redes de âmbito internacional, nomeadamente aquelas referentes a projectos que são alvo de financiamentos por parte da União Europeia.

Relativamente ao programa museológico propriamente dito, a base do projecto para o museu deverá ficar a cargo de um programador, que poderá ter em conta vários factores, nomeadamente o conceito específico em que o projecto museológico se irá fundamentar, o seu campo de acção, o contexto em que se integra (se é a um nível escolar, institucional ou associativo) e a disciplina científica em que se insere.

Partindo destes factores, o programador deverá tirar partido e rentabilizar as intervenções vindas de inúmeras entidades, desde os responsáveis políticos, passando por conservadores-restauradores, até aos documentalistas e museógrafos. A síntese das várias reflexões efectuadas, permitirá a elaboração de um documento programático, que servirá de base ao trabalho que o arquitecto (a ser escolhido entre a entidade gestora do futuro museu e o programador) irá elaborar posteriormente e que será concretizado na construção de um edifício ou na reconversão de um espaço antigo. No caso presente de um cine-teatro, é necessário lidar com os condicionalismos de serem essencialmente utilizadas para exposições as zonas públicas concebidas no projecto para a sua função original (o bar, o foyer, as escadarias para os balcões superiores)

Neste programa museológico, deverá constar a pluralidade de serviços que o museu irá disponibilizar aos seus visitantes e a estrutura de serviços em que irá assentar,

com a definição de determinadas categorias de zonas, e da sua respectiva finalidade.

Dentro destas, podemos distinguir:

>Espaço público livre, que corresponde à zona de acolhimento;

>Espaço público controlado, referente às zonas de exposição;

>Espaço semi-público, como zona de preparação para programas de índole educativa;

>Espaço semi-privado, na medida em que será destinado a salas de um Centro de Documentação;

>Espaço privado, a ser usado pelo pessoal técnico e administrativo do museu, correspondente às respectivas áreas de trabalho.

Para a preparação de um programa museológico, o técnico responsável deverá ter em conta vários participantes. Por um lado, a entidade proprietária, que normalmente é uma só, e que pode tomar várias formas: seja associativa, empresa, Fundação, organismo estatal ou municipal. Trata-se da responsável pela gestão do museu ou pelo acompanhamento de todo o tipo de obras de arquitectura a elaborar no espaço. No fundo, é uma entidade de tutela, que poderá ter responsabilidades consoante a sua natureza orgânica, a serem coordenadas pelo respectivo conservador ou técnico de museologia, e que poderão ir da aprovação do pré-programa à designação do arquitecto responsável pela obra (em parceria com o programador do museu), e finalmente a todo o acompanhamento da obra e da programação museológica.

Todas estas etapas poderão ser acompanhadas por uma comissão, a ser formada pelo responsável da obra, pelo técnico de museologia que vai conceber o projecto científico, pelas entidades que apoiam financeiramente o projecto museológico, e também por consultores externos ligados à museologia. Idealmente esta comissão deverá reunir-se para debater o andamento dos trabalhos no final de cada uma das fases. Para uma maior flexibilidade, este grupo de trabalho deverá ser de reduzida dimensão, para que a coordenação dos trabalhos seja feita de uma forma dinâmica, permitindo que os contributos sejam uma mais valia ao projecto. O autor da concepção do projecto científico será o elemento chave a quem cabe a tomada de decisões no andamento dos trabalhos.

Escolhido pela entidade gestora do museu, o programador irá ocupar-se da avaliação dos constrangimentos técnicos e arquitectónicos, traduzindo posteriormente os objectivos para o projecto em questão, assim como as necessidades de organização funcional e de espaço. Por outro lado, deve ser também assegurada a coerência do

projecto, tendo por base a existência de estudos prévios, pelo que o programador deverá ter o domínio dos projectos museológicos e situar-se como um intermediário ou mediador entre o gestor do museu e o arquitecto que vai concretizar o projecto, operando de forma dialogante entre os vários intervenientes.

Na fase de produção de um pré-programa, o responsável deverá definir como se caracterizam os principais dados: nomeadamente ao nível do local escolhido, a superfície respectiva, e qual a forma como as diferentes zonas se vão distribuir, tendo como base a melhor forma do museu estar ao serviço da comunidade. Posteriormente a sua visão será enriquecida e confrontada com a do arquitecto responsável e a do museógrafo.

Ao iniciar a concepção de um programa, o programador terá de confrontar-se com quatro grandes problemáticas: uma boa conservação preventiva da colecção tendo em atenção a sua natureza distinta (novas tecnologias, documentos, objectos tridimensionais); a sua segurança tendo em conta todas as situações que podem ocorrer; a segurança dos públicos e o conforto dos visitantes tendo por base os circuitos de visita e a reflexão surgida no âmbito dos estudos de público.

Neste contexto, deve ser proporcionada uma visita proveitosa ao nível da assimilação de novos conhecimentos, através da adopção de elementos que permitam uma boa compreensão das exposições. Este factor é fundamental, na medida em que é imprescindível saber conquistar o público, pois sem ele o projecto cultural é inútil, tal como é dito na *Fiche Pratique 4-Élaborer un projet culturel* (da responsabilidade do Ministério da Cultura francês): “Pas d’oeuvre sans public!...Le public se mérite, se gagne, se fidélise. Se forme aussi.” (AA.VV, s.d)

Por outro lado, a programação deverá estimular a reflexão relativamente aos seguintes elementos:

- Um enquadramento do projecto museológico, tendo em conta a sua ligação ao meio, a dinâmica de museus de temática semelhante, ou a um nível mais geral os elementos patentes nas redes de museus existentes.
- A definição de um orçamento, para concretizar as actividades do museu e de um organograma onde se enquadre a equipa de trabalho, bem como as suas funções.
- A realização de estudos de marketing e o melhoramento dos serviços do museu, para que eles se adequem da melhor forma às necessidades dos visitantes.

- Ter em conta um planeamento cuidado relativamente aos elementos ligados às colecções, nomeadamente no que se refere às reservas, segurança e conservação preventiva.

3.1.1 O Programa de Arquitectura do Museu

Ao responsável pela programação cabe também a concepção do programa técnico e arquitectónico, nomeadamente com incidência no zonamento dos espaços das reservas; zonas de conservação e restauro, espaços de exposições e espaços para o desenvolvimento de diferentes serviços. A aplicação destas características deverá ser levada a cabo pelo arquitecto em complemento com o designer (ou por um atelier de arquitectos) a quem pertence a autoria do projecto arquitectónico vencedor.

Este projecto deverá idealmente desenvolver-se na base da partilha da informação com os diversos intervenientes, desenvolvendo-se através das seguintes etapas:

>Enquadrar os principais objectivos e linhas de força do programa museológico com o projecto arquitectónico;

>Avaliar a viabilidade do projecto arquitectónico, com a definição de um programa geral, que incida nos factores tempo, espaço, técnica e nas vertentes financeira, jurídica e social;

>Encadear o respectivo programa detalhado ou operacional, através do levantamento de necessidades técnicas ou museográficas, levando à definição das características espaciais ou financeiras, de forma a ser possível lidar com um orçamento de custos mais concreto;

>O Caderno de Encargos permite, tendo já em conta a aplicação do projecto à realidade, estabelecer a sua duração, bem como a definição do seu pré-projecto provisório, o qual deverá sintetizar as principais linhas de força. Este será um instrumento de trabalho fulcral para partilhar com uma Comissão de Acompanhamento, para poder ser discutido o andamento real dos trabalhos.

>Um ante-projecto mais detalhado deverá fixar as opções técnicas e financeiras do projecto, através da especificação do nível dos valores financeiros a ter em conta.

>Após a elaboração do projecto arquitectónico é a vez de ser levada a cabo a empreitada da construção do espaço museológico.

>Assim que a obra estiver finalizada, atinge-se a instalação da equipa de trabalho, das colecções museológicas (nas reservas e nas salas de exposição) e de todo o

equipamento técnico fundamental para o bom funcionamento do espaço e da conservação do seu espólio.

Para além do prosseguimento destas etapas, é imprescindível que neste tipo de programa se tenha em conta alguns conceitos da museologia, que se poderão aplicar aos programas de arquitectura e que corresponderão a boas práticas de museologia. Nesta medida, se o programa tiver em conta determinados conceitos de base, a actividade museológica poderá ser exercida com mais qualidade para a comunidade, para o público em geral e para a própria equipa de trabalho. George Henri Rivière, enunciou três boas práticas para um programa de arquitectura, que estão ligadas a esses conceitos básicos da museologia:

>A definição dos espaços interiores, que deverá ter em conta uma estabilização da estrutura dos percursos museográficos, e por outro lado uma necessária flexibilidade dos equipamentos do museu, de forma a que possam ser renovados periodicamente, para haver uma eficácia na transmissão de informação e um maior conforto para os visitantes;

>A harmonia e a coerência arquitectónica, que devem ser aplicadas a todos os níveis, nomeadamente no que se refere aos equipamentos utilizados no museu (desde a legenda ao mobiliário), devendo em fases de renovação a operação fazer-se no seu todo.

>A concepção de um projecto arquitectónico para um museu, que deve ter em consideração a possibilidade do espaço museológico projectado e os seus equipamentos poderem estar preparados para uma posterior fase de desenvolvimento e ampliação do projecto museológico, tanto ao nível de volume como de superfície. Ou seja, ao colocar-se esta possibilidade arquitectónica, o museu poderá progredir segundo as tendências de cada época, tornando-se assim mais polivalente.

Os bons resultados de uma programação museológica poderão ser atingidos (em qualquer tipo de dimensão que o museu tiver), através de compromissos a estabelecer entre os vários intervenientes no processo. Ou seja: com a equipa de trabalho, a entidade gestora, o arquitecto que concebeu o espaço e os diferentes tipos de público, sem esquecer as avaliações prospectivas reflectindo sobre os seus resultados.

3.1.2 O Projecto Científico-Cultural

Intimamente interligado ao programa museológico e arquitectónico de um espaço museológico, o projecto científico-cultural é um conceito básico para a definição da acção de um museu. Este deverá ser definido por uma equipa de trabalho

administrativa e científica que vai reflectir e dar a conhecer os elementos que definem a acção do museu: a vocação do museu; a missão; os objectivos a desenvolver, o seu papel a nível cultural, social e económico. Por outro lado, o projecto irá definir as regras relativas às medidas a tomar ao nível da conservação de colecções e da sua difusão junto das diferentes faixas de público.

Esta reflexão colectiva permite abordar e definir claramente quais são as prioridades a seguir, de que forma o projecto cultural e científico poderá desenvolver-se e como é que se vai enquadrar no meio cultural e social em que se encontra. Os elementos, que se revelam imprescindíveis para que o museu possa efectivamente exercer a sua função social ao serviço da comunidade, são:

- ◆ A definição da situação existente, que estabelece um ponto de partida, nomeadamente na análise sobre a concretização da missão do museu a partir da gestão das colecções (ao nível de inventário e de conservação preventiva), definição do trabalho de investigação, organização de exposições e edição de publicações.

A organização de estudos de público vai permitir aplicar estratégias de fidelização, e definir os serviços em que o museu poderá assentar, neste caso o estabelecimento de parcerias na organização de actividades revela-se fundamental. Finalmente, deverá ser feita uma análise sobre os dados referentes ao estado do próprio edifício, orçamento e orgânica de funcionamento.

- ◆ A reavaliação da missão no espaço museológico permite elaborar uma selecção das prioridades surgidas na preparação do projecto, o que permitirá um melhor conhecimento das colecções, levando a equipa de trabalho a apropriar-se da melhor forma da reconversão da missão museológica.

Estas acções permitem zelar sobre o estado de conservação do museu, articulando com o programa de investigação definido para o estudo da colecção. Um forte conhecimento do meio cultural onde está implantado o museu, e dos seus públicos (reais e potenciais), deve transparecer em todas as valências do museu, permitindo adequar da melhor forma as propostas do museu com o seu público.

Em conclusão, pode afirmar-se que o projecto científico-cultural do museu permite analisar as várias opções possíveis a tomar, clarificar os objectivos e interrogar sobre o sentido que o museu poderá ter no meio em que se encontra, através de reuniões permanentes com a equipa de trabalho.

Assim, o projecto científico e cultural vai ter a preocupação de realçar:

- A necessidade de preservação e identificação do património existente no meio;

- A valorização das colecções e do design como meio utilizado;
- A definição de uma programação de exposições temporárias, que permita destacar as colecções, enquadrando-as a um nível patrimonial mais abrangente, contextualizando a cultura local num âmbito mais global;
- Levar o museu a responder às necessidades do seu público, com a sua programação e com os serviços que tiver disponíveis, condições essenciais para a conquista de novos públicos, aliadas a uma aplicação das estratégias de comunicação, que passam por valorizar as exposições junto de públicos mais desfavorecidos, nomeadamente através da organização de actividades culturais;
- A fidelização dos públicos deverá ser feita através de um direccionamento das actividades para distintas faixas, e pela reflexão sobre a linha de actuação da associação de amigos.

O documento final deverá ser feito com bastante criatividade, de forma a poder ser uma verdadeira ferramenta de trabalho, que ao fim de um determinado período de tempo deverá ser reavaliada tendo por base as novas condições que se apresentam. Neste caso, o museu deverá ser redefinido através de uma reconversão da equipa de trabalho e da criação de novas valências, nomeadamente a integração em redes museológicas que tenham por base o campo de acção do museu, tanto a nível nacional como num âmbito internacional

O projecto científico-cultural funciona como um documento aberto e em permanente construção, pelo que se torna possível, juntamente com a definição de um plano estratégico, o estabelecimento de um ponto da situação sobre o trabalho realizado, nomeadamente pelas intenções traçadas e os objectivos que foram efectivamente atingidos, com a capacidade de repensar as acções estabelecidas.

3.1.3 O Planeamento Estratégico

Segundo consta da primeira recomendação da Mesa Redonda de Santiago do Chile, o museu deve transmitir à comunidade a visão de conjunto do meio material e cultural onde esta se insere, actuando como museu integral ao serviço do desenvolvimento comunitário. Para concretizar esta linha de actuação, deverá constar do programa museológico a capacidade de consciencialização do visitante sobre os problemas que o afectam a si e ao meio envolvente (quer seja de um meio rural ou urbano), tendo em vista a capacidade de promover o desenvolvimento científico e tecnológico, resultando assim numa acção de índole educativo.

Para levar a cabo essa realidade, o museu terá de actuar com a organização de acções culturais e educativas a longo prazo, na medida em que as suas estratégias serão delineadas por um período alargado, para que o museu possa acompanhar a evolução natural da própria comunidade. A este nível é necessário pensar nos objectivos futuros a atingir e organizar a acção futura que o museu deverá ter.

A concepção de um Plano Estratégico permite reflectir sobre os fins a atingir num museu, bem como as regras e as decisões que se vão tomar num período de tempo superior a cinco anos. Caso se pretenda reflectir num espaço de tempo mais curto, tendo em conta objectivos mais alargados e menos concisos, a opção deverá ser pela adopção de um Plano Operacional.

No entanto, tendo em consideração que uma comunidade evolui de uma forma descontínua, complexa e com muitas rupturas, com diferentes caminhos, e não de uma maneira linear e simples, a melhor via de trabalho poderá ser a de uma análise prospectiva. Trata-se de uma forma de ir actuando no presente, na óptica das estratégias a escolher num tempo futuro, tudo isto através de procedimentos técnicos de suporte à reflexão, de forma a ser possível optar por uma linha de acção futura para a acção do museu.

A modalidade de actuação escolhida deve ser coerente e articulada com o meio e o cenário em que o museu se insere, de uma forma concisa e bem reflectida funcionando como uma opção estratégica. Seguidamente, e para que seja possível projectar os objectivos museológicos do futuro para o presente, e para que o planeamento sirva realmente como uma ferramenta de trabalho para estar ao serviço do desenvolvimento da comunidade, é necessário adoptar a seguinte ordem para cada uma das etapas:

- >Planeamento do programa de acções e de orçamentos a aplicar;
- >Definição de um relatório e de um Plano de Trabalho a seguir;
- >Acompanhamento constante da evolução social da comunidade, de forma a ser possível actualizar o relatório a elaborar, para que o museu esteja realmente ao serviço da população.

3.1.4 Os Estudos de Público

Segundo a perspectiva da nova museologia, o fenómeno museal deve ser contextualizado como um meio de comunicação, pelo que as características do trabalho museal deverão ser adaptadas a novas situações que se vão formando no seio da comunidade ao longo dos anos. Esta visão permite produzir um novo discurso

sociológico, no sentido de estimular as populações para se organizarem por sua iniciativa numa via de desenvolvimento, articulando a esfera da economia com a da cultura.

Assim sendo, dá-se uma abertura do museu ao seu público e aos seus problemas actuais, reforçando-se a ligação à comunidade através da prestação de serviços que se enquadrem dentro da temática do espaço museológico, bem como através da dinâmica criada junto da população. Para que esta comunicação possa acontecer, é necessário uma adequação dos conteúdos dos serviços às necessidades e às expectativas criadas junto da população. Para atingir o objectivo é preciso conhecer, analisar e caracterizar a experiência museal que o indivíduo experimentará dentro de um museu. Tal experiência resultará no conhecimento sobre as reacções à oferta que o museu disponibiliza junto dos visitantes, e que permitirá delinear uma estratégia de forma a melhorar o conhecimento sobre o público.

Estes dados poderão ser obtidos através de estudos de público, que são cada vez mais um instrumento preponderante dentro da museologia. Aliado a isto deve ser concebida uma avaliação, que leve a equipa a modelar um quadro de respostas/opiniões dos visitantes sobre a experiência museal que viveram relativamente aos vários serviços que o museu podia oferecer. O encadear destes dois instrumentos de trabalho – a avaliação e os estudos de público – reforça a comunicação e os laços que se devem manter entre a população e o seu museu, já que as suas opiniões poderão ser uma base de trabalho no planeamento de actividades educativas, através de correcções e reestruturações em relação à oferta que o espaço museológico disponibilizou.

As acções culturais, efectuadas pelos respectivos serviços do museu antes de serem elaborados os estudos de público, deverão ser questionadas e passarão a ser traçadas novas vias para o enquadramento das actividades acessíveis ao público, para fomentar um novo tipo de articulação social. A avaliação permite caracterizar os desejos da população perante a oferta do espaço museológico, à qual se vai adequar o programa do museu, devendo no entanto existir um espaço para a experimentação e para a criação de novas possibilidades.

Por outro lado, é importante voltarmo-nos a deter sobre os estudos de público, e à experiência museal que o visitante atravessa - a forma como ele interage com as propostas que são apresentadas pelo espaço museológico. Isto porque esse momento que o visitante vive é fruto das suas características pessoais e do meio social em que se insere, o que leva a que cada visita tenha uma marca individual e única. No entanto, e

apesar da clara definição dos elementos a aplicar na elaboração e interpretação de estudos de público, o perfil do visitante está interrelacionado com variantes mais complexas, como o espaço (que está à partida pré-definido) o que torna difícil de avaliar de que forma é que este aspecto interage com o visitante. Por outro lado, a variante ligada à personalidade interliga a reacção com a motivação, o que explica o entusiasmo latente por um grupo de pessoas interessadas, no momento em que se encontra a efectuar a visita, independentemente do discurso museológico ser acessível ou não.

A este propósito, Gail Durbing realça em *Developing Museum Exhibitions for Lifelong Learning*: “Good exhibitions are often conceptually simple. The more complex the verbal message becomes, the less understandable the exhibition turns out to be, since exhibitions are basically non-verbal enterprises. What can be displayed best are tangible materials that can be seen, sometimes touched, and often fantasised about.” (DURBING, 1996, p.4).

A elaboração de estudos de públicos situa-se num enquadramento mais actual, em que a actividade dos museus se irá pautar por uma acentuada dinâmica, bem como por uma interactividade com o público, baseada num processo de educação informal. Trata-se da programação de acções traçada segundo um modelo educativo que não segue uma estrutura rígida, pré-definida, mas que envereda por uma via em que há uma grande liberdade para optar. O visitante é levado a formar a sua própria estrutura de aprendizagem pela percepção da acção que permite compreender, transformar e comunicar a realidade apreendida.

Ou seja, na sua programação de actividades, o espaço museológico deverá definir a estratégia de captação de público: direccionar-se para uma única faixa de público muito específica, ou atingir um público mais indiferenciado. Seja qual for a opção, o programador deverá considerar as quatro percepções base que caracterizam o visitante:

- > O lado dinâmico, que tem implícita a componente do agir e do fazer;
- > O lado imaginativo, que capta um sentido na realidade;
- > O senso comum, de busca da componente prática;
- > A componente analítica, que permite tornar a aprendizagem como um pensamento sobre a realidade.

O principal objectivo dos estudos de público é assim o de analisar os elementos ligados ao comportamento individual, nomeadamente em tudo o que diz respeito às expectativas formadas pelo público, o entendimento das necessidades do visitante (tanto

físicas como psicológicas), e os obstáculos que o visitante encontrou na visita. Já na estruturação da avaliação, os factores a ter em conta são: a importância da visita para o participante (tanto a nível da exposição como dos outros serviços de extensão cultural que o museu disponibiliza), a articulação de atitudes e opiniões com as respectivas faixas etárias e finalmente a análise do impacto destes factores tanto a curto como a longo prazo.

Para que os estudos de público e a avaliação possam adquirir alguma importância na definição da actividade museológica, os resultados deverão servir como meio de reflexão. Tal como reforça Adriana Almeida no texto *Avaliação de acção educativa e cultural em museus: teoria e prática*: "...a avaliação fornece um retorno aos profissionais envolvidos no processo de planeamento e realização das actividades museológicas assim como suporte ao planeamento de acções futuras. A avaliação é fundamental para o questionamento das práticas educativas, do fazer dos educadores e dos profissionais envolvidos." (ALMEIDA, 1997, p.1)

As interpretações dos resultados a retirar devem ser posteriormente aplicadas pela equipa de trabalho do museu no respectivo planeamento operativo, de forma a que esteja sempre presente a necessidade de haver um reforço do museu com o seu público, indo assim ao encontro de uma ideia de museu como âncora de uma política de desenvolvimento urbano. Ou seja, funcionando como uma verdadeira imagem de marca, e ao mesmo tempo como um instrumento que permite à comunidade construir o seu futuro, levando-a a tornar o seu museu um espaço privilegiado de afirmação identitária e local, permitindo desta forma salvaguardar a própria identidade cultural da comunidade.

3.2 As novas tecnologias da informação e o seu contributo no projecto de musealização de um cine-teatro

Para a elaboração de um projecto que visa a musealização de um cine-teatro, tomámos em linha de conta a importância de ser aplicado a um edifício histórico construído até ao período da legislação da década de 40 que definia as condições de construção destes espaços. Nesta medida, entendemos que estas salas de espectáculo são as mais interessantes de trabalhar por serem já referências de memória da comunidade, tal como damos conta no primeiro capítulo desta tese, e pelo seu percurso longo de oferta cultural com a combinação dos espectáculos (com destaque natural para o teatro) e a exibição de filmes.

Dentro deste contexto, torna-se importante, antes de mais, observar as diferentes aplicações que o fenómeno “museu” poderá ter, já referenciadas nos capítulos anteriores. A este propósito, vale a pena referir uma perspectiva que procura sobretudo destacar o culto da materialidade do objecto, e outra perspectiva do alargamento do seu campo de actuação no sentido de tornar o museu num espaço de prestação de serviços culturais, num quadro de ideias definidas, devidamente enquadrado sobretudo na comunidade em que está situado, operando ao serviço do seu desenvolvimento. Esta última perspectiva, pretende extrair os conceitos e as ideias que lhes estão subjacentes.

No entanto, é essencial realçar que, numa época de globalização, o espaço museológico não pode nem deve fechar-se apenas na sua comunidade, pelo que é necessário avaliar a visita e participação de público exterior à comunidade, e enquadrá-los na programação do museu. Tudo isso passa, para além da definição dos elementos básicos do museu (missão, objectivos, estratégias), pela constituição de um projecto científico-cultural bem estruturado, que destaque os públicos-alvo a atingir dentro e fora da comunidade onde o museu está implantado.

Com a certeza que não existe o museu ideal, nem fórmulas certas para o concretizar, Vicente Todolí, enquanto director do Museu de Arte Contemporânea de Serralves, afirma em entrevista ao *Jornal de Notícias*: “O museu ideal é um mito. Pertence ao domínio do sonho. O museu enquanto espaço meramente físico é um mausoléu, uma coisa morta. Compete-nos dinamizá-lo e torná-lo vivo....é necessário que criemos motivos constantes de interesse” (ALMEIDA, Março de 2001).

Neste caso, Todoli dá a entender, numa época em que o lado exterior de um espaço museológico é sobrevalorizado em relação ao seu interior, que o museu não pode valer apenas pela sua componente arquitectónica (que no caso de Serralves foi extremamente cuidada), mas que é preciso destacar-se por uma programação dinâmica, que marque a diferença.

Umberto Eco, numa conferência proferida em 2001 no Museu Guggenheim de Bilbao (um espaço que simboliza bem a globalização do fenómeno museológico), refere-se sobretudo à aplicação de uma componente global aos museus de grandes dimensões, quando caracteriza criticamente a forma como estes (de uma forma geral) recebem os grandes grupos de visitantes, sublinhando como as massas indistintas de visitantes (a razão de ser de um museu) matam os próprios museus. Neste contexto reforça que numa visita a um museu aquilo que habitualmente sobressai é a visita rápida

destes grupos de turistas, que são levados a debruçar-se apenas em certas obras de arte mais célebres, sem terem tempo de poderem assimilá-las com tempo.

Em seguimento, Eco propõe uma hipótese (utópica ou não) de museu ideal baseada no acesso a uma única obra de arte, embora contextualizada com outros aspectos referentes à época de produção da obra. Ou seja, antes de se atingir o quadro em questão, que o escritor italiano referiu, neste caso *A Primavera* de Boticelli, o público teria de percorrer outros espaços do museu que permitissem entender as características do campo artístico da época do autor do quadro – poesia, música ou a filosofia – para então chegar ao quadro e poder compreendê-lo “através do olho treinado de um florentino do século XV”, tal como refere Eco nessa conferência.

Trata-se de um conceito aplicável a um projecto de musealização de um cine-teatro, mas que é importante desenvolver em consonância com alguns elementos, nomeadamente ao nível do enquadramento com a função social do museu e da acção que este pode vir a ter, que no IV Atelier da Nova Museologia vem definida da seguinte forma: “a acção da N.M supõe a acção criadora da população no seu próprio desenvolvimento, ainda que haja a consciência de que essa participação se manifesta de modo vário, respeitando a diversidade de interesses, o grau de desenvolvimento e as necessidades em número de participantes em cada projecto(...)” (VARINE, 1987b).

A partir desta noção, é imprescindível que o museu adopte uma forma de linguagem que permita transmitir e tornar acessível as suas actividades que vão assegurar a função social e o estímulo a uma acção de criação por parte da comunidade. A este nível, a Declaração de Caracas, é bem clara quando torna patente que: “ a função museológica é, fundamentalmente, um processo de comunicação que explica e orienta as actividades do museu(...)” (AA.VV, 1992c, p.6). Ou seja, devem procurar-se diferentes tipos de linguagem que permitam dar eficácia à acção do museu, para serem transmitidos por diferentes vias de forma interactiva, reforçando uma reciprocidade ao nível do diálogo e da transmissão de conhecimentos entre a comunidade e a equipa museológica.

A Declaração de Caracas realça ainda que o processo de comunicação de um museu deve privilegiar a contemporaneidade, através da adopção de um discurso actual, conduzindo a sua acção para a importância das questões e das tendências que se dão na actualidade. As tecnologias da comunicação são presentemente, e tendo em conta a sua constante evolução, um instrumento fundamental a aplicar à forma de comunicação utilizada no museu. Tendo em conta este factor, o documento redigido na capital

venezuelana pelos que se associaram ao Movimento da Nova Museologia em 1992: “...aponta para que se aproveitem os seus benefícios e ensinamentos, utilizando-os de modo crítico, ao mesmo tempo que se aproveita a sua utilização para desmistificar o uso de tecnologias sofisticadas sempre que seja em proveito do homem e da sua integridade.” (AA.VV, 1992 d)

Neste contexto, a equipa museológica deverá estimular a população a participar cada vez mais na acção museológica. Assim, os próprios membros da equipa de trabalho do museu poderão idealmente ter cada um uma formação própria, permitindo que a equipa tenha no seu conjunto uma pluralidade de diferentes formações académicas e experiências profissionais, que lhe dão uma sensibilidade no contacto e na inserção da população, de forma a que resulte num trabalho conjunto ao nível da programação e gestão museológica.

Toda a revolução tecnológica que a Declaração de Caracas fazia referência no início da década de 90 sofreu um processo de constante evolução até à actualidade. Desta forma, o documento acabou por ser afectado pela criação e utilização dos cada vez mais sofisticados produtos resultantes das novas tecnologias da informação, que provocaram fortes influências na estrutura de uma comunidade e conseqüentemente no seu modo de vida, ao influenciar as dimensões fundamentais referentes ao tempo e ao espaço.

Por outro lado, as tecnologias da informação permitem alicerçar novas formas de criatividade e novos meios de comunicar, levando o homem a explorar experiências inovadoras, permitindo que a sociedade vá caminhando no sentido de atravessar transformações estruturais, o que corresponde ao conceito da informacionalização. Esta é assim uma importante forma de desenvolvimento dentro de um país, em diferentes regiões e locais, e do país para o exterior, na sua ligação a outros países. Sendo a museologia uma ciência que pretende actuar com a participação da população, trabalhando ao serviço do seu desenvolvimento, não pode ser indiferente à utilização das novas tecnologias da informação, para que estas possam funcionar como um eficaz instrumento ao desenvolvimento de uma comunidade.

Assim, a emergência de uma nova produção económica, baseada em meios de alta tecnologia, fundamenta-se no acesso a um novo tipo de conhecimento, bem como ao processamento da informação apropriada que se encontra inserido nas novas tecnologias da informação (vídeo, DVD, Internet, televisão interactiva, entre muitas

outras possibilidades). Os resultados da economia informacional vão desenvolver-se através destes meios.

Estes recursos essenciais às novas tecnologias são elaborados nos chamados “Tecnopólos”, centros de planeamento que visam promover fortemente a indústria da alta tecnologia, através da contratação e colaboração de funcionários de formação especializada, e de uma dinâmica gerada a nível criativo. Tal situação permite a criação de condições de estímulo ao desenvolvimento regional e local de um país, o que se poderá afirmar como uma vanguarda criativa e como promoção ao seu desenvolvimento.

Todo este desenvolvimento, que ocorre a um nível informacional, surgiu a partir da interligação da produtividade com a qualidade do conhecimento, permitindo uma maior acumulação deste nos processos e nas relações de produção, bem como na convergência entre as transformações sociais e as mudanças tecnológicas. Estas inovações aconteceram a partir da década de 60 levando a profundas mudanças de comportamentos e de mentalidades.

Estas transformações científico - tecnológicas permitiram a formação de um novo paradigma, que se refere a uma crescente sofisticação do processamento da informação através das novas tecnologias, o que resultou numa ferramenta de trabalho fundamental, em conjugação com as telecomunicações e com todos os produtos daí decorrentes. Este contexto permitiu uma difusão e uma plena utilização das tecnologias da informação, levando a um eficiente tratamento de informação, bem como a um forte intercâmbio entre fluxos informativos, sem preocupações de distância e permitindo fazer tudo isto através de menores custos e em períodos de transmissão mais curtos.

Desta maneira, a utilização de produtos decorrentes das novas tecnologias permite a articulação com os processos de informação, o que leva a que estes sejam depois incorporados na produção de bens ou na prestação de serviços. Ao serem incorporados, ganham um cada vez maior protagonismo no tecido produtivo, com influência crescente no quotidiano de uma comunidade, pelo que a consequente criação de conteúdos para estes produtos permite que se convertam em novos bens culturais difusores de conhecimento.

Este quadro ganha importância pelo facto de interligar diferentes descobertas científicas focando-se no processamento de informação, nomeadamente no uso da capacidade informacional de forma a que esta proporcione comunicação em toda a gama de inovações tecnológicas. Estas mudanças, resultantes de revoluções

tecnológicas, baseiam-se sobretudo na definição e na contínua transformação de inovadores processos de produção, que permitem que posteriormente sejam criados novos produtos.

Em consequência, este contexto provoca profundas mudanças na estrutura social, na medida em que subsiste uma ligação entre os processos de produção e a actividade humana, já que, tal como refere Manuel Castells em *The Informational City*: “...processes, unlike products, enter into all spheres of human activity, their transformation by such technologies....leads to modification in the material basis of the entire social organization...new information technologies are transforming the way we produce, consume, manage, live and die...”. (CASTELLS, 1989, p.15)

As novas tecnologias da informação visam estabelecer relações de proximidade na cultura de uma sociedade, tanto no conhecimento científico como no desenvolvimento das forças produtivas. Neste âmbito, importa ter em conta que a informação a trabalhar é baseada no factor cultural, enquanto que o seu processamento implica a manipulação de material com base no conhecimento. A informação torna-se assim num importante elemento de produtividade, bem como de desenvolvimento económico e social dentro de uma comunidade, embora nesta situação seja importante conjugar este elemento com a componente formativa de uma equipa de trabalho.

O paradigma das novas tecnologias, aplicado a um novo modelo de organização social implica ainda a introdução de um outro elemento, referente à flexibilidade, que acaba por ser transversal à produção, ao consumo e à gestão, originando uma maior proximidade entre a esfera económica e a esfera social. Desta forma, pode afirmar-se que as novas tecnologias contribuem fortemente para o desenvolvimento social, na medida em que permitem atingir um maior nível de vida, embora esse caminho se faça por vezes indo contra a identidade de uma comunidade.

A nível produtivo, é preciso notar a existência de dois factores que influenciaram as formas de processar a informação a um nível industrial, e que permitiram o surgimento de uma forma de produzir globalizada. Por um lado, o fortalecimento de um modelo de grande empresa, multinacional, como um poderoso e importante modelo organizacional de gestão e produção, sobretudo numa economia de larga escala e centralizada. É precisamente neste factor que se nota como a esfera económica influencia fortemente a esfera social, já que esta forma de actuação económica tem posteriores consequências a nível social, pela sua ligação à esfera do consumo.

Por outro lado, no campo dos consumidores, deu-se a formação e o fortalecimento de um mercado de massas, nomeadamente através da generalização do uso de internet e de outras tecnologias da informação, o que levou ao alargamento da distância entre os compradores e os vendedores, provocando um reajustamento na estrutura do consumo, transformando as formas quotidianas de lidar com esta realidade. No entanto, estas transformações originaram também inúmeras desigualdades quanto à possibilidade de acesso ao consumo, tanto ao nível do interior das fronteiras de um país, como entre diferentes países. Isto acontece devido à falta de formação bem como da possibilidade em aceder às novas tecnologias, originando o surgimento de info-excluídos, na medida em que na era da sociedade de informação é imprescindível o acesso às tecnologias de informação, bem como ao seu conhecimento.

A este nível, a intervenção do Estado, bem como das instituições culturais (nomeadamente de museus), deverá ser cada vez mais forte no combate a estas desigualdades, bem como através de uma tomada de atitude mais atenta e vigilante perante a forma como as redes de informação actuam nos diversos sectores de produção. Esta forma de desenvolvimento, que Manuel Castells denomina como **informacional**, surge enquadrada no aparecimento das tecnologias de informação, cujo crescente grau de inóvação provocou fortes transformações ao nível da estrutura e do processo criativo, bem como da organização da sociedade. Tudo isto surge representado através de uma ligação entre a revolução ao nível das tecnologias de informação e a preponderância das actividades de processamento de informação presentes ao nível da produção, consumo e intervenção do Estado.

A difusão das novas tecnologias, dentro do contexto do novo modelo de desenvolvimento, permite questionar a atitude das organizações que surgiram na época industrial, caracterizada pela adequação da sua actuação à utilização das novas tecnologias através da renovação constante do seu equipamento. Por outro lado, esta situação leva a uma redefinição da função geral do Estado, que se pode afirmar cada vez mais como fonte de produtividade, através da valorização dos recursos humanos. Acentua-se assim cada vez mais uma tendência de dualidade de fluxos informativos: se por um lado o Estado, através dos seus organismos competentes intervém regulamentando e divulgando as suas actividades, por outro a sociedade civil tem mais espaço para poder actuar, atendendo ao respeito pelos princípios democráticos.

Deste modo, é essencial destacar que o desenvolvimento informacional é um processo em constante transformação, que tem por base uma forte interacção entre a

tecnologia e os agentes empresariais e associativos. Por isso, deve-se realçar que a expansão das novas tecnologias da informação promove a contínua actualização por parte das estruturas das organizações que actuam numa comunidade, e é nesta situação que a musealização de um cine-teatro poderá ter uma intervenção importante.

Observando que todas estas questões, e os conceitos daí decorrentes, estão amplamente interligadas com o desenvolvimento social e económico de uma comunidade (o que acabará por ter reflexos no fortalecimento da sua identidade, noções estas que têm igualmente uma ligação à função social do museu), devemos aprofundar certos elementos referentes a esta problemática.

Trata-se da reformulação de um paradigma técnico - económico, resultante das transformações surgidas no sistema capitalista que moldaram a informacionalização como o resultado do potencial de informação das novas tecnologias, compostas pela componente organizacional e tecnológica. O desenvolvimento informacional (que levou a uma transformação ao nível dos hábitos sociais das populações) tem permitido actuar numa reestruturação do sistema capitalista a três níveis:

- O aumento de produtividade por parte dos agentes empresariais e associativos, através da descentralização do sistema de produção, da rentabilização do processo de mecanização pela automatização do trabalho, provocando um enfraquecimento do poder dos sindicatos;

- As novas tecnologias tornam-se num poderoso instrumento no sentido de um maior domínio e acumulação de funções referentes à intervenção do Estado na sociedade, na medida em que levam a que este se actualize permanentemente nas suas estruturas informacionais, tendo em conta a função estratégica das tecnologias da informação e a sua rápida e constante evolução;

- O processo de internacionalização da economia a uma escala global, estimulado pelo crescente peso da utilização das novas tecnologias, foi criado através de infra - estruturas que ganharam uma importância crescente. As inovações nas telecomunicações (motor essencial para o desenvolvimento das novas tecnologias), os meios de produção mais flexíveis que levam à estandarização de produtos e as novas tecnologias de transportes, resultantes de novos materiais, favorecem que os mesmos produtos possam surgir em mais mercados.

Em termos das consequências dos seus efeitos, a utilização das novas tecnologias da informação estimula a formação de uma economia a uma escala internacional, condicionando a competitividade das empresas e por arrasto os seus

próprios países, criando mercados ferozmente competitivos. Por outro lado, este contexto de forte concorrência, e da dificuldade de gestão de um grande caudal de informação, origina a formação de múltiplas redes descentralizadas de diferentes dimensões. Estas são normalmente constituídas por entidades que operam com interesses comuns numa conjugação de parcerias, dentro de uma estratégia de funcionamento das entidades empresariais e associativas que têm uma função essencial no processo de transformação originado pelas novas tecnologias da informação. As redes de entidades tornaram-se, por isso, um modelo organizacional privilegiado e estão a ter um papel fundamental na economia informacional. Tendo em conta os bons resultados, pensamos que esta estrutura deve ser adoptada para um museu do cine-teatro, aliando uma rede de parceiros a uma programação com uma forte presença das novas tecnologias da informação.

Assim sendo, é importante destacar a afirmação de Manuel Castells, que surge em *The Informational City*: “Networks, on the basis of new information technologies, provide the organizational basis for the transformation of socially and spatially based relationships of production into flows of information and power that articulate the new flexible system of production and management” (CASTELLS, 1989b, p32).

O desenvolvimento destas redes provocou grandes efeitos ao nível dos sistemas produtivos, sobretudo através das relações sociais e espaciais. É necessário ter em consideração que se reforçam os fluxos de informação e de poder, resultantes de um tipo de trabalho em rede, e que adquirem cada vez mais importância. Trata-se de uma transformação que é válida para todos os meios produtivos, incluindo ao nível museológico, na medida em que um museu é também um espaço produtor de informação, cujas relações de produção são fortemente influenciadas pela apreensão de correntes de informação. Mas também pela posterior disponibilização junto dos visitantes em geral, ou dos investigadores em particular, através dos diferentes serviços que estruturam a missão e os objectivos dos museus, e que vão necessariamente condicionar a programação do espaço.

3.3 A musealização do Cine-Teatro e as suas diferentes zonas

Para o desenvolvimento do nosso projecto, devemos antes de mais definir a missão que pretendemos que o museu adquira. E, neste caso, pretende-se que seja um organismo cultural que forme e estimule o público a reflectir sobre as características do espaço de um cine-teatro e sobre a criação artística no âmbito dos espectáculos e do

cinema, com recurso às novas tecnologias da informação como forma de criação de novos bens culturais. Relativamente aos objectivos, são definidos da seguinte forma:

- Permitir aos visitantes que tomem contacto com um recinto de espectáculos, a nível da sua dimensão espacial e das suas múltiplas valências, potenciando o facto do cine-teatro ser um espaço de referência e de memória, e criador de hábitos culturais e sociais junto da comunidade.

- Estimular uma vontade de conhecer e de reflectir sobre os vários patamares da criação artística, no campo das artes do espectáculo e do cinema.

- Fomentar o interesse e a utilização dos novos bens culturais, emergentes pelo desenvolvimento das novas tecnologias, como forma de aumentar o conhecimento sobre o tema do museu.

- Proporcionar uma maior interacção, dinâmica e construtiva, com os intervenientes do universo da criação artística no que respeita à área de incidência do museu, ou seja entre os autores, intérpretes, investigadores e o público em geral.

- Utilizar principalmente as novas tecnologias da informação como forma de comunicação museológica, através de produções de novos bens culturais daí decorrentes, relacionados com as artes do ecrã, numa base essencialmente virtual e multimedia.

Para ser possível a concretização destes objectivos, torna-se imprescindível a definição e a adopção de estratégias que permitam levar a cabo, da melhor forma, a comunicação entre o museu, e, em primeiro lugar, a comunidade em que se insere, (o destinatário prioritário), e, para além disso, o público visitante (com especial incidência no público especialista). Através destas premissas, enunciámos as seguintes estratégias:

- Articular as temáticas dos conteúdos do museu com os currículos escolares, estimulando assim o desenvolvimento científico - pedagógico através da difusão de conhecimentos não - formais, permitindo assim atrair fundamentalmente o público escolar do ensino secundário e superior inserido na comunidade onde se localize o museu;

- Criar uma imagem de marca (o *branding* do museu) forte e atractiva (onde se inclui o logotipo, os produtos de *merchandising*, a divulgação dos eventos), em ligação ao conceito do museu, nomeadamente no que se refere à ideia de movimento e de dinâmica associada aos espectáculos e aos filmes, e à utilização dos novos bens culturais como ferramentas de reflexão sobre aquilo que é dado a conhecer na programação de um museu do cine-teatro;

- Tornar o museu, através da utilização de uma forma de comunicação interactiva, num espaço municipal de referência ao nível da reflexão sobre a criação artística na contemporaneidade, apostando numa forte articulação com outros espaços de acção cultural de temática semelhante (quer se localizem dentro ou fora do país), e inserir o museu do cine-teatro em redes de trabalho congéneres a nível nacional e internacional.

Tendo em conta a definição da missão, dos objectivos e das estratégias a pôr em prática, importa referir o tipo de espaço onde se poderá inserir este museu, que tal como apontámos deverá ser num cine-teatro de referência, com uma forte ligação cultural e social à população da localidade onde se insere, como normalmente acontecia com estes edifícios, em que tudo o que se passava à sua volta se tornava um acontecimento, por serem os únicos espaços culturais da época. E isto acontecia a nível internacional, porque, tal como é afirmado em *American Picture Palaces*: “...the theatres were the local gathering spots, the centers of downtown nightlife...The opening of a new movie theatre in town was a cause for public celebration, with all the hoopla normally reserved for a major movie premiere” (NAYLOR, 1981, p.14).

Por outro lado, as próprias fachadas e os seus interiores tinham uma traça palaciana e opulenta e, habitualmente, os próprios espaços de convívio social (os foyers, as escadarias, os corredores) ganhavam uma importância própria, destacando-se mais do que as próprias salas, tal como é lembrado em *American Picture Palaces*: “Sometimes the lobbies were more impressive than the auditorium” (NAYLOR, 1981b, p.36). Os cine-teatros são igualmente espaços culturais onde as respectivas populações iniciaram e desenvolveram o seu contacto com diferentes manifestações culturais. Tal torna-se explícito (especificamente em relação ao Cine-Teatro do Montijo, embora podendo abranger outros espaços semelhantes) em diferentes testemunhos que constam do livro *Cinema Teatro Joaquim de Almeida – Montijo e o Cinema*. Maria Amélia Antunes, autarca do Montijo desde 1997, refere: “ Na história das actividades culturais desenvolvidas em Montijo, no seu enquadramento à época, o Cinema Teatro Joaquim de Almeida, representa ainda, a memória dos que ali assistiram a muitas e variadas manifestações artísticas, saindo mais enriquecidos.” (MATOS-CRUZ, 2001, p.31) Gabriel Mimoso acaba por reforçar esta ideia, ao testemunhar também nesta obra: “Para nós, os miúdos, o Cinema Teatro era uma referência, um ponto de encontro aos sábados e domingos. O meu avô adorava o cinema, e transmitiu esse gosto ao meu pai...” (MATOS-CRUZ, 2001b, p.35)

E assim ocorreu em vários outros recintos de espectáculo, dependendo muitas vezes da própria sensibilidade, conhecimento e interesse do responsável pela gestão do próprio cine-teatro. Tendo estes elementos em conta, desde logo devemos referir que a musealização das várias zonas de um cine-teatro é uma das componentes fundamentais para a sua reconversão museológica.

Relativamente a esta componente deste museu, é necessário começar por definir a necessidade de ser elaborado um trabalho de campo de história oral, sobre a recolha de testemunhos de elementos da comunidade, as referências, memórias e tradições sociais e culturais do cine-teatro, e a função que este espaço poderá ter numa comunidade, no presente. Estes registos poderão funcionar como partes de um espólio intangível, que permitirão reforçar o espólio documental e material relativo ao complexo cultural. Tudo isto com a participação da própria comunidade, reflectindo assim uma ligação do sujeito com o meio, o que ganha contornos de extrema importância, na medida em que reflecte o estabelecimento de uma relação que permite um reforço de identidade de uma comunidade.

Além disso, um outro elemento que nos parece fulcral para este projecto é igualmente o de ser formada uma base de dados relacional com este espólio intangível, no que respeita ao cine-teatro, devendo ser incorporados posteriormente os registos relativos aos hábitos culturais de outras comunidades e das suas ligações a outros cine-teatros semelhantes, que mantenham ainda no presente uma função de referência na comunidade. Deste modo, esta base de dados, ao ser posteriormente disponibilizada *on-line* à comunidade de investigadores e ao público em geral, poderá tornar-se num importante meio de acesso relativo aos hábitos culturais das populações.

A este propósito, Waldisa Guarnieri refere em *A Interdisciplinaridade em Museologia*: “O museu tem sempre como sujeito e objecto o homem e o seu ambiente, o homem e a sua história, o homem e suas ideias e aspirações. Na verdade, o homem e a sua vida são sempre a verdadeira base do museu e que faz com que o método a ser utilizado em Museologia seja essencialmente interdisciplinar...” (GUARNIERI, s.d, p.4)

Para haver uma demarcação do carácter local e uma abrangência nacional do museu, este espólio intangível deverá ser musealizado em conjugação com o espólio material do cine-teatro. Este componente pode ser constituído por uma grande variedade de materiais, desde documentos referentes à correspondência mantida pela gerência do espaço (folhas de pagamentos, encomendas de filmes, cartas a sindicatos, pedidos à câmara municipal...), aos bilhetes, cartazes e programas de espectáculos e de filmes,

carimbos, maquetes, plantas ou fotografias, para além do próprio mobiliário e das fardas dos funcionários do cine-teatro.

É imprescindível que esta vertente do museu seja complementada com visitas orientadas que permitam ao visitante interagir com cada uma das partes do complexo cultural, permitindo assim assimilar-se um conhecimento abrangente do espaço de um cine-teatro. Desta forma, pretende-se agir tomando este recinto cultural como parte integrante de um contexto urbano tornando-o num património alvo de musealização. Ou seja, tendo em consideração todo o edifício, incluindo as memórias e referências sociais e culturais que lhe estão imanentes, resultantes da relação que o homem moldou com o cine-teatro como lugar de forças sociais.

Neste ponto vale a pena ter em conta o pensamento de Maria Célia Santos em *Estratégias Museais e Patrimoniais Contribuindo para a Qualidade de Vida dos Cidadãos*: “A musealização é então processada na prática social – no interior do museu ou fora dele – em sua dinâmica real, no tempo e no espaço, abordando a cultura de forma integrada às dimensões do quotidiano, ampliando as suas dimensões de valor, de consciência e de sentido.” (SANTOS, 1999, p.3) Ou seja, toda a valorização do espaço do cine-teatro e da musealização das memórias, bem como a relação quotidiana com o espaço, são aspectos que deverão ser devidamente realçados.

Pretende-se que toda esta vertente seja potenciada através da devida contextualização do objecto (material ou imaterial), estimulando um aprofundamento do trabalho de pesquisa e de investigação de todas as características das áreas que ganhem alguma ligação com o acervo. Ora, isto passa por, tal como afirma Maria Célia Santos no texto *Estratégias Museais e Patrimoniais Contribuindo para a Qualidade de Vida dos Cidadãos*: “...compreender o objecto como resultado das relações sociais que os produziram, em diferentes épocas e contextos.” (SANTOS, 1999b, p.4) Deste modo, o material documental e material a expor será apresentado pelo conteúdo a extraír daí, e não propriamente pelas componentes materiais do acervo. Assim, esta vertente do museu vai representar e documentar um conjunto de memórias e de referências sociais e culturais vividas por uma comunidade em volta de um edifício, trabalhando em volta de um tipo de discurso museográfico dinâmico, sem se sobrepor no entanto ao conteúdo a disponibilizar ao público.

Por outro lado, há uma componente interactiva a estabelecer em todo este processo, já que o próprio espólio e o material a expor, nomeadamente os testemunhos de história oral, vão sendo elaborados com a participação dos membros da comunidade

onde o cine-teatro se insere, evitando que o museu se torne estático e passivo, prendendo-se apenas ao espólio material. Com a adopção deste tipo de soluções museológicas fica assegurado um melhor enquadramento do cine-teatro (tanto dentro como fora das “fronteiras” da comunidade) ao nível histórico, cultural e social, através da valorização do seu espólio material e intangível, originando assim um reforço da sua identidade.

Para que este museu possa assegurar em pleno a missão que definimos, é importante notar que os objectos a disponibilizar junto do público, bem como o seu significado e contextualização, devem ser usados como uma forma de entender o presente. Neste âmbito, Maria Madalena Cordovil aponta em *Sobre o Conceito de Museologia Social – Cadernos de Sociomuseologia n.º1*: “...o Museu não é apenas repositório de colecções do passado...a sua acção tem que ver com a contemporaneidade. A declaração final afirma a necessidade de uma tomada de consciência pelos Museus da situação presente e a necessidade para estes de desempenhar um papel decisivo num mundo em transformação`...” (AA.VV, 1993, p.19).

Para ser possível a componente reflexiva sobre a contemporaneidade ao nível dos espectáculos e do cinema, áreas que por natureza fazem parte da programação de um cine-teatro, deverá ser utilizada uma forma de marcar a diferença a nível da comunicação museológica, usando uma ferramenta de trabalho distinta da habitual - a utilização dos Novos Bens Culturais. Ou seja, tendo por base as criações / produções das artes do ecrã (a incorporar posteriormente na colecção do museu), surgidas como resultado da utilização das novas tecnologias da informação. Neste caso, os suportes abarcariam o cinema, o audiovisual, o DVD, a Internet, a Televisão Interactiva, sem esquecer a própria fotografia, que conta cada vez mais com uma grande variedade de sofisticados suportes, entre outras possibilidades que permitam o cruzamento de distintas linguagens contemporâneas ligadas à imagem e ao ecrã.

Esta utilização de produções, que poderão ser consideradas como novos bens culturais resultantes das novas tecnologias aplicadas às artes do ecrã, como forma de reflexão e de comunicação museológica, permite antes de mais a utilização do ecrã como um meio extremamente apelativo junto de uma comunidade (sobretudo nas camadas mais jovens) estimulando o debate de questões sobre espectáculos e filmes programados para o cine-teatro. Assim, estas manifestações culturais e os factores que

as envolvem para além de serem visionadas e apreciadas, poderão ser alvo de discussão e de reflexão por parte do público.

Por outro lado, é também possível aprofundar a noção, fundamental neste museu, da existência de uma parte da colecção em contínua formação que conte com a acção do público, tanto no caso dos testemunhos sobre referências, memórias e tradições relativos ao cine-teatro, como das próprias produções dos novos bens culturais. O que se pretende nas exposições a organizar neste museu (que deverão ser variadas e de pequena dimensão), é precisamente o cruzamento de duas vertentes. Por um lado, a vertente multimedia, virtual e cinematográfica (apelando sempre para aquela que é a natureza original do espaço), que resulta da emergência de uma nova economia de tipo informacional, sendo o potencial de informação a sua “matéria-prima”. Por outro lado, a valorização da parte do espólio que é composta por objectos tridimensionais e documentos gráficos, relativos à actividade do cine-teatro no passado e no presente, questionando as diferentes tendências contemporâneas, uma vez que se pretende valorizar continuamente aquilo que é actual.

É precisamente através desta simbiose das duas componentes da colecção museológica que se pretende vir a desenvolver este projecto de museu. De facto, perante estas possibilidades poder-se-ia colmatar um espólio material que poderá não ser muito abrangente e variado. A este nível, é importante também ter em conta a necessidade da equipa de trabalho elaborar uma inventariação dos espólios existentes noutros cine-teatros do país, encerrados, em restauro ou já em actividade. A concretização desta acção permitiria sistematizar e organizar o espólio respeitante à actividade e frequência de espaços congéneres ao do museu. Neste caso, tanto como testemunho histórico (uma vez que estes espaços tiveram uma fase de apogeu, decadência e renascimento, mais ou menos na mesma época), como sendo um instrumento de organização, gestão e montagem das exposições de longa e curta duração a ter lugar no museu, tal como da organização de outras iniciativas paralelas.

Para além disso, e segundo o proposto em relação aos testemunhos de história oral a recolher, seria também importante que a inventariação do espólio material dos cine-teatros portugueses pudesse ficar disponível numa base de dados relacional do museu, a ser consultada pelo público interessado. Estes conceitos, a serem levados a cabo pelo museu, poderiam marcar pela diferença a oferta museológica em Portugal. Esta situação, poderia ocorrer tendo por base a adopção de uma linguagem e de meios de informação e criação contemporâneos, relativamente à oferta de um cine-teatro, em

conjugação com a valorização das memórias de uma comunidade sobre as utilizações do mesmo espaço cultural. Estes factores vão ao encontro do que é proposto no primeiro ponto das considerações universais enunciadas na Declaração do Quebec – **Princípios de Base de Uma Nova Museologia**: “A museologia deve procurar, num mundo contemporâneo que tenta integrar todos os meios de desenvolvimento, estender suas atribuições e funções tradicionais de identificação, conservação e educação a práticas mais vastas que estes objectivos, para melhor inserir sua acção naquelas ligadas ao meio físico. Para atingir este objectivo e integrar as populações na sua acção, a museologia utiliza-se cada vez mais da interdisciplinaridade, de métodos contemporâneos comuns ao conjunto da acção cultural e igualmente dos meios de gestão moderna que integram os seus usuários.” (AA.VV, 1984b)

O programa museológico, apresentado através de um discurso essencialmente multimedia e interactivo sobre as criações que ocorrem no espaço de um cine-teatro, e sobre as iniciativas paralelas a decorrer, poderá surgir em combinação com os objectos que nos remetem para o percurso de um espaço que é eminentemente cultural. Tudo isto feito através de uma conjugação harmoniosa, que possa transmitir de uma forma concisa tanto a missão como os objectivos enunciados para a formação deste museu.

Assim sendo, com a manutenção da estrutura clássica de um cine-téatro histórico, que permita manter uma identificação com as referências do edifício, embora tendo necessariamente de ser alvo de um grande conjunto de melhoramentos, o discurso museológico poderá desenvolver-se segundo três pólos, fundamentados em três vertentes, que irão necessariamente conjugar-se num único espaço do museu.

Propomos que o primeiro pólo seja referente à **musealização *in-situ*** de todas as áreas do edifício, através da respectiva valorização com a inserção de textos de apoio em suporte digital, baseados num trabalho prévio de investigação a nível cultural e social do edifício relativos às zonas públicas e não públicas de um cine-teatro. Estas compreendem a bilheteira, o *foyer*, os bares, a entrada do “piolho”, a cabine de projecção, o palco, os camarins, o espaço reservado aos funcionários. Em cruzamento, poderão ser inseridos excertos marcantes dos testemunhos recolhidos junto da comunidade, que refiram situações, reflexões ou estados de espírito relacionados com a respectiva zona do cine-teatro em que se vão situar. Trata-se da componente mais emocional do museu, e de reforço de identidade da própria comunidade.

Seguidamente a outra vertente expositiva será o **pólo central da contemporaneidade** deste museu, tornando-se simultaneamente um meio de reflexão

imprescindível sobre as artes cinematográficas do ponto de vista escolhido para a programação do complexo cultural. Quer seja relativo ao tema do ano delineado, ou a partir de uma ideia, movimento artístico ou artista, tendo em conta a possibilidade de serem exposições de curta duração ou de foyer (ocupando apenas esta zona), de longa duração ou de cine-teatro, estendendo-se a todas as zonas públicas . Por outro lado, esta programação deve necessariamente destacar uma certa ligação à identidade da comunidade em que o cine-teatro se insere, e às suas ligações ao exterior.

As limitações de um espaço que nunca foi pensado para uma programação museológica, e a sua articulação com outras iniciativas a decorrer no espaço do museu, deverão ser ultrapassadas através de um discurso museológico que privilegiará os assuntos a extrair dos objectos da colecção, ou emprestados por outras entidades. Conjuntamente, deverão estar previstas criações ou produções derivadas da aplicação das novas tecnologias às artes do ecrã, que funcionarão como peças da exposição, integradas no discurso expositivo.

Trata-se de uma parte da colecção que irá desempenhar uma importante função. Esta, poderá estar patente por empréstimo ou por criação para o museu, da autoria de criadores portugueses ou estrangeiros, ou até surgida como resultado de actividades do espaço museológico junto do público participante, indo ao encontro da vontade de se estabelecer uma interactividade forte entre público e equipa museológica.

Estas peças, que poderão ser documentários, *making-of*, instalações artísticas, filmes de animação ou vídeos digitais, servirão como importantes meios de encadeamento discursivo em relação aos objectos tridimensionais em exposição, mas por outro lado deverão funcionar também como formas de reflexão e de questionamento relativamente aos assuntos em questão. Outra condição importante diz respeito à programação do museu, e deve permitir que este mantenha uma função de agente de educação permanente, motivada pela linguagem e por um suporte necessariamente apelativo, estando essencialmente ao serviço do desenvolvimento da comunidade, particularmente pela sua faixa mais jovem.

Finalmente, o terceiro pólo deste museu diz respeito à **programação das iniciativas** a acontecer no auditório do cine-teatro. É imprescindível realçar a necessidade de ser definido um tema geral anual, que será desenvolvido em todas as suas vertentes e especificidades nos sub-temas (artistas e movimentos artísticos) aplicados às acções a desenvolver pelo museu, nomeadamente por aquelas a ocorrerem no interior da sala. Dentro deste conjunto de actividades, que serão formatados pelos

serviços do museu, é necessário realçar em primeiro lugar os espectáculos e ciclos de filmes, uma vez que são manifestações culturais que nos remetem para a própria natureza e razão de ser do cine-teatro.

A este nível, realçamos o facto de no campo dos espectáculos serem privilegiadas as produções de agentes culturais da região onde a comunidade se insere, de forma a poder ser aí desenvolvida a produção cultural ao nível das artes performativas. Quanto aos filmes, é importante que as escolhas sejam feitas segundo critérios claros: uma coerência com os temas escolhidos para o museu, e uma forte articulação com as exposições e os espectáculos propostos, seja por contraste seja por uma clara interligação (pelos seus actores, autores, estrutura dramática, temática ou movimento artístico). Além disso, propõe-se que as produções a apresentar se demarquem claramente pelo seu arrojo formal ou temático, e por uma proveniência de diferentes centros de produção.

Para além deste factor, é importante destacar a realização de outro tipo de acções a desenvolver em complemento às próprias exposições, nomeadamente com actividades de acção educativa (workshops, oficinas pedagógicas) e de discussão em volta de um tema e dos seus participantes (através de conferências e debates). Estas poderão mesmo ser essenciais para pôr em questão os temas e as formas de reflectir que o museu coloca, tanto através dos espectáculos projectados, como pelas exposições previstas. Neste campo, é importante que se estabeleça uma linha de actuação que interligue as acções educativas com os conteúdos a apresentar nas exposições, nomeadamente com o público escolar, mas igualmente com o público adulto interessado nas matérias que interligam a criação artística com a utilização das novas tecnologias.

Neste patamar, a elaboração de produções amadoras a realizar pelos participantes nos workshops e oficinas deverá ter como principal intenção a criação de hábitos e interesses nesta área junto da população de uma comunidade. Assim, é estimulado o gosto por essas actividades e, a longo prazo, a continuidade de produção dessas criações artísticas / novos bens culturais, resultantes da utilização de novas tecnologias da informação.

A conjugação destes três pólos como fundamento para a programação deste museu deverá (com uma forte componente de experimentalismo e de criatividade, bem como de parceria com outras instituições nacionais e internacionais, que operem a este nível), consciencializar a população e o público para os temas que os autores questionam. Estes deverão ser de diversa ordem e debruçar-se normalmente sobre

questões que afectam as populações. Funcionarão, assim, como códigos de interpretação, para estimular a reflexão e a discussão sobre os assuntos em questão.

3.3.1 - O quadro de pessoal e a identidade de um espaço museológico

Todos estes conceitos, objectivos e campos de acção deverão assentar numa equipa de trabalho que se desenvolva tendo como noção a acção do museu no espaço de um cine-teatro:

- >1 Director;
- >1 Técnico de Museologia;
- >1 Técnico de Serviço Educativo;
- >1 Técnico de Audiovisuais;
- >1 Administrativo
- >1 Auxiliar de Museografia;
- >4 Guardas;
- >1 Técnico de Som;
- >1 Técnico de Luz.

Trata-se de uma equipa reduzida, que congrega as áreas de trabalho básicas para a acção de um museu com as características definidas (d direcção, museologia / museografia, audiovisuais, som e luz, segurança), permitindo assim uma maior flexibilidade e racionalização do trabalho e do orçamento disponível. Todo o restante pessoal poderá ser contratado em regime externo, para a execução de determinadas acções, nomeadamente no que se refere aos monitores de serviço educativo e às funções artísticas mais especializadas (cenografia, guarda-roupa), estas últimas a poderem ser asseguradas pelos agentes culturais convidados a apresentar os seus espectáculos, consoante a programação definida.

3.3.2 - A Associação de Amigos do Museu

Trata-se de uma organização que deverá actuar em paralelo com a direcção do museu (com um máximo de seis elementos), nomeadamente na organização de actividades museológicas. Deverá ser formada por cidadãos e empresas, que, através de um pagamento anual serão informados com antecedência sobre todas as actividades do museu. Além disso deverá contar com a colaboração da direcção da associação, nomeadamente ao nível da promoção das iniciativas públicas e de outro índole. Ou seja, a associação deverá actuar como estímulo à doação de peças, angariação de fundos e

estabelecimento de parcerias nacionais e internacionais. Por outro lado, o pagamento de uma quota anual, a diferenciar consoante as categorias de empresa, benfeitor, colaborador ou estudante, permitirá usufruir das seguintes vantagens:

>Entrada gratuita nas exposições do museu;

>Forte redução nos bilhetes para os espectáculos previstos;

>Visitas guiadas exclusivamente para os amigos do museu, em horas e dias previamente definidos; e igualmente a exposições de referência a ocorrer noutros museus (organizadas como viagens culturais), num momento que poderá funcionar também como uma acção de promoção ao próprio museu junto de instituições congéneres;

>Colaboração da direcção da associação na organização de actividades culturais (seminários, conferências, lançamentos de livros, conversas informais com criadores);

>Desconto nos artigos da loja do museu, e na compra dos catálogos de ciclos de exposição e actividades paralelas.

Perante a definição destas vantagens e da acção que a direcção (e respectivos sócios) de uma associação de amigos concretizaria, é importante destacar que os principais papéis que se podem atribuir a esta entidade são de diferentes tipos. Sobretudo isso acontece ao nível da: dinamização (através das vantagens oferecidas aos sócios da associação), da procura do público nas propostas do museu, promoção e divulgação da entidade junto de outras instituições nacionais e do público em geral (através do recurso à comunicação social), e no estabelecimento de parcerias na estruturação de sinergias para a concretização da programação museológica.

3.3.3 - Os serviços a disponibilizar pelo museu

Para ser levada a cabo a missão e a prossecução dos objectivos traçados, o museu deve ter como eixo central para a fundamentação da sua programação, um conjunto de serviços que permitam ao espaço museológico funcionar como um meio de ligação à comunidade em que se insere, e com os visitantes exteriores à esfera comunitária. Este conceito do museu estar verdadeiramente ao serviço da comunidade, tem sido desenvolvido e concretizado pelo Prof. Mário Moutinho, nomeadamente através do seu projecto (atrás referido) relativo ao Ecomuseu da Murtosa, cuja programação se desenvolve através dos diversos serviços que o compõem e que agrupam diferentes funções (educativa, turística ou de conservação e restauro entre outras possibilidades).

Ou seja, a prestação de um conjunto de serviços permite estabelecer uma maior proximidade entre o público e as criações contemporâneas que o museu do cine-teatro vai dar a conhecer, quer na dimensão das novas tecnologias da informação (através da exposição de novos bens culturais), quer ao nível de espectáculos e filmes a serem visionados pelo público.

As iniciativas da programação a serem definidas pelos serviços do museu, através de uma metodologia concisa e estruturada para os diferentes públicos, irão facilitar uma melhor compreensão e fruição das obras em questão, pretendendo-se que seja possível ao visitante viver uma experiência que seja adaptada aos seus interesses e às suas necessidades. Desta forma, a estruturação dos serviços de um museu funciona como a melhor forma de tornar as propostas do museu mais acessíveis aos diferentes sectores de uma comunidade, tomando a forma de um meio de comunicação aplicável a uma determinada realidade contemporânea, conjuntamente com a criação artística actual.

Para este projecto de musealização de um cine-teatro, destacamos a necessidade de haver um conjunto de serviços, devidamente articulado com as múltiplas valências do espaço cultural a criar, são eles:

Serviço de Acolhimento e de Informação Museológica

Poderá ser inserido numa área que, mesmo com área diminuta, deverá ser suficientemente acolhedora para receber os visitantes, e estar localizado na zona da entrada. Para além da venda de bilhetes, deverá também ser disponibilizada informação (em desdobráveis ou postais) relativa à programação do espaço, de uma forma suficientemente apelativa e acessível a vários sectores do público. Por outro lado, e em complemento, poderá ser também disponibilizada informação seleccionada relativa às actividades de maior destaque programadas para os museus das diferentes regiões do país. Além disso, será a face do espaço museológico, pela sua proximidade com o público, permitindo responder a questões de diversa ordem e receber críticas e sugestões.

Serviço de Exposições

Este tipo de serviço deverá ter em consideração a melhor adequação aos espaços disponíveis de um cine-teatro, optando-se por uma exposição de longa duração (com pequenas renovações anuais), assim como por exposições de curta duração.

A exposição de longa duração será composta pela musealização das várias zonas do cine-teatro e por testemunhos orais de elementos da comunidade que façam referência a cada um desses espaços (sobretudo os espaços públicos como o foyer e o bar), em conjugação com alguns objectos do seu espólio material. Quanto às exposições de curta duração, devem destacar-se as várias modalidades que as exposições poderão tomar, em consonância com os diversos sub-temas que trimestralmente serão traçados a partir do tema central, permitindo assim uma contínua renovação.

Anualmente, poderão decorrer quatro exposições temporárias no espaço do museu do cine-teatro. Três de curta duração, a decorrer no foyer do cine-teatro, relativa a espectáculos e filmes marcantes pelo seu lado de sucesso popular ou arrojo estético. A última exposição do ano, de maior dimensão, deverá ser de cine-teatro e desenvolver a carreira de um determinado artista ou de um movimento artístico.

No conjunto, pretende-se que estas exposições venham a valorizar e a divulgar o património museológico, nomeadamente no que se refere ao espólio de vertente material, que já existe ou que venha a ser emprestado por outras instituições ou colecções particulares. É importante não esquecer a colecção que vai sendo elaborada, respeitante a criações artísticas que vão fazer parte do discurso museológico, fruto da aplicação dos diferentes tipos de novas tecnologias da informação.

A este nível, o material a utilizar, que deverá permitir a reflexão e o questionamento sobre as manifestações culturais (ou sobre o seu contexto) que irá ocorrer no cine-teatro, poderá ser de três níveis. Por um lado as criações/instalações artísticas a serem produzidas por vários artistas convidados ou apenas por um, a utilização de material emprestado já produzido, ou a exposição de criações em diferentes suportes de ecrã, a partir da utilização das novas tecnologias da informação, a serem produzidas como resultado das iniciativas programadas pelo serviço de acção cultural e educativa.

Este serviço terá de apontar como principais prioridades, a execução das seguintes tarefas:

>Elaboração de um guião da exposição, com referência à pesquisa e descrição das peças que vão fazer parte do discurso museológico, tanto as existentes como as que vão ser elaboradas;

>Estabelecimento de contactos com as entidades externas, que poderão emprestar peças ou colaborar em diferentes momentos referentes à elaboração das exposições;

>Concepção científica das publicações referentes às diferentes exposições e às respectivas iniciativas paralelas.

A organização de exposições itinerantes é outra das possibilidades que este serviço poderá desenvolver como forma de divulgação deste património material e de memórias do cine-teatro. Assim, permite-se ao museu transpôr a sua acção para além das delimitações do seu espaço físico, podendo até tornar-se numa outra forma de atingir faixas de público que não são visitantes do museu, nomeadamente no que se refere a público exterior à comunidade.

Estas exposições poderão ser concebidas como uma estrutura mais ligeira, que permita a sua itinerância por diferentes locais (desde escolas a centros comerciais), pela adopção de reproduções fotográficas das peças, ou por suportes digitais ou tecnológicos de fácil transporte. Neste caso, o objectivo destas iniciativas é o da formação de públicos, atingindo um público não habitual, para que possa ter conhecimento do museu de forma a poder visitá-lo no futuro, através de um discurso marcante e fortemente lúdico, que deverá estar articulado com os temas das exposições a serem mostradas no espaço do museu. Nesta vertente, o serviço de exposições terá de ter em atenção a execução de três tarefas:

>Concepção de um discurso expositivo, através da elaboração de textos de suporte a cada uma das criações (com uma biografia do autor) a visionar em computador ou televisão, bem como as legendas para cada uma das fotografias;

>Acompanhamento de todo o processo de execução das reproduções fotográficas, através de um permanente contacto com o respectivo autor;

>Apoio a todo o processo de montagem e desmontagem nos respectivos locais de exposição.

Finalmente, a outra vertente da acção do serviço de exposições é a da colaboração na concepção de exposições externas ao museu, que contem com alguma ligação ao espólio, quer a nível de peças ou de afinidade com a temática tratada pelo espaço museológico. Neste âmbito, estas acções são também um meio de promoção do próprio museu, pelo que o serviço de organização de exposições pode marcar o seu papel a dois níveis.

Primeiro, ao nível do pedido de empréstimo de peças (quer se trate de objectos tridimensionais, material documental ou produções referentes ao uso de novas tecnologias da informação) a acção deverá ser sobretudo no acompanhamento de todo o processo de entrega e de recepção das peças a emprestar. A um outro nível, quando se trata do empréstimo de peças para exposições concebidas por instituições parceiras ao museu (nacionais ou internacionais), poderá ser feito um acompanhamento mais detalhado, de todo o processo de montagem e desmontagem da respectiva exposição.

O serviço de educação e acção cultural

Este é um serviço fundamental para a prossecução dos objectivos propostos no programa do museu, na medida em que irá promover a mediação entre o museu e a comunidade onde se insere, através da organização de uma pluralidade de iniciativas especialmente dirigidas para quatro tipos de público: o público escolar, as famílias, as minorias sociais e o público em geral. Para o primeiro tipo de público - estudantes e respectivos professores, prevê-se a organização de visitas orientadas à zona expositiva ou às diferentes zonas do cine-teatro, com referências que se coadunem às diferentes faixas etárias, e seguidamente ao espectáculo programado.

Como opção, poderão definir-se actividades lúdico-pedagógicas ligadas ao sub-tema programado para o respectivo trimestre, que permitam elaborar pequenas produções amadoras no contexto de *workshops*, a agregar-se à colecção museológica em conjugação com os respectivos técnicos e professores, quer em vídeo, quer em fotografia digital.

Deste modo, pretende-se estimular a atenção junto dos estudantes, tanto em relação ao material exposto, como ao processo de criação de uma obra/peça, o que lhes permite aprender a observar, experimentar e analisar criticamente pelo prazer da arte. Para os educadores/professores, definem-se múltiplas acções de formação de índole interdisciplinar (nomeadamente seminários), leccionadas por formadores credenciados, de maneira a tornarem-se ferramentas de trabalho para que os professores as possam adoptar (incluindo nas suas aulas), dando a conhecer as noções de criação artística contemporânea, multimedia e novas tecnologias, com a ida frequente ao museu do cine-teatro.

Neste âmbito, o serviço de educação e acção cultural deverá prestar uma constante assessoria junto dos professores, através da produção de textos ou de outro material pedagógico, que permita o fortalecimento de uma ligação aos professores.

Nesta área, é ainda importante estender este tipo de serviço a projectos educativos a elaborar com instituições internacionais parceiras do museu, de forma a que a acção cultural do espaço museológico se torne marcante para além das fronteiras do museu.

As actividades dirigidas ao público-família, deverão antes de mais decorrer aos fins de semana e férias, de forma a ser possível que os diferentes graus de parentesco da família possam actuar e usufruir conjuntamente das diferentes actividades. Uma das acções poderá ser a de elaborar conjuntamente (não mais de quatro elementos) numa oficina de trabalho, uma produção artística através da animação de desenhos, no seguimento do espectáculo ou do filme exibido, de forma a ser possível estabelecer essa interligação. O jogo das pistas, poderá ser uma actividade lúdica de carácter ligeiro, a ser concretizada pelo serviço, que permitirá à família fazer um percurso pelas diferentes áreas do cine-teatro, encaminhando por diferentes pistas, de forma a poder ser descoberto o enigma final. Este jogo será gratuito, podendo o texto ser previamente solicitado permitindo um conhecimento lúdico das diferentes áreas de um cine-teatro.

Para o público em geral serão disponibilizadas visitas comentadas às diferentes exposições, em que o respectivo monitor irá estimular o debate e a reflexão sobre as temáticas, sobre os artistas ou até eventualmente pela fruição de uma única obra, de forma a serem destacadas diferentes facetas relativas à arte contemporânea. Um dos pontos fundamentais na vontade de interligar a acção do museu, tornando-a mais acessível ao público, é a presença do artista. Trata-se de uma forma de aproximação a uma criação contemporânea feita pelo autor, através da organização de conversas que estimulem o intercâmbio de ideias, pela apresentação da obra criada complementada por um posterior debate, bem como a outras criações expostas.

Este serviço deverá ter também em consideração a adopção de programas próprios para grupos sociais determinados, que passará necessariamente pelo estabelecimento de uma forte interacção, tornando-os participantes do processo criativo, nomeadamente com os grupos de idosos, os deficientes com necessidades específicas e os desempregados. A organização de uma visita ao espaço museológico ao longo de duas horas, deverá fazer-se apelando à memória e à experiência no caso de grupos de idosos, tendo em conta as limitações e obstáculos de deslocação no caso dos visitantes portadores de deficiências motoras ou à forma como vivem os visitantes com outras deficiências. Ou finalmente tentando apelar à formação ou à experiência anterior dos visitantes que se encontrem desempregados.

Por último, destaque-se a importância de ser organizado um curso teórico-prático sobre a linguagem das novas tecnologias, cujo programa deverá ser adaptado para três tipos de destinatários: professores, estudantes de ensino complementar ou profissional e público em geral. O objectivo é o de provocar a reflexão sobre os signos e os códigos relativos às novas tecnologias, bem como às produções daí decorrentes, com uma outra vertente de índole prática referente à criação de trabalhos de curta duração a elaborar em suportes à escolha dos alunos, nomeadamente em: internet, cd-rom, vídeo ou DVD.

Serviço de edições

Neste campo é importante delinear a necessidade de a médio prazo ser publicada uma *newsletter* semestral ou trimestral, com um grafismo fortemente atractivo, relativa às acções do museu e aos sub-temas tratados. Poderão ser incluídas notícias relativas à ligação das artes às novas tecnologias, bem como artigos de reflexão e de carácter científico da responsabilidade de investigadores de referência, funcionando esta publicação periódica em complemento aos catálogos e outras publicações.

Este serviço museológico deverá igualmente definir e coordenar as publicações a editar pelo museu, em ligação com o serviço de exposições, já que este é um importante instrumento de valorização e difusão do seu património. A este nível torna-se importante a publicação de pequenos catálogos relativos a três exposições com referência às actividades de acção cultural organizadas bem como a uma constante referência aos sub-temas respectivos, estando reservada para a maior exposição uma edição mais desenvolvida, obedecendo à mesma estrutura.

Torna-se igualmente necessária a edição de publicações (mais desenvolvidas) e roteiros (mais generalistas) dirigidos especificamente a um público escolar, pela adopção de uma estrutura essencialmente lúdica e pedagógica, dentro de uma óptica de educação não-formal, em articulação com material de apoio aos professores. Finalmente e a um outro nível referente à investigação científica, deve ser referida a necessidade de serem editados em parceria com outras instituições ou editoras: trabalhos de investigação, teses de mestrado ou doutoramento com alguma ligação às temáticas exploradas pelo museu, de forma a que a sua actividade seja organizada no sentido de se tornar num estímulo à actividade dos investigadores.

Para ser possível ao serviço concretizar este plano de edições, que deverá crescer gradualmente com um planeamento no início de cada ano, é necessário traçar-se uma

subdivisão em três tipos de publicações, com o recurso à participação de mecenato, que permita custear os diferentes títulos para além dos recursos financeiros do museu para estes fins. Assim, no caso das edições do museu com mais dificuldades em recorrer a fundos externos, temos a publicação da newsletter bem como os roteiros das exposições dedicados ao público escolar, dirigidas a faixas de público muito específicas.

No caso das edições em parceria, o objectivo é que seja possível o surgimento de grandes publicações de referência, especialmente dedicadas a autores ou artistas que actuem na áreas de reflexão do museu, sobre a acção de algum espaço afim ao do museu. No fundo, que seja um meio de intervenção na difusão do património das novas tecnologias da informação como instrumento de criação artística. Este tipo de publicação, deverá ser realizado em conjugação com uma instituição nacional ou internacional parceira do museu, ou com uma editora proponente.

Finalmente, no que se refere a títulos de investigação ou de índole científica, encontram-se a edição dos catálogos, roteiros ou desdobráveis relativos às exposições e às respectivas actividades de extensão cultural, que poderão inserir-se dentro de um plano de mecenato. A sua actividade inserir-se-ia dentro das temáticas, com a inclusão de contrapartidas, como o envio de um determinado número de exemplares e a inclusão de logotipo respectivo em lugar de destaque.

O Serviço de Documentação e Informação

O principal objectivo deste serviço deverá ser o de constituir um centro de documentação especializado nas áreas de novas tecnologias e da criação artística contemporânea ao nível das artes do espectáculo e do cinema, articulando com a utilização dessas tecnologias, (manifestações culturais chave na programação do auditório do cine-teatro) recintos de espectáculo e programação cultural. Trata-se de um conjunto de temas pouco explorados em Portugal que este centro poderia desenvolver, especialmente dirigido ao público escolar, bem como aos artistas e investigadores destas áreas.

Tendo em conta o carácter local que o museu deverá ter, é necessário que seja planeada uma componente de reserva de todo o material documental referente ao espólio do cine-teatro, com os necessários cuidados de conservação preventiva. Por outro lado, pela abrangência nacional, o centro de documentação e informação poderia ser formado por livros, roteiros, desdobráveis, posters, postais, cartazes, fotografias, vídeos e legislação sobre as áreas tratadas. Desta forma, tornar-se-ia possível uma maior

rentabilização deste acervo bibliográfico, documental, fotográfico e videográfico sobre as temáticas atrás apontadas.

Em paralelo, o centro teria também de ser apetrechado com todos os meios tecnológicos correspondentes: televisor, dvd, scanner, máquina fotográfica digital, gravador/regravador de CD's, e programas de computador adequados. O serviço de documentação e informação, responsável pela administração deste centro, deverá estar articulado internamente com os outros serviços do museu, e externamente com espaços congéneres, de forma a que seja possível localizar material que trate dos temas do centro, para permitir aos utilizadores encontrar facilmente a informação pretendida.

Em paralelo, o centro deverá ter disponível para consulta dos utilizadores uma base de dados a três níveis. Antes de mais relativa à descrição, indexação e catalogação de todo o acervo que o centro detém. A um outro nível, e no que se refere ao cine-teatro como espaço museológico, deveria incidir num trabalho a elaborar a longo prazo pela equipa do museu, sobre a inventariação de outros espaços congéneres, quer se encontrassem encerrados ou em processo de reconversão, com uma atenção especial ao seu espólio e ao seu historial de actividades apresentadas.

Finalmente, em complemento deveria também ficar disponibilizado (a longo prazo) todo o espólio intangível referente aos testemunhos de história oral, de memórias e referências dos utilizadores do cine-teatro onde ficará implantado o museu. Tendo em conta o alcance nacional que se pretende imprimir a este museu, torna-se essencial que se incorpore este trabalho de recolha e de investigação alargado a todo país. Pretende-se trazer a este museu a mais valia de se tornar num espaço centralizador de informação relativa aos hábitos culturais e espaços dedicados à cultura, relativos a várias comunidades do país, aprofundando uma área de estudo pouco explorada pelos espaços museológicos portugueses, especializando assim a sua actividade.

Tendo todas estas funções em perspectiva, o centro de informação e documentação do museu do cine-teatro deverá ter em conta, por um lado, a necessidade de salvaguardar todo o acervo que detém em diferentes suportes, enquanto base da memória de uma comunidade e como meio de investigação científica. Por outro lado, deverá promover a aquisição de outros espólios com a direcção do museu e com o serviço de exposições (quer seja como compra, depósito, doação ou legado) e a representatividade em organismos de nível internacional. Finalmente deverá também permitir a consulta do material documental disponibilizado junto do público.

Para que este centro se assuma verdadeiramente como um serviço é imprescindível que preste um apoio total aos utilizadores, facilitando o acesso ao seu acervo, apenas numa fase em que este se encontre totalmente informatizado, devendo a organização conhecer as necessidades sentidas pelo público, para lhe poder fornecer mais dados do que aqueles que solicita. Ou seja, o elemento da equipa museológica que se encontrar a operar neste centro, deverá ter capacidade de fornecer outras informações complementares àquelas que foram requisitadas, o que implicará a necessidade de ser consultado constantemente um fundo bibliográfico de ordem geral, que deverá ser convenientemente actualizado.

Serviço de Comunicação e Marketing

Para que uma comunidade (e o público externo) conheça o museu, nomeadamente os seus fundamentos principais (missão, objectivos e serviços) e para que este esteja efectivamente ao serviço do seu desenvolvimento, é necessário que a sua programação e a sua acção cultural seja divulgada através de um plano de comunicação próprio, fruto de um contacto transversal com os outros serviços do museu. Dentro deste contexto, o serviço de comunicação deverá funcionar como um mediador entre a acção geral do museu, a comunicação social e os mecenãs.

Neste âmbito, é necessário haver uma especial atenção aos materiais de promoção elaborados por este serviço (desdobráveis, dossiers de imprensa, contacto com os meios de comunicação social). Estes, devem dirigir-se tanto a um nível sectorial, quer seja às exposições e às acções culturais programadas, às actividades da associação de amigos do museu, ou à organização da comemoração de dias especiais (dia internacional dos museus, dias mundiais do teatro música ou dança, homenagens a autores ou a movimentos artísticos), como à promoção da imagem do museu considerado como um todo.

É por isso essencial que este serviço administre e coordene a concepção dos conteúdos da página do museu na internet, juntamente com os elementos dos outros serviços do museu. A sua estrutura de organização de informação, que será necessariamente bilingue, num grafismo marcante que remeta para os universos do espectáculo, cinema e novas tecnologias, deverá ter como principal função a divulgação do seu património e das suas actividades a uma escala global, tendo em consideração os seguintes conceitos e medidas:

>Sistematização da informação sobre a estrutura do espaço museológico bem como sobre as actividades a decorrer e as acções futuras, tendo em conta que serão acessíveis a todo o tipo de utilizadores de qualquer ponto do mundo;

>Disponibilização a longo prazo das bases de dados relacionais sobre os espólios materiais dos cine-teatros e sobre o espólio intangível composto pelos registos orais relativos à vivência da comunidade sobre o cine-teatro;

>Fomento do intercâmbio de informação e de actividades com espaços museológicos, centros de arte, bibliotecas e arquivos nacionais e internacionais, parceiros do museu do cine-teatro.

A divulgação deverá igualmente ser feita no espaço físico onde se insere a comunidade, bem como a um nível nacional, ultrapassando no entanto a influência da comunicação social local ou regional, e cobrindo essencialmente os sectores educativo (escolas, centros de formação, espaços de ocupação de tempos livres) e associativo correspondente a várias áreas de actividade.

Tendo em conta as vias traçadas para se proceder à divulgação da actividade museológica, é fundamental a criação da imagem para o museu do cine-teatro: Esta, deverá ser aplicada tanto ao nível da promoção do museu, como do design da sinalética no interior do espaço museológico e das reproduções de objectos e de merchandising relativos à área de acção do museu.

Numa época em que a criação do *branding*, e do respectivo logotipo, toma cada vez mais um papel de referência na estrutura de um espaço museológico, é imprescindível que a formação de uma imagem seja articulada com determinadas vertentes:

>A promoção da identidade do museu, como espaço de confluência de linguagens das novas tecnologias e da criação artística ao nível das artes do espectáculo e do cinema;

>A interligação entre o espaço museológico e o conceito definido;

>A definição dos públicos, da suas necessidades e dos seus desejos;

>O estabelecimento de uma articulação com a identidade da comunidade onde o museu vai ficar inserido;

>A concretização, na definição de um logotipo, de um eixo estruturante que se estabeleça como uma referência de reconhecimento e de identificação do museu.

Finalmente, este serviço deverá ter igualmente uma acção preponderante no estabelecimento, administração e aprofundamento das relações com as instituições de

parceria, realçando que nesta área é importante separar o nível nacional do internacional. Ou seja, antes de mais é necessário que toda a equipa museológica estabeleça os critérios e as instituições que poderão ser escolhidas como parceiras do museu:

- > Tratamento de temáticas semelhantes e definição de objectivos comuns relativamente ao património;

- > Inserção da instituição cultural em comunidades com semelhanças a nível artístico, histórico e social;

- > Capacidade para articulação de equipas de trabalho.

Quanto ao género de instituições escolhidas para o estabelecimento de parcerias, ele deverá ser de âmbito cultural, e aqui cabem os museus; os centros de arte; os centros tecnológicos; as associações de património; as escolas de arte; as galerias de arte; as bibliotecas; os arquivos; os cine-clubes e as mediatecas. Relativamente às empresas mecenas, deverão ser instituições bancárias ou empresas ligadas às novas tecnologias, que poderão operar tanto ao nível de apoio financeiro como de cedência de equipamento. O apoio mecénico poderá também ser alargado a outras áreas de actividade que se enquadrem nos sub-temas escolhidos.

As acções poderão, assim, contextualizar-se em patamares que estimulem o trabalho em rede:

- > Co-organização de acções de extensão cultural às exposições com temáticas em comum, a nível de apoio técnico e de divulgação;

- > Edição de publicações em comum com a equipa da instituição parceira;

- > Discussão e intercâmbio de ideias e de projectos a desenvolver;

- > Definição de estratégias comerciais comuns, ao nível dos bilhetes de entrada, venda de publicações e de objectos, pedido de apoio mecénico;

- > Articulação ao nível da divulgação e promoção dos respectivos museus e espaços culturais.

3.4 A museologia aplicada ao espaço de um cine-teatro em Portugal - alguns exemplos

A presença da museologia em cine-teatros ou a reconversão destes recintos culturais em espaços museológicos, em ligação à sua natureza de raiz de espaço de produção e exibição de espectáculos e de filmes, com uma efectiva articulação à comunidade onde se insere, através da utilização das novas tecnologias, não é frequente

em Portugal, o que poderá explicar a também excessivamente reduzida bibliografia sobre a matéria.

Há apenas três casos em que observámos uma ténue ligação entre as quatro áreas em questão: a museologia, o cinema, o teatro e as novas tecnologias. Assim, apontamos o Cinema São Jorge em Lisboa, o projectado Núcleo Museológico do Teatro Circo de Braga e o Museu da Imagem em Movimento, que se encontra em fase de instalação no Teatro José Lúcio da Silva, em Leiria.

Relativamente ao primeiro caso, reaberto em Novembro de 2001 após um ano de encerramento (durante a gestão da vereação que esteve em funções desde 1997 até 2001), a ligação à museologia está patente a um nível muito embrionário, apenas pela criação de exposições sobre o espaço cultural (em várias vertentes) e pelo estudo do seu espólio. Requalificado este edifício histórico, e reconvertido como Casa do Cinema, mantendo a estrutura do seu interior, a sua orientação seria como espaço dedicado ao cinema não comercial (intenção que acabou por não ser desenvolvida), funcionando, segundo enuncia de forma generalista João Soares, como presidente da Câmara Municipal, na brochura editada sobre o Cinema São Jorge em 2001, com as seguintes finalidades: “A programação dos espectáculos e outras actividades ligadas ao audiovisual, concertada com diversos agentes da indústria cinematográfica (associações, empresas, produtoras e personalidades, da produção à distribuição)” (AA.VV, 2001).

Para além disso, definiam-se de uma forma vaga algumas actividades de extensão cultural (que em alguns casos chegaram até a ser concretizadas). Antes de mais, a formação de uma equipa de investigadores, que visava o estudo, catalogação e restauro do espólio pertencente ao Cinema São Jorge e a sua ligação à memória colectiva. Foram também criados espaços expositivos, inseridos nas múltiplas vitrines utilizadas anteriormente para fins comerciais nos dois pisos do cinema, segundo duas vertentes.

Foi traçado um percurso histórico do cinema, através de uma sequência de vários painéis com reproduções fotográficas e textos de apoio, tendo em conta a época da sua construção (após a 2ª Guerra Mundial) nos seus múltiplos aspectos: a sua criação arquitectónica, os filmes estreados, alguns objectos pertencentes ao espólio e as suas tradições de ligação à cidade de Lisboa. A outro nível, realizou-se uma exposição de fotografias intitulada “Memória”, da autoria de Luís Fradinho, relativa ao processo de renovação do Cinema São Jorge, estabelecendo, assim, uma ligação ao presente. Em conclusão, pode referir-se que este foi um projecto de reconversão de um espaço

cinematográfico com múltiplas valências, onde se destaca sobretudo uma vertente expositiva em ligação ao universo do cinema e da própria sala, embora tenha faltado uma programação coerente, contínua e harmoniosa.

Relativamente ao Teatro-Circo de Braga, onde está sediada a Companhia de Teatro de Braga, o processo encontra-se ainda em desenvolvimento, já que se trata de um espaço cultural pertencente à Rede Nacional de Teatros e Cine-Teatros, criada pelo Ministério da Cultura. O Teatro-Circo está ainda a ser alvo de profundas obras de reconstrução das infra-estruturas técnicas, associadas à produção e acolhimento de espectáculos e ao restauro do próprio edifício.

Para além dos responsáveis pretenderem que este venha a ser um complexo cultural com uma programação polivalente de espectáculos, o Teatro-Circo renovado vai ter uma vertente mais abrangente de lazer, cultura e comércio. Esta situação fica patente na forma como sublinham os arquitectos autores do projecto, Sérgio Borges e António Fonte, à revista *Braga Magazine*: “Estas zonas de animação e apoio, vão conferir ao Teatro-Circo a versatilidade necessária ao desempenho de uma actividade cultural diversificada e abrangente...” (AA.VV, Nov.2001, p.67). É neste contexto que está prevista a implantação de uma livraria, três bares, um café-concerto e onde se destaca a criação do museu do Teatro-Circo. Sobre este último, os arquitectos reafirmam a razão de existir deste projecto, por haver uma: “...necessidade urgente de salvaguardar e dar a conhecer todo o rico património acumulado ao longo da existência da instituição, permitindo, assim, estabelecer uma relação mais próxima entre o Teatro Circo e os cidadãos” (AA.VV, Nov.2001 b, p.66).

Ou seja, por um lado este núcleo museológico, até pela inovação de se reportar ao próprio espaço cultural onde está inserido, torna-se um elemento importante do complexo cultural a surgir no renovado Teatro-Circo, na medida em que permite uma diversificação da actividade que aí se está a desenvolver. Por outro lado, este futuro espaço vai permitir a difusão do património do recinto de espectáculos, reforçando-se desta forma a relação da memória colectiva àquele espaço.

Da conversa com Rui Madeira, director da Companhia de Teatro de Braga e administrador do Teatro-Circo, em Dezembro de 2001, foi possível notar que a concepção sobre a função do núcleo museológico a criar estava ainda numa fase inicial. No entanto, foi já possível saber que será a futura entidade gestora do Teatro-Circo de Braga a dinamizar o museu e que se pretende expôr o espólio material e documental deste recinto de espectáculos, de forma a traçar as várias fases de gestão da sala e da

comunidade bracarense, bem como o espólio referente à actividade da Companhia de Teatro de Braga, estrutura profissional que actua na cidade desde 1980, no Teatro-Circo de Braga.

No entanto, o espaço museológico poderá ter um campo de acção mais alargado, segundo o presente contexto cultural da cidade de Braga (a par de outros aspectos) que está a atravessar um momento de profundas transformações, com a criação de novos espaços culturais, sendo o Teatro-Circo um óbvio espaço estruturante, com a sua localização no centro da cidade, e com uma forte aposta na vertente formativa. A museologia, para além de espaço de musealização do património preservado, poderá assim ser aplicada com um programa de acção cultural reforçado, servindo como um espaço de reflexão de múltiplas transformações ao nível cultural, que a cidade atravessa ao longo dos anos.

O Museu da Imagem em Movimento, que se encontra ainda em fase de instalação no Teatro José Lúcio da Silva em Leiria, a funcionar ainda como sala de cinema comercial e pontualmente para espectáculos, é formado por colecções relativas apenas ao universo cinematográfico. Nomeadamente, no que se refere a aparelhos referentes à arqueologia do cinema, ou ao pré-cinema e a projectores de salas de cinema já encerrados, possuindo também uma colecção relativa à fotografia.

O futuro museu organizou já algumas iniciativas de acção cultural no foyer e nos corredores do Teatro, nomeadamente exposições de fotografias, instalações artísticas, organização de ciclos de cinema em parceria com outras instituições e iniciativas de extensão cultural. O objectivo futuro será o da instalação do museu, inserido na área da arqueologia do cinema, através de uma intervenção em todo o edifício, mantendo a sala de grandes dimensões com ciclos e iniciativas inseridas na área de intervenção do museu.

3.5 A instalação do Museu no Cine-Teatro Joaquim de Almeida

Relativamente a todo este conjunto de propostas e conceitos desenvolvidos, pensamos que, pelas suas características próprias, e tendo em conta o processo de requalificação em curso, poderia ser aplicado um projecto museológico ao Cine-Teatro Joaquim de Almeida, localizado no Montijo. Trata-se de uma sala de traça modernista inaugurada em 1957, com grandes semelhanças com o Cinema S. Jorge, de Lisboa, de dimensões invulgares (1200 lugares), tendo em conta que se trata de um concelho que

se encontrava relativamente distante da cidade de Lisboa, o que mostra bem o poderio da iniciativa empresarial da então vila de Montijo.

Dedicado ao actor Joaquim de Almeida, um famoso actor nascido no concelho no século XIX, o recinto de espectáculos foi apetrechado com o melhor material de projecção, uma excelente acústica, um café espaçoso com varanda e inúmeras montras de exposição ou exibição publicitária, referentes a produtos e espaços comerciais de Montijo.

Para além de ser um edifício de referência urbana, de grandes dimensões, que se localiza no centro da cidade, com um espaçoso café-restaurante incluído, que poderia ser posteriormente valorizado, tem como curiosidade a inclusão de uma placa de reserva no melhor lugar da sala para a autoridade: Existe igualmente a particularidade arquitectónica de existir uma grande entrada localizada nas traseiras, menos “nobre”, que era direccionada para os espectadores que iriam para o 3º balcão ou geral (também apelidado de **piolho**), sentarem-se em cadeiras de contraplacado, numa clara separação de classes sociais, factor que poderia ser alvo de atenção especial em actividades de acção cultural do futuro museu.

Segundo afirma José de Matos-Cruz no prefácio de *Cinema Teatro Joaquim de Almeida – Montijo e o Cinema*: “Ao longo de quarenta anos de vivências, sucessos, celebrações, declínio e, finalmente, de ressurreição que agora se verifica, o Cinema Teatro predominou pela sua importância social e cinéfila a nível comunitário” (MATOS-CRUZ, 2001 c). Na verdade, ao longo do seu percurso histórico, até ao seu encerramento em 1991, a sala recebeu inúmeros espectáculos, nomeadamente as melhores Companhias de Teatro portuguesas, testemunhadas no avultado espólio do Cine-Teatro, que inclui múltiplos objectos ligados ao funcionamento da sala, e material documental referente à gestão da sala e às produções (de cinema e espectáculos) que eram apresentadas.

Depois da aquisição do espaço pela autarquia em 1998, o Cine-Teatro foi incluído na Rede Municipal de Espaços Culturais, lançada pelo Ministério da Cultura, dirigida aos concelhos que não sejam capitais de distrito, e que inclui o apoio financeiro para a reconversão arquitectónica. Esta operação está concebida no sentido de converter a sala num espaço multifuncional, através de uma programação que contemple música, teatro, dança e realização de conferências. No entanto, a inclusão de uma vertente museológica na sua reconversão, ao nível da programação a apresentar, poderá tornar o Cine-Teatro num espaço cultural de características únicas, com uma vertente dirigida ao

próprio espaço arquitectónico, às novas tecnologias das artes do ecrã, e às criações artísticas daí decorrentes.

A própria programação teria de ser definida em ligação com a comunidade, aplicando-se assim a própria função social do museu, de estar ao serviço do seu desenvolvimento e de potenciar o diálogo desta com os artistas e com as suas criações, tendo em conta as suas necessidades ao nível das novas tecnologias e da sua interligação à criação artística, estando inserida numa estratégia concelhia de desenvolvimento. Em paralelo, seria essencial a caracterização ou, no fundo, o retrato dos hábitos culturais dos públicos que compõem a comunidade de Montijo, a sua opinião sobre a acção presente e as suas expectativas neste domínio relativamente à actividade do Cinema-Teatro Joaquim de Almeida.

Tomava-se essencial que, na vertente temática da programação de actividades, fossem valorizados os aspectos da identidade original de um município fortemente republicano. Esta é constituída com base em actividades (algumas em desenvolvimento outras já em desaparecimento) de carácter eminentemente rural e industrial (a criação do gado suíno, a produção da cortiça e de floricultura), que se encontra actualmente pressionado por um inevitável crescimento urbano (levando ao desenvolvimento das grandes superfícies comerciais), gerado pela abertura da Ponte Vasco da Gama em 1998.

A criação de um Grupo de Amigos do Cine-Teatro Joaquim de Almeida em 1993, e o desenvolvimento de um grande movimento de discussão por parte da população em 1994, com vista à defesa do teatro, traduzindo-se na recolha de assinaturas e no contacto com organismos culturais do governo central, demonstra bem a importância que o Cinema-Teatro Joaquim de Almeida tem junto da população. A reconversão de um edifício de referência arquitectónica e de memória no concelho de Montijo, permitiria assim a criação e aprofundamento de uma marca identitária a espelhar no museu. Tudo isso através de uma programação baseada nos novos bens culturais da contemporaneidade, que servissem como estímulo à reflexão sobre as criações artísticas apresentadas e sobre questões ligadas à comunidade.

CONCLUSÃO

Esta tese pretendeu ter como base fundamental os conceitos enunciados pelo Movimento da Nova Museologia nas suas Declarações, bem como as reflexões de outros autores sobre museologia e outros de áreas afins referentes às novas tecnologias da informação. Fica assim estruturado o projecto teórico de um museu inserido num recinto de espectáculos, com uma arquitectura de referência, (que se encontra em fase de recuperação) articulado a uma vertente ligada à sua história (social e cultural), e a uma outra de cariz contemporâneo, de cruzamento de novas tecnologias da informação, das artes do ecrã e de novos bens culturais daí resultantes.

Tudo isto através de uma concepção museológica ao serviço do desenvolvimento social e cultural de uma comunidade, com um sistema aberto e interactivo, privilegiando o diálogo entre os cidadãos, que assim aprofundam a ligação ao meio onde se inserem a partir de temas (que têm que ver com as suas preocupações), desenvolvidos nas exposições organizadas e nos espectáculos, ciclos de filmes e outras acções culturais que lhes estão articulados.

A base multidisciplinar da equipa de trabalho, permite desta forma aplicar o conceito de tornar o objecto material como um meio de comunicação, articulado e integrado no museu e na sua acção, que pode ser dado a conhecer junto do público através do seu significado implícito, indo para além das suas características materiais. As produções artísticas resultantes do ecrã, nesta proposta pensadas como componentes de um discurso expositivo, bem como todas as actividades de extensão, deverão reflectir e dar a conhecer todo o contexto sobre a relação que se estabelece entre o homem e o meio onde ele se insere.

Tendo em consideração estas premissas, é possível demonstrar como o projecto de museologia (na sua componente teórica), enunciado no anterior capítulo, vem responder às necessidades da museologia em aprofundar as relações com a comunidade, com uma estrutura de funcionamento adequada. Através da adopção de uma proposta de utilização de meios e da forma de enunciação de temas de programação que se aproxima do ponto de vista contemporâneo.

Este projecto museológico poderá ser levado à prática através de uma reduzida equipa fixa, de formação multidisciplinar (que poderá ser complementada por outros profissionais ou voluntários), embora trabalhando a um nível articulado, de forma a que os diferentes serviços que o museu disponibiliza junto da sua comunidade e do público

em geral, possam ser concretizados através de uma profunda interacção. Com a aplicação de um discurso museológico ao espaço de um cine-teatro, poderá ser mais bem conseguida a articulação de uma metodologia contemporânea de comunicação (suportada pelas criações das artes do ecrã), com a ligação da comunidade ao espectáculo e ao cinema, sem esquecer as actividades económicas que formatam a sua identidade.

A possibilidade de reconversão do Cine-Teatro Joaquim de Almeida, em espaço museológico, baseada na conjugação de linguagens artísticas de manifestações culturais e de novos bens culturais criados a partir das novas tecnologias da informação, onde cabem uma multiplicidade de suportes, em constante transformação (DVD, CD-Rom, *E-Book*, Fotografia Digital, *E-Films*, Televisão Interactiva, Cinema, Audiovisual), pode gerar uma nova dinâmica cultural e social. Tudo isto, num município que paralelamente se encontra numa fase de profunda transformação urbana, que originará um crescimento populacional e consequentemente também social e cultural, que a programação deverá reflectir.

O próprio edifício onde poderá ficar instalado o museu deverá ser também valorizado, bem como as ligações estabelecidas com os espectadores, simbolizando as primeiras vivências relativamente a manifestações culturais vistas no cine-teatro, assim como a formação de hábitos culturais cimentados ao longo dos anos de programação comercial, num compromisso com outras iniciativas e exibição de filmes menos habituais nas programações destas salas. Este aspecto está bem patente no depoimento de Maria Amélia Antunes, autarca do Montijo, na obra *Cinema Teatro Joaquim de Almeida – Montijo e o Cinema*: “Para mim e para a minha geração, tal como para os mais velhos, o Cinema Teatro Joaquim de Almeida foi marcante - porque revelava os grandes sucessos da época, apresentava retrospectivas do cinema português, e companhias de teatro vinham também até nós com frequência.” (MATOS-CRUZ, 2001 d, p.30).

Agregado a estes conceitos, o espaço museológico deve actuar como uma entidade com preocupações educativas e também de entretenimento. Essencialmente junto dos diferentes grupos etários que compõem a comunidade envolvente, tendo por base sobretudo os objectos ou novos bens culturais que funcionam como uma moderna forma de comunicação entre os artistas e os cidadãos.

Em suma, trata-se de um projecto de criação de um verdadeiro centro de reflexão, que poderá permitir a recuperação de um antigo espaço degradado e inactivo,

retomando provavelmente um papel de referência na comunidade, embora num âmbito necessariamente actualizado. Tudo isto através de uma missão, definição de objectivos e o exercício de uma função social junto da comunidade, permanecendo como base de programação as actividades para as quais o Cine-Teatro foi concebido e programado até ao seu encerramento: a exibição de filmes, e a programação de espectáculos.

O recinto de espectáculos, ao ser convertido num museu, irá diferenciar-se de espaços congéneres, ultrapassando a única função de programação de espectáculos. Neste sentido poderá lidar com novos bens culturais e com objectos tridimensionais, relativos às temáticas escolhidas na programação (agindo como consciencializador dos problemas do meio). Poderá também confrontar-se com a forma como estes assuntos são transpostos para diferentes manifestações artísticas, seja através de peças de teatro, espectáculos de dança, música, projectos pluridisciplinares ou de diferentes géneros cinematográficos, apresentando-as em contraponto à identidade da comunidade do Montijo.

BIBLIOGRAFIA CITADA

ALMEIDA, A . *Avaliação de acção educativa e cultural em museus: teoria e prática* . Texto apresentado em Outubro de 1997 na Conferência Internacional do CECA, no Rio de Janeiro.

AA.VV, . (1972) . *Declaração da Mesa-Redonda de Santiago do Chile* . Santiago do Chile

AA.VV, . (1984) . *Declaração de Quebec-Princípios de Base de Uma Nova Museologia* . Quebec

AAVV . (1992) . *Arqueologia e Recuperação de Espaços Teatrais* . Lisboa . ACARTE / Fundação Calouste Gulbenkian.

AA.VV, . (1992) . *Declaração da Mesa Redonda de Caracas* . Caracas

AAVV . (1993) . *Cadernos de Sociomuseologia nº 1-Sobre o Conceito de Museologia Social* . Lisboa . Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

AA.VV . *La Muséologie selon Georges H. Rivière*. Dunod

AA.VV . (2000) . *Quarteto – um quarto do século XX* .s.l. Contemporânea Editora

AA.VV, . (2000, 10 de Novembro).*Rede Portuguesa de Museus-Documento Programático*, Lisboa I.P.M/Estrutura de Projecto Rede Portuguesa de Museus

AA.VV . (2000) . *Sob o Signo da Etnografia – as origens de um museu regional* . Angra do Heroísmo . Museu de Angra do Heroísmo

AA.VV, . (2001) . *Brochura do Cinema S. Jorge* . Lisboa . Câmara Municipal de Lisboa

BANDEIRA, J. G . (1998) . *Rivoli – Teatro Municipal (1913-1998) – Breve História de 85 anos de espectáculos e acção cultural* Porto Edições Afrontamento – Câmara Municipal do Porto

BRUNO, C. . (1997) . *Cadernos de Sociomuseologia nº10 - Museologia e Museus: princípios, problemas e métodos* . Lisboa . Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

CASTELLS, M. . (1989) . *The Informational City – information technology, economic restructuring, and the urban – regional process* . Oxford . Blackwell Publishers

CLEAVER, J. . (1988) . *Doing Children`s Museums* . Vermont . Williamsons Publishing

DIAS, M. T . (1997) . *Lisboa nos anos 40 – Longe da Guerra* . Coimbra . Quimera Editora

- DIETRICH, J. .** (1998) . *Cine-Teatros de Portugal* . Leiria Teatro José Lúcio da Silva / Museu da Imagem
- DURBIN, G .** (1996) . *Developing Museum Exhibitions for Lifelong Learning*, TSO
- FERNANDES, J. M. .** (1995) . *Cinemas de Portugal* . Lisboa . Edições Inapa
- FERNÁNDEZ, L. A .** (1999). *Introducción a la nueva museología* . Madrid . Alianza Editorial
- FERRO, A .** (1948) . *Catorze anos de política do espírito* . Lisboa . Secretariado Nacional de Informação
- GUARNIERI, W. .** *A Interdisciplinaridade em Museologia* . Texto resumido de um seminário do Curso de Museologia da FESP de S. Paulo.
- HENRIQUES, R. P. .** *António Ferro – Estudo e Antologia* . s.l Alfa – Testemunhos Contemporâneos
- LAMPUGNANI, V. M. e Angeli Sachs .** (1999) . *Museus para o novo milénio – Conceitos, Projectos, Edifícios* . Munique, Londres, Nova Iorque . Prestel
- MATOS-CRUZ, J. de .** (2001) . *Cinema-Teatro Joaquim de Almeida – Montijo e o Cinema* . Lisboa . Publicações D. Quixote
- MENSCH, P.V .** *Museus em Movimento –Uma estimulante visão dinâmica sobre a inter-relação museologia-museus* . Texto básico elaborado para o Simpósio sobre Museologia e Museus, que decorreu em Setembro de 1987 em Helsínquia.
- NAYLOR, D.** (1981) . *American Picture Palaces* s.l Van Nostrand Reinhold Company
- SAGÜÉS, María del Carmen Valdés.** (1999) . *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público* s.l. Ediciones Trea.
- SANTOS, M. C.** (1996) . *Processo Museológico e Educação: construindo um museu didáctico-comunitário* . Lisboa . Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia
- SANTOS, M. C. .** *Estratégias Museais e Patrimoniais contribuindo para a qualidade de vida dos cidadãos* . Comunicação apresentada no XVIII Atelier do Movimento Internacional da Nova Museologia, “Patrimônio e Juventude, desafios para o século XXI”, realizado em Salvador-Bahia-Brasil, de 3 a 7 de Novembro de 1999.
- VARINE, H. de .** (1987) . *Politiques muséales et stratégies de développement local: de l'exhibitionisme à la communication social* . Aragão . IV Atelier Internacional da Nova Museologia / MINOM

- AA.VV. . *Museums and the Making of "Ourselves"-The Role of Objects in National Identities* . London /New York . Leicester University Press
- AA.VV, *O Cinema sob o olhar de Salazar* . Rio de Mouro . Círculo de Leitores
- CASTELLS, M. e Peter Hall . (1994) . *Technopoles of the world: the making of 21st century industrial complexes* . London . Routledge .
- COSTA, Alves . (1975) . *Os Antepassados de alguns cinemas do Porto* .s.l. Instituto Português de Cinema/Cinemateca Nacional
- DIAS, F. . (1999) . *Teatro Aveirense-História e Memórias* . Aveiro . Edição FEDRAVE
- DIAS, M. T. . (2001) . *Lisboa Desaparecida-volume 7* . Coimbra . Quimera.
- GARCIA, J.C . (2000) . *Museus da Ilha do Pico-Uma viagem e um olhar* . Lajes do Pico . Artesanato Lajense
- LOPES, J. T. . (2000) . *A Cidade e a Cultura, um estudo sobre práticas culturais urbanas* s.l Edições Afrontamento/Câmara Municipal do Porto
- MELO, A (1997) *Política Cultural: acção ou omissão* . OBS 2
- MOUTA, (1994) . A construção do objecto museológico . Lisboa . Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Humanidades e Tecnologias
- NEVES, J.G. . (2000) . *Os cinemas-estúdio dos anos 60-70: novas salas, novos públicos, novo cinema* . OBS 7
- PEARCE, S. . (1999) . *On collecting: an investigation into collecting in the european traditions* . London . Routledge
- RIBEIRO, F. . (1978) . *Os mais antigos cinemas de Lisboa 1896-1939* . Lisboa . Instituto Português de Cinema/Cinemateca Portuguesa

ARTIGOS

- ALMEIDA, P. D. de (1995, 9 de Março) . *Paraísos Perdidos* . Revista Visão
- ALMEIDA, S. (2001, 24 de Março) . *Vicente Todoli: “O museu ideal é apenas um mito”* . Jornal de Notícias
- AA.VV, (Novembro de 2001) . *Um teatro polivalente ao nível dos melhores do país* . BragaMagazine
- FERREIRA, F., Jorge Leitão Ramos e Manuel Cintra Ferreira (2001, 12 de Janeiro) . *Cinemas de Outras Eras* . Jornal Expresso
- HENRIQUES, J.G (2002, 21 de Abril) . *Associação de Programadores Elabora Documento para Ministro da Cultura* . Jornal Público
- MORAIS, N.(2001, 26 de Novembro) . *Sousa Bastos espera boleia de Coimbra* . *Capital Nacional de Cultura* . Jornal Público
- QUEIROZ, A. E. de, Mafalda Ganhão . (1998, 14 de Novembro) . *Cachorros, Pipocas e Filmes* . Jornal Expresso
- RIVIÈRE, G. H. . (1974, 13 de Março) . *Processus du programme et du projet pour la construction d`un musée* . Museum
- SOUSA, M. de . (Junho 2000) . *Um novo museu do cinema?* . Revista City

TEXTOS DE REFERÊNCIA

- AA.VV, . *Decreto-Lei nº 37: 369* (1949, 11 de Abril)
- AA.VV, . *Decreto-Lei nº 37:370* (1949, 11 de Abril)
- AA.VV, . *Fiche Pratique 4 – Élaborer un projet culturel* . Ministère de Culture Français
- AA.VV, . *Lei do Fundo do Cinema Nacional nº 2027* (1948, 8 de Fevereiro)
- AA.VV, . *Projecto do fundo de Teatro*(1948)

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- AA.VV, . (1998) . *As Políticas Culturais em Portugal* .Lisboa. Observatório das Actividades Culturais
- AA.VV, . *Museu del Cinema-Collecció Tomàs Mallol* . Girona. Ajuntament de Girona

ÍNDICE CIENTÍFICO

TEMAS

A

Artes do Espectáculo/Cinema – 15-17, 20, 22-25, 27-33, 77, 85, 86, 90-94, 103, 105-107, 111, 113, 115

Associação de Amigos do Museu – 51, 52, 63, 73, 95, 96, 105

C

Cine-Teatros – 9-12, 15-17, 19, 22-28, 31-34, 36, 77, 79, 84-98, 100, 101, 103-107, 111, 114

Cinema S. Jorge – 25, 107, 108, 110

Cinema-Teatro Joaquim de Almeida – 26, 87, 110-112, 114, 115

Comunicação e Museus – 39, 42, 44, 54, 55, 73, 75, 79, 86, 90, 104-107

E

Ecomuseus – 34, 35, 37, 39, 43, 51

Educação e Museus – 30, 35, 40, 44-48, 50, 62, 64, 65, 76, 77; 85-87, 94, 99-102, 115

F

Função Social do Museu – 36-42, 44, 51, 56, 72, 73, 79, 84, 111, 115

I

Internet / Bases de Dados – 59, 60, 82, 83, 88, 90, 91, 103-105

M

Ministério da Cultura – 29, 31, 32, 108, 111

Movimento da Nova Museologia – 9, 10, 13, 14, 33, 34-36, 38-40, 44, 46, 47, 54, 62, 74, 78, 79, 113

Musealização – 11, 33-36, 42, 43-45, 48, 77, 79, 84-94, 97, 109, 110, 113

Museu da Imagem em Movimento – 107, 109, 110

N

Novas Tecnologias da Informação – 11, 12, 28, 35, 36, 38, 52, 55, 56, 63, 79-85, 86, 90, 91; 93, 94, 96, 98-103, 106, 107, 111, 113, 114

P

Planeamento / Programação Museológica – 65, 77, 78, 85, 92, 96, 111

Políticas Culturais – 14, 18-20, 22, 23, 29-32

R

Reconversão de Recintos de Espectáculos – 9, 14, 31-33, 107-109, 113-115

Rede Portuguesa de Museus – 50, 67

S

Salas-Estúdio – 26, 27

Serviços do Museu – 39, 42, 46, 48-64, 67, 73, 75, 78, 85, 96-108, 110, 111, 113, 114

Sociedade de Propaganda Nacional / Secretariado Nacional de Informação – 9, 14-16, 18-20, 22

T

Tipologias de Museus – 43, 64

Teatro Circo de Braga – 107-109

PERSONALIDADES

António Ferro – 9, 14-18, 21

Cristina Bruno – 41, 43

Georges Henri Rivière e Hugues de Varine – 38, 41, 43, 65, 70, 71

Manuel Castells – 11, 82, 83

Maria Célia Santos – 44-47, 89

Maria del Carmén Sagües – 48, 49, 51, 53

Rui Madeira - 109

DOCUMENTOS DA NOVA MUSEOLOGIA

Declaração de Santiago do Chile – 9, 13, 38, 41, 73

Declaração do Quebec – 10, 34, 36

Declaração de Caracas – 36, 38, 42, 79, 80