

40 anos depois de abril | Património e ciência no norte de Portugal. Museus autárquicos 1974 – 2014 – Símbolos do poder / Guardiões do património cultural

António PONTE
DIRETOR REGIONAL DE CULTURA DO NORTE

Resumo

Os museus são encarados como organizações fundamentais para a criação de identidade e conhecimento científico, onde as palavras coletar, organizar, apresentar e preservar objetos e memórias fazem cada vez mais sentido.

Atualmente, os museus têm obrigações não só com as comunidades onde se inserem mas também com um público mais globalizado.

As alterações políticas ocorridas, em Portugal, depois do 25 de abril, o reforço do poder local, o desenvolvimento de fundações e associações potenciaram o desenvolvimento de uma nova política no sector cultural e patrimonial.

A adesão à CEE e a possibilidade de recurso a Fundos de Coesão europeus permitiu uma alteração aos modelos dos investimentos próprios reforçando a tendência construtiva de unidades culturais, tais como centros culturais, auditórios, bibliotecas e na mesma linha de pensamento de museus.

Ao longo destes 40 anos assistiu-se à criação desenfreada de unidades museológicas por todo o território.

Palavras-chave

Museu; Património; Poder local

Abstract

Museums are seen as key organizations for identity and scientific knowledge creation, where the words collecting, organizing, presenting and preserving objects and memories make more and more sense.

Currently, museums have obligations not only to the communities where they operate but also with a more global audience.

The political changes in Portugal after the April 25, strengthening local government, development foundations and associations boosted the development of a new policy in the cultural and heritage sector

The membership of the EEC and the possibility of recourse to the European Cohesion Funds allowed a change to the models ' own investments by strengthening the

constructive trend of cultural units , such as cultural centers , auditoriums , libraries, and in the same line of thought the museums .

Throughout these 40 years Portugal has witnessed a huge number of museums creation throughout the country.

Keywords

Museum; Heritage; Local Power

“L’augmentation exponentielle du nombre de musées, au cours des vingt dernières années, témoigne de la nécessité ressentie par les groupes sociaux d’offrir à leur culture un moyen de s’exprimer et du désir des touristes d’accéder à cette Culture”

(STEVENS, 1998: 24)

“It is our belief that museums are public places with enormous potential for human growth and enjoyment.”

(GALLANT e KYDD, 2005: 71).

Esta afirmação remete-nos para uma nova forma de ver e encarar os museus num tempo de maiores exigências, em que os públicos procuram nos museus conhecimentos e vivências inovadoras, com respostas adequadas aos tempos de mudança, em que a globalização e a tecnologia obrigam a um aprofundamento no modo de trabalho das instituições culturais, nomeadamente, na consistência do seu conhecimento e na comunicação com os seus públicos que, por serem diferenciados, necessitam de respostas distintas.

Os museus desempenham um papel essencial na compreensão da identidade e no desenvolvimento do sentimento de pertença de uma comunidade a um local. (AMBROSE e PAINE, 1993: 3).

Difícilmente, nos dias hoje, imaginamos um mundo sem museus. As últimas gerações assistiram ao surgimento de um número de museus sem paralelo, assim como a uma expansão e diversificação das suas atividades. Depois dos anos de 1970-80, verificou-se a nível nacional e internacional um verdadeiro *boom* museológico (POULOT, 1994: 66).

Os museus são encarados como organizações fundamentais para a criação de identidade e conhecimento científico, onde as palavras colecionar, organizar, apresentar e preservar objetos e memórias fazem cada vez mais sentido. O museu passa a ser encarado como uma caixa de memórias, memórias de objetos e dos usos, memórias de um património que guarda, preserva, expõe e comunica.

“Being collected means being valued and remembered institutionally; being displayed means being incorporated into the extra-institutional memory¹ for museum visitors”

(CRANE, 2000: 2)

¹ De acordo com a autora (CRANE, 2000: 1-2) o processo de criação de memórias opera-se a nível cerebral, tornando-se as mesmas algo visível através da imaginação e da lembrança das referidas memórias. *“Memory is not a passive process: it evokes emotions and desires, positively or negatively charged; memory is also driven by a desire to remember or forget. By nature memory is mortal, linked to the brain and the body that bears it[...] Memory is an act of “thinking things in their absence”[...]*”

Atualmente, os museus têm obrigações não só com as comunidades onde se inserem mas também com um público mais globalizado. Um largo número de pessoas visita museus, encarando-os como locais interessantes, que contam histórias acerca dos locais onde se situam, dos Homens que aí vivem ou viveram, dos objetos que guardam, conservam e investigam.

Desde visitantes jovens até mais idosos, individuais ou em grupos de familiares, amigos, escolas ou somente casais, descobrem os museus como locais de aprendizagem, permitindo o desenvolvimento de sentimentos de identidade entre os acervos e os públicos, encarando-se cada vez mais um grande desafio que se relaciona com o multiculturalismo e a globalização (BENEDIKTSSON, 2004: 18; SCREVEN, 2004: 166; BALTAZAR, 2008: 28; KELLY, 2009: 1).

De acordo com o Código de Ética Profissional do ICOM (ICOM; 2005: s/p; NMDC(2), 2009; s/p), os museus como instituições não lucrativas ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento devem²:

- Motivar a participação das comunidades onde se inserem e funcionar como motores do seu desenvolvimento, procurando atrair cada vez mais visitantes, de todos os níveis dessas comunidades;

- Assumir um papel determinante na preservação dos recursos culturais e naturais, de acordo com os princípios nacionais e internacionais da preservação do património cultural;

- Assegurar que as fontes de financiamento e as relações com o tecido económico não colocam em causa o bom funcionamento do museu e o cumprimento dos seus objetivos.

No século XX, fruto das transformações que se vivem num mundo com grandes conflitos, surge uma nova conceção do museu, provocando uma grande transformação

² Herreman (1998: 8) apresenta aquelas que entende serem as novas funções dos museus, entre as quais como se poderá observar se encontra o seu papel na organização turística. A generalidade das funções apresentadas por este autor são anos mais tarde reconhecidas pelo ICOM:

“[...] (a) *interpreting and communicating other cultures for the benefit of the local community, by drawing up and implementing strategic plans of exhibitions;* (b) *helping the local community to understand other cultures in a socially healthy way;* (c) *interpreting and communicating the local culture, past and present, for the benefit of tourists and so that they can understand it;* (d) *acting as educational centres for the local community in respect of introduced cultures;* (e) *acting as tourist orientation centres in small communities;* and (f) *developing their role as centers for research into local handicrafts and other skills.*”

Benediktsson (2004: 27-28) apresenta, também, aquelas que considera serem as principais obrigações dos museus:

“[...] *Like in all cultural heritage management, museums are working with both heritage and culture – and one of their fundamental roles is related to conservation. Basically their obligation is to sustain what they collect, both cultural objects and information – the tangible and intangible cultural heritage. It is even possible to state that by nature museums are conservative in their field – they can even be described as institutions of ultimate cultural sustainability, even though they are to be capable do take notice of society’s development. At the same time as museums are to conserve their collections for the future generations, they are obligated to make them accessible and useful for present generations to use – whether it is for study, education, or enjoyment. Therefore all talk on sustainable development seems to address one of the main issues in almost all museum operation; the relationship between conservation and use of the collections – often seen in the struggle between the departments of conservation or collections and the departments of exhibitions or public programs.*”

na vida das instituições museológicas, incrementando novos modelos de apropriação cultural³, transformando-os em pontos-chave das comunidades, no seu modo de pensar e de agir (PEARCE, 1994: 1; HERREMAN, 1998: 4; BENEDIKTSSON, 2004: 7), começando a denotar-se o seu papel como ativador económico e sustentador, em alguns casos, de uma mobilidade internacional relevante.

O novo movimento reformador, iniciado nas décadas de 80/90 do século passado, reflete as novas preocupações profissionais do setor e espelha, localmente, as grandes operações em curso a nível mundial, cujas preocupações se centram, entre outras, em dar respostas às novas conceções urbanas e de mobilidade das pessoas, movimentos nem sempre universalmente aceites, potenciadores de fortes tensões entre os diferentes *stakeholders* envolvidos, tanto nas grandes cidades como em algumas cidades de média dimensão, que vivem e sentem necessidade de acompanhar um processo de globalização cada vez mais acentuado (HOOPER-GREENHILL, 1998: 52; EIREST, 2011: 1-2; HERTZOG, 2011: 10).

A nova conceção de museu e as exigências culturais dos seus públicos preveem a existência de um novo conjunto de serviços que não, somente, a exposição permanente. Passamos a contar com serviços educativos cada vez mais complexos e organizados⁴, exposições temporárias⁵ que podem itinerar por diferentes espaços museológicos⁶, lojas, cafetarias e restaurantes, bibliotecas e/ou centros de documentação, equipamentos para eventos culturais diversos, entre outros (VERGO, 1989: 42; HERNANDEZ HERNANDEZ, 1998: 85; SCREVEN, 2004: 163).

O museu de hoje é uma instituição cultural complexa, assumindo importância na comunidade onde se insere, tanto do ponto de vista sociocultural como económico (AMBROSE e PAINE, 1993: 10). Observamos, por todo o lado, a criação de museus

³ Como refere Pearce (1994: 1):

“Exhibitions cannot fail to give a particular point (points) of view, and all offer an interesting focus for investigation. Curatorial practice, in all its aspects, is embedded in past and contemporary social practice, with all that this implies. Museums have an obligation to try and understand themselves so that they can understand more clearly what messages they are giving and how they are received.”

⁴ Zolberg (1994:53) faz uma alerta muito importante acerca do que muitos profissionais de museus entendem por serviços educativos:

“Whereas some museums seem to believe that merely providing walls, lighting, and labels for pictures is enough education, others organize docent tours, special didactic displays, video presentations, and lecture series. Some museums even carry outreach beyond their buildings to schools or adult groups.”

⁵ A ideia de programação de exposições temporárias e itinerantes iniciou-se há longos anos.

“The genesis of the idea of arranging mobile exhibitions, or taking the museums to the people instead of waiting for the people to come to the museum, can be traced to the loan services arranged in 1864 by the Circulating Department of the Victoria & Albert Museum, London.”
NMDC, 2010.

⁶ Ao referirem-se às exposições temporárias que cada vez mais alastram pelos museus, Janes e Conaty (2005: 9) identificam o risco que correm as instituições que, em busca de sucesso imediato, apostam em exposições temporárias de tipo *Blockbuster*.

“The impact is fast and undeniable, but quickly dissolves in the quest for more, and there is never enough. One senior museum director, highly successful at profit-making blockbusters, noted that these exhibitions were eroding his museum’s brand. Many people were only visiting when there was a blockbuster, none of which had anything to do with the museum’s unique strengths and abilities.”

como estruturas simbólicas e icónicas, capazes de movimentar multidões se forem arquitetonicamente atraentes, com coleções relevantes e estimulantes do ponto de vista programático

Hoje em dia, muitos museus também ganham fama a partir das suas estruturas arquitetónicas⁷. Estes projetos culturais, que se transformam em espaços públicos de excelência e de afirmação do poder político, são entregues a arquitetos de renome internacional, com o objetivo de se construírem edifícios icónicos *art architecture* ou *star architecture*, no âmbito de ambiciosos processos de renovação urbana, podendo mesmo chegar ao ponto de se procurar conferir uma nova identidade às cidades, transformando-se o próprio edifício do museu numa estrutura comunicacional, obrigando o visitante a ler os símbolos emitidos pelo edifício, os seus contextos para o conseguir compreender e enquadrar⁸ (AMBROSE e PAINE, 1993: 204; HIGONNET, 1994: 250; ROGOFF, 1994: 239; WCCD, 1996: 35; HERNANDEZ HERNANDEZ, 1998: 23; GRABURN, 1998: 13; JANES e CONATY, 2005: 3; GONÇALVES, 2009: 30; EIREST, 2011: 1 e 3).

Museus de diferentes tipologias vão afirmar-se em contextos nacionais e internacionais percebendo-se que alguns museus de cidade assumem um papel de liderança na afirmação das localidades onde se inserem, promovendo-as, conservando o seu património, e fomentando o contacto entre os turistas e as respetivas comunidades.

Com base em todas estas características, os museus vão criar uma iconografia da própria comunidade ou localidade. À medida que a globalização avança, muitas iconografias nacionais são substituídas por iconografias transcontinentais, mas, simultaneamente, começam a ganhar mais importância as iconografias locais como forma de obtenção de referências de segurança e de identidade para as comunidades. É neste pressuposto que os museus locais ganham mais espaço e relevância na operação do turismo (PRÉVÉLAKIS, 2008: 21).

Nos museus, os visitantes familiarizam-se com a História e a Cultura das diferentes nações, regiões ou cidades, o que potencia o desenvolvimento de sentimentos de identidade⁹, apresentando representações da cultura local autênticas, íntegras e

⁷ O projeto de arquitetura de uma estrutura museológica, segundo Hernandez Hernandez (1998: 24) pode ser determinante na compreensão do museu e na forma como este comunica com os seus públicos: “Cada vez que entramos en un museo y contemplamos su arquitectura desde un punto de vista semántico, descubrimos que cada una de sus formas arquitectónicas cumplen la función de un lenguaje o razonamiento capaz de transmitir al visitante un determinado mensaje que es comunicado a través de un signo arquitectónico.”

⁸ Hernandez Hernandez (1998: 25) ao referir a importância da estrutura arquitetónica do museu apresenta uma justificação da utilização de edifícios com valor histórico para a instalação de unidades museológicas. “[...] donde las distintas instituciones escogen como lugar de ubicación una construcción dentro del conjunto urbano que sea capaz de llegar directamente hasta el visitante, manifestando le a primeira vista cual es su propia función. A su vez, dicha función se traduce en una dimensión didáctica e pedagógica que trata de explicitar una serie de valores nacionales que son fruto des esfuerzo histórico que realizan los diferentes movimientos de masas [...] y de valores estéticos que reflejan en quehacer de las distintas escuelas y movimientos artísticos.”

Exemplos desta realidade são o *Musée Carnavalet*, em Paris, o *Museum of Sydney* na 1ª Casa do Governo, ou o *Stuttgart City Museum*, entre muitos outros espalhados pelo mundo. (BUTLER-BOWDON e HUNT, 2008: 76; DAUSCHEK, 2008:91)

⁹ Stevens (1998: 26) exprime de forma clara o papel dos museus no âmbito da difusão dos valores culturais

qualificadas por processos de investigação, demonstrativas da história e de problemáticas locais suportadas por objetos verdadeiros. A esta autenticidade deverá estar associada uma nova forma de apresentação e comunicação dos conteúdos, mais apelativa e original. Uma atividade com estas características transforma a instituição museológica num aliado perfeito para os agentes de turismo e para as populações autóctones sendo reconhecida a sua honestidade e valor cultural (STEVENS, 1998: 27).

Com esta atitude, os museus e o património cultural vão desempenhar um papel determinante na preservação dos ativos culturais específicos num mundo cada vez mais globalizado, promovendo as culturas locais distanciando-as de uma cultura universalizada e universalizante (HERREMAN, 1998: 7).

Uma reflexão atenta à situação do universo museológico no nosso país permite-nos constatar uma alteração profunda nos modelos de salvaguarda e valorização do património cultural nacional, que se reflecte numa cada vez maior atenção pública e privada aos problemas do património cultural independentemente da sua tipologia.

As alterações políticas ocorridas depois do 25 de abril, o reforço do poder local, o desenvolvimento de fundações e associações potenciaram o desenvolvimento de uma nova política no setor cultural e patrimonial.

A sucessão dos ciclos políticos do poder democrático marcados por agendas eleitorais a diferentes níveis suscitou o aparecimento de unidades culturais de diferentes dimensões, museus e monumentos de carácter nacional, regional ou local como marcas de afirmação de um determinado mandato ou legislatura.

A adesão à CEE e a possibilidade de recurso a Fundos de Coesão europeus permitiu uma alteração aos modelos dos investimentos próprios reforçando a tendência construtiva de unidades culturais, tais como centros culturais, auditórios, bibliotecas e na mesma linha de pensamento de museus.

Ao longo destes 40 anos assistiu-se ao surgimento e desenvolvimento de movimentos e correntes patrimonialistas, mais ou menos radicais, mais ou menos conservacionistas, que centraram a sua atividade em prol da salvaguarda do património nacional.

Fruto destas tendências podemos assistir à criação de centros históricos em muitas cidades e vilas, com regulamentos de gestão mais ou menos rígidos, à inscrição de diversos bens nacionais nas listas do património classificado pela UNESCO, pela atenção dada ao património etnográfico, ao património imaterial ou outros.

Simultaneamente, assistiu-se ao surgimento desenfreado de unidades museológicas por todo o território. Se por um lado estas unidades museológicas poderiam desempenhar

dos locais visitados:

“Inévitablement, les touristes, lorsqu'ils découvrent un pays, doivent avoir aisément accès aux sites majeurs et aux collections les plus importantes. Le musée leur offre la possibilité de s'initier à la culture du pays qu'ils visitent en voyant des expositions selon toute probabilité représentatives et présentées dans un cadre harmonieux. Les musées sont les mieux placés pour offrir cette commodité aux touristes et ils le resteront.

[...]

En particulier, les musées sont clairement invités à exercer une action directe et positive sur l'échange entre les touristes et la culture du pays visité.

Les musées ont pour mission de recueillir, conserver et protéger tout ce qui est éphémère dans la culture et, ainsi, de contribuer à prévenir l'érosion des identités culturelles”.

um papel crucial na salvaguarda e valorização dos patrimónios nacionais e locais, empiricamente reconhecemos que estas unidades museológicas são, na generalidade, de pequena ou muito pequena dimensão e com recursos muito diminutos, sentindo grandes dificuldades no desenvolvimento da sua atividade em prol da salvaguarda do património.

No inquérito realizado aos Museus portugueses pelo Ministério da Cultura e pelo Observatório das Actividades Culturais, publicado em 1999 podemos constatar um aumento exponencial do número de museus a partir de 1974, o que segundo os autores “... representando também o alargamento significativo dos conceitos de património e, nesse contexto, a valorização dos espólios até então pouco considerados.” (SILVA, 2002: 14)

No mesmo trabalho reconhece-se o papel das autarquias locais, que num momento de mudança se pretendiam afirmar como dinamizadores do território.

Reconhecendo-se esta realidade aquando da publicação referida, afirma-se a necessidade da criação de uma Rede Portuguesa de Museus que funcione como uma entidade normalizadora e qualificadora da realidade museológica nacional. Estando neste momento em fase de relançamento, a Rede Portuguesa de Museus desempenhou ao longo dos anos um papel crucial na valorização do tecido museológico nacional, apontando caminhos para que os museus se transformassem em verdadeiras instituições de salvaguarda do património.

Independentemente do número de museus criados, alguns deles, como referimos sem capacidade de implantação efetiva, assistiu-se a surgimento e desenvolvimento de unidades museológicas municipais de grande importância, tendo estas assumindo no seu território um papel essencial no desenvolvimento cultural dos cidadãos e como estruturas determinantes do desenvolvimento socioeconómico local, garantindo a salvaguarda de bens materiais e do património imaterial das suas áreas de atuação.

Apesar do reconhecimento que os museus têm, consideramos ser essencial uma nova visão, uma articulação em redes que permita um trabalho partilhado, uma promoção articulada potenciando o que cada um tem de melhor e anulando as fragilidades existentes.

Uma nova visão do papel dos museus, acompanhadas por novos modelos de financiamento será essencial para a implantação destas estruturas nas comunidades e no reconhecimento do seu papel enquanto ativador regional, essencial para as dinâmicas turísticas em expansão.

Bibliografia

AMBROSE, Timothy; PAINE, Crispin, 1993 - *Museum Basics*. London: Routledge.

BALTAZAR, Helena Dinamene D. G. Simões, 2008 - *Os turistas no museu: (dis) ou indispensáveis? O caso do Museu de Alberto Sampaio em Guimarães, Tese de Mestrado em Museologia*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

BENEDIKTSSON, Guobrandur, 2004 - *Museums and Tourism Stakeholders, resource and sustainable development: dissertação de Mestrado*. Goteborg: Goteborg University.

BUTLER-BOWDON, Caroline; HUNT, Susan, 2008 - *Thinking the Present*

Historically at the Museum of Sydney. City Museums and City Development. Plymouth: Altamira Press. p. 75-89.

CRANE, Susan, 2000 - *Museums and Memory.* Standford: Standford University Press.

DAUSCHEK, Anja, 2008 - *A City Museum for Stuttgart Some Issues in Planning a Museum for the Twenty-First Century. City Museums and City Development.* Plymouth: Altamira Press. p. 90-98.

EIREST, 2011 - COLÓQUIO NOUVEAUX MUSÉES, NOUVELLES ÈRES URBAINES, NOUVELLES MOBILITÉS TOURISTIQUES, Université de Paris 1 – Sorbone. Paris: Universidade de Paris 1.

GALLANT, Michèle; KYDD, Gilian, 2005 - *Engaging Young Minds and Spirits: The Glenbow Museum School. Lookink Reality in the Eye Museums and Social Responsibility.* Calgary: University of Calgary; Museums Association Saskatchewan. p. 71-84.

GONÇALVES, Alexandra, 2009 - *Museus e Turismo. Informação ICOM.PT.* Lisboa. série II, 4. p.3–10.

HERNANDEZ HERNANDEZ, Francisca, 1998 - *El museo como espacio de comunicaci3n.* Gij3n: Ediciones Trea.

HERREMAN, Yani, 1998 - *Museums and Tourism: Culture and Consumption. Museum International.* Paris. vol. 50, 199. p.4–12.

HERTZOG, Anne, 2011 - *Ville exposée, ville fragmentée. De la difficulté à muséographier l'urbain.* In COLÓQUIO NOUVEAUX MUSÉES, NOUVELLES ÈRES URBAINES, NOUVELLES MOBILITÉS TOURISTIQUES – axe 1: L'ARTICULATION MUTATIONS URBAINES, MUSÉES ET TOURISM, Université de Paris 1 – Sorbone. Paris: Universidade de Paris 1.

HIGONNET, Anne, 1994 - *A New Center: The National Museum of Women in the Arts. Museum Culture – Histories, Discourses, Spectacles.* London: Routledge. p. 250-264.

HOOPER-GREENHILL, Eilean, 1998 - *Los Museos y sus Visitantes.* Gij3n: Ediciones Trea.

ICOM, 2005 - *Proposal for a Charter of Priciples for Museums and Cultural Tourism.* http://archives.icom.museum/prop_tour.html, 2012.04.29.

JANES, Robert R.; CONATY, Gerald T., 2005 - *Lookink Reality in the Eye Museums and Social Responsibility.* Calgary: University of Calgary; Museums Association Saskatchewan.

KELLY, Lynda, 2009 - *Cultural Tourism and Museums.* In INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON ART MUSEUMS, Taipé Fine Arts Museums, Sydney.

NMDC, 2009(2) - *Museums Deliver.* Londres: NMDC.

PEARCE, Susan M., 1994 - *Museums and the Appropriation of Culture.* London: The Athlone Press.

POULOT, Dominique, 1994 - *Identity as Self-Discovery: The Ecomuseum in France. Museum Culture – Histories, Discourses, Spectacles.* London: Routledge. p. 66-84.

PRÉVÉLAQUIS, 2008 - *City Museums and the Geopolitics of Globalization. City Museums and City Developmen.* Plymouth: Altamira Press. p. 16-26.

ROGOFF, Irit, 1994 - *From Ruins to Debris: The Feminization of Fascism in German-History Museums. Museum Culture – Histories, Discourses, Spectacles.* London:

Routledge. p. 223-249.

SCREVEN, C. G., 2004 - *United States: A Science in the Making. Reinventing the Museum Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift*. Oxford: Altamira Press. p. 160-166.

SILVA, Raquel Henriques da, 2002 - *Apresentação*. In FÓRUM INTERNACIONAL REDES DE MUSEUS – Actas. Lisboa: Ministério da Cultura; Instituto Português de Museus. p. 5.

STEVENS, Terry, 1998 - *Le voyageur chargé d'un lourd fardeau a besoin d'un ami...*. In MUSEUM INTERNATIONAL, n.º 199, Vol. 50, n.º 3. Paris: UNESCO. p. 24 - 27.

WCCD, 1996 - *Our Creative Diversity*. Paris: Unesco.

ZOLBERG, Vera, 1994 - *An Elite Experience for Everyone: Art Museums, the Public, and Cultural Literacy. Museum Culture – Histories, Discourses, Spectacles*. London: Routledge. p. 49-65.

