

Um Museu como palco de Cultura/Culturas nos seus diferentes papéis

O Museu dos Transportes e Comunicações

Regina Maria Carvalho Meneses e Castro



2010

índice

Introdução.....	3
Percurso pessoal – Reflexão sobre uma prática de intervenção cultural.....	5
Breves reflexões teóricas e de enquadramento geral.....	6
A importância da gestão cultural na afirmação artística de uma cidade.....	7
A gestão cultural como território das diferentes actividades artísticas.....	8
O papel do Museu nos dias de hoje.....	9
O papel do Museu como espaço educativo.....	10
O papel do Museu dos Transportes e Comunicações na cidade e na comunidade.....	12
O papel da educação no Museu dos Transportes e Comunicações.....	17
O papel da colecção e o papel do espaço expositivo.....	33
O papel do Teatro.....	85
O papel da Música.....	87
O papel do Edifício.....	90
O papel do Centro de Formação.....	93
O papel das Parcerias.....	101
O papel do Público e dos Públicos.....	103
O papel das Pessoas.....	105

Introdução

Minha aldeia é todo o mundo.

Todo o mundo me pertence.

Aqui me encontro e confundo

Com gente de todo o mundo

Que a todo o mundo pertence

António Gedeão

Cada um de nós nasce e vive com uma história de vida, com um “património”, constrói um espaço individual de emoções e, ao longo da vida, exprime sensações, sentimentos, desejos que representam os nossos “eus” individuais. A educação e a cultura constroem os “eus” sociais ou colectivos, afastam-nos da nossa aldeia, do nosso sentido de pertença e de identidade. Uniformizam-se os consumos das coisas, das ideias, dos conceitos de cultura. A nossa aldeia dá origem a uma aldeia global onde se oferecem caldos de mistura de credices e intuições pessoais, onde se misturam memórias e histórias, onde se cruzam saberes rigorosos com resultados da experiência individual. Desta forma, aparecem locais de cultura que produzem objectos feitos à medida e promovem consumos estereotipados. Para isso, os média têm contribuído de uma forma determinante para a construção de um conceito de educação e cultura “pronto-a-vestir”. É neste sentido que os museus, como espaços educativos, podem assumir um papel renovador, primeiro, assumindo a educação como sua componente principal e, segundo, com uma função social que os leve até às pessoas, isto é, ao público, assumindo-se, acima de tudo, como um meio de comunicação que estabeleça a relação entre os objectos e os fins pedagógicos e educativos. “Os museus de simples armazéns de objectos passam a ser lugares de aprendizagem activa”. Através de uma pedagogia da libertação e da criatividade, de uma escola dos sentidos e de uma poética do acto educativo, os museus podem hoje inventar algo de diferente, descobrir novos caminhos, exercitar, imaginar e, nos novos aglomerados urbanos desumanizados, criar, em condições de igualdade, rituais de cultura como actos aglutinadores e dinamizadores.

Convencidos, acima de tudo, de que somos capazes de criar novas maneiras de ver e de olhar o património , isto é , a vida, podemos captar novos públicos “afectivamente”. Para isso, contaremos a nossa história no espaço e no tempo como acontece em todas as histórias.

E, para além disso, perceber que a nossa capacidade de ver é infinita.

A catedral de Burgos tem trinta metros de altura

E as pupilas dos meus olhos dois milímetros de abertura.

Olha a catedral de Burgos com trinta metros de altura!

António Gedeão

Percurso pessoal – Reflexão sobre uma prática de intervenção cultural

“ A escola deixará de ser talvez tal como nós a compreendemos, com estrados, bancos ,carteiras: será talvez um teatro, uma biblioteca, um museu, uma conversa”

Leão Tolstoi

A minha experiência de vida do ponto de vista profissional desenvolveu-se sempre num espaço que hoje se entende comum e de partilhas inevitáveis: educação – arte – cultura. Na relação da minha formação com as práticas efectivas no âmbito da tão recente Gestão Cultural desenvolveu-se um percurso onde se fizeram convergir os percursos de actividades plurais no âmbito da cultura. A gestão cultural é um modelo, uma forma de actuação que implica um profundo conhecimento das realidades, realidades hoje cada vez mais complexas e diferenciadas.

Aqui reflectirei sobre a vivência profissional no Museu dos Transportes e Comunicações no Porto, onde desempenhei as funções de assessora de direcção e de programação, e de coordenadora do Serviço de Educação, respectivamente. Darei conta aqui da pluralidade de **papéis** e funções que um museu pode ter e desempenhar numa cidade.

Breves reflexões teóricas e de enquadramento geral

“Cultura é o meio em que decorre toda a vida humana, com as suas preocupações, actividades e lutas. É também o reino dos sentidos, objectos, artefactos, sistemas e símbolos que contribuem para construir e dar sentido ao que nos envolve”

Willis, 1991

Hoje falar de cultura, e por um qualquer fenómeno de moda, está relativamente vulgarizado e talvez por isso sejam inúmeras as definições de cultura. O conceito de cultura anda a par com o conceito de identidade, identidade pessoal, social, nacional e étnica. Nesta identidade podemos encontrar uma correlação com a arte, a arte como manifestação de vida e indissociável das outras manifestações que com esta se relacionam, modos de vida, preocupações, ideias e ideais de uma civilização. A cada forma de vida social vem ligada uma dada manifestação artística. Isto é visível na literatura, nas artes plásticas, na arquitectura, na música, no teatro.

Distinguem-se as culturas de acordo com a pluralidade das experiências sociais. A cultura contemporânea procura a sua autonomia na prática da política, na actividade laboral, nas relações sociais, na produção científica, na elaboração do pensamento, na criação do imaginário colectivo e na organização da vida pessoal, no interior exclusivo de cada um destes espaços. Não existe a “cultura”, mas culturas coexistentes entre si. Não existe igualmente o homem, a não ser como abstracção. Há tantos homens quantas as culturas concretas.

A importância da gestão cultural na afirmação artística de uma cidade

A Arte e a Cultura, como produção de conhecimento e, principalmente, como factor de desenvolvimento dum país, têm movimentado de maneira crescente, no decorrer dos últimos tempos, importantes vontades e investimentos que tornam possível a expansão da actividade cultural local. Isto acontece, não só através de mudanças antropológicas nos padrões de consumo e lazer das sociedades contemporâneas, mas também como resposta à constatação de que sem a alteração substantiva dos índices culturais das comunidades / cidades não haverá desenvolvimento sustentado. Os projectos têm que surgir num quadro deste entendimento e enquanto estrutura de/e para o território. O património e as comunidades devem basear-se no pensamento de que a eficácia social e económica da sua acção cultural só se tornará possível se, para além da afirmação das instituições com uma clara estratégia na vida cultural das cidades, estas, por seu turno, derem corpo a um conjunto de medidas coerentes de articulação e qualificação dos diferentes agentes e organismos existentes no seu espaço, tendo como objecto as mais diversas vertentes de actividade ligadas ao fenómeno cultural.

Nesta perspectiva, nos dias de hoje, existem inúmeros departamentos de cultura e espaços de cultura municipais no País (bem como de associações e outros grupos de arte e cultura espalhados pelo território), aos quais não têm sido facultados muitos dos instrumentos indispensáveis à complexidade da função de quem trabalha os sectores artístico-cultural e do património histórico de cada Comunidade/cidade.

A gestão cultural como território das diferentes actividades artísticas

A gestão cultural é determinada pelos diferentes territórios em que a acção cultural se leva à prática: um equipamento cultural, um departamento de cultura de um município, uma associação, uma fundação, uma cidade, um território nas suas múltiplas escalas. Tem de estar disponível para escutar e interagir com a diversidade e a evolução dos fenómenos sociais, sejam eles de natureza estritamente cultural, de natureza económica, política, sociológica ou outra.

" A Animação Sócio-cultural é um conjunto de práticas sociais que têm como finalidade estimular a iniciativa e a participação das comunidades no processo do seu próprio desenvolvimento e da dinâmica global da vida sócio-política em que estão integradas" (*Unesco*).

É urgente aceitar e fomentar a necessidade de que as comunidades, no seu sentido mais lato, sentem de organizar e até "institucionalizar" espaços de intervenção Sócio-Cultural, com a preocupação primeira de encontrar uma identidade. Esta identidade é entendida do sentido mais próximo do espaço físico até ao espaço imaginado, de carácter simbólico, artístico, étnico, religioso, cultural.

A partir do século passado assiste-se a uma interpenetração entre os campos cultural, político e económico, beneficiando, do ponto de vista do reconhecimento social, o primeiro.

O público, elemento fundamental na caracterização do fenómeno cultural, assume-se como um elemento funcional do mercado, correspondendo ao consumidor do mercado tradicional.

Assistimos hoje a uma valorização de conceitos como criação, criatividade e inovação – cidades criativas e indústrias criativas.

Na linguagem da cultura e da política dos dias de hoje estes conceitos estão na ordem do dia.

O papel do Museu nos dias de hoje



Os museus devem deixar de ser passivos colecionadores para se tornarem participantes activos nas transformações da sociedade. A acção museológica torna-se cada vez mais próxima das práticas sociais globais e aponta para a necessidade de buscar novos caminhos que sejam trilhados a partir da acção conjunta de técnicos e grupos comunitários, tendo como objectivo primeiro o desenvolvimento social e cultural. Daí o público ser a principal preocupação, facultando-lhe uma programação de qualidade diversificada e de elevado interesse cultural.

É neste relacionamento com o público, ou públicos, que um serviço educativo deve sedimentar a sua acção, procurando criar um museu vivo, aberto à comunidade, numa nova teia de relações com o público em geral e com o público escolar em particular. Com este deve-se procurar estabelecer uma nova relação pedagógica, articulando a organização dos conteúdos das exposições/eventos com os conteúdos curriculares ou disciplinares, ou abrindo a actividade do museu a outros espaços de intervenção sócio-educativa e cultural através de projectos como "O Museu vai à Escola". O museu torna-se, assim, um espaço mais aberto e vocacionado à participação do público escolar. Outra grande preocupação dos Serviços Educativos é promover a formação dos técnicos dos espaços museológicos e culturais. A formação profissional deve ser entendida como instrumento capaz de gerar mudanças pessoais, criando uma relação mais próxima e segura com os contextos reais onde é desenvolvido o trabalho. Daí, promover e proporcionar um leque de acções devidamente acreditadas para agentes culturais com a preocupação constante de desenvolver estratégias e estruturas de formação permanente, com vista à criação de recursos humanos, tornando o pessoal mais especializado e, ao mesmo tempo, mais criativo e inovador.

Redimensionar o conceito de museu e o seu actual papel social, integrando-o numa perspectiva mais ampla de intervenção e animação sociocultural, deve ser o principal objectivo.

O papel do Museu como espaço educativo

Um dos grandes objectivos da nova museologia é aceitar e valorizar a dimensão educativa do museu. Esta dimensão pedagógica transforma o museu num espaço que se assuma como um grande centro de educação e de formação e informação para as pessoas, ou seja, para o seu público.

Esta dimensão educativa que se pede ao museu não está próxima do ensino “formal oficial”, embora se aceitem complementaridades de aprendizagens.

As aprendizagens que o museu deve desenvolver são aprendizagens activas e participadas que se baseiem na possibilidade do público ser capaz de construir a sua própria experiência educativa a partir das suas vivências, dos seus conhecimentos, das suas competências, das suas motivações e formas de vida.

O museu assume-se como um espaço onde é possível criar diferentes possibilidades de aprendizagem de acordo com o legado individual de cada individuo/pessoa/público.

As aprendizagens que o museu proporciona fazem-se a partir de “trocas” de memórias: as memórias individuais com as memórias colectivas.

O museu não impõe um discurso, uma linguagem única, propõe uma leitura possível, possibilitando ao seu visitante uma multiplicidade de interpretações.

André Malraux no seu livro “As vozes do silêncio – O museu imaginário” defende um museu aberto e “sem paredes” (as paredes de um museu podem mesmo ser, hoje, imaginárias, quando, por exemplo, se organiza o museu num espaço sem acervo, aí, então, os esses museus tornam-se vivos e activos recorrendo á ciência à história, à arte, à crítica, à estética, à imaginação para se edificarem).

O museu destrói as suas barreiras físicas, as suas paredes, e sai fora de portas procurando novos sentidos para o conhecimento e para a aprendizagem.

Uma nova identidade de museu deve ser construída diferente da apresentada a seguir por Aurora Leon:

“O museu é imponente e se algo cria nada mais é que confusão, indiferença e recusa pela cultura. A palavra museu conota, à partida, para todos, um significado hostil, uma violência apriorística de aborrecimento e cansaço .É monolítico, encerrado a todo o ar renovador, denso e negador da liberdade: o controlo “policia” da entrada, a obrigatoriedade do circuito, a imposição de

fronteiras para o visionamento da obra... o museu é um intermediário, o instrumento que (im)possibilita o entendimento face a face do espectador e da obra” (*El Museo, Teoria, praxis e utopia*)

O papel do Museu dos Transportes e Comunicações na cidade e na comunidade

(Comunicação apresentada no Encontro Museus e Educação que se realizou no Centro Cultural de Belém, Setembro 2001, organização Instituto Português de Museus)

A nossa intervenção vai ser como um discurso a duas vozes. Eu represento, de certa forma, o contador de histórias, a sua voz. O CD reproduz as imagens, a parte visual. As vozes nem sempre são convergentes, por isso, esta intervenção constitui um desafio à vossa capacidade de atenção e de concentração. Embora os psicólogos da actualidade digam que a nossa capacidade de captar diferentes estímulos e mensagens em simultâneo é imensa, se por acaso não o conseguirem, sosseguem que a falha não é vossa, mas sim inteiramente nossa, pelo que pedimos desde já as nossas desculpas. Era uma vez... dizem que é assim que começam todas as histórias, umas mais de encantar, outras menos, de qualquer forma, fonte mágica de sabedoria, de aprendizagem dos tempos e do tempo dos nossos avós, infelizmente, cada vez menos presentes nos nossos dias. Mas isso é outra história e, se calhar, para outro congresso. Fica o desafio para descobrirem a razão de ser do seu desaparecimento. Será que já não há histórias, já não há avós ou já não há tempo? Aqui fica a pergunta. De qualquer forma, nós, teimosos como somos, vamos aqui contar uma história, a nossa, evidentemente, a do Museu dos Transportes e Comunicações do Porto (MTC).

Um museu é um espaço cultural com um passado, um presente e um futuro e é na compreensão e equilíbrio destas três dimensões que se constrói a identidade de um museu. Este é um espaço povoado de objectos com histórias e, sobretudo, de gente, pessoas que o “habitam”, que o constroem e outras que o descobrem e se apropriam legitimamente do seu saber, do seu projecto — a estes últimos chamamos público. O projecto do museu está impregnado de uma filosofia, de um sentido de cultura e de vida que o sustenta. Este sentido de vida é, por sua vez, construído a partir de um conceito de educação.

Quando definimos um trajecto como destino encontramos uma encruzilhada e é a partir daí que se decide que caminho seguir para construir uma identidade, um percurso — o nosso. Para definir o do MTC foi preciso construir o caminho na simbologia entrecruzada dos carris que já nada contornam mas que recriam

um novo quotidiano de ruídos e de choque de máquinas do museu. Foi necessário superar as contradições do passado e lançar o presente no futuro. O seu passado foi construído em valores de austeridade e rigidez. O edifício é de meados do séc. XIX, estilo neoclássico, e projectado pelo arquitecto francês Jean Colson. O edifício impôs-se sobre a cidade, escondeu as margens a Miragaia e a frontaria foi virada para o rio, ficando de costas voltadas para a cidade. A alfândega, sua primeira função, era a representação do poder do estado. Gravou na pedra, nas salas, nos arquivos e na instrumentália, a função viva de controle e de vigilância de haveres. Esperas arbitrárias. Secretárias de austeros funcionários, guichets onde se efectuava a apropriação do tempo dos homens. Hoje, no Museu de Transportes e Comunicações não negamos o passado mas reinventamo-lo, amaciámos a crueza e a frieza das pedras, abrimos-lhe as portas para a comunidade, para a cidade, para o país e, quem sabe, para o mundo.

O Museu é uma Associação sem fins lucrativos constituída por 61 associados individuais e 25 colectivos. Fundada em 1992, viu reconhecido o seu valor cultural pelo Ministério da Cultura em 1998. O arquitecto Eduardo Souto Moura foi o escolhido para fazer a recuperação do edifício. A sua intervenção pode definir-se como uma arquitectura invisível orientando-se pelos princípios de Aldo Rossi que defende que “a arquitectura nascida da necessidade actualmente é autónoma, na sua mais elevada forma cria peças de museu a que os técnicos se referem, para transformá-las e adaptá-las às múltiplas funções e exigências em que devem ser aplicadas”. Daí a importância da recuperação do espaço acompanhar em paralelo o projecto do museu. Uma nova fisionomia sócio-cultural muda a noção de museu desde a sua arquitectura até aos seus projectos. É sobre o projecto do museu que vamos agora reflectir.

Podemos com segurança afirmar que efectuámos um momento de viragem em 1994, resultado de um conjunto de factores estruturantes da nossa actividade que assentam sobretudo na definição de um novo conceito de museu e a quem se destina e na consolidação dos serviços, salientando o papel fundamental do serviço educativo. Este serviço tem um papel determinante na actividade do museu e é a este que compete estabelecer a relação com o público. É neste relacionamento que o serviço educativo sedimenta a sua acção, procurando criar um museu vivo, aberto à comunidade.

A afirmação do serviço educativo iniciou-se com uma exposição vinda da Fundação Calouste Gulbenkian intitulada “No tempo em que os animais falavam... fábulas de La Fontaine”. Esta exposição era muito original na sua forma expositiva porque as peças, tais como aguarelas, peças de mobiliário e livros, estavam envoltas num cenário que recriava uma floresta. Daí que a forma de comunicação dos objectos apontasse para uma leitura e um discurso expositivo diferente. A isto juntámos um espaço para teatralização das fábulas, que decorria durante a visita, e criámos uma oficina multidisciplinar paralela à exposição.

Este projecto é, já em si, um desafio. Levou-nos mais longe e a encontrar outras formas de comunicação com o público e de animação da exposição: a animação permanente mais afectiva e interveniente, a valorização das visitas de grupo (sobretudo escolares), o estabelecimento de uma relação com as escolas antes e depois da visita, particularmente com os professores.

Através dos projectos que denominámos “o museu vai à escola”, em que levámos às escolas o espectáculo de teatro das fábulas, criámos um elo permanente com elas. A construção deste projecto deveu-se também à criação de novas parcerias com a DREN, a DREC, a CMP - Pelouro da Educação, a ESMAE, a ESE, etc.

No âmbito desta exposição desenvolveram-se outras actividades, tais como, o Jornal “Fábula”, a comemoração de dias especiais, as oficinas de construção de instrumentos musicais e de ilustração, espectáculos de teatro, o lançamento de livro temático, entre outras. Esta exposição foi uma espécie de laboratório para definir linhas de orientação futuras.

Neste contexto surge a exposição interactiva “ Comunicação/ Comunicações”, uma exposição que contava a história do mundo das comunicações com um conjunto de núcleos temáticos e espaços oficiais interactivos abertos à participação do público. A partir deste espaço de experimentalidade surgiram novas parcerias: IPATIMUP (Instituto de Patologia e Imunologia Molecular da Universidade do Porto), Conservatório de Música de Braga, IIE, Cineclube do Porto, Parlamento Europeu de Jovens, Jornal Público. Esta exposição foi palco, entre outras actividades, de concertos temáticos, oficinas criativas, debates e conversas com escritores, jornalistas, ciclos de cinema, Semana da Ciência e da Tecnologia, Dia da União Europeia, Semana dos Média na Escola, Oficinas de Verão e uma Acção de Formação de Professores promovida pelo MTC.

Abro um parêntesis para dizer que o MTC tem desenvolvido uma actividade formativa regular desde 96, com 4 edições do curso “Metodologias para Animação de Espaços Museológicos” e um programa de formação de professores em diferentes áreas, tendo-se constituído em 2001 como centro de formação de professores.

No campo editorial e de produção própria, gostaríamos de referir o CD-áudio “Azul a Sonhar” e o CD-rom “Comunicação/Comunicações”. Todas estas iniciativas se destinaram a todo o público.

Poder-se-á então afirmar que a actividade assenta sobretudo na programação e que esta deverá ser cada vez mais plural e aberta à participação de todos, constituindo um espaço democrático. Sem visitantes satisfeitos e com vontade de voltar o museu cai inevitavelmente no esquecimento.

Os públicos são diferenciados, o que obriga, à realização de programas específicos para cada um deles: o público em geral, as pessoas da 3ª idade, o público escolar (em particular as crianças carenciadas e excluídas socialmente), bem como famílias inteiras onde se misturam todas as gerações.

O museu deve assumir-se como instrumento de comunicação com espaços abertos, lugares de afecto e de aprendizagem activa. Deve criar uma diversidade de propostas para responder a uma diversidade de expectativas por parte do público. Criar novos objectos e relações de conhecimento e novos espaços de investigação e, como disse Eileen Hooper Grenhill “hoje tenta-se fazer uma utilização activa das colecções e tornar disponíveis tantas formas quantas as possíveis de aprendizagem e prazer a partir de recursos que o museu dispõe”. A consciência da diversidade social e cultural veio alterar o sentido educacional dos museus cada vez mais preocupados com a dimensão lúdica. O papel educativo do museu é fundamental sobretudo como regulador de valores sócio-culturais e imposição de um sentido de cidadania, onde devem estar presentes o diálogo, a tolerância, a afectividade e a democracia.

Vamos agora entrar num assunto delicado e obscuro que é a questão dos números. Precisamos de nos libertar das leis de mercado e da sua lógica mercantilista em relação ao número de visitantes, mas não podemos esquecer que a sua afluência é um factor importante na vida de um museu. Devemos desmistificar a ideia de que a quantidade é inimiga da qualidade, mas sem perder de vista a qualidade e diversidade da programação, a relação com o público e a qualidade da visita que é inevitavelmente afectada quando se entra

num processo sem retorno de massificação. Há estratégias que são um grande reforço da actividade do museu. Assim, a divulgação através da publicidade e dos meios de comunicação social e a criação de espaços do museu disponíveis ao público, como sejam, um restaurante, uma loja, parques e jardins, espaços de apoio à infância e à 3ª idade, entre outros.

“Os museus, de simples armazéns de objectos, passam a ser lugares de aprendizagem activa” esta é, em suma, a principal vocação do museu que, através de uma pedagogia da libertação e da criatividade, de uma escola dos sentidos e de uma poética do acto educativo, pode hoje inventar, imaginar e criar condições de igualdade e rituais de cultura como actos aglutinadores e dinamizadores e ser, acima de tudo, capaz de criar novos públicos “afectivamente”.

O papel da Educação no Museu dos Transportes e Comunicações

O objectivo da educação numa instituição museológica é bastante distinto da perspectiva do ensino designado formal, embora possam nalgumas dimensões encontrar pontos de convergência no processo de aprendizagem.

A aprendizagem que o museu deve promover materializa-se na organização dos conteúdos expositivos, nas visitas animadas e de exploração, nas oficinas temáticas, nos espectáculos, concertos e outros acontecimentos em diferentes áreas de expressão. Neste sentido, a educação no Museu dos Transportes desenvolveu-se de uma forma aberta e participada de modo a promover o gosto e o sentido artístico e de comunicação.

As actividades desenvolvidas devem criar nos seus visitantes sensações de novidade, surpresa, admiração e simultaneamente a necessidade de acção e vontade de participação com prazer. Noutro sentido, o museu organizou um ensino diferente e alternativo ao desenvolvido pela instituição “escola”. Não quer isto dizer que fiquem de costas voltadas e não possam encontrar as formas necessárias da complementaridade. Com a escola devem ser estabelecidas relações de forma a partilhar sentidos que desenvolvam novas visões da formação, da investigação, da educação. No museu, as pessoas devem sentir-se livres e focar a sua atenção na leitura e compreensão das obras e dos conteúdos expositivos. Devem ser confrontadas com diferentes leituras do mundo, desenvolver a imaginação e a reflexão crítica.

O museu dá-nos o prazer de uma viagem, uma história contada através de objectos e imagens organizadas de diferentes formas.

Uma ida ao museu ao contar o passado evoca o presente e leva a uma reflexão sobre o futuro.

Foi nesta acção concreta que se exerceu o sentido da educação no Museu dos Transportes e Comunicações.

Uma ida ao museu não deve ser mais um “frio monólogo”, mas uma aproximação cada vez maior a um diálogo aberto e participado entre o objecto e o seu conteúdo. As pessoas que o visitam devem ser acolhidas pelas pessoas que nele trabalham, porque é sobretudo de relações entre pessoas que nos importa falar.



A Importância da Formação Contínua e Paralela na Construção dos Conceitos de Identidade e Inovação nos Serviços de Educação.

Em defesa de uma utopia.

(Comunicação apresentada no Encontro “Ver, Rever. Museus, Educação”, que se realizou no Museu Nacional de Arte Antiga em Dezembro de 2002, organização do Museu Nacional de Arte Antiga.)

A nossa intervenção foi construída a partir de um subtítulo, a que decidimos chamar “em defesa de uma utopia”. Esta escolha tem, em primeiro lugar, a ver com uma concepção filosófica de vida orientada por um lema que se traduz na procura da realização de um sonho, sonho este que, acreditamos nós, se for perseguido com insistência acaba por ser realizado.

Acreditamos também que as mudanças fundamentais que permitem o desenvolvimento efectivo da sociedade, da cultura, da arte e do conhecimento em geral, se enraízam na capacidade de sonhar. Partilhamos energias com Oscar Wilde quando afirmava que “o progresso é a realização de utopias”, e complementamos com o sentido humano profetizado num filme de Almodóvar onde escutamos “somos tão mais autênticos quanto mais nos parecemos com o que sonhamos.”

Esta introdução foi o mote que permitiu associarmo-nos à tão merecida homenagem prestada hoje aqui, no Museu de Arte Antiga, a Madalena Cabral. Pretexto, sem dúvida, singular e meritório deste encontro onde, para além de ver, se pretende rever esta relação tão estreita e inextrincável entre Museus e Educação. Não podemos partilhar uma emoção vivencial porque não tivemos o privilégio de a conhecer, mas podemos com segurança afirmar que a leitura atenta dos textos dispersos, a que nos foi facultado o acesso, nos ofereceu uma visão clara sobre o que é um museu com um Serviço Educativo de qualidade. Um museu deve ser entendido como afirmação de um espaço público inserido no quotidiano de cada cidade, ou seja, da comunidade.

Há praticamente três décadas, Madalena Cabral defendia que um museu é uma peça fundamental na organização do “sistema educativo” com responsabilidades face ao desenvolvimento cultural local, um elo de ligação permanente com o público, contendo um quadro de técnicos que possuam,

para além das qualificações profissionais, capacidades noutras dimensões, como sejam, a humanidade, o conhecimento pedagógico e psicológico que lhes permita perceber que o “objecto” do museu há-de sempre considerar como maior valor a pessoa a quem ele vai servir num momento determinado.

A cultura museológica deve favorecer o caminho da imaginação, da sensibilidade, da observação, da reflexão e do estudo, sempre com um sentido lúdico e, como afirmava Madalena Cabral, que se “divirtam conhecendo”. O Serviço Educativo assumiu um papel fundamental na construção do conceito de museu como elemento vivo e dinâmico, complementar da educação para qualquer público e em qualquer idade. O museu entendido como espaço de descoberta e encontro, encontro com a escola e com a comunidade que o enlaça, onde as pessoas não se sintam num museu “pasmado”, mas sim num museu “falado”. Neste tão feliz conceito de museu “falado” de João Couto podemos assistir a um diálogo dinâmico ao ver o museu transformar-se em oficina livre, em jogo, em encontros de trabalho com professores que aceite e dignifique a diferença ao promover encontros com uma população com necessidades educativas especiais (de referir a experiência levada a cabo pelo MNAA com cegos e outros grupos mais “esquecidos socialmente”). O Museu foi assim entendido como um espaço verdadeiramente público, com um papel social claramente definido.

Esta é, em curta síntese, a visão, profundamente actual e inovadora e referência obrigatória na museologia educativa, que Madalena Cabral nos deixa como legado.

Por ter sabido reinventar o conceito de museu, por ter sabido realizar um sonho, o nosso obrigado.

Reinventar o Museu

“O combate pela cultura geral não é um combate de retaguarda, é um combate de vanguarda que visa restaurar a coesão de uma sociedade e formar gente capaz de enfrentar situações complexas e inéditas. Essa é a razão porque desejamos que prevaleça o princípio de uma cultura geral única e prolongada. A democracia não é feita para alguns, é para cidadãos cultivados e não apenas instruídos.”

(François de Closets)

Um Museu é cada vez mais um espaço educativo, empenhado em desenvolver uma actividade pedagógica efectiva e de desocultação do seu tradicional papel de conservação de objectos e conteúdos. Os conteúdos são cada vez mais objecto de reflexão crítica e alvo de uma maior afirmação social.

São cada vez mais necessárias as relações inter-institucionais, sobretudo entre instituições de carácter cultural e educativo.

É hoje unanimemente aceite que o conceito de educação resulta de um conjunto de aprendizagens que acontecem dentro e fora da escola. A escola representa o espaço educativo/cultural mais amplo e abrangente no sentido da produção de conhecimentos significativos, no entanto, o processo de ensino/aprendizagem acontece na escola, no teatro, no museu, na rua, no jardim...

Será sempre destas interacções de conhecimento, que resulta uma nova postura cultural e educativa.

É neste contexto que o papel dos serviços educativos dos museus tem sido fundamental para a criação de novos hábitos culturais e para o reforço de novas práticas pedagógicas.

Se a educação também acontece fora da escola, compete aos organismos paralelos de educação não formal complementar, de uma forma cabal, os currículos escolares com outras áreas do saber e da criatividade, desenvolvendo de uma forma mais sistemática currículos abertos, alternativos e não ocultos.

Assim, será na transversalidade de actividades e saberes dos serviços educativos dos museus, identificados com a programação de actividades culturais com carácter pedagógico, nos novos relacionamentos com públicos diferenciados, nas novas formas de promover formação destinadas a docentes e discentes, na recente sistematização de estudos de públicos, na realização e acompanhamento de estágios profissionais, que podemos então encontrar a sua identidade e a essência da sua natureza e vocação educativa.

Por se tratar de uma instância com envolvimento estreito com projectos artísticos, está revestida de capacidade de inovação, na perspectiva da linguagem simbólica e universalista, contribuindo para a construção de estratégias de socialização e para a construção de novas identidades pessoais e sociais.

Peço-vos agora para falar um pouco da nossa experiência pessoal:

Foi no reconhecimento da importância de assegurar formação contínua em diferentes áreas e domínios de intervenção que o Museu dos Transportes e Comunicações tem, através do Serviço Educativo e de Animação, procurado criar um processo formativo enquadrador da actividade cultural e sócio-educativa que desenvolve.

Sendo a comunidade escolar um dos alvos privilegiados da sua acção, tem orientado projectos formativos para professores e outros agentes educativos (animadores sócio-culturais, técnicos de instituições culturais como museus, fundações, galerias, câmaras municipais, entre outras), a fim de fornecer um "equipamento" e uma mais valia acrescida na formação paralela destes agentes.

Tem-se, deste modo, posto em prática uma filosofia de formação-acção, promovendo a sua implicação mais directa nos projectos culturais promovidos e desenvolvidos pelo Museu dos Transportes e Comunicações.

Atendendo ao enorme sucesso alcançado pelas acções já desenvolvidas e pela acção de formação "Metodologias para a Animação de Espaços Museológicos", que se vem realizando desde 1998, pretendemos dar continuidade a este projecto criando assim uma estrutura mais sistemática, com melhor capacidade de resposta e qualidade e vocacionada especificamente para a comunidade escolar.

Em 2001 constituiu-se oficialmente o Centro de Formação do MTC.

Em 2002 concretizou-se um plano de formação financiado pelo PRODEP III em que foram realizadas algumas acções de formação:

- "A importância da voz na prática docente"
- "Desenho e Meio Ambiente"
- "Desenho e Meio Ambiente – a contemporaneidade e a pluralidade de propostas culturais"
- "Museu Escola e Comunidade"

Desde que desenvolve uma actividade formativa regular, o MTC tem procurado criar uma estrutura de recursos humanos qualificados para exercer formação nas diferentes áreas que se coadunam com a actividade museológica e cultural desenvolvidas pela instituição.

Constituímos uma bolsa de formadores internos, afectos à instituição, e que se encontram acreditados pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua. Foram escolhidos de acordo com as áreas que consideramos fundamentais para o desenvolvimento das actividades educativo/pedagógicas levadas a cabo pelo Museu dos Transportes e Comunicações.

Os formadores externos emergem de um grupo qualificado por áreas distintas de formação e que mantêm com o Museu uma relação regular, quer ao nível formativo, quer de outros projectos.

A actividade desenvolvida pelo Serviço Educativo e de Animação do MTC tem vindo a consolidar-se numa pluralidade de acções que têm decorrido nos últimos seis anos com cada vez maior visibilidade e impacto na comunidade envolvente.

A próxima edição do curso "Metodologias para a animação de espaços museológicos e culturais" terá a duração aproximada de dois anos e prevê um trabalho de campo a realizar nos próprios espaços de trabalho. Irá tornar os intervenientes mais aptos para o desenvolvimento de projectos culturais nos seus contextos de trabalho, agindo desta forma sobre a própria realidade, utilizando os instrumentos, os espaços e a equipa das próprias instituições de onde emergem os projectos. A prática resulta, assim, num processo contínuo de aprendizagem e de construção de um projecto (concepção, realização e avaliação).

Os espaços expositivos têm sido palco privilegiado para o enquadramento e desenvolvimento de acções formativas.

O Museu como entidade formadora renova o papel de enquadrador de uma problemática mais vasta de reflexão educativa, social, cultural e mesmo antropológica.

Um Museu afirma-se cada vez mais como espaço de utilidade pública, enquadrado no quotidiano de cada cidade, como espaço de cultura por excelência e não apenas como espaço de cultura erudita legitimada pelo peso monumental. Se entendermos a cultura como a trave mestra do equilíbrio dos indivíduos, se entendermos que ler, ouvir música, ver teatro, cinema, exposições, contar e ouvir histórias são dimensões da prática cultural, então educar é, em última instância, o ensinar o indivíduo (criança, jovem ou adulto),

a explorar e utilizar os espaços construídos, entendidos estes, como extensões de aprendizagem, porque em volta da escola devem aglutinar-se actividades significativas de e para a comunidade. A comunidade, por sua vez, transmite-nos conhecimentos relevantes sobre o mundo em geral e sobre o indivíduo em particular, de forma a melhor encontrar o seu lugar no mundo, numa relação de comunicação continuada que dê a possibilidade de mostrar ao outro o quanto está presente em nós. O museu pode assim adquirir o seu verdadeiro significado..

Reinventar a escola

A escola deverá deixar de ser produtora de processos culturais cristalizados onde predomina e é valorizado o pensamento lógico-dedutivo. O que temos de procurar hoje é o "pensamento mágico" que nos vai permitir a evasão da realidade, porque o pensamento mágico pode fazer muito mais. A escola não pode ser actualmente uma espécie de centro de formação para o trabalho, tem que abrir os caminhos do acesso à cultura, permitir viver feliz, ter uma profissão e exercer a sua cidadania. Terá de encontrar novos processos de formar cidadãos críticos, formando-os em todas as dimensões da pessoa humana, integrando-os criticamente na sua cultura porque, para aprender eficazmente, é fundamental ter vontade de agir, olhos bem abertos para ver, mente bem desperta para analisar, coração disposto para assimilar o aprendido e braços prontos para o aplicar. Tudo falta na escola: faz falta saber ouvir e saber analisar o que se ouviu.

A escola é uma instituição que está debaixo da linha de fogo da sociedade. Tudo o que nela se faz não consegue fugir ao olhar sagaz dos donos da ordem e da cultura.

Na maior parte de nós a escola deixou na nossa memória recordações frias e desinteressantes. Quem não pensou, em determinado momento da vida, na "chatice" das grandes obras sobre as quais achávamos que já estava tudo dito. Os que foram (os privilegiados) capazes de descobrir, e já longe da escola, o estudante de outrora, dão-se conta que é possível amar o que noutra tempo foi apenas um objecto de estudo entre nós e que as grandes obras são por natureza inesgotáveis. Esta inversão de valores só é possível quando adquirimos uma formação mais completa, o que acontece na maior parte das

vezes fora da escola. A escola deve-se assumir, não apenas como comunidade de ensino, mas sobretudo de aprendizagem. A aprendizagem não tem a finalidade única de armazenar conhecimento e grau de satisfação. A aprendizagem deve estar ligada ao melhoramento das pessoas e das instituições, entendido melhoramento do ponto de vista ético: evitar a injustiça, reduzir a pobreza, melhorar o respeito, evitar a discriminação e aumentar a solidariedade. O papel da escola é ensinar, e ensinar é para alguns uma forma de ganhar a vida, mas deverá tornar-se acima de tudo uma forma de ganhar a vida dos outros, de estimular o amor por aquilo que aprendemos. Educar deverá ser uma prática de procura da felicidade aberta à aprendizagem do saber que se liga à compreensão da realidade. A escola é uma instituição profundamente complexa. Nela se cruzam as dimensões: ética, política, didáctica, psicológica e económica. Daí que o papel da escola seja ensinar da mesma maneira que tem que aprender, aprender com o que se passa com o mundo fora da escola, na comunidade, no bairro, na rua ou em casa, no centro de saúde, no café, no teatro ou no museu. É deste devir permanente de relações de proximidade, de enamoramentos institucionais que deve resultar a educação, entendida como sistema suficientemente grande e abrangente, uma comunidade de ensino/aprendizagem. A escola deve sempre orientar os seus padrões de intervenção por um grande projecto elaborado e partilhado democraticamente por todos numa cultura de intercâmbio entre instituições com um papel de intervenção sócio-cultural na sociedade. A diversidade cultural abre horizontes e sugere iniciativas que permitem uma atitude permanente de reflexão crítica. É do estabelecer relações e comparações com a própria experiência que nasce a inovação e da inovação quase sempre surge a autonomia. Estamos então em condições de reinventar a escola.

É neste complexo contexto que urge rever o conceito de Museu e repensar as suas práticas, tendo sempre presente a trilogia Museu/ Escola/ Comunidade.

O Museu trabalha para as pessoas, para o público, mas o trabalho também é feito pelas pessoas que nele trabalham. Daí a importância fundamental que adquire a formação e qualificação dos quadros do museu que vão permitir a formação e qualificação dos públicos. Estamos assim em condições de reinventar o conceito de Formação.

Reinventar o conceito de Formação

Vamos encarar o museu como um grande Centro de Formação. A primeira regra de ouro é perceber que toda a formação se deve tornar reflexão sobre formação, num eterno ciclo que nunca se fecha, numa concepção radicalmente dialéctica da formação. A formação, entendida como formação nunca acabada, permite sentir o prazer das práticas quotidianas seguras ou incertas. A formação contínua constitui não só um campo prioritário de intervenção, mas também e sobretudo uma prioridade da investigação científica. A formação deverá assim promover uma atitude investigadora na acção do contexto de trabalho. A identidade de um Serviço Educativo constrói-se também na solidez de uma formação permanente e inovadora, porque toda a inovação pressupõe uma ruptura que predisponha as pessoas e as instituições para a mudança. Urge cada vez mais criar as condições enquanto estratégia fundamental para a construção de uma atitude “aberta” à inovação e à mudança. Surge então a formação que permite uma actualização dos técnicos enquanto profissionais autónomos na planificação e desenvolvimento de projectos. Para isso, e para que não sejam meros transmissores sem opinião, é necessário criar as condições para uma sistemática actualização do ponto de vista científico e pedagógico através de programas e metodologias rigorosas. É fundamental, desta forma, que os conhecimentos se traduzam em acções, em práticas inovadoras que possam produzir transformações significativas.

A formação deverá surgir do intercâmbio do “saber”, “saber fazer” e “ser”. Deverá ter em conta a ligação dos diferentes actores sociais, culturais e educativos e assumir-se claramente como um espaço de reconstrução de identidades pessoais, num processo de produção de saberes transformadores do ponto de vista pessoal e profissional porque, acima de tudo, nós pertencemos a nós mesmos, e qualquer pedagogia, como qualquer cultura, consiste em descobrir com os outros aquilo que somos para melhor descobrirmos em conjunto o que nos resta saber para reinventar a vida.

A questão das carreiras dos Serviços Educativos tem feito correr muita tinta, sobretudo a partir da década de 80. É inegável que este problema ocupa, hoje em dia, um papel determinante na estrutura da instituição museológica, por isso, defendemos que deve existir, quase que institucionalizada, uma formação

paralela e permanente. Esta formação pode e deve ser realizada dentro e fora dos Museus. Os museus podem assumir-se como centros de formação, que desenvolvam a sua actividade formativa em colaboração e parceria obrigatória, com outros Museus (nacionais e estrangeiros), Escolas Superiores de Educação e Artísticas, Universidades, Galerias, Jornais, Rádios, Televisões, entre muitas outras. Este sistema deverá funcionar numa forma articulada, calendarizada e sistematizada. A educação não formal tem assim um papel determinante na formação total do indivíduo interveniente e inteligente do ponto de vista social e cultural. O indivíduo será visto como um todo, porque como disse Nietzsche “a existência do mundo só se justifica como fenómeno estético, para se aprender a pensar é preciso aprender a dançar”.

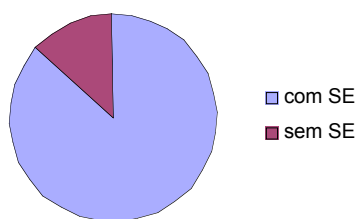
Assim sendo, que o baile comece nos Museus.

Levámos a cabo um pequeno levantamento de opiniões a 15 Serviços Educativos do grande Porto, onde pretendíamos reflectir sobre a constituição actual da maioria destes no que diz respeito à sua formação de base, outras formações relevantes e também uma opinião sobre o SE ideal. Estes estudos, que podemos denominar “domésticos”, não tiveram obviamente uma pretensão científica, embora elaborado com rigor. O objectivo foi fazer um levantamento sobre o estado actual dos Serviços Educativos próximos de nós.

Assim sendo, começámos por verificar que, das instituições consultadas, a maioria tem SE definido (13), o que poderá ser indicador da importância de um serviço como este em instituições de cariz cultural.

Instituições com e sem SE	
com SE	13
sem SE	2
total	15

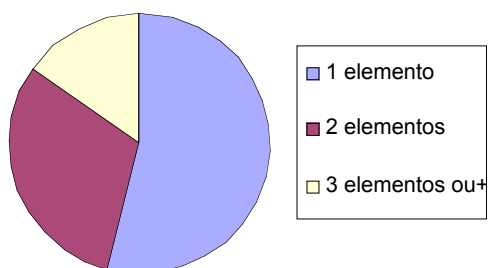
Gráfico I. Instituições com e sem Serviço Educativo



Contudo, apesar de o número de instituições com SE ser significativo, observa-se que o número de elementos pertencentes a este Serviço é ainda reduzido, sendo a maioria dos S.E. constituídos por 1 ou 2 elementos.

nº elementos por SE	
1 elemento	7
2 elementos	4
3 elementos	2
total	13

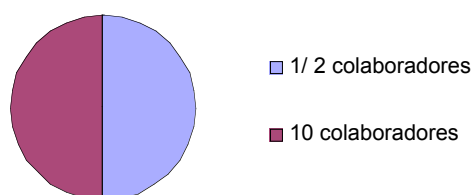
Gráfico II. Número de Elementos por SE



As duas instituições que referiram não ter SE informaram que, geralmente, recorrem a colaboradores para assumir essas funções e que podem, ou não, pertencer à instituição. Como exemplo, temos o caso do Centro Multimeios de Espinho que conta com 10 colaboradores para as suas sessões, embora não tenham SE definido, e o caso da Fundação de Serralves que, além dos elementos do SE, conta também com uma bolsa de monitores para a realização das suas actividades.

recursos externos em instituições sem SE	
1 ou 2 colaboradores	1
10 colaboradores	1

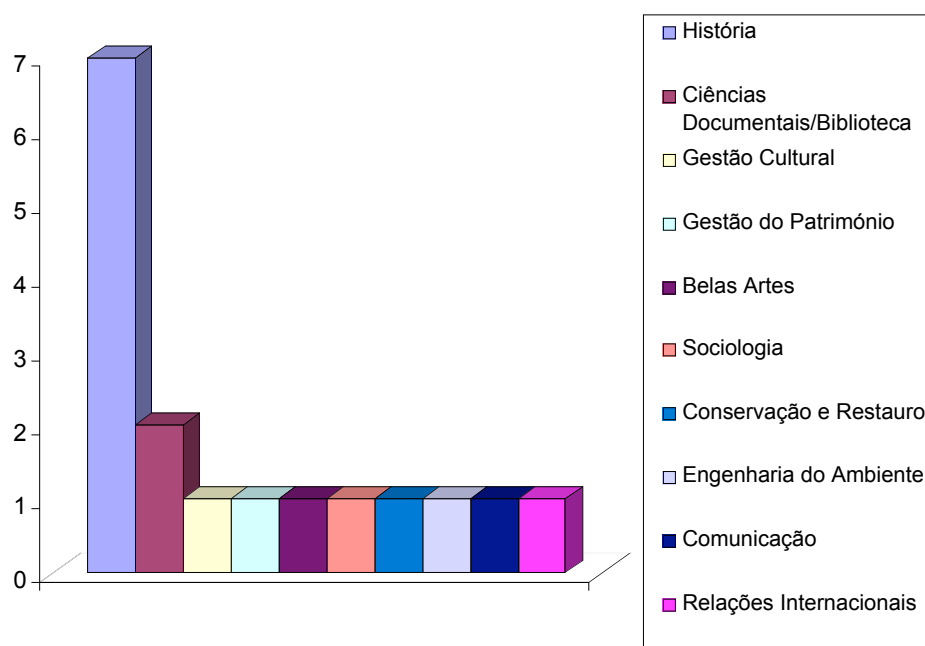
Gráfico III. Recursos Externos em Instituições sem SE



Relativamente às áreas de formação dos elementos do S.E., podemos constatar que a preponderância ainda assenta na área de História (7 pessoas), mas que já se verifica uma diversidade de formações que passam pelas Ciências Documentais, Belas Artes, Comunicação, Relações Internacionais, etc.

Áreas de formação dos elementos do S.E.	
História	7
Ciências Documentais/Biblioteca	2
Gestão Cultural	1
Gestão de Património	1
Belas Artes	1
Sociologia	1
Conservação e Restauro	1
Engenharia do Ambiente	1
Comunicação	1
Relações Internacionais	1

Gráfico IV. Áreas de formação dos elementos do SE

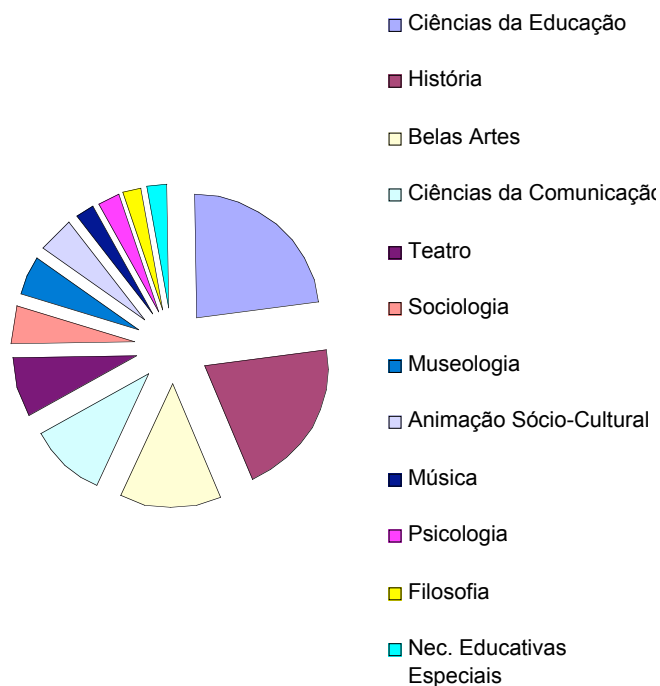


Questionadas sobre a formação ideal de uma equipa de SE, a maioria das opiniões recaíram nas áreas das Ciências da Educação e da História, passando também pelas Belas Artes, Comunicação, Teatro, Animação Sócio-cultural, Música, entre outras.

A ideia de uma formação contínua diversificada nas áreas da educação, da comunicação e das artes, sem nunca descurar a temática do museu em questão, também teve relevo quanto às opiniões sobre o perfil e competências dos elementos do SE.

Formações Ideais (equipa SE com 3 elementos)	
Ciências da Educação	9
História	8
Belas Artes	5
Ciências da Comunicação	4
Teatro	3
Sociologia	2
Museologia	2
Animação Sócio-Cultural	2
Música	1
Psicologia	1
Filosofia	1
Nec. Educativas Especiais	1

Gráfico V. Formações Ideais de uma Equipa de SE



Em síntese as principais conclusões foram:

1. das 15 entidades entrevistadas, 8 são instituições públicas, 1 semi-privada e 6 privadas;
2. destas, apenas 13 instituições têm S.E. definido;
3. o número de elementos pertencentes ao S.E. é ainda reduzido — a maioria dos S.E. é constituída por 1 ou 2 elementos (11 instituições);
4. as duas instituições sem S.E. definido geralmente recorrem a bolsas de colaboradores;
5. quanto às áreas de formação de base do S.E., a predominância assenta na área da História (7 pessoas), mas verifica-se também uma diversidade de formações em áreas como: Ciências Documentais, Belas Artes, Comunicação, Relações Internacionais;
6. a opinião sobre uma formação ideal dos elementos de uma equipa de S.E. recai sobre as áreas das Ciências da Educação e da História, passando pelas Belas Artes, Comunicação, Teatro, Animação Sócio-cultural, Música, entre outras;
7. relativamente à questão da profissionalização, esta não reuniu consenso uma vez que existem opiniões que defendem uma profissionalização específica e outras que defendem formações diversificadas.

O papel da colecção e o papel do Espaço Expositivo

Este trabalho foi elaborado e apresentado no âmbito da Pós-Graduação em Gestão Cultural orientado e avaliado pelo Professor Daniel Bessa (Escola de Gestão do Porto)

COMUNICAÇÃO DO CONHECIMENTO E DA IMAGINAÇÃO

Exposição Interactiva



André Teixeira
Eugénia Figueiredo
Regina Castro

Porto, 22 de Junho de 2001



Apresentação

A exposição “Comunicação do Conhecimento e da Imaginação” constitui um projecto de continuidade no percurso e programa cultural do actual Museu dos Transportes e Comunicações. Radica num novo modelo e conceito de museu, vivo actual e interveniente activo no panorama cultural da cidade e do país, procurando lançá-lo para fora das fronteiras nacionais. Porque, parafraseando Miguel Torga, o universal é o local sem as paredes. O projecto do Museu procura desta forma criar um novo conceito expositivo onde a participação ocupa um lugar fundamental, orientando-se metodologicamente em dois discursos complementares, um expositivo, outro oficial e interactivo. O espaço estrutura-se em torno das temáticas e problemáticas das comunicações no seu sentido mais lato, organiza-se e sedia-se em sete núcleos fundamentais - Jornal, Televisão, Rádio, Ciência, Comunicação digital, Imaginação e Habitação - sendo estes espaços oficinais de participação e construção de novos conhecimentos e “saberes fazeres”.

Os princípios orientadores desta exposição e do projecto do Museu regem-se por duas ideias fundamentais: o museu deve construir o seu papel social, como instigador das novas tendências culturais e pode estimular a capacidade artística e desenvolvimento intelectual. Os museus de simples armazéns de objectos passaram a ser lugares de aprendizagem activa. Como a educação assume um papel fundamental no desenvolvimento gradual e afectivo, uma curiosidade de espírito e uma grande tolerância, acaba por fornecer ao museu programas que incluem uma reflexão crítica sobre o seu próprio funcionamento. O projecto representa em si mesmo uma auto-reflexão.



1. A estratégia

1.1. O pensamento estratégico

Nos dias de hoje, em que o imobilismo e o estaticismo deveriam ser já parte integrante do passado, é necessária cada vez mais uma maior capacidade de resposta às mutações constantes que surgem por todo o lado, uma vez que um acontecimento relevante ocorrido num dado local do planeta afecta inevitavelmente os seus antípodas. Assim, justifica-se plenamente a expressão algumas vezes utilizada: “o bater de asas de uma borboleta na Nova Zelândia provoca um furacão em Nova Iorque”.

Esta ideia advém da crescente globalização a que todos estamos sujeitos, esta aldeia global que nos condiciona fortemente e que nos impõe a necessidade de adaptação à constante mudança a que se vai assistindo no nosso quotidiano. Desta forma, chegamos rapidamente à conclusão de que este conceito é fundamental em todas as interacções e negociações que estão presentes no relacionamento inter-organizacional e interpessoal.

As alterações sócio-culturais a que se assiste, fruto da globalização, geram sociedades abertas em que a dinâmica interna e externa se conjugam numa dinâmica permanente pelo que temos, deste modo, uma globalização simultaneamente geográfica, financeira e tecnológica — é a institucionalização da “cultura global”.

Os desafios que hoje enfrentamos com a globalização, a economia digital, o desenvolvimento acelerado das ciências da vida e a sociedade da informação colocam novas interrogações, mas também geram novas inquietudes dando uma nova dimensão ao empreendedorismo.

Na actualidade, os dispositivos tecnológicos revolucionaram a utilização dos meios de comunicação na vida quotidiana, derrubando as barreiras, outrora de difícil ultrapassagem, da distância e do tempo.

A alteração dos processos comunicacionais gerados pelos avanços permanentes da ciência e tecnologia, construíram a urgência de se encontrarem lugares para a sua divulgação. Em simultâneo importa criar modos de reflexão acerca das grandes questões transversais ao mundo produtor de conhecimento



e decorrentes do enorme desenvolvimento da ciência. Neste sentido, surge o projecto “Comunicação do Conhecimento e da Imaginação” (que passaremos a designar por CCI) que comporta um espaço expositivo e oficial.

Os dois pólos do *Conhecer* e do *Imaginar*, estruturantes da exposição e das abordagens nela propostas, querem-se confluentes e não antagónicos, de modo a quebrar as seculares barreiras que os têm feito viver de costas viradas um para o outro.

1.2. A análise da envolvente externa

1.2.1. Conceito de Cultura

O termo cultura, no seu sentido mais amplo, remete-nos para o conjunto de todas as manifestações da vida ou da actividade espiritual mais expressivas da herança de natureza social que um determinado povo ou etnia veio acumulando ao longo dos séculos. Nesta herança estão contidos os hábitos, os costumes ou modos ancestrais de estar na vida, as formas de expressão de estados sentimentais, o modo de relacionamento, as criações materiais e espirituais suscitadas pela vivência social, as convicções religiosas e as manifestações lúdicas.

Em sentido mais restrito, o termo cultura remete-nos para o nível de desenvolvimento intelectual de um povo, para o nível de educação da maioria dos seus membros, para a capacidade de resolução dos problemas de subsistência e auto-defesa e para o modo como a comunidade procura aumentar, utilizar ou conservar os produtos naturais.

Tanto no seu sentido mais amplo como no mais restrito, uma determinada cultura pode ser rica ou pobre, conforme a abundância ou escassez das suas manifestações culturais, da sua riqueza espiritual que engloba o conjunto dos conhecimentos adquiridos no campo das ciências humanas, económicas, tecnológicas e artísticas.

A cultura é própria do ser humano e, por isso, está associada às ideias de evolução, progresso e educação.



O conceito de cultura, tal como é utilizado nas ciências sociais, teve a sua evolução ao longo dos tempos aparecendo o conceito moderno do termo em França, no século XVIII, no período das luzes. Para os iluministas, a cultura era o somatório do saber acumulado e transmitido pelo homem ao longo do tempo e em que a formação e a educação do espírito eram pilares fundamentais.

A noção de cultura enriquece-se no limiar do século XIX, torna-se mais abrangente, aparece a dimensão do colectivo que conduziu a uma definição dinâmica de cultura; as culturas nascem de relações sociais com toda a complexidade que lhes é inerente.

Entre o século XVIII e o século XIX, assiste-se, entre as escolas francesa e alemã, a um debate de reflexões que é paradigmático das duas correntes de cultura que se impõem: uma particularista, a francesa, outra universalista, a alemã, que se encontram na base da concepção da definição do conceito de cultura nas ciências sociais contemporâneas.

Ao entrarmos no século XX, o conceito torna-se mais complexo e, ainda que a investigação sistemática sobre o funcionamento da cultura não se desenvolva de forma idêntica em todos os países, assiste-se à consagração científica do termo. A cultura já não é mais uma reunião de traços dispersos mas sim um conjunto organizado de elementos interdependentes e em que a sua organização é tão importante como o seu conteúdo.

Uma reflexão sobre a cultura tem que ser completada pela consideração da linguagem como acto por excelência cultural. Sem se confundirem, cultura e língua mantêm uma estreita relação sendo os alicerces fundamentais dos fenómenos de identidade. A identidade cultural de um grupo, mais ou menos alargado, constitui a matriz do seu desenvolvimento.

A linguagem humana é o que melhor reflecte a natureza do homem como corpo e como espírito — ela é em si mesmo comunicação. O que diferencia e qualifica a comunicação não é seguramente tanto a tecnologia mas sim os conteúdos culturais.

Portugal está inserido no grande espaço europeu e este é o detentor duma riqueza cultural cujas origens ultrapassam largamente o seu próprio espaço. Não se pode desligar a cultura ocidental do poder criativo da civilização grega, da aptidão comunicativa da língua latina, nem da vivência fornecida pelo



Cristianismo. A cultura ocidental estruturou-se tendo como núcleo fundamental a religião judaico-cristã. A cultura que da Europa se estendeu a todo o hemisfério ocidental, geradora de dinâmica interior, proporcionou o seu encontro com outras culturas permitindo-lhe um diálogo enriquecedor.

1.2.2. Conceito de Educação

É no século XIX que o ensino se torna na Europa um sistema institucional capaz de abranger o conjunto da população, que o ensino se democratiza, tornando-se gratuito e obrigatório. A educação, ou ensino, transforma-se mais tarde num processo de “produção intelectual”. O que é hoje importante defender numa nova e actual concepção de educação é que esta procure o princípio do prazer como objectivo primeiro. As transformações pedagógicas actuais têm necessariamente uma influência na participação da vida cultural, em tudo que diga respeito ao conhecimento, à informação e à arte. A educação e a cultura são assim a soma de todos os tipos de comunicação que os indivíduos podem estabelecer entre si.

A contemporaneidade assiste hoje à crise do ideal de fundamento que alicerçou o pensamento e a cultura ocidental. A função crítica e de legitimação não se exerce mais a partir de um centro; esvai-se em proposições plurais que buscam no diálogo e na acção novas ordens de racionalidade e consenso. À primazia de um modelo de pensamento estruturador e intérprete absoluto da realidade, segundo uma leitura unitária e sem rupturas, sucede um pluralismo de modelos ou opiniões errantes que instalam o relativismo como alternativa. Mais do que colher uma resposta unívoca e pacífica o pensamento contemporâneo procura numa forma plural interpretar e desenvolver as perguntas que lhe são dirigidas para novos campos de pensamento e intervenção.

O discurso intercultural inscreve neste horizonte o seu traço distintivo e diferenciador enquanto novo modo de olhar, conhecer e expressar a realidade humana.

A escola continua, apesar da sua profunda crise, como a única instituição pública onde uma preocupação sócio-política pode existir legitimamente na continuidade. De todas as instituições culturais, é também aquela em que é



mais difícil governar de cima. Por isso é que é protegida dos imperativos de uma sedução imediata ou de riscos político-demagógicos sobre o tema identidades.

A Europa, pelo jogo dos parceiros, das viagens, dos projectos e das produções, é também uma defesa contra a implosão que ameaça a escola fechada sobre si própria.

A escola e a Europa devem inventar-se mutuamente, como chave de uma indispensável busca de cidadania à escala de um continente em mutação.

1.2.3. Evolução cultural do Porto

Entre a instauração do Constitucionalismo monárquico e cerca de finais do primeiro terço do século XX, o Porto pôde assentar numa burguesia relativamente próspera e, em certos estratos superiores, cultivada em parte graças ao contacto com abastados exportadores estrangeiros. Uma diferenciada vida cultural exprimiu-se por uma imprensa com larga colaboração doutrinal e literária, por importantes revistas e editores, temporadas regulares de teatro lírico e declamado, épocas de concertos, artistas plásticos de uma Escola de Belas-Artes de renome, grupos de opinião doutrinária e cultural, serões literários e musicais em salas da alta e até da média burguesia (cremos que mais tipicamente na parte ocidental da cidade). Assistia-se a um notável fervilhar da cidade em termos culturais. Proliferavam os cafés e os botequins, os passeios públicos, os parques e jardins - locais de apresentação pública da burguesia.

Os equipamentos culturais sucedem-se a um ritmo vertiginoso, vontade de uma burguesia que pretende “modernizar” a cidade e fazer concorrência à capital. No final do século, o Porto orgulhava-se do seu Palácio de Cristal, dos seus museus, bibliotecas, academias de música e teatros.

Mas o Porto dos finais de oitocentos está longe de se confinar ao universo burguês. Nele existem as “ilhas”, as “colmeias” que abrigavam em condições miseráveis os que abandonavam as aldeias em busca do ideal citadino.

Entretanto, as condições sociais e a própria tecnologia da cultura vão evoluindo profundamente. Cerca de meados deste século, as reuniões familiares com



música de câmara, recitação e discussão estavam já substituídas por uma mais difusa convivência em torno de espaços públicos.

Os cafés assumem um papel importante destacando-se a Brasileira (1903) e o Magestic (1921). O cinema marca a divulgação da arte em massa, constrói-se em 1899 o Cinema Águia D'Ouro que exhibe as primeiras sessões cinematográficas. O salão High-life, situado no local onde hoje se encontra o cinema Batalha, era ponto de encontro das camadas mais populares e merecem referência nas primeiras décadas do século o Sá da Bandeira, o Trindade, o Passos Manuel, o Metropolitan-Cinematour e o Olimpya. Em 1920 é inaugurado o novo Teatro S. João cujo edifício primitivo, parcialmente destruído pelo fogo, data de 1798; em 1932 o Rivoli abre as suas portas; em 1945 surge o Cineclubes do Porto; em 1951 surge o TEP - Associação de Cultura Teatral/Teatro Experimental do Porto; as cooperativas dramáticas, de artes plásticas e as galerias emergem nos anos setenta — “Escola do Porto”, “Cooperativa Árvore” (1963) e implanta-se a Fundação Eng. António de Almeida (1969); criam-se centros de investigação nos anos setenta e oitenta. De salientar a dinâmica implantada no decorrer dos anos que se seguem ao 25 de Abril de 1974. Tem início uma nova fase na vida cultural portuense - aplicação de uma política cultural autárquica — que se vê consolidada nos anos noventa com a criação do pelouro de animação da cidade da Câmara Municipal do Porto.

Mas, para além da autarquia, outros agentes tiveram intervenção activa no desenvolvimento cultural da cidade. O Teatro Nacional S. João, o Coliseu do Porto, o Centro Português de Fotografia, a Orquestra Nacional do Porto, a Fundação para a Ciência e Desenvolvimento, a Fundação de Serralves, o Museu dos Transportes e Comunicações, o FITEI e o Fantasporto são exemplo vivo desse desenvolvimento.

Não é fácil reactivar em moldes necessariamente diversos uma vida cultural cidadina cuja principal emergência se deveu ao liberalismo. Isso exige uma conjugada estratégia das disponibilidades institucionais, sociais e políticas, e articula-se com problemas gerais num mundo em rápida transformação económica e tecnológica.

O Porto do nosso tempo já não é, se é que alguma vez o foi, uma cidade dicotomizada entre, de um lado, a aristocracia e a burguesia das práticas



comerciais, e de outra, as gentes humildes da Ribeira e da Sé. O Porto é uma “cidade-mosaico”, composta de vários grupos, várias tradições e várias identidades e, se quisermos organizar eventos que se identifiquem com a cidade, devemos fazê-lo de modo a que a diversidade que ofereçam constitua o melhor factor da sua unidade de grande realização urbana. É isso a que se propõe o projecto CCI.

1.2.4. O projecto e o contexto das comunicações

A envolvente externa, extremamente dinâmica, é condicionada pelo crescente desenvolvimento tecnológico, económico e das comunicações, pelo ambiente empresarial em face da internacionalização dos mercados, pela vida mais curta dos produtos, pela crescente importância do Marketing no desenvolvimento de um produto cultural, mas também pelos actuais valores e princípios em constante mutação resultantes da melhoria das condições de vida.

As "comunicações" entendem-se como processos que ao longo da história lhe foram conferindo evolução, foram interferindo profundamente no desenvolvimento social e no quotidiano das pessoas, alterando os conceitos e os valores em torno do "espaço" e do "tempo" e assumindo socialmente um papel decisivo na vida do cidadão contemporâneo.

Num tempo em que os trajectos são descurados e pouco se apreciam as paisagens, é imperativo elaborar uma programação que se traduza num modo de comunicação muito próprio e que marque profundamente a sua presença no mundo contemporâneo, um mundo em que a acção humana se projecta na procura de espaços de maior felicidade ecológica para o Homem.

A ideia de criar um projecto e espaço cultural permanente com uma programação inovadora é potenciada pelo enquadramento jurídico, económico e social da instituição “Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações” (AMTC).

O alojamento da sede da instituição no edifício da Alfândega do Porto amarra o seu futuro à história deste edifício que, em virtude das obras de remodelação e requalificação, dirigidas pelo Arquitecto Souto de Moura, se assume como um



espaço ímpar e de condições excelentes para a produção de actividades culturais.

Sob o quadro temático das "comunicações", o projecto associa um considerável número de instituições, empresas e personalidades que lhe conferem condições privilegiadas para o exercício da sua missão. Esta circunstância cria excelentes condições de interpretação, estudo e divulgação das problemáticas das comunicações através do contacto directo com os equipamentos expositivos e respectivos conteúdos.

Saliente-se, pela força de ligação do edifício à própria instituição, a utilização da designação de *Alfândega* como marca identitária da AMTC e, nesse sentido, o assumir publicamente a missão de eleger os valores patrimoniais que comporta como referência orientadora da continuada acção de preservação e gestão desses mesmos valores.

O projecto apresenta-se assim de forma inovadora, organizado e alinhado com as correntes mais assumidamente decorrentes do espaço que a antropologia urbana lhe proporciona nos tempos presentes. Um Museu "sem paredes", se quisermos remeter para A. Malraux e para a sua defesa do Museu Imaginário, que se estende até à comunidade envolvente através dos seus associados e das parcerias que o vão moldando.

Organiza-se assim um destino para o Museu e as suas finalidades são entendidas como um "transporte" ao qual se atribui um rumo. O trajecto e o percurso são a vida e o destino do Museu. É um autêntico "fazer caminho, caminhando".

Defende-se, assim, que os museus devem deixar de ser passivos coleccionadores para se tornarem participantes activos nas transformações da sociedade e assumir os valores da preservação e da divulgação patrimonial como valores essenciais a promover.

1.3. A missão e os objectivos

Tendo presente a missão e as grandes opções estratégicas do MTC, o projecto CCI propõe-se desenvolver um conjunto de iniciativas que contribuam de forma



significativa para atingir e consolidar alguns dos objectivos estratégicos definidos.

A temática “comunicações” integra como objecto a função do Museu que lhe incorpora o nome. Surge, assim, com plena naturalidade, a instalação permanente de um espaço dedicado às comunicações.

Parece natural associar a temática comunicações ao Museu dos Transportes e Comunicações. Para que tal naturalidade se torne possível, pensou-se na criação de um espaço expositivo, oficial e laboratorial.

Além das comunicações e, naturalmente, da comunicação, aí se “mostrariam” e se interrogariam os seus conteúdos privilegiados, o conhecimento e a imaginação, não enquanto um conjunto de saberes e obras já fixados e estabelecidos, esperando pacífica e pacientemente serem comunicados, mas enquanto actos, enquanto movimentos, enquanto desejo de conhecer e enquanto prazer de imaginar, dinâmicos, continuamente em mudança e transformação, o que levanta obviamente um problema à sua comunicação, sempre em atraso relativamente ao que se pretende comunicar.

Por outras palavras: as relações complexas entre o conhecimento, a imaginação e a comunicação serão aqui patentes e não escamoteadas. Trata-se, pois, de contribuir para uma consciência crítica e participativa de todos os cidadãos, encarando o projecto a necessidade de evidenciar as possibilidades actuais dos processos comunicacionais não enquanto um fim, mas como um meio, como veículo de enunciação de questões cruciais e não como manifestação gloriosa de proezas técnicas admiráveis. A comunicação e as comunicações, surgem assim como modo imprescindível, hoje, de conhecer o mundo circundante e o imaginar como diferente, e de nele e com ele interagir. É pelo menos esse o ponto de partida desta ideia, o seu princípio fundador.

Esta ideia de dignificar no projecto a temática “comunicações”, tornando-a viva, activa, interventiva, não ficaria, no entanto, completa sem uma atenção especial dedicada aos novos processos comunicacionais, de importância cada vez mais decisiva nos dias de hoje, importância que obriga a encontrar com urgência espaços para a sua divulgação. Não virando as costas a tal necessidade, o projecto não deixa de querer também criar em simultâneo modos de reflexão acerca das grandes questões transversais ao mundo produtor de conhecimento,



decorrentes do enorme desenvolvimento da ciência, de modo a que a divulgação referida possa ser vista e pensada no seu ambiente próprio e com os instrumentos adequados. É que se os dispositivos tecnológicos revolucionaram, na actualidade, a utilização dos meios de comunicação na vida quotidiana, alterando significativamente as nossas noções de espaço e de tempo, continuam a ser pensados segundo modelos anteriores, claramente desajustados relativamente às suas potencialidades.

Elege-se a comunicação a um estatuto de palco constituinte dos conteúdos expositivos, modo imprescindível de entender o circundante e de nele interagir.

A afirmação da comunicação, como um acto de diálogo multidireccionado, gera a adopção de um modelo expositivo que dilui a mera apresentação de conteúdos, privilegiando a oferta de espaços de interacção, oficiais, laboratoriais e operativos, enquanto lugares de apelo à inteligência, à sensibilidade e à criatividade dos visitantes.

Pretende-se, pois, possibilitar aos visitantes um contacto experiencial, para além do normal lado experimental, com os processos de comunicação, contacto de que faz parte integrante a reflexão sobre tais processos, permitindo-lhes atentar num conjunto bem diferenciado de matrizes, que se supõem capazes de reunir o essencial do tema.

A acção a desenvolver torna-se cada vez mais próxima das práticas sociais globais e aponta para a necessidade de buscar novos caminhos que sejam trilhados a partir da acção conjunta de técnicos e grupos comunitários, tendo como objectivos primeiros a formação para a cidadania e o consequente desenvolvimento social e cultural. Daí o público ser a nossa principal preocupação, facultando-lhe uma programação de qualidade diversificada e de elevado interesse cultural.

Os destinatários deste projecto podem classificar-se como público em geral. Em particular, privilegia-se sobretudo o público escolar com estratégias específicas e programas pedagógicos próprios, enfatizando ainda o público constituído por especialistas nas diferentes áreas temáticas abordadas na exposição.

Esta exposição pretende valorizar sobretudo uma nova relação com o visitante, sendo esta de maior interioridade e participação, o que significa qualidade.

A sua inauguração está prevista para Janeiro de 2002.



Outro dos grandes objectivos deste projecto passa por atingir um número de visitantes na ordem dos 130 000.

O projecto expositivo pretende facultar aos visitantes o contacto experimentalista e de reflexão com os processos de comunicação organizado por núcleos autónomos ou espaços oficinais. Adopta-se um modelo expositivo onde é valorizada a relação entre o público enquanto elemento fundamental e determinante na produção de novos conteúdos e novas linguagens. Assim, os núcleos presentes na exposição serão os seguintes:

- Jornal
- Televisão
- Rádio
- Ciência
- Comunicação digital
- Imaginação
- Habitação

Descrição do conteúdo dos núcleos expositivos

“Jornalista por um dia”

Espaço em que os visitantes experimentam ser redactores de um jornal diário, elaborando, durante o tempo de duração da visita, uma edição simulada. O dispositivo preparado inclui, necessariamente, os meios de procura e de aquisição das informações que se precisa, bem como tudo o que permite cumprir satisfatoriamente a função proposta.

Este espaço é organizado pelo jornal “Público” em colaboração directa com a equipa que comissaria globalmente a exposição.

Não serão esquecidos os nomes ilustres que fizeram os jornais portugueses, na parte expositiva, e os artistas e fotógrafos darão a conhecer o modo como nos temos vindo a relacionar com o jornal, quer enquanto comunicação, quer enquanto simples objecto do quotidiano.

”Dentro da Televisão”



Estúdio de televisão, com captação de imagens, pós-produção e emissão em circuito fechado, para uma experiência em directo das tecnologias de produção televisiva, experiência que também se quer, como todas, objecto de reflexão sobre os poderes da televisão, sobre o que a televisão faz à curiosidade e à criatividade, ao desejo de conhecer e ao prazer de imaginar.

A exposição, exterior ao estúdio, tornará patente a presença imponente da imagem televisiva na actualidade.

“Falando na Rádio”

Estúdio de rádio preparado para a produção de emissão radiofónica, equipado com os mecanismos habituais, analógicos, a que se junta equipamento digital, permitindo não apenas difundir as experiências que forem sendo realizadas pela rede nacional de rádio (através de acordo com a RDP) mas também intervir directamente no circuito existente na World Wide Web.

A exposição será aqui audição de programas antigos e histórias da rádio e, também, a apresentação da evolução do objecto rádio e do microfone ao longo do seu tempo de existência.

“É mesmo Ciência?”

Espaço dedicado à ciência, à experimentação laboratorial, com a presença de técnicos especializados, salientando-se a colaboração do IPATIMUP, e com equipamento adequado à divulgação da ciência através da utilização de circuitos em rede ligando os principais centros de investigação do mundo.

“Na companhia dos Computadores”

Presença do espaço virtual no espaço físico da exposição ou tentativa de diluir o espaço físico da exposição no espaço virtual. Vai-se tentar, ainda assim, conseguir a consistência mínima capaz de permitir aos visitantes descobrir as potencialidades fornecidas pelos meios digitais, tal como eles aparecem no ano 2001.

“Há em mim um Deus que dança”



O corpo finalmente livre, finalmente desobrigado de gestos úteis e disciplinados, a mente finalmente desimpedida dos mil e um (pre)conceitos que pretendem mantê-la presa à “realidade”, ... “ninguém sabe o que pode um corpo” (Espinosa), aqui se tentará no entanto entreabrir o véu desse mistério. Expressão corporal, dramática, plástica, musical, ... e inovadores processos digitais, capazes de levar a imaginação mais longe ainda.

“Corredor do século XX”

Será que os processos da comunicação vieram alterar a comunicação familiar? É esta a questão a que, aqui, se procura dar resposta. Far-se-á para isso a recriação de uma sala comum de uma família portuguesa ao longo do século XX. A atenção estará aí centrada nos meios de comunicação e nas relações que eles introduzem entre as pessoas.

Exposições Temporárias

A anteceder os núcleos referidos, serão criados em paralelo pequenos espaços expositivos vocacionados para alojar exposições temáticas, constituintes de bases provocatórias de abordagens mais extensas nos diversos espaços. Estão já programadas as seguintes exposições temporárias:

“Televisão interactiva”

Exposição orientada para o grande público e que pretende divulgar as potencialidades deste meio de comunicação, remetendo o público para situações experimentais e de manuseamento directo dos equipamentos presentes. Iniciativa organizada em colaboração com a rede da TV Cabo.

“As comunicações no exército”

Exposição que conta a evolução tecnológica dos meios de comunicação utilizados pelo exército português e em simultâneo remete para a compreensão da sua importância no panorama das missões militares. Será organizada em conjunto com o Exército Português e em particular as suas Transmissões.



“O mar”

Abordagem expositiva do conhecimento que se desenvolveu em volta do mar, entremeada com a imaginação de que foi palco ou actor. Iniciativa a realizar com a colaboração da Marinha Portuguesa.

“Pelo ar”

A aviação constitui o mote desta exposição que irá ser organizada em colaboração com a Aviação Nacional.

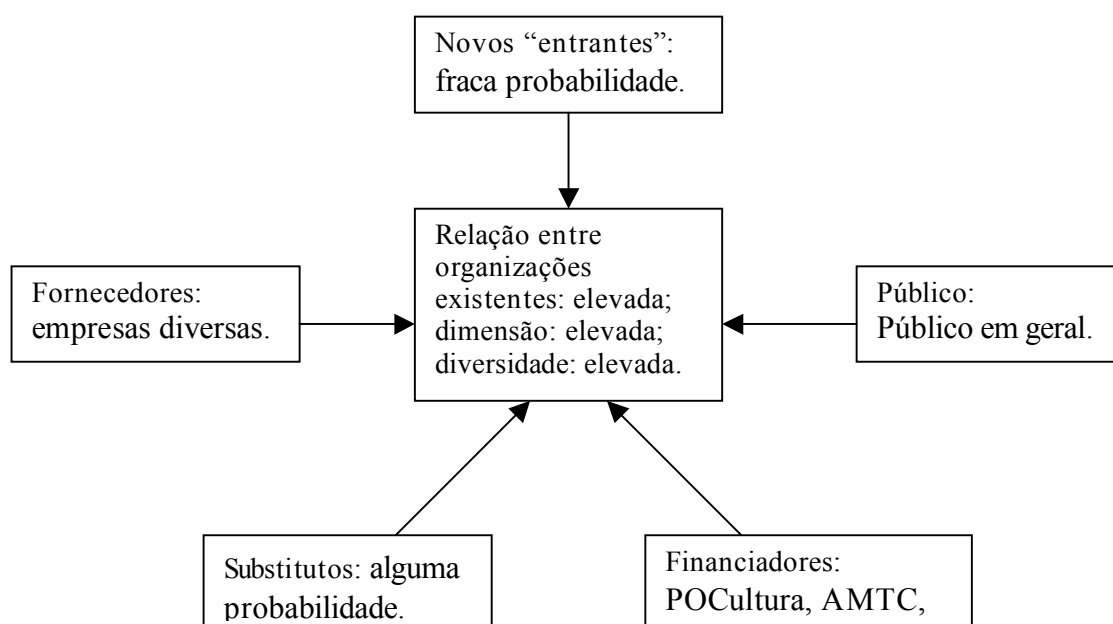
Pretende-se com este projecto romper com o conceito clássico da museologia criando uma nova abordagem onde o visitante é a pedra de toque, transformando e interagindo com os próprios conteúdos e objectos.

A análise de experiências em projectos expositivos e interactivos realizados no MTC e observados noutras instituições do país e do estrangeiro, sedimenta os propósitos deste projecto. De facto, a filosofia deste espaço expositivo abre caminho a uma nova relação entre os públicos e os objectos expositivos, perspectivando assim resultados de enorme sucesso para esta iniciativa. Pretende-se alargar, sistematizar e fidelizar públicos.

1.4. Estratégia

1.4.1. Análise externa

Análise das 6 forças





1.4.2. Factores críticos de sucesso

Como vectores fundamentais para o sucesso desta iniciativa, podem ser apontados os seguintes:

- Localização;
- Parqueamento;
- Conteúdos expositivos;
- Volume e diversidade de públicos;
- Parcerias várias com instituições de reconhecido valor cultural, educativo, tecnológico e científico.

1.4.3. Análise interna

Análise SWOT

Pontos fortes:

Pf1 - programação inovadora;

Pf2 - versatilidade de conteúdos que permite atrair diversos segmentos de mercado;

Pf3 - envolvimento no projecto de inúmeras instituições, empresas e personalidades;

Pf4 - novas linguagens de comunicação com o público;

Pf5 - formação para a cidadania;

Pf6 - localização do edifício no centro histórico da cidade;

Pf7 - importância histórica do edifício.

Pontos fracos:

Pf1 - reduzida oferta de serviços de apoio ao visitante (restaurante, bares, jardins, áreas de lazer, multibanco);



- Pf2 - programação inovadora;
- Pf3 - acessibilidades ao edifício;
- Pf4 - estacionamento reduzido;
- Pf5 - dimensão do edifício;
- Pf6 - diversidade de eventos a decorrer em simultâneo.

Oportunidades:

- O1 - sensibilizar o público para a temática e criatividade das comunicações;
- O2 - desenvolvimento do espírito científico e tecnológico no público alvo;
- O3 - desenvolvimento de formas complementares do ensino formal nomeadamente em campos de aprendizagem e formação experimental e tecnológica;
- O4 - maior visibilidade da entidade promotora.

Ameaças:

- A1 - existência de projectos e espaços museológicos dentro da mesma temática e área geográfica;
- A2 - crescimento de consumos culturais domésticos.

1.4.4. Estratégias de implementação e funcionamento

A avaliação de todos os factores apresentados até ao momento, permite delinear estratégias de implementação e funcionamento do projecto. Assim, descrevem-se a seguir, as actividades previstas, os destinatários, os recursos necessários à implementação do projecto, as entidades colaboradoras, os indicadores de acompanhamento e o cronograma de exercício do projecto.

Descrição das actividades previstas:

- Criação e produção dos conteúdos da exposição;
- Elaboração do projecto global da exposição;
- Elaboração do projecto de arquitectura e de design de equipamentos e de comunicação;



- Produção de conteúdos e montagem da exposição;
- Divulgação e implementação de visitas de grupo;
- Organização contínua de visitas e manutenção.

Destinatários:

- Interessados na problemática da comunicação;
- Técnicos ligados à comunicação;
- Público escolar das áreas da comunicação;
- Público escolar (básico, secundário e superior);
- Público em geral.

Recursos necessários à implementação do projecto:

A este projecto será afectada, de forma proporcional, uma equipa do MTC com funções transversais de acordo com o que é referido no ponto 4 (Pessoal). Regista-se ainda a necessidade de afectação de outros recursos humanos, conforme o que é descrito nesse ponto.

Os recursos financeiros do projecto serão abordados no ponto 6 (Plano Financeiro).

Entidades colaboradoras:

- Delegação Regional Norte do Ministério da Cultura;
- Fundação Eng. António de Almeida;
- Escola Superior de Música e Artes do Espectáculo;
- Exército Português;
- Força Aérea Portuguesa;
- Fundação Portuguesa das Comunicações;
- GESTO Cooperativa Cultural;
- IPATIMUP;
- Marinha Portuguesa;
- Jornal “Público”;
- Rádio Difusão Portuguesa;
- Universidade do Porto;
- Instituto das Comunicações de Portugal.



Indicadores de acompanhamento:

- 1 exposição permanente;
- 4 exposições temporárias;
- 12 conferências temáticas;
- 8 concertos;
- 4 workshops;
- 2 lançamentos de CD-Rom interactivo;
- 4 publicações;
- implementação de visitas acompanhadas para grupos com programação de animação própria, considerando 25 pessoas o número médio que constituirá cada grupo.

Cronograma de exercício do projecto:

	2001	2002	2003	2004
criação dos conteúdos da exposição	mai			
elaboração de projecto global da exposição	jul			
elaboração de projectos	jul			
produção de conteúdos	out			
montagem da exposição	nov			
divulgação	nov			
implementação de visitas de grupo	set			
organização contínua de visitas e manutenção		jan		

2. A Estrutura Organizacional

2.1. Enquadramento legal da instituição promotora

O surgimento da Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações (AMTC) deve-se à existência em Portugal de um valioso património na área dos transportes e comunicações. A necessidade da sua preservação e recuperação, aliado ao impulso que a nova geração de museus nacionais dispersos por várias



áreas temáticas obtiveram, em conjunto com a tendente descentralização e novos modelos de gestão financeira, constituíram os principais fundamentos da Resolução do Conselho de Ministros n.º 16/87, de 12 de Março, que instituiu o Museu dos Transportes Terrestres do Porto.

Nesta resolução, foi decidido ceder em regime de comodato, à instituição que viesse a formar-se para constituir, manter e explorar o mesmo, parte das instalações então afectas à Alfândega do Porto, para alojamento das colecções e para desenvolvimento das actividades que o Museu entender dever prosseguir ou estimular.

Definida a forma institucional, em 21 de Fevereiro de 1992, por escritura pública, é criada a Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações - MTC - (D.R. n.º 122, III Série, de 27 de Maio de 1992) com sede no Edifício da Alfândega do Porto e tendo por fim:

- a criação e manutenção de um Museu dos Transportes e Comunicações, composto por colecções ou peças próprias e colecções ou peças que lhe sejam confiadas em depósito;
- a preservação de infra-estruturas de reconhecido interesse histórico, relacionados com os transportes e comunicações;
- a criação e manutenção de um Centro de Documentação e Informação;
- desenvolvimento por todas as formas do interesse do público quanto à problemática dos transportes e comunicações.

Esta Associação é uma instituição privada sem fins lucrativos, de utilidade pública, tendo como associados fundadores, 49 associados individuais e 25 associados institucionais.

Mais recentemente, a assinatura do Auto de Cessão, entre esta Associação e o Ministério das Finanças, permitiu o reconhecimento da AMTC como entidade responsável pela gestão integral do Edifício da Alfândega Nova do Porto.



2.2. Currículo

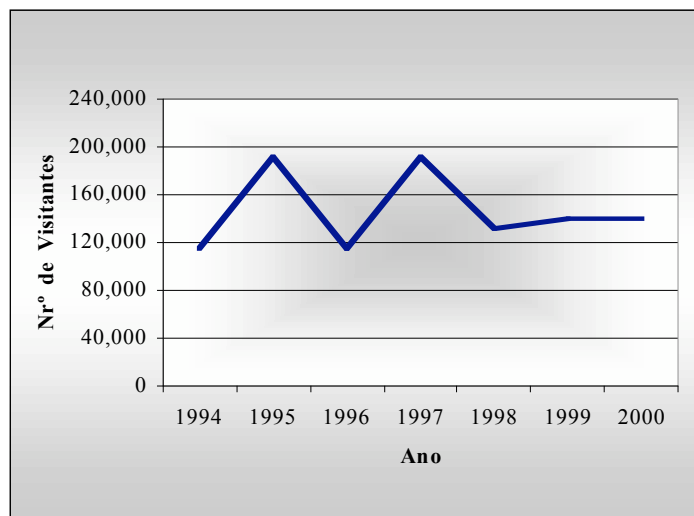
Até ao momento um conjunto de realizações foi já concretizado pela AMTC, tais como:

- Exposições;
- Acções de Formação;
- Espectáculos diversos (música, teatro, moda e outros);
- Congressos / Seminários / Conferências / Reuniões;
- Feiras / Mercados (Feira de Antiquidades, Mercado do Livro);
- Apresentações (Produtos, Programas);
- VIII Cimeira Ibero-Americana;
- Reuniões no âmbito da Presidência Portuguesa da UE e da UEO;

Cabe ainda referir que a AMTC recebeu até ao presente momento, e desde a sua instalação efectiva no Edifício da Alfândega em 1994, um número de visitantes superior a um milhão.

Assim, é possível quantificar os visitantes e eventos decorridos nesse período no edifício, através dos seguintes quadros:

Ano	N.º Eventos	N.º Visitantes	%
1994	11	115.627	11,27%
1995	50	191.066	18,63%
1996	57	115.408	11,25%
1997	82	190.975	18,62%
1998	116	131.645	12,83%
1999	123	140.324	13,68%
2000	123	140.732	13,72%
Total:	562	1.025.777	100,00%



O objectivo desta Associação em tornar o edifício num local conhecido, frequentado e, principalmente, aberto à participação do público, nomeadamente do escolar, está a ser cumprido.

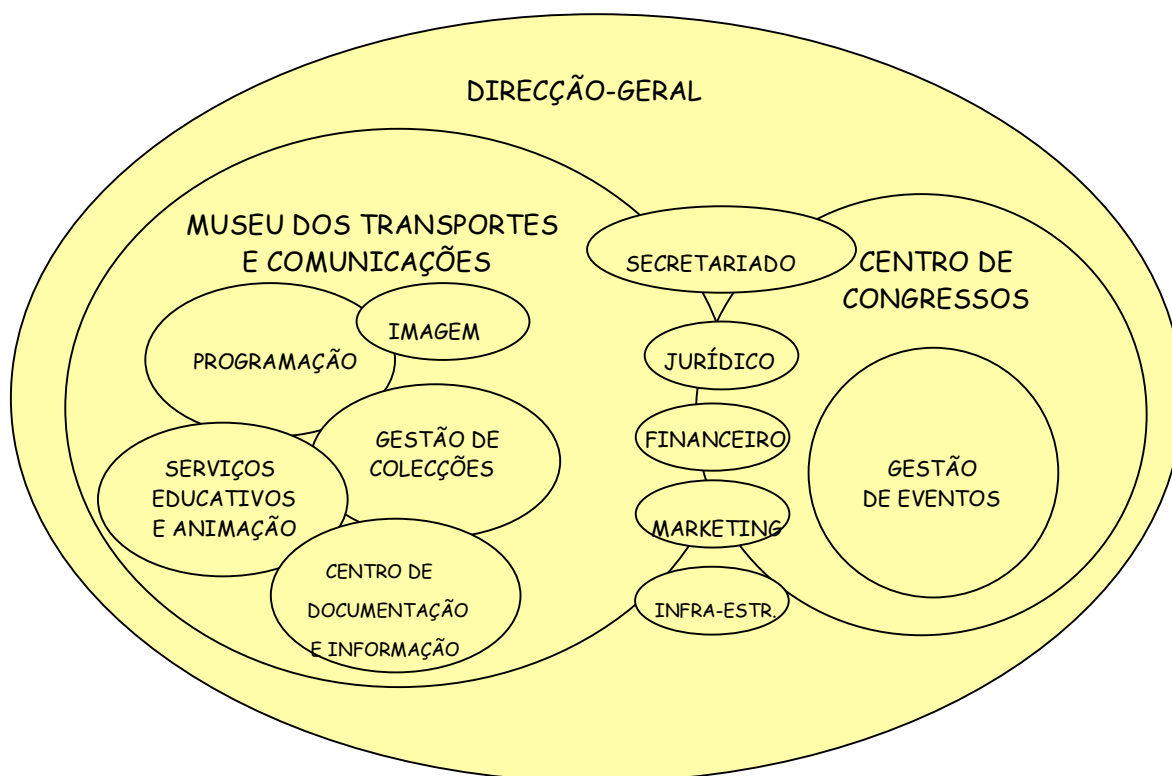
A concretização deste objectivo, para o qual muito contribui a exigência de uma elevada qualidade dos eventos realizados e o estabelecimento de programas de animação e comunicação apropriados a cada um desses acontecimentos e ao público a que se destinam, veio conferir à AMTC um papel muito próprio e específico no ambiente cultural do Porto, na Área Metropolitana e na Região do Norte.



2.3. Organigramas

Da Instituição Promotora:

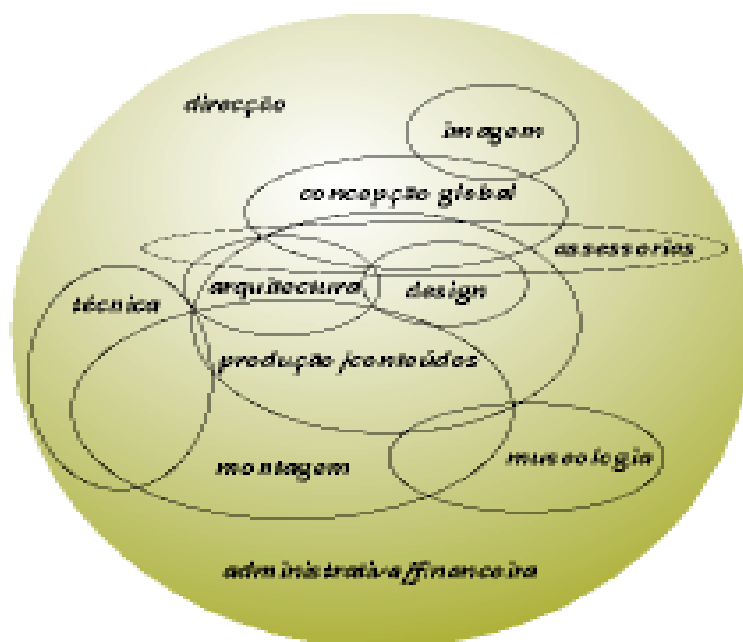
Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações





Do Projecto:

**comunicação
do conhecimento
e da imaginação**
Museu
dos Transportes
e Comunicações





3. O Marketing

3.1. A oferta

3.1.1. Características gerais da oferta

O Marketing é a função da gestão que identifica as necessidades e vontades não satisfeitas, define e mede a sua amplitude, determina quais os mercados alvo que a organização melhor serve, decide acerca dos produtos mais apropriados, serviços e programas destinados a esses mercados e prepara toda uma estrutura organizacional a pensar exclusivamente em “servir o cliente”. Do ponto de vista social, o Marketing é a força que determina a capacidade industrial de uma nação, identificando qual a procura de bens e serviços que terá de ser satisfeita na sociedade.

O Marketing autêntico não é a arte de vender aquilo que produzimos, mas sim a arte de saber o que devemos produzir. É a arte de identificar e compreender as necessidades dos clientes, criando a partir daí soluções que as satisfaçam, gerar lucro para as organizações e trazer benefícios para os “stakeholders”, caracterizados pelos agentes económicos que intervêm activamente em todo o processo.

O projecto CCI surge com o intuito de satisfazer as lacunas existentes na oferta, propondo uma nova abordagem dos conteúdos museológicos e expositivos e ainda procurando criar novas linguagens e novas relações com o público, passando este a ser interveniente directo na exposição. Assim, pretende-se que esta utilização de espaços oficinais e laboratoriais que o conduzam a uma nova experiência vivencial.

Este novo relacionamento foi iniciado em 1999 com a exposição interactiva “Comunicação/Comunicações”. De facto, este espaço expositivo revolucionou de alguma forma o conceito até então utilizado neste tipo de projectos, dado que esta abordagem se resumia ao simples processo expositivo onde o visitante apenas se limita a observar passivamente os conteúdos e objectos expostos. Se antes se sobrevalorizava o ver “olhar” subestimando o fazer, agora o fazer e olhar assumem a mesma importância.



A metodologia da organização do espaço das comunicações assenta em duas abordagens distintas: a primeira é uma abordagem de participação e interactividade nos espaços oficiais com uma duração aproximada de duas horas; a segunda é uma visita livre ao espaço expositivo da envolvente das oficinas.

O projecto CCI pretende ser um projecto de alcance nacional, com natural incidência na área do Grande Porto, Norte de Portugal e Galiza.

3.1.2. Os concorrentes directos

“Hoje tenta-se fazer uma utilização activa das colecções e tornar disponível tantas formas quantas as possíveis de aprendizagem e prazer a partir dos recursos de que o museu dispõe” (Hooper- Greenhill 1991). São sobretudo os museus de ciência que mais valorizam o sentido educacional das suas propostas expositivas, podendo operar mudanças significativas no modo de entender o museu na sua globalidade e sobretudo na concepção dos módulos expositivos e na relação do público com estes. O visitante é, para estes museus, uma preocupação constante e prioritária.

Apontamos como principais concorrentes ao projecto, dada a mesma inserção geográfica e abordagem de temáticas similares, os seguintes:

- Visionarium - Centro de Ciência do Europarque (Santa Maria da Feira)
Trata-se de um espaço onde são desenvolvidas oficinas que têm como objectivo comunicar princípios científicos explicados a partir de aplicações tecnológicas simples;
- Planetário (Porto)
É um espaço da responsabilidade do Centro de Astrologia da Universidade do Porto, onde o visitante pode observar o sistema planetário;
- Fundação de Serralves (Porto)



Os Serviços Educativos asseguram uma programação vasta como oficinas, programação para escola e família. As oficinas têm como objectivo a diversificação das actividades curriculares e a ocupação dos tempos livres através da construção de objectos ligados, essencialmente, à arte e ambiente;

- Museu do Homem (Corunha)
Espaço *Domus* que conta a história da evolução humana através da participação interactiva e observação criativa.

3.1.3. Os intermediários

A natureza desta iniciativa fomenta a adopção de uma política de estabelecimento de parcerias com diversas instituições, como forma fundamental para a sua concretização.

Nesse sentido, estão previstos acordos com o Jornal Público, IPATIMUP, RDP, RTP, SIC, Fundação Eng.º António de Almeida, Fundação Portuguesa das Comunicações, DREN, DREC, Ministério da Educação, Instituto das Comunicações de Portugal e Ministério da Ciência e Tecnologia.

Consciente de que o público escolar representa mais de 50% dos potenciais visitantes, é imperativo privilegiar a relação com as escolas, através dos organismos que as tutelam, em virtude de os mesmos fazerem a ponte entre o produto e o mercado, isto é, os seus destinatários, o consumidor final.

3.2. As características gerais da procura

É na década de 60 e nas décadas seguintes que se desenvolvem, sobretudo no Reino Unido e nos EUA, trabalhos no sentido de avaliar o sentido comunicacional e educacional das exposições. Deste modo, o sentido social dos Museus é equacionado, aparecem os primeiros estudos de públicos e sua caracterização, procura-se dar respostas a questões fundamentais como: quem



são os visitantes? Como adquirem conhecimentos através de um discurso expositivo específico? Como vivem a exposição do ponto de vista emocional e afectivo? Como responde às suas expectativas?

O público por seu turno, e de acordo com a cada vez maior oferta cultural, sistematizou hábitos de frequência de Museus, teatros, espectáculos e outras manifestações culturais. Esta regularidade traduz-se muitas vezes em exigência, não só de quantidade, mas sobretudo de qualidade. No caso específico das exposições patentes nos Museus mais modernos, criaram-se novas expectativas nas diferentes abordagens dos objectos expostos, onde se desafia o espectador/público a ter um papel mais activo e participante. Daí terem aparecido novas correntes de público, mais exigente em termos de qualidade e de recusa a ter um papel de espectador passivo e coleccionador de eventos culturais.

3.3. O mercado

Os museus em Portugal reflectiram de certa forma a força do movimento operado pelas campanhas educacionais do século XIX e fundados à luz dos princípios educacionais europeus vigentes. Podemos referir como exemplo modelo de uma nova museologia o Museu Nacional de Arte Antiga que se assume no início do século XX como um museu virado para a educação no sentido de a alargar à comunidade envolvente. Outros exemplos a referir são os museus de Mértola e Seixal, partilhando uma concepção de museu como principal recurso à comunidade, entendida num sentido total e dinâmico.

Os museus de hoje deverão nortear-se por um conjunto de princípios:

- Olhar para o exterior;
- Ter uma reflexão crítica e contínua;
- Uma escola e um museu que aceitam a sua mútua transformação;
- Uma concepção multicultural do mundo envolvente;
- Educação para uma cidadania consciente e tolerante;
- Um projecto potencialmente criativo.



Os Museus assumem-se como espaços públicos por excelência sobretudo na segunda metade do século passado. A este movimento não são de forma nenhuma alheios factores determinantes como sejam o reconhecimento da pedagogia e da psicologia como disciplinas científicas que constroem por sua vez uma nova concepção de infância como estádio privilegiado de formação de personalidade e de aprendizagem. Este estado de coisas leva à necessidade de desenvolver acções pedagógicas nos museus, enquanto actividades dirigidas a um público com necessidades próprias. No início do século XX o sentido educacional dos museus entra em declínio, assistindo-se a uma supremacia do papel da gestão da colecção sobre o papel pedagógico. As exposições são cada vez mais para reunir e expor colecções.

Só na década de 60 é que os museus começam a reflectir um novo conceito de educação. É o tempo do desabrochar dos serviços educativos.

3.4. A estratégia de marketing

As grandes estratégias de marketing consistem em muitas actividades que se reforçam mutuamente, formando uma rede única que não se imita com facilidade. Cada vez mais, fruto da globalização e das novas tecnologias, os desafios a enfrentar são diversos. Todavia, há que definir uma estratégia própria e inovadora. À velha e tradicional maneira de pensar o marketing, a que Philip Kotler chama "Marketing de Neanderthal", sobrepõe-se o "Marketing inteligente", ou seja, a utilização do marketing para compreender, criar, comunicar e fornecer valia ao "cliente". As organizações estão a aperfeiçoar, cada vez mais, o conhecimento que têm do mercado, as tecnologias que permitem o diálogo com ele convidando-o a participar na própria concepção do produto. Desta forma, as organizações e, no caso concreto, as organizações culturais, devem usar meios de comunicação mais ajustados e encarar o mercado/público-alvo como participante activo. É nessa linha de actuação que se situa o Projecto CCI.

A exposição contempla uma diversidade de espaços que permitem a vocação para um público muito heterogéneo. No entanto, os diferentes núcleos estão directamente vocacionados para públicos específicos:



Jornal - “Jornalista por um dia”:

- Estudantes/Professores (todos os graus de ensino);
- Quadros empresariais;
- Grupos especialistas;
- Público em geral.

Televisão e Rádio - “Dentro da Televisão” e “Falando na Rádio”:

- Estudantes/Professores (todos os graus de ensino);
- Público em geral.

Ciência - “É mesmo Ciência?”:

- Estudantes/Professores (todos os graus de ensino);
- Grupos especialistas;
- Público em geral.

Comunicação Digital - “Na companhia dos Computadores”:

- Estudantes/Professores (todos os graus de ensino);
- Público em geral.

Imaginação - “Há em mim um Deus que dança”:

- Estudantes/Professores (todos os graus de ensino);
- Público em geral.

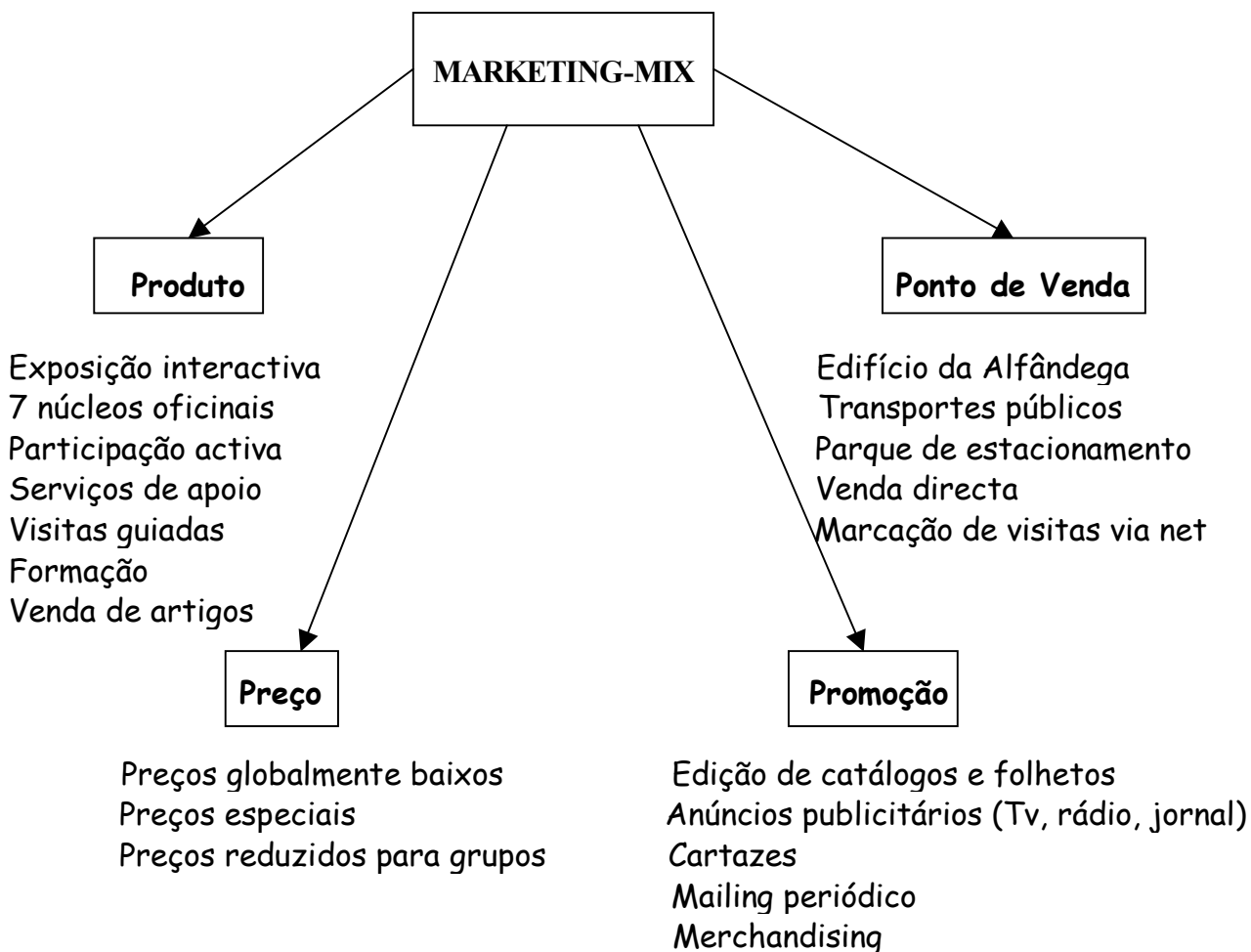
Habitação - “Corredor do século XX”:

- Estudantes/Professores (todos os graus de ensino);
- Público em geral.

Pretende-se ainda fomentar novas formas de visitas à exposição através de programas para a família entendida no seu sentido mais amplo. Nestas visitas, com preços especiais, pretende-se criar outra relação do visitante com o museu, explorando as relações interpessoais.



Através da Teoria dos 4 P's (Kotler) é possível avaliar a estratégia a implementar para o projecto em causa. Assim, o *Marketing-Mix*, ou plano de comercialização, pode ser resumido da seguinte forma:



3.5. A caracterização dos serviços

O funcionamento corresponde ao horário do Museu:

- 3^{as} a 6^{as} das 10h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00;
- Sábados, Domingos e Feriados das 15h00 às 19h00.



Para além dos espaços expositivos, abertos à participação de todos os visitantes, os espaços de oficina/laboratório originam, pela sua própria natureza, a opção por um sistema especial de participação.

Decorrem estas visitas, obrigatoriamente de marcação antecipada, obedecendo à seguinte orgânica:

- As visitas funcionam unicamente por grupos (20 a 30 pessoas);
- A inscrição faz-se para um único espaço para cada sessão (manhã ou tarde);
- Cada visita tem a duração entre 1h30m e 2h em cada espaço;
- Haverá modalidades de inscrição para várias sessões e para diferentes núcleos.

Aos fins-de-semana, em paralelo com iniciativas especiais (dia da família, grupos de empresas, etc.), serão marcadas duas sessões (15 e 17 horas) que agrupem os visitantes isolados.

A entrada é paga, seguindo a política de preços do Museu, existindo diferentes tipos de bilhetes de acordo com as seguintes modalidades:

- Público em geral: 500\$00;
- Criança / Estudante / Reformado: 250\$00;
- Grupo / Família: 300\$00;

As iniciativas de divulgação, através de uma estratégia de comunicação agressiva e o lançamento e desenvolvimento de acções no campo do merchandising serão aposta forte do programa da exposição.

O portfolio de produtos para venda é composto por livros, catálogos, folhetos informativos, CD-Rom's, CD's Audio, canetas, t-shirts e porta-chaves.

Como serviço complementar, destaca-se o bar do edifício que servirá de apoio aos visitantes da exposição.

3.6. A avaliação do volume de vendas

O volume de vendas do projecto CCI pode ser avaliado de duas formas. Por um lado, as vendas de produtos relacionados com a exposição e todo o merchandising a ela associado; por outro lado, as prestações de serviços,



traduzidas em venda de bilhetes de entrada na exposição. Assim, o volume total de vendas e prestação de serviços previsto para o triénio 2002/2004 corresponde a cerca de 56.000 contos, conforme pontos 6.5. (Vendas) e 6.6. (Prestação de Serviços).

4. Pessoal

Os recursos mais importantes de qualquer organização são os seus Recursos Humanos: as pessoas que asseguram o funcionamento da organização com o seu trabalho, talento, criatividade e empenho. Por conseguinte, as tarefas mais críticas do gestor são a selecção, a formação e o desenvolvimento das pessoas que melhor servem a organização no alcance dos seus objectivos. Sem pessoas competentes ao nível da gestão - e a todos os níveis - as organizações prosseguirão objectivos inapropriados ou sentirão grandes dificuldades em atingir os objectivos definidos *a priori*.

A gestão dos recursos humanos é, assim, a função da gestão que lida com o recrutamento, a colocação, a formação e o desenvolvimento dos membros da organização. Acima de tudo, a gestão dos recursos humanos é fulcral no sucesso de uma organização.

O processo de gerir recursos humanos deve ser encarado como um processo continuado para assegurar à organização as pessoas certas, no lugar certo e no tempo exacto.

4.1. O promotor

O promotor do projecto CCI é a AMTC sendo a sua intervenção aplicada ao projecto caracterizada por uma gestão de acções que, no seu conjunto, formam um projecto coerente e único.

O trabalho de equipas pluridisciplinares está assegurado por sistemas de controlo e de coordenação que assegurarão a sua boa execução.



Há uma finalidade única, objectivos estratégicos e a atribuição bem definida de tarefas pelos diferentes técnicos envolvidos, procurando-se criar assim, um espírito de equipa.

Trata-se de uma gestão de projecto por objectivos, cuja metodologia já tem sido utilizada em iniciativas anteriores e que tem dado bons resultados.

Mais pormenorizadamente e para cada uma das acções é seguidamente apresentada a referida metodologia utilizada na sua execução.

4.2. Os colaboradores

O conceito organizador adoptado traz um acréscimo às funções próprias do comissariado desta exposição e à coordenação das cooperações e colaborações. Por outro lado, a natureza ampla dos seus conteúdos origina a adopção de uma estrutura poli facetada e com uma direcção essencialmente coordenadora, remetendo a concepção e produção dos conteúdos expositivos para equipas alojadas nas entidades colaboradoras ou outras para o grupo de assessorias encontrado.

Assim, do quadro de recursos humanos da AMTC distinguem-se no funcionamento do projecto uma Coordenação Geral, responsável por gerir de uma forma global todos os departamentos e pessoas envolvidas no projecto, um Comissariado Geral da exposição (Departamento de Programação e Produção), uma Coordenação Pedagógica (Departamento Educativo e de Animação), uma Coordenação Museológica (Departamento de Gestão de Colecções), uma Coordenação Técnica (Departamento de Infra-estruturas e Obras), uma Coordenação Financeira (Departamento Financeiro), uma Coordenação Jurídica (Departamento Jurídico) e uma Coordenação de Marketing (Departamento de Marketing).

Para além destes recursos, o projecto será sustentado por uma equipa de assessorias externas a vários níveis: concepção e produção dos conteúdos, animação cultural, arquitectura geral da exposição, design, cenografia e montagem da exposição.



4.3. O pessoal existente antes do projecto

Este projecto é sustentado por uma equipa de recursos humanos afecta à AMTC:

Gestão de Colecções

- Coordenação Museológica (1)
- Técnico de Museologia (2)
- Assistente Técnico de Museologia (2)

Programação e Produção

- Responsável (1)
- Assistente de Comunicação (1)

Serviços Educativos e de Animação

- Coordenação Pedagógica (1)
- Técnico de Serviços Educativos (1)
- Técnico de Animação Cultural (2)

Centro de Documentação e Informação

- Técnico Superior de Bibliotecas e Documentação (1)
- Técnico Gráfico (1)

Secretaria

- Assistente Administrativa (1)
- Recepcionista (4)

Estudos, Projectos e Obras

- Coordenação Técnica (1)
- Técnico de Sistemas Eléctricos e Climatização (1)



Logística

- Técnico Superior (1)
- Auxiliar Técnico (1)
- Auxiliar de Limpeza (2)

Financeira

- Responsável (1)
- Contabilidade e Tesouraria (1)

Marketing

- Responsável (1)

Gestão de Eventos

- Coordenador Geral (1)
- Técnico de Atendimento (1)
- Secretariado (1)

Jurídica

- Responsável (1)

Em resumo, a equipa técnica já existente que irá integrar o projecto é a seguinte:

Pessoal existente antes do projecto			
Tipo	Permanentes	Temporários	Total
Gestores / Coordenadores	6		6
Administrativos	3	4	7
Comerciais			
Técnicos	8	5	13
Produção	3		3
Outros	1	1	2
Total	21	10	31



4.4. Os postos de trabalho permanente a criar

Com a implementação do projecto, serão criados cinco novos postos de trabalho permanente através da contratação de técnicos especializados para o efeito. As funções que serão executadas pelos novos colaboradores da instituição, estão relacionadas com os serviços educativos e de animação (2 a partir de 2002), com a área museológica (2 a partir de 2003) e com o departamento de comunicação e imagem (1 a partir de 2004). Através do quadro seguinte é possível verificar quais os postos de trabalho permanentes a criar pelo projecto:

Postos de trabalho permanente a criar						
Tipo	Desempregados		Mercado		Total	
	H	M	H	M	H	M
Gestores						
Administrativos	1				1	
Comerciais						
Técnicos		1		3		4
Produção						
Outros						
Total	1	1		3	1	4

H – Homens; M – Mulheres

4.5. A admissão de colaboradores

Para além dos já referidos no ponto anterior, serão contratados especificamente para o projecto alguns colaboradores externos à instituição com o intuito de prestar serviços enquanto decorrer a exposição. São os casos dos animadores



(3), monitores (3), técnicos de montagem e logística (2), técnicos especializados (2) e recepcionistas (2).

4.6. A formação de pessoal

A formação contínua do pessoal, terá que ser permanente e de grande rigor, visto tratarem-se de animadores e monitores especializados, com grande capacidade de relacionamento com o público de diferentes graus etários.

A formação ocupa sempre um espaço mediador e agenciador de novas relações interpessoais ou institucionais. A formação é uma forma de intervenção de supervisão e avaliação nos contextos de trabalho.

O projecto CCI tem que ter obrigatoriamente um plano de formação contínua e especializada atendendo à especificidade dos seus intervenientes.

5. A produção

5.1. A localização

A exposição CCI estará sediada no edifício da Alfândega Nova do Porto, no actual Museu dos Transportes e Comunicações.

O Edifício da Alfândega Nova do Porto projectado em 1859 pelo arquitecto francês Jean Colson, localizado bem próximo do centro histórico do Porto e imponente, do ponto de vista arquitectónico e dimensional, tem sido objecto de um vasto programa de obras de recuperação a cargo do arquitecto Eduardo Souto de Moura. A par desta intervenção, o edifício tem sido utilizado para a organização de vários eventos de carácter cultural e com ampla projecção na cidade do Porto e em toda a Região Norte. Na realidade, a localização do edifício na malha urbana da cidade e as condições físicas e infra-estruturais que apresenta induzem à sua transformação num novo espaço de centralização cultural na cidade, o que deverá ser realizado a partir de uma programação



cuidada, entendida numa amplitude alargada que integre e promova realizações artísticas múltiplas, transdisciplinares e interculturais.

5.2. As instalações

As condições físicas e funcionais do Edifício permitiram, para além do funcionamento do Museu dos Transportes e Comunicações (MTC), a criação de um Centro de Congressos e Exposições (CCE) que disponibiliza amplos e versáteis espaços para a promoção de eventos variados como sejam congressos, conferências, exposições, feiras e outros numa área total de aproximadamente 8 000 m².

O edifício da Alfândega dispõe de uma área total coberta de 36 000 m², conforme é possível verificar em planta constante nos anexos. O espaço utilizado pela exposição corresponderá a cerca de 2 500 m² e estará localizada no 1º piso da ala nascente do edifício da Alfândega. Sugere-se uma apreciação da planta da exposição, localização e áreas dos respectivos núcleos através do projecto geral de arquitectura que se anexa.

5.3. As tecnologias e Equipamentos

Como parte integrante de alguns núcleos oficiais e expositivos, serão utilizadas as seguintes tecnologias:

TELEVISÃO:

1 MAC G4 733 com gravador DVD, Imovie, Ilud

Emissão TV Cabo

- 49 monitores de 25" para emissão TV Cabo



Emissão de Video

- 7 monitores de 25" com som e 7 videos VHS programáveis para rebobinagem e arranque

Sistema de emissão com delay (sinal de imagem com atraso)

- 1 câmara de video (captação de imagem em contínuo), equipamento delay e 1 monitor de 25"

Estúdio TV

- 4 câmaras de vídeo completas, com tripé, respectivos carregadores e 4 baterias de reserva
- 4 monitores de estúdio

Regie

- 4 monitores de regie
- 4 videos VHS
- 1 mesa de mistura e montagem com possibilidade de efeitos

Luz

- pórtico com 8 metros em estrutura Truss-trilite com 12 projectores tipo PAR 64 de 1000 W, Dimmer de potência e mesa de luz programável

Som

- sistema de captação de som composto por 1 mesa de som, 1 leitor de CD, 4 microfones, 4 microfones de lapela

RÁDIO:

- 20 leitores de CD para leitura em contínuo, equipados com sistema de escuta através de auriculares

CIÊNCIA:



- 5 monitores de 25" com som e 5 leitores de vídeo VHS programáveis para rebobinagem e arranque
- sistema de som que permita leitura e gravação de fita de cassetes
- 1 PC pentium 800 ou superior, com ligação em rede (sistema sem fios) compatível com airport
- 1 impressora A4 jacto de tinta

COMUNICAÇÃO DIGITAL:

- 1 projector de vídeo para ligação a pc, 1000 Ansi Lumens e respectivo suporte de fixação
- 1 écran para projecção de dimensões aproximadas 2*3 m*m
- 8 Macs com Airport, com ligação em rede (sistema sem fios)
- 4 impressoras A4 jacto de tinta
- 1 impressora A3 jacto de tinta
- 1 scanner para opacos
- 1 scanner para opacos com módulo transparências
- 7 PC's Pentium 800 ou superior, com ligação em rede (sistema sem fios) compatível com airport
- rede sem fios com integração de sistema misto Windows/Mac para 15 máquinas
- 1 câmara mini ou tipo Sony PC 100 para captação de vídeo tipo "Broadcast"
- 2 câmaras para vídeo conferência
- 1 sistema (servidor com gravação/emissão) vídeo-conferência com emissão de vídeo em Streaming (IP fixo)
-

IMAGINAÇÃO:

- 1 écran para projecção de dimensões aproximadas 2*3 m*m
- 1 vídeo projector, 1000 Ansi Lumens e respectivo suporte de fixação, incluindo vídeo VHS



- sistema de som composto por amplificador, 4 colunas de som e leitor de CD
- 2 pórticos com 8 metros cada em estrutura Truss-trilite com 12 projectores tipo PAR 64 de 1000W, Dimmer de potência e mesa de luz programável

5.4. A metodologia

A exposição CCI privilegia sobretudo o público de grupo, seja este organizado, como sejam o caso das escolas ou outras instituições, mas também a grupos que espontaneamente se organizem para desfrutar dos núcleos oficiais.

Os grupos são organizados previamente e com calendário próprio, para cada um dos núcleos temáticos à escolha, e onde pode permanecer durante 2 horas.

Embora o público individual não seja o público-alvo deste projecto expositivo não pode no entanto ser descurado. Este fragmento de público é entendido como uma parte individual que vai integrar um todo, um grupo.

Para o público individual e geral, oferece-se uma viagem através das comunicações, mas pelo lado de fora, de um modo mais expositivo. Este lado permite a capacidade de olhar e espreitar para o lado de dentro, os núcleos oficiais, onde o grupo se organiza.

O público com marcação prévia dirige-se à bilheteira e levanta o bilhete correspondente ao seu espaço oficial, sendo a partir daí acompanhado por um técnico do serviço educativo e na oficina por um técnico especialista da área temática. O público individual ou público em geral, pode levantar directamente o seu bilhete, que lhe dá acesso imediato à parte expositiva, podendo optar por um núcleo à escolha integrando sempre um grupo a constituir.



5.5. Programação

Espaço expositivo permanente com emissões em directo de programas de Rádio e Televisão.

Redacção e edição do jornal “Público”

Realização de pequenos ciclos temáticos de cinema

Realização de pequenos concertos

Debates temáticos: televisão, rádio, ciência, música, teatro, dança, novas tecnologias

Ateliers criativos

Conversas com escritores, poetas, jornalistas, sociólogos, psicólogos, artistas

Videoconferências

Publicações

Realização de um programa de formação de professores

6. O plano financeiro

6.1. Breve caracterização

A componente financeira de qualquer projecto é, regra geral, um dos aspectos mais importantes na análise da sua viabilidade. Em primeiro lugar, é necessário apurar o custo total associado ao projecto, identificando criteriosamente e mediante a sua tipologia todas as parcelas que, no seu conjunto, dão origem ao “custo total do projecto”. Depois de caracterizados e mensurados todos os custos, torna-se necessário identificar quais serão os meios financeiros que permitam o projecto avançar, procurando dar resposta à seguinte questão: como e por quem será financiado o projecto?

Neste sentido, e nunca é demais referi-lo, o criterioso trabalho de orçamentação, o controlo de gestão e a análise financeira em geral, assumem-se como pilares de uma efectiva e rigorosa gestão, cada vez mais decisiva no sucesso de iniciativas deste género. Exigem-se, deste modo, formas de actuação em que o ser profissional é condição *sine qua non* para que a



competitividade possa ser gerida da melhor maneira no panorama actual da globalização.

No caso do projecto CCI, o investimento em equipamentos (despesas de capital), bem como os custos de exploração, manutenção e funcionamento da exposição (despesas correntes), são elevados, obrigando a um grande esforço, não apenas por parte da instituição, mas também de todas as entidades envolvidas no projecto, sejam elas privadas, institucionais ou comunitárias.

Nessa perspectiva, podem-se assumir como “necessidades de exploração” os custos decorrentes da estrutura de funcionamento da exposição e como “fontes de financiamento” as receitas provenientes do público, dos associados, dos patrocinadores e do Estado, entidades que directa ou indirectamente usufruem da existência e funcionamento da exposição, ou, pelo menos, nisso manifestam forte interesse.

6.2. Pressupostos de base ao orçamento

O orçamento global da exposição apresenta-se parcelarmente discriminado pelas diversas rubricas que o constituem e encontra-se calculado com base em determinados pressupostos. Neste sentido, as bases de cálculo das rubricas orçamentadas, quer ao nível dos custos, quer ao nível dos proveitos, encontram-se assim ordenadas:

DESPESAS CORRENTES

Electricidade: os custos com energia eléctrica do espaço ocupado pela exposição estão orçados em 10 contos/mês no período de montagem (3 meses em 2001) e em 50 contos/mês para os anos de 2002, 2003 e 2004.

Despesas de Representação: o custo orçamentado corresponde a deslocações e estadias de participantes e convidados relacionados com o projecto no valor anual de 300 contos.

Comunicações: os custos directos ascendem a 200 contos/mês, correspondentes ao aluguer de linhas dedicadas e tráfego de comunicação.



Seguros: valor correspondente a prémios de seguros multi-riscos e de responsabilidade civil de exploração no valor anual de 150 contos.

Transportes: os custos de transporte de material destinado à exposição estão orçados em 400 contos para o ano 2001 e em 200 contos para cada um dos restantes anos.

Deslocações e Estadas: o valor orçamentado é de 250 contos/ano e destina-se às despesas de viagens, estadias e refeições efectuadas pela equipa técnica ao serviço do projecto.

Honorários: valor correspondente a serviços contratados externamente, nomeadamente estudos, projectos, assessoria, consultoria e prestações de serviços em geral:

- elaboração do projecto geral de arquitectura pelo valor de 3.000 contos, a suportar em 2001;
- elaboração do projecto de design de equipamentos e de comunicação, a suportar em 2001, pelo valor de 3.000 contos;
- produção de conteúdos, designadamente, cenografia, vídeo, áudio e textos para a exposição no valor de 2.250 contos, a suportar em 2001;
- contratação de 12 colaboradores (conforme ponto 4.5. "A admissão de colaboradores") destinados aos diversos núcleos da exposição por um valor anual de 18.600 contos (admitindo a seguinte remuneração: técnicos de montagem e logística - 100 contos/mês; monitores e recepcionistas - 120 contos/mês; animadores e técnicos especializados - 150 contos/mês).

Conservação de bens: admite-se um custo de restauro de peças e de aquisição de material de conservação que ascende a 500 contos/ano.

Publicidade: os custos de promoção e divulgação da exposição (cartazes, folhetos, desdobráveis, mupies, convites, mailing e comunicação social) estão



orçados em 1 000 contos/ano em 2001 e 2002 e 500 contos/ano em 2003 e 2004.

Limpeza: os serviços de limpeza do espaço expositivo e seus acessos estão estimados em 1 000 contos/ano.

Segurança: os custos com vigilância e segurança da exposição ascendem a 3 500 contos/ano.

Pessoal: os custos directos com a contratação de 5 colaboradores dependentes assumem um custo global para os três anos de cerca de 23 700 contos (incluindo subsídio de alimentação, contribuições para a segurança social e um prémio de seguro de acidentes de trabalho aplicado à taxa de 1,2%); optou-se pela não imputação ao projecto dos custos com a equipa permanente do MTC, visto estes não terem sido agravados com a execução do projecto.

Amortizações: calculadas com base no imobilizado corpóreo adquirido a partir de 2001 e de acordo com as tabelas legais em vigor para cada tipo de bem; assume-se um regime de amortizações constantes.

DESPEAS DE CAPITAL OU INVESTIMENTO

Infra-estruturas: valor correspondente à aquisição e montagem das seguintes estruturas, a suportar em 2001:

- Estruturas de serralharia: 33 750 contos;
- Estruturas de carpintaria: 25 350 contos;

Equipamento: despesas de aquisição de todo o equipamento destinado à exposição, designadamente:

- Audiovisual e multimédia: 25 900 contos em 2001;
- Iluminação: 3 000 contos em 2001;
- Objectos expositivos, painéis e impressão digital: 4 200 contos em 2001;



- Material de informática (hardware e software diverso): 7 800 contos em 2001 e 500 contos em 2002;

PROVEITOS

Vendas e Prestações de Serviços: corresponde às vendas de artigos e de bilhetes de entrada na exposição. De referir que o custo das mercadorias vendidas representa em média 35% do valor total de vendas.

Quotizações: assume-se nesta rubrica uma imputação ao projecto de parte das quotas dos associados, reconhecendo-se assim o contributo prestado por estes ao projecto; considerou-se um valor de afectação ao projecto correspondente a 25% do total de quotas pagas pelos associados da instituição, originando um contributo de cerca de 2 500 contos/ano.

Subsídios à exploração: valor correspondente à comparticipação de 75% do total de despesas de exploração elegíveis na candidatura ao Programa Operacional da Cultura (basicamente Fornecimentos e Serviços Externos e Custos com Pessoal).

Patrocínios: admite-se um patrocínio do Instituto das Comunicações de Portugal de 25 000 contos a obter ainda em 2001.

Proveitos financeiros: valor correspondente a juros de depósitos a prazo e outras aplicações remuneradas a uma taxa média de 4% ao ano.

Os proveitos aqui mencionados referem-se ao orçamento geral de exploração. No entanto, é de referir que, para além dos subsídios à exploração acima mencionados, a aquisição do imobilizado será financiada através de subsídios ao investimento, com uma taxa de comparticipação de 75%.

6.3. O plano de investimento



O projecto CCI apresenta-se com um investimento inicial bastante elevado, correspondente à aquisição e montagem de todos os equipamentos e elementos que irão estar patentes na exposição. Esse equipamento foi já descrito com detalhe no ponto 5.3., pelo que, não iremos repeti-lo. Como a abertura da exposição está prevista para o mês de Janeiro de 2002, este investimento terá de ser suportado nos meses que antecederão a sua abertura, ou seja, nos finais de 2001, pressupondo assim o encaixe nesse período, das verbas originárias do Programa Operacional da Cultura, o que permitirá fazer face aos compromissos financeiros assumidos anteriormente.

6.4. O plano de financiamento

A lógica de financiamento do projecto assenta, por um lado, na obtenção de fundos comunitários através de candidatura a apresentar ao novo Programa Operacional da Cultura sob tutela do Ministério da Cultura (com uma taxa de comparticipação de 75% a fundo perdido) e, por outro lado, na angariação das diversas receitas provenientes da bilheteira da exposição, do *merchandising*, da contribuição dos associados do MTC e de patrocínios concedidos por entidades interessadas em colaborar com o projecto. Com este propósito, o projecto pretende tornar-se autónomo do ponto vista financeiro, ou seja, angariar as receitas suficientes que lhe permitam assumir pelos seus próprios meios as verbas correspondentes à contrapartida nacional (restantes 25%). Através desta lógica, pretende-se que o MTC não tenha grandes encargos adicionais gerados pela realização da exposição, de modo a que possa continuar a preparar as suas acções com o equilíbrio necessário.

Relativamente ao enquadramento da candidatura, é de referir que o Programa Operacional da Cultura se encontra dividido em várias medidas e acções, tendo sido identificadas pelo menos três acções às quais o projecto poderia ser apresentado. Contudo, atendendo às características do projecto, verifica-se que a mais indicada é a acção 4 - "Exposições Permanentes ou Temporárias" que por sua vez está inserida na medida 1.2. - "Modernização e Dinamização dos Museus Nacionais". Esta acção prevê precisamente a organização e montagem de exposições permanentes ou temporárias associadas à publicação de



instrumentos de divulgação da mesma, seja em suporte editorial, multimédia ou mesmo virtual.

Relativamente ao recebimento das verbas, o esquema de financiamento assentará no seguinte: mediante a apresentação de facturas por parte da entidade beneficiária (AMTC), serão atribuídas verbas pelo Programa no montante da comparticipação aprovada para o projecto (75%), procedendo-se, após esse recebimento, ao pagamento das facturas em questão. Em resumo, os pedidos de pagamento assumirão neste caso a forma de “adiantamento contra/factura”, na qual as correspondentes verbas são canalizadas mediante a apresentação de facturas que o justifiquem, ficando depois a entidade beneficiária obrigada a apresentar os respectivos recibos à entidade pagadora.

7. Considerações finais

A exposição “Comunicação do Conhecimento e da Imaginação” representa um projecto inovador, não só no contexto e filosofia do Museu dos Transportes e Comunicações, mas também e, sobretudo, no contexto nacional e mesmo europeu. Através do projecto CCI, pretendem-se criar novas relações com o público, assim como novas abordagens de conteúdos expositivos. A compreensão do fenómeno do conhecimento enquanto substrato da comunicação e da imaginação é o objectivo fundamental deste acontecimento. Criar permanentemente uma política de qualidade abrindo um espaço de afirmação no domínio dos Transportes e Comunicações, compatível com a qualidade arquitectónica do edifício da Alfândega a par com a inovação, são as ideias principais que norteiam este projecto. A inovação é essencial para que o MTC aposte em novas linguagens de comunicação com o público, conquistando por essa via novos públicos, mais sensíveis a formas menos tradicionais de comunicação. A realização de acontecimentos duradouros como este que propomos evidencia o modo como as comunicações influenciam a evolução das sociedades modernas. As Artes e a criação artística em geral alimentam a temática central deste projecto expositivo.



8. Referências bibliográficas

ARNAUT, Luís, 1988: *Atitudes, Valores Culturais e Desenvolvimento*, Cadernos SEDES, Lisboa.

AURORA, Leon, 1995: *El Museo, Teoría, Praxis y Utopía*, Cadernos Arte Cátedra, Madrid.

Cadernos de Sociomuseologia, 1996: Centro de Estudos de Sociomuseologia, ULHT, nº5 e nº7.

CONDE, Idalina, 1996: "Cenários de práticas culturais em Portugal (1979-1995)", *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº 23, pp. 117-188.

CONSTÂNCIO, Maria José, 1989: *Noções básicas de Economia*, Publicações D. Quixote, Lisboa.

CRESPI, Franco, 1997: *Manual de Sociologia da Cultura*, Editorial Estampa, Lisboa.

CRUZ, Manuel Braga da, 2000: "As Ciências da Comunicação no espaço lusófono no quadro das Ciências Sociais e Humanas", *Comunicação e Sociedade*, nº 2, *Cadernos do Noroeste, Série Comunicação*, Vol. 14 (1-1), pp. 67-69.

CUCHE, Denys, 1999: *A noção de cultura nas Ciências Sociais, Fim de Século*, Lisboa.

FERNANDEZ, Luís Alonso, 1999: *Introducción a la nueva museología*, Arte y Música Aliança Editorial.

FORTUNA, Carlos, 1999: *Identidades, Percursos, Paisagens Culturais*, Celta Editora, Oeiras.

GRÁCIO, Rui, 1973: *Educação e Educadores*, Livros Horizonte, Biblioteca do Educador Profissional, Lisboa.

GREENHILL, Eilen Hooper, 1998: *Los Museos y sus visitantes*, Ediciones Trea.

Interação Cultural e Aprendizagem: Correspondência Escolar e Classes de Descoberta, Textos de Educação, Fundação Calouste Gulbenkian – Serviço de Educação, Lisboa.

KOTLER, Philip, 1991: *Marketing Management - Analysis, Planning, Implementation, and Control - Seventh Edition*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary, 1991: *Princípios de Marketing*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

KOTLER, Philip, 2000: *Marketing para o Século XXI*, Editorial Presença, Lisboa.

LOPES, João Teixeira, 2000: *A Cidade e a Cultura. Um Estudo sobre Práticas Culturais Urbanas*, Edições Afrontamento, Porto.

MOREIRA, Isabel M. Martins, 1989: *Museus e Monumentos em Portugal 1772-1974*, Universidade Aberta, Lisboa.

Para Abrir as Ciências Sociais, 1996, Relatório da Comissão Gulbenkian sobre a reestruturação das Ciências Sociais, Fundação Gulbenkian, Publicações Europa-América, Lisboa.

REBELO, José, 2000: "Comunicação e Globalização", *Comunicação e Sociedade*, nº 2, *Cadernos do Noroeste, Série Comunicação*, Vol. 14 (1-2), pp. 77-82.

SAGUÉS, Maria del Carmen Valdés, 1999: *La Difusión cultural en el museo: Servicios Destinados al gran Público*, Ediciones Trea, Espanha.



SANTOS, Boaventura de Sousa, 1993, (org.): *Portugal: Um retrato singular*, Edições Afrontamento, Porto.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos, 2000, (coord.): *Políticas Culturais em Portugal*, Observatório das Actividades Culturais, Lisboa.

SILVA, Augusto Santos; PINTO, José Madureira, 1986, (orgs.): *Metodologia das Ciências Sociais*, Edições Afrontamento, Porto.

SILVA, Augusto Santos; BABO, Elisa; SANTOS, Helena; GUERRA, Paula, 1998: "Agentes Culturais e públicos para a cultura: alguns casos de uma difícil relação", *Cadernos de Ciências Sociais*, nº 18, pp. 67-105.

SILVA, Augusto Santos; LUVUMBA, Felícia; SANTOS, Helena; ABREU, Paula, 2000: *Públicos para a Cultura, na Cidade do Porto*, Edições Afrontamento, Porto.

SILVA, Augusto Santos; PISSARO, Carlos H. Benrós; LIMA, Margarida Pedroso;

SILVA, Augusto Santos; SANTOS, Helena, 1995: *Prática e Representação das Culturas: Um inquérito na Área Metropolitana do Porto*, Centro de Artes Tradicionais, Porto.

STONER, James A. F.; FREEMAN, R. Edward, 1989: *Management - Fourth Edition*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

TRINDADE, Maria Beatriz Rocha, 1993: *Iniciação à museologia*, Universidade Aberta, Lisboa.

WARNIER, Jean-Pierre, 2000 : *A Mundialização da Cultura*, Editorial Notícias, Lisboa.

O papel do Teatro

O teatro adquiriu no museu, e de uma forma permanente, um papel principal, utilizado como fonte expressiva, com diferentes objectivos e recursos pedagógicos. Foi um recurso expressivo em diferentes exposições de carácter interactivo, onde era desenvolvido com o público um trabalho de criação e animação teatral, mas também, e de uma forma sistemática, como “animação dos espaços expositivos”, permitindo criar relações de maior proximidade com os públicos, estabelecendo novas formas de leitura e comunicação dos conteúdos expositivos.

O teatro como forma de comunicação é um poderoso instrumento de aprendizagem e um instrumento pedagógico. Por isso, sempre foi intenção do museu que este adquirisse uma função no interior da criação dos programas educativos e de criação de conteúdos expositivos.

Foi nossa intenção que o teatro não desempenhasse apenas um papel de mera ilustração dos espaços expositivos, mas que assumisse e promovesse novas leituras e criasse novas linguagens expressivas que fizessem um novo apelo aos sentidos do público e das pessoas.

O teatro foi capaz de criar formas de relacionamento diferentes, quebrando estereótipos mais tradicionais, desenvolvendo um sentido de prazer e de relações mais próximas e afectivas na leitura das linguagens expositivas.

Em última instância, a utilização do teatro como recurso pedagógico humanizou o Museu, conferindo-lhe um poder mágico.



O papel da Música

“Tão certo é que, pelo som e pelo ritmo, a nossa sensorialidade e motricidade se abalam, a afectividade se comove pela melodia, e a intelectualidade se enriquece com a ordenação e simultaneidade da harmonia. E todos os outros requisitos que a criação e a execução musicais despertam no ser humano, implicando-se em todos os aspectos para envolver globalmente o mesmo ser humano, do ouvir ao agir, ao sentir, ao pensar.”

Arquimedes da Silva Santos

Foi sempre intenção na visão e missão do Museu que a Música, enquanto manifestação artística, estivesse sempre presente na essência da sua programação cultural e que a sua presença, para além dos concertos e encontros mais ou menos regulares, acontecesse também como processo interior de criação e transformação. Daí a música ter um papel fundamental nas exposições interactivas, ou em Oficinas, onde a sua vivência resultasse de processos interiores de construção artística.

Os exemplos que mostraremos de seguida, a edição do CD “Azul a Sonhar”, resultam do trabalho oficial numa das Oficinas de Verão que acabou por dar origem à sua criação e posterior edição.



Azul a Sonhar

Produção

A.M.T.C. no âmbito da Exposição
"Comunicação/Comunicações"

Direcção Musical e Orquestração
Piano e sintetizador
Guitarra
Bateria e Percussão
Baixo
Vozes

José Sarmento
José Sarmento
Artur Caldeira
Casimiro C. Talaia
Firmino Neiva
Miguel Simões, Rui Barbosa, João Palhares,
Marília Costa, Sofia Sarmento, Mariana
Simões, Mariana Carvalho, Sofia Carvalho
e Inês Sarmento

Gravação e Edição
Design

Estúdios "Fortes & Rangel"
Azulquente, Design Ida.

1.

Comunicar, Comunicar
Música. Nuno Santos / Nuno Silva
Letra. Regina Castro

Anda vem brincar, comunicar, comunicar
Vamos à procura da aventura
Mergulha sobre o mar
E fica a olhar a ver olhar
E fica assim sem jeito
E com trejeito

Ar... Comunicar
Ar... Comunicar

Ar é bem preciso para falar e respirar
Saber mesmo gostar, saborear e até beijar
E que isto é mesmo assim ... a comunicar
É que isto é mesmo assim... a comunicar

Ar... Comunicar
Ar... Comunicar

Ficar assim do avesso
O mundo de pernas p'ro ar
Tocar o teu olhar e descobrir apaixonar
Ando nas nuvens, ando no ... Ar... Comunicar
Ar... Comunicar
Ar... Comunicar
Ar... Comunicar

Azul a sonhar...

Azul é uma cor, cor de mar, do céu, dos olhos, do som da música, da canção, da magia, do ar e do sonhar azul, azul a sonhar.

Azul é também a cor deste disco que de sonho passou a objecto. Este objecto resulta das "Oficinas de Verão" realizadas na Exposição Interactiva "Comunicação/Comunicações", patente ao público de Fevereiro de 1999 a Março de 2000, no Museu dos Transportes e Comunicações.

A música como elemento fundamental e unificador dos conteúdos da exposição e da expressão forte de emoções, fez brotar quatro canções que juntaram diferentes criadores, músicos e toda a equipa que no Museu e na Exposição contribuíram para lhe dar corpo. A cor que agora vos damos. Azul.

Para os mais pequenos que participaram nas "Oficinas" um grande beijo azul e que com toda a alegria que nos transmitiram nos fizeram acreditar que o sonho pode ser azul. Azul, claro!...

A.M.T.C.

2.

Vamos Sobre as Ondas
Música. Nuno Santos / Nuno Silva
Letra. Regina Castro

Vamos sobre as ondas
Cortamos o ar
Somos destemidos
Aventureiros do grande mar

Nosso grande lema
É comunicar
Uma vez gancheta outra trovoadas

Mas que grande tema para se jogar

A caça ao tesouro
Vamos começar
Na exposição o que vou encontrar
Isto são segredos
Não é para contar
Vamos é curtir até rebentar

Mas que grande tema para se jogar

E de tanto rir
Ficamos sem ar
Cáimos no céu
Azul a sonhar

Mas que grande tema para se jogar

Vamos sobre as ondas
Cortamos o ar
Somos destemidos
Aventureiros deste grande mar

Mas que grande tema para se jogar

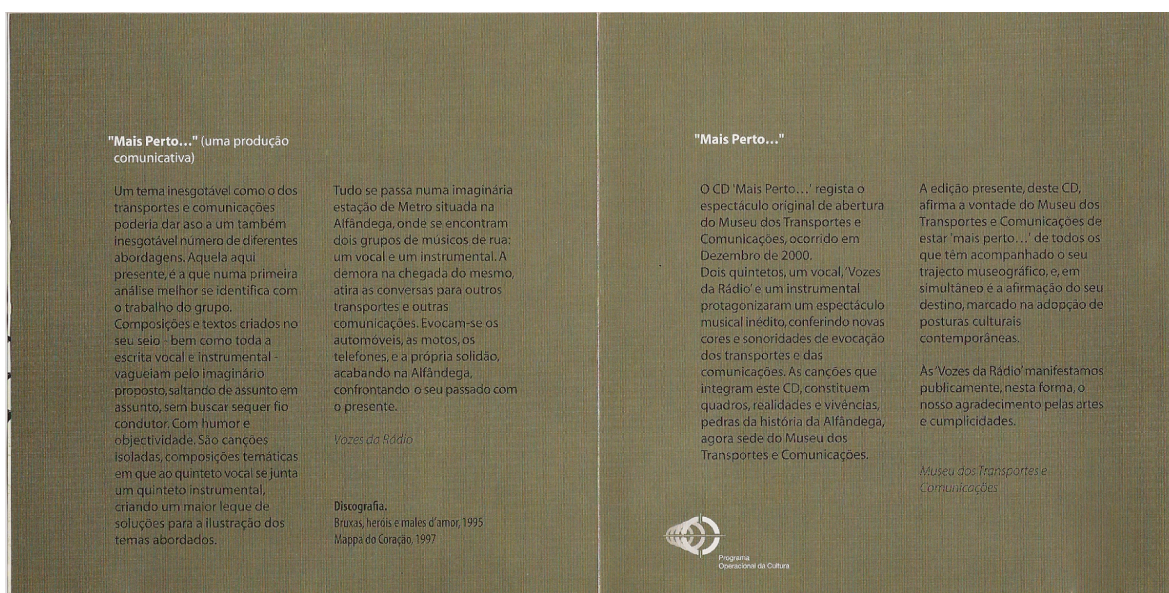
3.

Olha o Arco-Iris
Como vai tão doído
Tão doído a correr
Leva no cabelo
Leva sem saber
Uma fita de cor
Olha uma menina
Como está tão linda
A dormir
Foi o arco-íris
Foi o arco-íris
Que lhe disse vem sorrir
Olha o arco-íris
Olha p'ra menina a brincar
Brincam co'as estrelas
Brincam só de vê-las
Só de vê-las a rodar
Mas vem uma estrela
E canta
E vem outra estrela
E canta

Queremos entrar
Tazem um joguinho
De berlindes e conchinhas
Que lhes ensinou o mar
Correm pela areia
E riem
E comem laranjas
Sempre sempre sem parar
Sentem o sabor do mar
Olha o arco-íris
Como vai tão doído a correr
Leva no cabelo
Leva sem saber
Uma fita de cor
Olha o arco-íris
Como vai garrido
Sem saber
Faz um alarido
Fá-lo sem sentido
Mas é bom
É bom de ver
Mas vem uma estrela...

Olha o Arco-Iris
Música. João Lóio
Letra. Regina Castro

O CD “Mais Perto” do grupo vocal “Vozes da Rádio” e o espectáculo com o mesmo nome são dois exemplos da programação do Museu, em que assumiu a criação e produção dos conteúdos de um produto artístico.

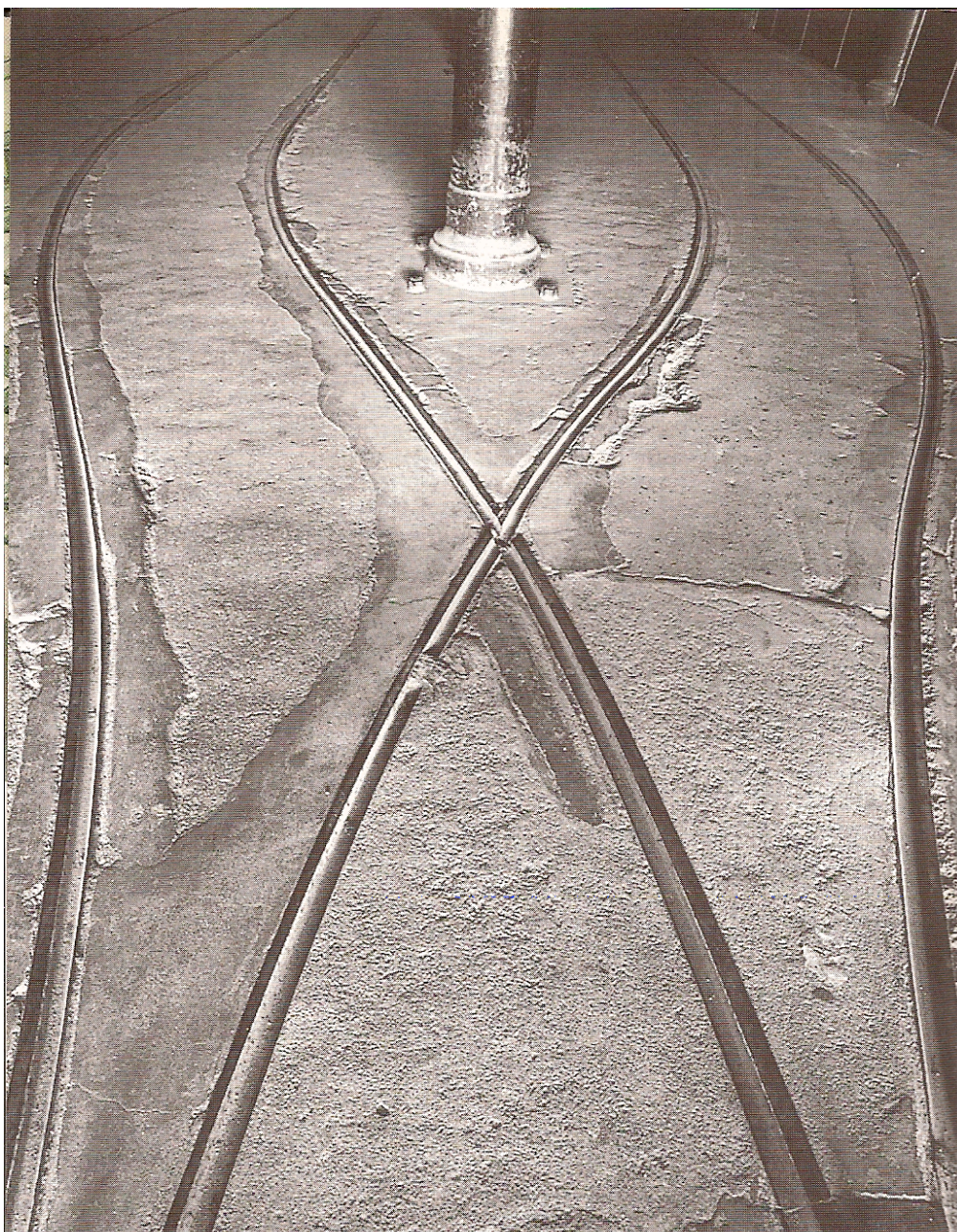


O papel do Edifício

As portas da Alfândega Nova abriram-se há mais de um século às vivências e experiências resultantes das trocas alfandegárias. Dos segredos mais ou menos transparentes do mundo comercial surgem agora novas vivências e práticas. As portas de ferro de ontem cedem e hoje abrem-se de novo para receberem acontecimentos culturais diversificados e marcantes na história e desenvolvimento da cidade. O futuro do futuro Museu dos Transportes desenha sobre as suas pedras e a sua envolvência um espaço polivalente do ponto de vista cultural.

O edifício, enquanto património, pode assumir um papel de relevo no desenvolvimento e função de uma actividade cultural, e não pode negar as suas funções do passado, mas sim reinventar um novo sentido para as funções que agora adquire pelo seu novo papel sócio-cultural.

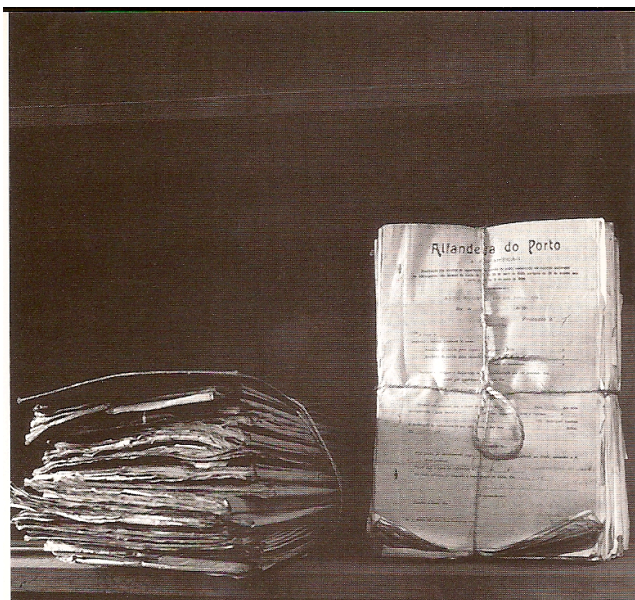
O edifício da Alfândega nasceu de costas voltado para a cidade. Mas reabriu-as depois quando assumiu um novo papel nos seus objectivos.



"Um edifício é um corpo que fala – o discurso da normalidade das conveniências e o discurso interdito, soprado nas esquinas dos corredores e nos vastos armazéns das caves molhadas pelas águas do rio. Se esse edifício foi o sítio onde se materializaram os abstractos discursos de troca e dos direitos alfandegários, impondo pela sua presença de pedra e pela lei dos editais, sussurros de medo ou de ganância, esse corpo pesado, imperativo, fala o discurso não-arbitrário do poder.

A Alfândega Nova, no último quartel do século XIX, avançou uns cautelosos metros sobre a margem do Douro. Implantou-se sobre o areal de Miragaia, enterrando o bairro centenário, as casas nobres quinhentistas, os palácios oitocentistas; soterradas ao olhar, diminuídas, as penhas abruptas por onde descia o rio Frio, o santuário de S. Pedro, a recordação do Monte dos Judeus. Apenas a casa da alfândega domina o espaço que pertencera à entrada nobre da cidade. Sobre o rio, vigia as saídas e entradas dos rabelos do Vinho do Porto, deixa acostar os navios das mil nações que afluem à barra, confere validade ao negócio que por imposição do selo se legitima."

M. Tereza Siza
in "Alfândega Nova: O Sítio e o Signo"



O edifício da Alfândega Nova do Porto, projectado pelo engenheiro francês do Ministério das Obras Públicas, Jean F. G. Colson, iniciado em 1860 foi concluído oito anos mais tarde.

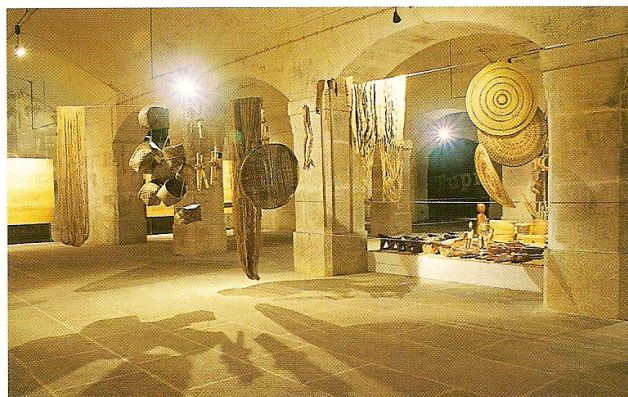
A sua construção nas margens do Douro, sobre a Praia de Miragaia, enquadra-se nas profundas alterações do carácter e fisionomia da cidade do séc. XIX, e dá sentido ao desenvolvimento da cidade, fornecendo-lhe equipamentos necessários à sua economia, no domínio comercial.

Nessa época, com o crescimento económico desencadeado, possível pela vitória liberal e o comércio do Vinho do Porto, surgem finalmente condições para se construir um edifício alfandegário novo, perfeitamente adequado às necessidades comerciais da cidade, de "arquitectura elegante, mas singela, de estrutura robusta e construído com materiais incombustíveis e vedado às águas pluviais e às cheias do Douro".

O edifício de frontaria voltada para o rio, porta de entrada de mercadorias, é composto por um corpo central, para a administração, e por dois corpos laterais simétricos, destinados ao armazenamento. A sua construção obedece à ideia de segurança, isolamento, arejamento e boa circulação das mercadorias, facto que explica os pátios descobertos que separam os corpos laterais do central, a regularidade de aberturas e as linhas férreas no interior e exterior do pavimento. O aspecto construtivo, adequado ao carácter e à tipologia de um armazém, é uma das maiores singularidades do Edifício, pois nele se combinam harmoniosamente três tipos de materiais (a pedra, a madeira e o ferro) e vários tipos de estruturas: pilares de cantaria e abóbadas de pedra nos pisos subterrâneos; colunas de ferro e tectos em abobadilha nos pisos intermédios; estrutura metálica construída pela empresa belga responsável pela Ponte D. Luís (Seyrig), no segundo andar das alas laterais. No corpo central, o último piso é rematado por uma cobertura única realizada em carvalho de Riga.

Ao longo das décadas de 1860 e 1870 em que a construção se prolongou, foram feitas pequenas adaptações que não alteraram os objectivos iniciais e acentuaram a obediência ao vocabulário neoclássico, com referência noutros edifícios de carácter público já existente na cidade.

A Alfândega Nova, cujas paredes de granito tão bem servem as ideias de poder,



O papel do Centro de Formação

Desde que se constituiu o Centro de Formação e se desenvolveu uma actividade formativa regular, foi-se procurando criar uma estrutura de recursos humanos qualificados para exercer formação nas diferentes áreas que se coadunam com a actividade museológica e culturais desenvolvidas pela instituição.

Constituiu-se uma bolsa de formadores internos, afectos à instituição e que se encontravam acreditados pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua e de acordo com as áreas que consideramos fundamentais para o desenvolvimento das actividades educativo/pedagógicas levadas a cabo pelo Museu dos Transportes e Comunicações.

Os formadores externos emergiram de um grupo qualificado por áreas distintas de formação e mantiveram com o Museu uma relação regular, quer ao nível formativo, quer de outros projectos.

A actividade desenvolvida pelo Serviço Educativo e de Animação do MTC consolidou-se numa pluralidade de acções que decorreram nos últimos seis anos com cada vez maior visibilidade e impacto na comunidade envolvente.

A realização de cada edição do curso "Metodologias para a animação de espaços museológicos e culturais" teve a duração aproximada de 2 anos e previu um trabalho de campo a realizar nos próprios espaços de trabalho tornando, assim, os intervenientes mais aptos para o desenvolvimento de projectos culturais nos seus contextos de trabalho agindo desta forma sobre a própria realidade utilizando os instrumentos, os espaços e a equipa das próprias instituições de onde emergiam os projectos. A prática resulta assim num processo contínuo de aprendizagem e de construção de um projecto (concepção, realização e avaliação).

Os espaços expositivos foram palco privilegiado para o enquadramento e desenvolvimento de acções formativas.

O Museu como entidade formadora renova o seu papel através de uma problemática mais vasta de reflexão educativa, social, cultural e mesmo antropológica.

A AMTC tem como objectivo fundamental a valorização da formação pessoal, contínua e profissional.

Por reconhecer um papel fundamental à formação promove agora a 3ª edição do curso "Metodologias para a Animação de Espaços Museológicos".

Compete cada vez mais ao indivíduo reivindicar uma formação pessoal de qualidade, permitindo-lhe desenvolver a capacidade de transformar e utilizar os materiais propostos através de uma pedagogia pessoal capaz de transformar as realidades profissionais onde se envolve.

Pretendemos quebrar barreiras institucionais e obstáculos individuais dando lugar a espaços de criatividade e liberdade.

A formação profissional deve ser entendida como instrumento capaz de gerar mudanças pessoais, criando uma relação próxima e segura com os contextos reais onde é desenvolvido o trabalho.

Rejeitamos o conceito de formação como receita "escrita", preferimos a implicação directa dos formandos na acção.

Seminários

Trabalho de projecto e Acompanhamento de seminários	Angelina Carvalho
Comunicação / Comunicações - Abordagem de uma exposição Património/Patrimónios	Serviços Educativos da AMTC Ilda Seara
Brinquedos ópticos / Atelier de cinema de animação	Fernando Saraiva
A animação do conto no espaço museológico	Marta Martins
A exclusividade cultural da música	Mário Azevedo
Dança, Corpo e Movimento	António Tavares
A expressão dramática	Adelina Carvalho
A criatividade da expressão plástica	Estela Gomes
Animação de grupos de jovens	Manuela Terrasêca
Voz, Vozes e Cultura	Ana Moreira

Objectivos

- .Redimensionar o conceito de Museu e o seu actual papel social integrando-o numa perspectiva mais ampla de intervenção e animação sócio-cultural;
- .Ampliar o significado de animação nos espaços culturais;
- .Auto e hetero-reflexão sobre as diferentes técnicas e processos de animação cultural;
- .Experimentar novas vivências e processos de animação cultural; Vivenciar jogos múltiplos nas diferentes expressões.

Organização

- .Apresentação do programa, finalidades e metodologias;
- .Acompanhamento pedagógico das sessões e avaliação;
- .Realização de seminários temáticos, permitindo a vivência de jogos exploratórios da criatividade, autonomia e liberdade.

Formadores

Angelina Carvalho	Mestra em ciências da educação / Docente na E.S.E. Porto
Ilda Seara	Arquitecta
Fernando Saraiva	Actor / Resp. do projecto de cinema de animação (Anilupa)
Marta Martins	Licª filol. românica / Docente Instituto de estudos da criança da Univ. do Minho
Mário Azevedo	Lic. pedagogia musical / Director pedag. Instituto ORFF Porto
António Tavares	Coreógrafo / Bailarino
Adelina Carvalho	Docente / Actriz; Técnica de teatro da C. M. Porto
Estela Gomes	Pintora / Docente de educação visual
Manuela Terrasêca	Mestra em ciências da educação / Docente na FPCEUP
Ana Moreira	Licª ciências da educação / Formadora na área da voz

Metodologias para a Animação de Espaços Museológicos

Separar e enviar em sobrescrito fechado para:

Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações
Serviços Educativos da AMTC
Rua Nova da Alfândega
Edifício da Alfândega
4050-430 Porto



Programa de Formação 2003

O Museu como espaço alternativo de formação e construtor de novas práticas pedagógicas

ACÇÕES DE FORMAÇÃO	CRÉDITOS	FORMADORES	DESTINATÁRIOS	DURAÇÃO	DATAS	VAGAS
O Conhecimento de si e do outro. Expressão dramática	1.3	Adelina Carvalho	EDUCADORES DE INFÂNCIA E PROFESSORES DOS ENSINOS BÁSICO E SECUNDÁRIO	32 H	OUTUBRO > NOVEMBRO	18
A importância da voz na prática docente	2	Regina Castro	EDUCADORES DE INFÂNCIA E PROFESSORES DOS ENSINOS BÁSICO E SECUNDÁRIO	50 H	OUTUBRO > DEZEMBRO	18
Educação para os media	2	Ilda Seara José Paiva	PROFESSORES DOS ENSINOS BÁSICO E SECUNDÁRIO	50 H	OUTUBRO > DEZEMBRO	18
Museu, escola e comunidade	1.2	Regina Castro Adriana Almeida Cecília Amorim	EDUCADORES DE INFÂNCIA E PROFESSORES DOS ENSINOS BÁSICO E SECUNDÁRIO	30 H	OUTUBRO > NOVEMBRO	18
Arquitectura e utente. A importância de reatar uma relação	1	Ilda Seara	PROFESSORES DOS ENSINOS BÁSICO E SECUNDÁRIO	25 H	OUTUBRO > NOVEMBRO	18
O ensino experimental das ciências na sala de aula	1	Lúsa Ayres	EDUCADORES DE INFÂNCIA, PROFESSORES DO 1º CICLO E PROFESSORES DE CIÊNCIAS DOS 2º E 3º CICLOS DO ENSINO BÁSICO	25 H	OUTUBRO > NOVEMBRO	18
Produção de exposições nos espaços escola e museus	2	Suzana Faro Erica Graf Carla Coimbra	EDUCADORES DE INFÂNCIA E PROFESSORES DOS ENSINOS BÁSICO E SECUNDÁRIO	50 H	OUTUBRO > DEZEMBRO	18

As inscrições deverão ser feitas por telefone, fax ou e-mail para:

Centro de Formação da
Associação para o Museu dos
Transportes e Comunicações

Rua Nova da Alfândega
Edifício da Alfândega
4050-430 Porto

t. 223 403 058
f. 223 403 098
amtc@mail.telepac.pt



12/11

Propostas de acções de formação e descrição das acções:

Acção de Formação 1

"O conhecimento de si e do outro. A expressão dramática"

Acção de Formação 2

"A importância da voz na prática docente"

Acção de Formação 3

"O museu, a escola e a comunidade"

Acção de Formação 4

4. "O museu vai à escola a escola vai ao museu"

Acção de Formação 5

5. "O auto museu"

Descrição das acções de formação

1. "Conhecimento de si e do outro. A expressão dramática"

" A expressão dramática é fundamental em todos os estágios da educação. Considero-a mesmo como uma das melhores actividades, pois que consegue compreender e coordenar todas as outras formas de educação pela arte. Partindo-se do ponto de vista de que a educação pela arte é o método fundamental do futuro, poder-se-á compreender o alto significado da expressão dramática".

Herbert Read

Um dos meios mais ricos e completos da educação é, sem dúvida, a EXPRESSÃO DRAMÁTICA. O seu âmbito abarca quase todos os aspectos relevantes do desenvolvimento da criança e como trabalha com valores como a

expressividade e a criatividade, promove com eficácia o equilíbrio bio-psíquico e sócio-motor no seu processo de aprendizagem. A Expressão Dramática, através da dinâmica de grupo, permite mais facilmente ao educador o conhecimento das formas diversas das manifestações da personalidade infantil, permitindo-lhe uma melhor aquisição de conhecimentos e integração no meio e fornecendo-lhe belíssimos instrumentos de expressão e expansão da sua fantasia, emotividade e sensibilidade. O objectivo fundamental da Expressão Dramática assenta em dois pólos basilares: a EXPRESSÃO-libertação de desejos e tenções interiores, e a CRIAÇÃO.

Objectivos a atingir:

- Desenvolver a percepção do seu corpo e o do outro
- Vivenciar inúmeros jogos lúdicos
- Desenvolver técnicas de relaxamento
- Experimentar ludicamente a actividade corporal
- Compreender a importância do jogo na relação inter-individual e nas relações sociais.

2. “ A importância da voz na prática docente ”

Razões justificativas da acção:

A velha máxima “corpo são em mente sã” assume particular acuidade no exercício da profissão docente. Para encontrar a harmonia destes dois elementos podemos juntar um terceiro: a voz. É necessário pensar o corpo como um todo onde se sintetizam os factores vitais da comunicação, identificação, produção e recepção da mensagem.

O conhecimento do corpo e sua relação com o meio (e prática profissional) vai permitir desenvolver capacidades expressivas vocais por um processo em que se equilibra o valor do sensível e do inteligível.

Dissociar a voz (aperfeiçoável pela técnica) do indivíduo comunicante a que intimamente pertence, seria um erro, porque esta é intrínseca à personalidade. Constatase, no entanto, que a voz não é correctamente explorada. Os profissionais de educação são um bom exemplo disso. Para se fazerem ouvir, e para fazerem chegar a sua mensagem, usam posturas e colocações de voz incorrectas que levam a atrofiamentos evitáveis através de um trabalho disciplinado e sistematizado. A grande maioria dos docentes não está preparada para explorar as capacidades experimentais da sua voz, tornando os conteúdos enfadonhos e difíceis de perceber. É hoje cada vez menos raro na classe docente, aparecerem problemas graves de voz que resultam de erros de colocação e projecção vocal na sala de aula.

Objectivos da acção:

- Saber utilizar o corpo na comunicação vocal
- Tomar consciência do funcionamento respiratório/vocal
- Executar uma respiração correcta
- Adquirir técnicas de colocação vocal.

3. “O museu, a escola e a comunidade”

As diferenças fundamentais que separam o museu da escola, são o espaço, o tempo, as relações, que valorizam o nós, o comum, e não a intimidade e a identidade social. Neste espaço espera-se portanto um comportamento que não só tenha em conta a prática padrão que envolve a comunicação escolar, como também outras regras culturalmente relativas. São patentes as dificuldades de comunicação e da continuidade dos objectos, assim como a descontinuidade cognitiva. A apresentação dos conteúdos é feita de uma forma fragmentada e compartimentada, tendo pouco a ver com a experiência cognitiva individual e é uma abstracção nem sempre acessível à tradição cultural e ao estágio de desenvolvimento de cada criança. O conhecimento escolar afasta-se cada vez mais do quotidiano da vida da generalidade das crianças. De qualquer modo, a maior parte das pessoas está rendida a aceitar a “lei” de que o verdadeiro sentido está em tirar um curso para aceder a uma

determinada profissão, em detrimento do sentido da vida familiar. A escola pode e deve ser mediada por outros relacionamentos de diferentes padrões culturais, concretamente, o processo histórico de relacionamento entre os diferentes contextos de socialização e a própria escola. Há uma grande separação, ou mesmo um fosso, entre a cultura escolar e as outras formas de manifestação cultural e artística, o jogo, por exemplo.

Metodologia:

Abordagem prática das exposições patentes no Museu dos Transportes e Comunicações: "O Automóvel no Espaço e no Tempo" e "Comunicação do Conhecimento e da Imaginação", já com o grupo turma e o professor. O que se pretende é, não só uma relação de continuidade no envolvimento e na participação das exposições, mas, também, uma reflexão e abordagem teórica mais regular e sistemática, no sentido de levantar questões e alterar procedimentos metodológicos.

4. "O museu vai à escola a escola vai ao museu"

Este projecto foi iniciado em 1997, com a Exposição: "No tempo em que os animais falavam... Fábulas de La Fontaine na Colecção Calouste Gulbenkian" e com a teatralização das Fábulas de La Fontaine nas escolas.

Com a abertura efectiva do Museu dos Transportes e Comunicações em Dezembro de 2000, os projectos, que se revelaram interessantes e inovadores, encontraram então a legitimidade para se enraizarem e se integrarem de uma forma constante e definitiva. O programa do Museu dos Transportes e Comunicações, corporizava-se na ideia do: "O museu vai à escola e a escola vai ao museu".

5. “O auto museu”.

O Automóvel do Museu será a continuidade do projecto: “O Museu vai à Escola”. Conduzido por Margarida, célebre corredora de automóveis, galardoada com os melhores prémios e dezenas de medalhas que arrecadou nas participações em corridas ao longo da sua juventude. Dedicou a sua vida a coleccionar peças que se relacionassem com a história do automóvel que organizou com a maior paciência e rigor. Este automóvel é a sua casa, pintado da sua cor preferida, guarda as suas memórias infinitas, resultado de uma longa vida preenchida de visitas a outros países, museus, escolas, palácios... Conheceu os grandes mestres, pintores, escultores e artistas musicais. Todas as suas recordações saem do carro, desde miniaturas de automóveis, até pequenos teatros de sonhos, canções, e mesmo a história do Museu da Alfândega. Irá falar da Comunicação, do Conhecimento e da Imaginação. Margarida, a mais célebre contadora de histórias, vai visitar as escolas e outras instituições sempre com novidades que leva do Museu dos Transportes e Comunicações.

O papel das Parcerias

O futuro está nas parcerias. O desenvolvimento cultural de um país, de uma cidade, de uma instituição só é possível hoje se efectivamente forem criadas redes fortes de colaboração mais ou menos permanentes. Os projectos não são mais pensados de uma forma isolada institucionalmente, mas de acordo com um plano uma visão estratégica onde estejam integrados e envolvidos vários parceiros.

Como tal o MTC não é excepção. Passamos a enunciar um conjunto de instituições parceiras do museu:

- Projecto Centro de Formação do Museu dos Transportes e Comunicações.
- Acreditação como entidade formadora ao Conselho Científico da Formação Contínua - Braga
- Programa EAGIRE (Estrutura de Apoio à Gestão dos Investimentos para a Reforma do Estado e Administração Pública) com a acção de formação "Metodologias para a Animação de Espaços Culturais".
- Acreditação pelo INOFOR (Instituto para a Inovação na Formação)
- Projecto de Formação com o Pelouro de Educação da Câmara Municipal do Porto no âmbito da iniciativa "Viver Uma Escola Diferente".
- Apoio PRODEP - Medida 5 / acção 5.1 Formação contínua nos ensinos básico e secundário.
- Participação no projecto "Educação e Museus" coordenado pelo Instituto de Inovação Educacional.
- Estágios da Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto — último ano do curso de Ciências da Educação com a coordenação de: Profª Drª Margarida Felgueiras e Prof. Dr. Manuel Matos.

- Universidade Católica Portuguesa
- Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto
- Faculdade de Letras da Universidade do Porto
- Universidade Portucalense

Escola Superior de Educação do Porto (IPP)

- Escola Superior de Educação Paula Frassinetti
- Instituto Piaget
- Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP)
- Escola Profissional Bento Jesus Caraça
- Escola Profissional do Infante
- Espaço Atlântico (IESF)
- Byweb
- ESMAE

O papel do Público e dos Públicos

É sobretudo na década de oitenta que no nosso país se começaram a desenvolver estudos acerca do público. Iniciou-se a produção de informação e reflexão sobre as práticas e consumos culturais, não apenas na perspectiva da análise de públicos, mas, também, sobre os contextos da oferta e as condições de criação artística e cultural

Constatamos um maior investimento na dinâmica cultural e artística, assinalável em acontecimentos de grande envergadura e visibilidade pública, como por exemplo: expo 98. Estes acontecimentos de grande mediatismo encontram-se normalmente bipolarizados, nas grandes cidades (Lisboa e Porto). Esta bipolarização contribui para o reforço das economias de aglomeração, que caracteriza os grandes centros urbanos, demonstrando que as relações entre a política e a cultura podem gerar produção cultural.

Girard sublinhava que a acessibilidade dos produtos das indústrias culturais parecia estar a fazer mais pela democratização e descentralização culturais do que as políticas de subversão estatal. Duas décadas mais tarde, o mesmo autor, lamentava a evidência de que trinta anos de multiplicação, descentralização e aumento da difusão cultural, e de redução dos preços de acesso não haviam sido suficientes para reduzir as dificuldades sociais. Em 1997, inquéritos dão conta da permanência de práticas culturais estratificadas, em função do nível de instrução e do contexto socioprofissional.

A relação entre museu e público deverá ser criada gradualmente resultando numa programação e num conjunto de actividades que possa corresponder às expectativas e aos interesses de ambos. O museu deverá procurar visitantes criativos, satisfeitos, críticos e o mais importante, com vontade de regressar. Um visitante que só vai uma vez ao museu deve ser considerado um “não visitante”. O Museu deve assumir-se como espaço de comunicação, com espaços abertos, lugares de aprendizagem activa, criando várias propostas como resposta à diversidade de expectativas criadas.

A principal preocupação dos museus é a de criar condições de igualdade e rituais de cultura como dinamizadores de novos públicos, tendo em conta que todos são potenciais cidadãos inteligentes que procuram o "museu vivo",

Quando falamos de Público, que público é que queremos perceber? Este deve ser entendido não como uma entidade abstracta mas individualizado, cada pessoa deve ser entendida como o potencial público para a qual deveria haver uma abordagem específica. Se esta ideia não for concretizável, pelo menos deve persistir a ideia de abordar de maneira diferente os diferentes públicos. Os grupos principais de visitantes dos museus são as escolas, instituições sócio-educativas, grupos familiares, terceira idade, turistas, deficientes, entre outros. Neste contexto, a abordagem dos conteúdos tem obrigatoriamente de ser diversa e mais específica. Os técnicos dos Serviços de Educação têm aqui um papel determinante, procurando a maior versatilidade de linguagens e de relações diferentes para o público com que se depara. Trabalhar com os colectivos da comunidade não é tarefa fácil! Esta é a tarefa do museu. E a tarefa dos Serviços de Educação que têm a seu cargo a mediação com esta comunidade.

As questões de fundo, como caracterização de públicos; estratégias educativas, projectos com a comunidade, devem permanecer sempre em aberto, funcionando também como o fio condutor de uma busca constante de estratégias, novas maneiras de difundir e promover a cultura e novas formas de explorar ideias, e de motivar potenciais visitantes.

Como pode o museu satisfazer as múltiplas vontades e necessidades de um público tão diferenciado? O museu, de facto, nos dias de hoje, tem como função e obrigação a de construir novas abordagens pedagógicas despertando a criatividade, curiosidade e até imaginação. O museu pensa e construirá o seu projecto educativo na relação com o destinatário, sendo certa que a eficácia da sua acção é tanto maior quanto maior for a intervenção deste mesmo destinatário. Isto faz parte de um museu novo e vivo que tem a pretensão de formar pessoal e civicamente cidadãos intervenientes na sociedade.

O papel das Pessoas



A percepção de público visitante é entendida como uma massa homogênea e algo anónima. A consciência de uma diversidade social e cultural veio alterar o sentido educacional dos museus. Agora estes optam por diversificadas formas de comunicação inter-cultural e inter-geracional. Neste sentido, a educação/comunicação relaciona-se com o lúdico e o prazer.

Quando pensamos em museu como espaço público não poderemos esquecer a trajectória de autonomização e reconhecimento da pedagogia e psicologia como disciplinas científicas reflectindo sobre a nova concepção de influência como estádio privilegiado de formação da personalidade e aprendizagem. Tal facto levou à necessidade de desenvolver acções pedagógicas no museu, enquanto actividades dirigidas a um público com necessidades específicas. O visitante é cada vez mais uma preocupação constante do museu, nesta ordem de ideias, já são alguns os que tentam a vulgarização dos conhecimentos. Outros existem em que a prioridade está centrada na fidelidade a conteúdos científicos e numa concepção mais académica dos seus temas. Neste caso, o início da educação faz-se na inauguração, altura em que se retiram de cena os conservadores e entra em campo o Serviço Educativo. Funcionando apenas como mediadores entre produtores do discurso científico e público, tendo como tarefa apenas tomar os conceitos mais acessíveis aos visitantes.

A partir do momento em que se tomou consciência de que o museu era mais que um simples local de "passagem" de conhecimentos, toma-se necessário (em Portugal a partir das duas últimas décadas do século XX) atribuir-lhe a função de espaço educacional. Para se perceber como se começam a sentir estas novas necessidades, activando a curiosidade ao público dos museus, temos de perceber a dinâmica do Serviço Educativo. Nesta base convém, também, reflectir sobre o tema educação. Podendo ser descrita como um movimento gradual e afectivo despertando a curiosidade de espírito e maior

tolerância, esta, tem o contributo do Serviço Educativo uma vez que através das colecções e exposições poderá mudar comportamentos humanos, aumentar sensibilidades, criar novas oportunidades — um sentido mais interactivo do museu, ajudar para um novo conceito de cidadania, podendo levar à formulação de uma nova base teórica sobre a função do museu: contribuir para a socialização e sociabilização do indivíduo enquanto tal.

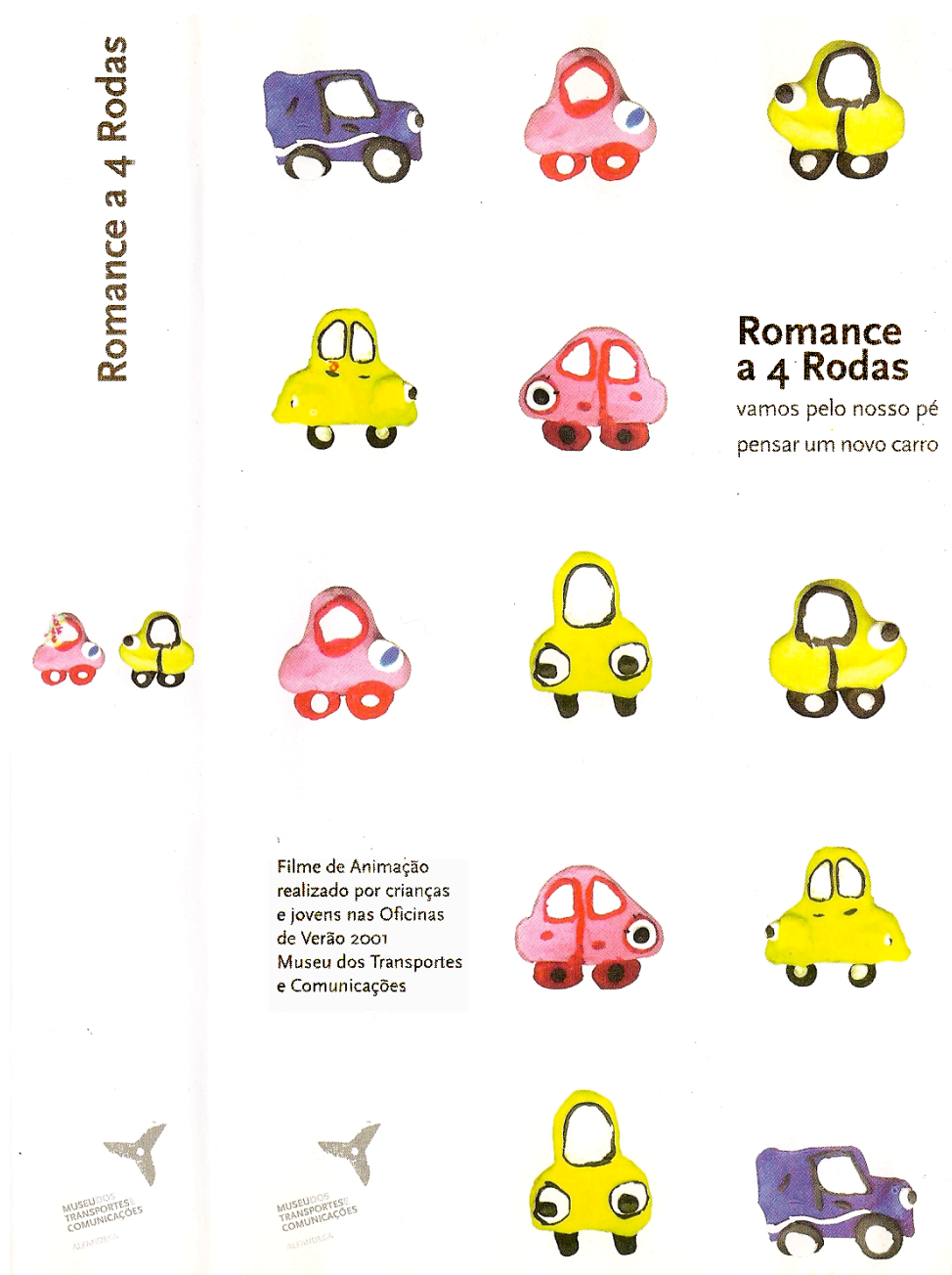
Nesta linha de pensamento o museu nunca poderá estar de costas viradas para o que o rodeia. Terá de olhar para o exterior, para a constituição social, hábitos culturais e desta forma, para o seu potencial público, acompanhando a transformação da sociedade. Museu e escola deverão aceitar a transformação e até a alteração de estratégias de acção, actualizando-se nos novos contextos educacionais, novas conjunturas sociais e culturais. Lidando com realidades plurais e transitórias, escolas e museus são, quer queiram quer não, locais que reflectem a heterogeneidade social e cultural. São um meio educativo para uma cidadania consciente e tolerante, podendo, desta forma, contribuir para educar para uma maior tolerância e consciência global.



A organização de Oficinas Criativas foi destinada a crianças e jovens em tempo não lectivo. A sua edição regular orientou os seus temas para áreas de criatividade emergentes dos conteúdos expositivos. O espírito das Oficinas não pode ser entendido como uma mera ocupação de tempos livres substituindo-se deste modo à televisão, à música, aos jogos de computadores, apelos irresistíveis aos grupos etários a que se dirigem estas actividades. Procura sobretudo constituir uma alternativa com rigor pedagógico e cultural na utilização de um tempo livre da criança e do jovem. Particularmente em relação à televisão, é necessário remar contra corrente, propondo com coragem temas interessantes, diversificados e que apelem a uma participação activa do público mais jovem na construção de um processo criativo. A maneira de estar neste

projecto é aprender brincando e perceber que o brincar ainda pode ser o "ofício da criança".

Como exemplo apresentamos o "Romance a quatro rodas — Vamos pelo nosso pé pensar um novo carro", filme de cinema de Animação realizado nas Oficinas de Verão de 2001.



Argumento do Filme:

Bogas era um carro do Porto (era esta a sua alcunha para os amigos mais íntimos e para a malta do bairro), conhecia a cidade tão bem como as suas próprias formas de carro utilitário — mas sempre impecável. Fazia visitas guiadas à cidade para gente de cá e das “estranjas”. Para estes últimos era o “bog-time”, forma de homenagear o tempo, pois para si o dia era eterno e a noite era uma passagem mágica para o dia. Só “big” não lhe soava bem.

Nas viagens mais longas transportava os visitantes no conforto dos seus estofos. O rádio tinha sido há muito tempo substituído pela sua voz quente que trauteava velhos Blues, seu género musical preferido. O asfalto e a velocidade faziam parte do passado. Boga deslizava suavemente sobre os paralelos. O viaduto de Massarelos era a obra de engenharia mais perfeita que conhecia. Aquela enigmática linha de luz suspensa sobre o rio trazia-o de regresso a casa e à paixão da sua vida - Mini, que encantava os visitantes, da exposição automóvel do 2º andar do M.T.C., onde vivia desde Dezembro de 2000.

Quando havia folga, subia a escadaria do museu numa penada e pedia ao Sr. Teixeira, o mecânico da exposição e seu grande amigo, para o esconder num cantinho só para poder ficar a olhar a sua amada. E sorria orgulhoso ao ver os miúdos todos à volta da Mini: entravam, faziam de conta que conduziam, era lindo...

Boga era o carro mais popular da sua zona, sempre impecável, no seu azul metalizado... Os seus cromados espelhavam a cidade noite e dia, cidade que conhecia de cor, todas as ruas, cantos, histórias. Tinha um lugar privativo no edifício da Alfândega, de onde podia pacatamente olhar o rio, seu amigo de sempre e conselheiro de grandes ressacas, curadas à luz do luar, causadas por paixões não correspondidas. Agora o tempo sarou todas as feridas e só tem faróis para Mini. À noite, à beira-rio, faz sinais de luzes com mensagens de amor.

A sua cidade já não é o que era: está cheia de prédios enormes e os carros que não amam a cidade — tomaram conta dela e andam em grandes velocidades buzinando a toda a hora. As filas de trânsito são intermináveis, até parecem um monumento da cidade. As pessoas já não sorriem, andam depressa e falam alto.

Num dia de Primavera, encontrou a directora do museu e contou-lhe a sua paixão e desilusão da vida.

Agora também vive no M.T.C. ao lado da sua Mini e, de vez em quando, canta para o público uma velha canção.

*Agora Baby eu sou feliz
A cidade nada me diz
Estou aqui a teu lado
Desenho o teu nome a giz
E apago o meu passado...*

As instituições culturais e mais especificamente os museus ainda não foram atingidos por esta voragem da avaliação sobre as suas metodologias, a sua capacidade e eficácia de transmissão de conhecimentos. Ainda não têm sobre si o olhar público e crítico das suas acções e actividades. Alguns fazem sabiamente produção cultural e criam espaços de cultura que ainda podem constituir uma alternativa de esperança no desenvolvimento de diferentes olhares culturais — um mais contemplativo, como quando observamos uma pintura de Miguel Ângelo, outro, mais activo e participativo, quando queremos criar uma nova relação de transformação com esta mesma pintura de Miguel Ângelo.

Aquilo que nunca podemos perder é a forma de olhar afectivamente...

A cultura não é o resultado do desenvolvimento, mas antes a sua causa.
A política cultural é sempre uma cultura de um espaço, de uma comunidade, de uma cidade, a gestão cultural é uma gestão de valores, ideias, expressões, produções, criações, relações e pessoas.
Criar cultura é criar experiências de cidadania, conhecimento, sensações, percepções, sentimentos, emoções, e aprendizagens para o desenvolvimento de novos valores e novos conhecimentos e relações que ajudam a tornar as pessoas mais felizes.



“ A escola deixará de ser talvez tal como nós a compreendemos, com estrados, bancos, carteiras: será talvez um teatro, uma biblioteca ,um museu, uma conversa”

Leão Tolstoi