

M

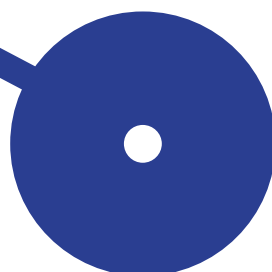
MESTRADO

Património, Artes e Turismo Cultural

Casa São Roque – Centro de Arte: Trajeto artístico e cultural no espaço e no tempo

Pedro Miguel Magalhães Nunes

12/2021



Politécnico do Porto

Escola Superior de Educação

Pedro Miguel Magalhães Nunes

**Casa São Roque – Centro de Arte: Trajeto artístico e cultural no
espaço e no tempo**

Relatório de Estágio

Mestrado em Património, Artes e Turismo Cultural

Orientação: Prof^a. Doutora Maria de Fátima Lambert Alexandrino Alves de Sá Monteiro e
Prof. Doutor Carlos Manuel Teixeira França

Porto, dezembro de 2021

Politécnico do Porto

Escola Superior de Educação

Pedro Miguel Magalhães Nunes

**Casa São Roque – Centro de Arte: Trajeto artístico e cultural no
espaço e no tempo**

Relatório de Estágio

Mestrado em Património, Artes e Turismo Cultural

Orientação: Prof^ª. Doutora Maria de Fátima Lambert Alexandrino Alves de Sá Monteiro e
Prof. Doutor Carlos Manuel Teixeira França

Porto, dezembro de 2021

RESUMO ANALÍTICO

O presente documento representa o trabalho realizado no âmbito do Estágio Curricular do Mestrado em Património, Artes e Turismo Cultural, que teve lugar no novo polo de arte contemporânea, localizado na zona oriental da cidade do Porto, hoje conhecido como Casa São Roque – Centro de Arte.

O trabalho prático incidu sobre assistir a equipa de trabalho durante o funcionamento do espaço, quando aberto ao público. Para além disso, foi desenvolvido um estudo sobre os diferentes métodos de marketing e publicidade geralmente utilizados por outras instituições similares e, posteriormente, procedeu-se a um levantamento de informação acerca do plano de comunicação, os métodos de divulgação e as estratégias publicitárias utilizadas pela equipa da CSR.

No que ao relatório de estágio diz respeito, é feita uma descrição pormenorizada de todas as atividades desempenhadas, após isso, é analisada a história da CSR, conhecida no passado como Palacete Ramos Pinto, assumindo no presente o papel de centro de arte contemporânea. No último capítulo é sintetizada toda a informação acerca de métodos de publicidade e divulgação no geral em centros de arte e em específico na CSR.

Palavras-chave: Arte contemporânea e seus públicos, Casa São Roque, Centro de Arte, Publicidade e divulgação.

ABSTRACT

The present document represents the work carried out within the Curricular Internship of the Master's Degree in Heritage, Arts and Cultural Tourism, which took place in the new pole of contemporary art, located in the eastern part of the city of Porto, now known as Casa São Roque – Centro de Arte.

The practical work was focused on assisting the work team during the functioning of the space, when open to the public. In addition, a study was developed on the different marketing and advertising methods generally used by other similar institutions and later on an information gathering about the communication plan was proceeded, dissemination methods and advertising strategies used by the CSR team.

As far as the internship report is concerned, a detailed description is made of all the activities carried out, after which the history of CSR, once known as Palacete Ramos Pinto, is analyzed, taking on the role of contemporary art center in the present. The last chapter summarizes all the information about publicity and dissemination methods in general in art centers and specifically in CSR.

Keywords: Contemporary art and its publics, Casa São Roque, Art Center, Publicity and Dissemination.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Cronograma de atividades previstas	17
Tabela 2 - Cronograma final de atividades	33
Tabela 3 - Análise SWOT da Instituição CSR	81

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Créditos fotográficos Jéssica Oliveira	26
Figura 2 - Vista do escritório da CSR, estragos causados pela queda da árvore	28
Figura 3 - Vista da entrada principal da CSR, estragos causados pela queda da árvore	29
Figura 4 - António e Virgínia na Casa São Roque (fotografia digitalizada)	43
Figura 5 - Um dos quartos de banho na sua forma atual	50
Figura 6 - Luz Light, Ana Jotta, 1980	54
Figura 7 - Sem título Untitled, 2017 Ana Jotta	54
Figura 8 - Fachada principal da Casa São Roque	56
Figura 9 - Plataforma Get Your Guide	61
Figura 10 - Plataforma Trip Advisor	62
Figura 11 - Bandeirolas no exterior da Casa São Roque	63
Figura 12 - A Cozinha de Ana Jotta	65
Figura 13 - A Cozinha de Ana Jotta	65
Figura 14 - Em Torno do Contemporâneo, 11/10/2020	68
Figura 15- Tributo a Chico Buarque	69
Figura 16 - Artigo de merchandising da CSR	81
Figura 17 - Instagram da CSR	81
Figura 18 - Canal do Youtube da CSR	81
Figura 19 - Programa de voluntariado	81

LISTA DE SIGLAS

CSR – Casa São Roque

ESE – Escola Superior de Educação

CMP – Câmara Municipal do Porto

RP – Relações-Públicas

ÍNDICE

RESUMO ANALÍTICO	4
ABSTRACT	5
LISTA DE TABELAS	6
LISTA DE FIGURAS	7
LISTA DE SIGLAS	8
INTRODUÇÃO	11
1. PROJETO E DESENVOLVIMENTO DE ESTÁGIO	14
1.1. PROJETO DE ESTÁGIO	14
1.1.1. IDENTIFICAÇÃO DO ALUNO	14
1.1.2. IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA	14
1.1.3. PROPOSTA DE ESTÁGIO	15
1.2. DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO	22
1.2.1. DESCRIÇÃO PORMENORIZADA DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	22
1.2.2. CRONOGRAMA FINAL	33
2. CARATERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO	39
2.1. SÍNTESE HISTÓRICA	39
2.1.1. A ORIGEM DA CASA E ALTERAÇÕES AO LONGO DOS ANOS	39
2.1.2. A INTERVENÇÃO DE MARQUES DA SILVA	44
2.1.3. DO PARTICULAR AO PÚBLICO	50
2.2. NOVO CENTRO DE ARTE: CASA SÃO ROQUE	52
3. CASA SÃO ROQUE – CENTRO DE ARTE	56
3.1. TIPOLOGIA, MISSÃO E OBJETIVOS	56
3.2. ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO DO ESPAÇO/COLEÇÃO	59
3.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO DA CASA	61
3.2.2. CAPTAÇÃO DE PÚBLICOS	64

3.3.	INSTRUMENTOS DE <i>MARKETING</i>	70
3.3.1.	<i>MARKETING</i> E PUBLICIDADE EM CONTEXTO DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS ...	70
3.3.2.	<i>MARKETING-MIX</i> E ANÁLISE <i>SWOT</i>	80
	CONCLUSÃO.....	86
	BIBLIOGRAFIA	90
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	92
	WEBGRAFIA	93
	LISTA DE ANEXOS.....	95
	ANEXOS	96

INTRODUÇÃO

Para concluir o Mestrado em Património, Artes e Turismo Cultural, da Escola Superior de Educação do Politécnico do Porto, decidi realizar o meu trabalho final na modalidade de um estágio curricular na Casa São Roque – Centro de Arte (CSR). O presente estudo tem como finalidade a apresentação da realidade do trabalho desenvolvido por parte de uma instituição, assim como os procedimentos tomados pelos estagiários que nela se inserem, entre os quais, eu me irei incluir.

A ideia de desenvolver o estágio curricular nesta instituição, surge na sequência do trabalho de investigação e pesquisa no âmbito do trabalho final para obtenção de Licenciatura em Gestão do Património e cujo o tema se centrou no Palacete Ramos Pinto, espaço hoje conhecido como Casa São Roque. Os dados obtidos e a experiência vivida durante esse primeiro estágio, suscitaram a minha curiosidade para poder acompanhar todo o trajeto que ainda ia ser feito, tendo em consideração a abertura ao público, do Centro de Arte a 19 de outubro de 2019. Pretende-se, deste modo, não só dar continuidade ao trabalho realizado, mas tomar conhecimento do projeto que será implementado. Portanto, a possibilidade de estagiar na CSR, permitirá reconhecer novas perspetivas do processo, uma vez que irei conhecer a realidade do funcionamento de um centro de arte, desde os preparativos para a sua inauguração, o dia da abertura e o desenrolar dos primeiros meses de atividade. Durante todo o processo do estágio curricular, serão cumpridas as 150 horas, ao longo de cerca de 5 meses. Deste modo, o presente relatório surge como uma descrição de todas as tarefas colocadas em prática ao longo do processo de estágio.

A oportunidade de realizar este estágio partiu também da vontade do Dr. Pedro Álvares Ribeiro, com quem tenho uma relação de confiança e respeito. Aquando da conclusão da minha defesa da Licenciatura, demonstrou interesse em contar com a minha colaboração durante o processo de lançamento do espaço e posterior abertura ao público, na qualidade de estagiário ou de voluntário. Após conversar com a Professora Doutora Fátima Lambert acerca do possível local de estágio, confirmei a minha vontade de o localizar na CSR devido ao meu interesse pela arte contemporânea, assim como, para participar nos processos

expositivos, programações e outros eventos associados. Pretende-se, desta forma, aliar os interesses da ESE no que à formação do estagiário diz respeito, e os da entidade acolhedora, considerando os contextos, os meios disponíveis e as necessidades previstas para o início de funcionamento deste novo Centro de Arte.

No primeiro capítulo, apresenta-se a proposta de estágio, a que se segue um relato das atividades e tarefas a desenvolver, e que se traduzem em: assistir a equipa de trabalho durante o funcionamento do espaço, quando aberto ao público; receção dos visitantes e venda de bilhetes; atendimento na loja e sala de vinho; acompanhamento aos visitantes no percurso expositivo, fornecendo dados históricos acerca da casa, assim como outras informações complementares.

O segundo capítulo irá consistir numa síntese histórica onde se começa por caracterizar a casa na sua origem, acompanhando as alterações sofridas durante o século XIX, e sobretudo no início do século XX aquando da intervenção do arquiteto Marques da Silva. Mais tarde, aborda-se a aquisição da casa pela Câmara Municipal do Porto, período que antecede a sua nova funcionalidade para albergar a coleção do Dr. Pedro Álvares Ribeiro. Deu-se início a estudos, para decidir qual seria a natureza do novo polo de arte contemporânea na zona oriental da cidade, e que irá enriquecer as possibilidades de contato do público em geral com uma significativa coleção de arte contemporânea.

No terceiro capítulo vai ser desenvolvida a temática do marketing, da publicidade, das relações públicas e do merchandising. Este tema servirá como uma fundamentação teórica, falando de como são realizados esses processos no geral, noutros Museus ou Centros de Arte. Posteriormente, analisando a Casa São Roque já como Centro de Arte Contemporânea, serão enunciadas a tipologia do espaço, os objetivos e a sua missão. Cumprindo o que foi definido no plano de estágio para conclusão do mestrado, procede-se a um breve estudo acerca do plano de comunicação, métodos de divulgação e estratégias publicitárias utilizadas pela equipa de trabalho da CSR, para alcançar os seus públicos-alvo e conseguir a boa divulgação do novo espaço de arte.

Para poder concretizar aquilo que foi descrito anteriormente, e usufruindo da situação de estágio, pretende-se recolher informação necessária, fazendo um levantamento dos diferentes eventos e programações que tenham lugar no espaço ao longo dos próximos meses. Por outro lado, será consultada a documentação disponível, assim como, realizadas pesquisas em bibliotecas e repositórios online. Assim, acredita-se que se obtenham dados que permitam confrontar as opiniões recolhidas no contato direto com os visitantes, para desenhar um plano de comunicação que corresponda às expectativas do público abordado. Posteriormente, pretende-se formular uma análise SWOT no tratamento da informação recolhida através das fontes enunciadas anteriormente.

1. PROJETO E DESENVOLVIMENTO DE ESTÁGIO

Neste capítulo é apresentada a proposta de estágio que fora elaborada, devidamente articulada entre a orientadora de estágio na ESE e o orientador na CSR. Tendo sido aceite, foi viabilizado o meu Estágio Curricular na CSR. Após a apresentação da proposta de estágio, segue-se um cronograma que detalhava as atividades a desenvolver ao longo dos cinco meses de estadia neste mesmo local. Para finalizar é feita uma descrição pormenorizada de todas as atividades efetivamente desenvolvidas por mim ao longo do meu estágio, assim como é apresentado o cronograma final das mesmas.

1.1. PROJETO DE ESTÁGIO

1.1.1. IDENTIFICAÇÃO DO ALUNO

Nome: Pedro Miguel Magalhães Nunes

Número: 3150314

Morada: Rua da Banda da Música de Moreira Nº45 Rés do Chão, Direito-Frente (4470-197 Moreira-Maia)

Telemóvel: 915377586

E-mail: kaiko-7@hotmail.com

Curso: Mestrado em Património, Artes e Turismo Cultural

1.1.2. IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA

Denominação: Casa São Roque – Centro de Arte

Morada: Rua São Roque da Lameira Nº2092 (4350-317 Porto)

Telefone: Não disponível

Fax/e-mail: info@casasaoroque.art

Caraterização jurídica: Associação

Ramo de atividade: Cultura/CAE 94995

Organograma da organização: Não disponível

Breve memória descritiva: “A história da Casa São Roque (antiga Casa Ramos Pinto) remonta a 1759, altura em que, fazendo parte da Quinta da Lameira, funcionou como mansão e pavilhão de caça, como era típico na burguesia e nas famílias nobres do Porto. No século XIX, pertenceu à família de Maria Virgínia de Castro, que em 1888 se casou com António Ramos Pinto, um dos mais conhecidos produtores e exportadores de vinho do Porto. Pouco tempo depois, entre 1900 e 1911, ele encomendou ao arquiteto José Marques da Silva a remodelação e expansão da casa, ao mesmo tempo que Jacinto de Matos desenhou o jardim. Em 1979, a toda a quinta e a casa foram adquiridas pela Câmara Municipal do Porto ao último dono, António Eugénio de Castro Ramos Pinto Calem, neto de Maria Virgínia e António. A mobília e os objetos mais importantes da casa foram preservados e ainda hoje estão em uso na coleção da Casa do Roseiral, enquanto o remanescente foi adquirido pela negociante de antiguidades Aurora Rodrigues Martins. O edifício mantém hoje o seu original estilo eclético, introduzido com a remodelação de Marques da Silva, que se inspirou nos historicismos franceses do século XIX e na art nouveau belga, tendo sido recentemente reabilitado sob a supervisão do arquiteto João Mendes Ribeiro. A Casa São Roque é hoje um exemplar marcante das casas da época no Porto, pelas suas características arquitetónicas e decorativas onde o seu jardim de inverno é um exemplar único.”¹

1.1.3. PROPOSTA DE ESTÁGIO

Orientador do estagiário na organização: Dr. Pedro Álvares Ribeiro

Orientador do estagiário na ESE: Prof.^a Doutora Maria de Fátima Lambert

Coorientador do estagiário na ESE: Prof. Doutor Carlos França

Data de início: 19 de setembro de 2019

Data prevista para a conclusão: 27 de fevereiro de 2020

¹ Transcreveu-se fielmente o texto constante no website <https://www.casasroque.art/pt/> (acedido a 25 dezembro 2020), mantendo as incorreções ortográficas que se podem detetar na leitura.

Área temática: Recepção aos visitantes, bilheteira, acompanhamento das visitas, levantamento de informação acerca da publicidade, divulgação e marketing relativo à Casa de São Roque – Centro de Arte.

Objetivos: Pretendeu dar-se continuidade ao estudo desenvolvido durante o estágio curricular realizado no âmbito da Licenciatura em Gestão do Património. Esse trabalho implicou práticas de pesquisa e investigação, no sentido de elaborar um estudo monográfico relativo ao Palacete Ramos Pinto, hoje conhecido como Casa São Roque. No presente Estágio de Mestrado, pretende-se conhecer a realidade do funcionamento deste centro de arte, desde a sua inauguração (assim como os preparativos para a mesma) e durante os seus primeiros meses de atividade.

Metodologias: Após reuniões realizadas entre mim, a Prof.^a Doutora Maria de Fátima Lambert, o Prof. Doutor Carlos França, o Dr. Pedro Álvares Ribeiro e a Leonor Leite, elaboramos um plano de trabalho, tendo estipulado quais seriam os objetivos a alcançar e quais os métodos para os mesmos, assim como delinear os prazos a seguir. As metodologias a seguir durante este estágio são:

- A minha presença na Casa São Roque – Centro de Arte, todas as semanas às quintas-feiras entre as 12:45h e as 19:15h;
- Levantamento de informação acerca dos métodos de publicidade, marketing e comunicação utilizados pela equipa da Casa;
- Pesquisas na *internet*;
- Pesquisa monográfica e bibliográfica.

Atividades a desenvolver em estágio: Assistência à equipa de trabalho durante a semana que antecederá à inauguração do espaço, assim como no dia da inauguração. Depois disso, vou desenvolver o meu estágio, ajudando na abertura e encerramento do espaço, assim como no atendimento aos visitantes na bilheteira. Para além disso, sempre que possível, pretende-se acompanhar os visitantes durante o percurso pelas áreas expositivas, respondendo às suas perguntas e fornecendo informações, se necessário. Mais relacionado com o meu relatório

final do mestrado, tenho como função fazer um estudo acerca dos métodos de divulgação, comunicação e publicidade adotados e utilizados pela Casa São Roque, de modo a que consigam chamar à atenção daqueles que são os seus públicos-alvo.

Cronograma:

Tabela 1 - Cronograma de atividades previstas

Cronograma de Atividades de Estágio			
Dias	Horário	Nº Horas	Atividades Desenvolvidas
19/09/2019	15h-18h	3 horas	Reunião entre os estagiários, voluntários e a equipa da Casa São Roque, nomeadamente a Dra. Leonor, a Monique e o Dr. Pedro.
08/10/2019	13:30-19:30h	6 horas	Ação de formação realizada novamente com uma parte do grupo de estagiários e voluntários.
15/10/2019	14h-18h	4 horas	Após chegar à Casa e dirigir-me ao escritório, a Dra. Leonor pediu-me para ir com ela à sala do Serviço Educativo, lá estavam várias coisas que haviam sido compradas para equipar esta sala (mesas, cadeiras, material escolar, etc.)
			A 2 dias da grande inauguração, os últimos preparativos para a mesma estavam a ser ultimados. Recebemos packs com vários copos, embalagens com garrafas de vinho

17/10/2019	14h-18h	4 horas	e outros elementos indispensáveis para o catering, como foi o caso de um forno.
19/10/2019	15h-22h	7 horas	Chegou o dia mais esperado, o dia da inauguração, infelizmente o tempo não ajudou, pois choveu durante todo o dia e corria um vento muito forte. Aquando da minha chegada entregaram-me uma sacola preta que faz parte do merchandising da Casa São Roque, lá dentro estava a t-shirt que teríamos que usar sempre que estivéssemos na Casa (estagiários/voluntários). Após isso, entregaram-me o meu cartão identificativo junto com uma fita para a poder usar presa ao pescoço.
24/10/2019	12:45-19:30h	6 horas e 45 minutos	Primeiro dia em que me encontrei na Casa após a inauguração no dia 19, quando cheguei foi-me dito para tratar da abertura de todas as janelas que ainda estivessem fechadas, rotina que viria a assumir até ao fim do meu estágio.
31/10/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	Pela primeira vez, estive encarregue pela bilheteira da Casa. Fui recebendo os visitantes e apercebi-me de que o sistema informático da bilheteira não se encontrava a funcionar da melhor forma,

			uma vez que não era possível imprimir os bilhetes.
07/11/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	Tal como na semana passada, os problemas com o sistema informático da bilheteira continuam, informei a Leonor da situação e ela disse-me que estavam à espera de um Técnico para resolver o problema, que provavelmente teria a ver com a ligação de internet.
14/11/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	Quando cheguei à casa e após tratar da abertura das janelas, a Jéssica veio falar comigo e com duas colegas voluntárias. Pretendia tirar umas fotografias e fazer uns vídeos para publicar nas redes sociais (Instagram e Facebook).
20/11/2019	11h-12:30h	1 hora e 30 minutos	Reunião entre mim, o Dr. Pedro, a Dra. Leonor, a Professora Fátima Lambert e o Professor Carlos França.
21/11/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	
28/11/2019	12:45-19:30h	6 horas e 45 minutos	
05/12/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	

12/12/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	<p>Nos próximos três meses, espero conseguir dar como concluído o meu estágio na Casa São Roque, sendo que vou continuar a assumir as funções enunciadas por mim anteriormente, mas também procuro começar a acumular informação pertinente em relação à forma como é feita a divulgação do espaço, publicidade e marketing, informação essencial para a elaboração e sucesso do meu relatório final.</p>
19/12/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	
26/12/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	
02/01/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	
09/01/2020	12:45-19:30h	6 horas e 45 minutos	
16/01/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	
23/01/2020	12:45-19:30h	6 horas e 45 minutos	
30/01/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	
06/02/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	
13/02/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	

20/02/2020	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	
27/02/2020	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	
Total de horas		150 Horas	

O cronograma é uma previsão, sendo que podem ocorrer, ao longo do tempo e alguns desvios ou alterações, de modo a que as 150 horas de estágio sejam cumpridas até à data estipulada para o seu termo. Ainda a salientar, que caso seja necessário, se podem dedicar mais algumas horas extra para além das 150 horas iniciais previstas.

1.2. DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO

Este capítulo é um registo detalhado, quase um diário de bordo do meu estágio na CSR, no mesmo podemos ler tudo aquilo que fora desenvolvido por mim ao longo da minha estadia nesta instituição.

1.2.1. DESCRIÇÃO PORMENORIZADA DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Quarta-feira, 19 de setembro de 2019 (15h-18h)

Primeira reunião entre os estagiários, voluntários e a equipa da Casa São Roque, nomeadamente a Leonor, a Monique e o Dr. Pedro. Serviu para todos nos conhecermos um pouco através de uma apresentação pessoal por parte de cada um, assim como para fazer uma espécie de visita guiada para conhecer, depois das obras terem sido concluídas, a casa em “todos os seus cantos” e particularidades.

Terça-feira, 8 de outubro de 2019 (13:30h-19.30h)

Ação de formação realizada novamente com uma parte do grupo de estagiários e voluntários. Neste dia disseram-nos que a inauguração iria começar pelas 17h do dia 19, a partir das 19:30h iriam começar as visitas guiadas (por grupos), visitas estas dirigidas pela Leonor e pela Barbara, sendo que cada uma não deveria exceder os 15 minutos de duração. Pelas 20h iria decorrer uma cerimónia no jardim, seguida pelo jantar às 21h na zona da garagem. Após passarem essa informação, recebemos umas fotocópias com um horário de funcionamento da Casa, desde a sua abertura até ao fecho, onde podemos ver uma série de procedimentos a seguir à regra. Para além disso, nas fotocópias encontravam-se plantas/mapas de todas as salas, nos quais é possível ver qual o número de pessoas

recomendado a estar disposto por divisão, de modo a garantir a integridade do edifício, assim como a segurança de todos os que nos visitarem.²

Terça-feira, 15 de outubro de 2019 (14-18h)

Após chegar à Casa e dirigir-me ao escritório, a Leonor pediu-me para ir com ela à sala do Serviço Educativo, lá estavam várias coisas que haviam sido compradas para equipar esta sala (mesas, cadeiras, material escolar, etc.) A minha tarefa foi montar cadeiras que haviam sido compradas no Ikea. Mais tarde chegaram outros colegas que me ajudaram a montar 2 mesas.

Terminada essa tarefa, a Leonor pediu-me para assistir a Barbara Piwowska (curadora das exposições) enquanto esta trabalhava com um electricista, posicionando os focos de luz pela exposição. Como a Barbara não domina o português, estive a fazer tradução em inglês, para que pudesse comunicar com o electricista e vice-versa.

Quinta-feira, 17 de outubro de 2019 (14h-18h)

A 2 dias da grande inauguração, os últimos preparativos para a mesma estavam a ser ultimados. Recebemos *packs* com vários copos, embalagens com garrafas de vinho e outros elementos indispensáveis para o catering, como foi o caso de um forno. Depois disso estivemos a montar uma estante que iria ser colocada ao lado do frigorífico na sala de convívio/alimentação.

Para finalizar recolhemos vários objetos que estavam espalhados por toda a casa, alguns dos objetos haviam sido deixados pelos trabalhadores que estiveram a reabilitar a casa, como não sabíamos se seriam para o lixo ou viriam a ser reutilizados pelos mesmos, colocamos todos esses objetos dentro de uma caixa de cartão de grandes dimensões e guardamos numa sala de arrumos para que um dia mais tarde alguém pudesse passar lá para recolher a mesma.

² Ver Anexo A

Sábado, 19 de outubro de 2019 (15h-22h)

Chegou o dia mais esperado, o dia da inauguração, infelizmente o tempo não ajudou, pois choveu durante todo o dia e corria um vento muito forte. Aquando da minha chegada entregaram-me uma sacola preta que faz parte do merchandising da Casa São Roque, lá dentro estava a t-shirt que tínhamos que usar sempre que estivéssemos na Casa (estagiários/voluntários). Após isso, entregaram-me o meu cartão identificativo junto com uma fita para a poder usar presa ao pescoço.

De seguida começaram a delegar algumas funções que teria de pôr em prática com rapidez: transportar para o devido local, organizar e limpar umas cadeiras que seriam destinadas para uso dos convidados; transportar uns guarda-sóis que se encontravam no lagar, para a zona exterior da Casa, junto à entrada da bilheteira, a ideia era dispô-los de modo a que os convidados se pudessem abrigar junto a eles caso a chuva continuasse.

Após isso, foi realizado um *briefing* para definir as tarefas de cada um para o resto do dia, assim como estivemos a transportar umas mesas que se encontravam na zona dos cacifos, para a sala do Serviço Educativo.

Fiquei encarregue de ficar no Piso 1 a receber os convidados que haviam sido separados por grupos, à entrada dos mesmos, garantia que só entrava um determinado número de pessoas de cada vez, por motivos de segurança e como nos foi dito numa das ações de formação, em algumas divisões só podiam estar um x número de pessoas de cada vez, de modo a garantir a integridade do edifício.

Quinta-feira, 24 de outubro de 2019 (12:45h-19:30h)

Primeiro dia em que me encontrei na Casa após a inauguração no dia 19, quando cheguei foi-me dito para tratar da abertura de todas as janelas que ainda estivessem fechadas, rotina que viria a assumir até ao fim do meu estágio. De seguida tratei de ligar o vídeo do Lagar e por último abrir a garagem e ligar o vídeo que lá se encontra também. Depois reunimos na zona da bilheteira e tivemos um *briefing* entre o staff da Casa e os voluntários/estagiários que

lá se encontravam, aí foram decididas as funções de cada um para este dia. Eu fiquei encarregue de ficar no Piso 1, onde acompanhei quem nos visitou. Para além disso, aprendi a usar o sistema da bilheteira, estando agora apto para imprimir bilhetes/faturas e recibos de venda de algum produto de *merchandising* da Casa, assim como algum produto de alimentação ou bebida.

No fim do dia tratei de fechar todas as janelas com a ajuda de alguns dos meus colegas e desligar a tomada das 3 obras que são iluminadas, assim como, desligar os vídeos da garagem e do lagar.

Quinta-feira, 31 de outubro de 2019 (12:45h-19:15h)

Pela primeira vez, estive encarregue pela bilheteira da Casa. Fui recebendo os visitantes e apercebi-me de que o sistema informático da bilheteira não se encontrava a funcionar da melhor forma, uma vez que não era possível imprimir os bilhetes. Para além disso notei outro problema que já havia sentido na semana passada, que dizia respeito ao dinheiro que estava no caixa, não era suficiente para dar troco aos visitantes. Fui ter com a Jéssica e informei-a da situação, tendo-me comprometido a trazer dinheiro trocado (moedas de 1€ e 2€) na próxima semana, de modo a facilitar o processo de pagamento de quem nos visita. No resto do dia, fiquei na garagem até ao fecho.

Quinta-feira, 7 de novembro de 2019 (12:45h-19:15h)

Tal como na semana passada, os problemas com o sistema informático da bilheteira continuam, informei a Leonor da situação e ela disse-me que estavam à espera de um Técnico para resolver o problema, que provavelmente teria a ver com a ligação de internet. Já o problema do troco para os visitantes ficou resolvido por agora, pois levei 20€ em moedas (1€ e 2€), após falar com a Jéssica, ela perguntou-me se poderia trazer para uma próxima mais algum dinheiro trocado, porque seria uma grande ajuda. No resto do dia e até ao fecho, fiquei no Piso 1 a acompanhar os visitantes durante a exposição.

Quinta-feira, 14 de novembro de 2019 (12:45h-19:15h)

Quando cheguei à casa e após tratar da abertura das janelas, a Jéssica veio falar comigo e com duas colegas voluntárias. Pretendia tirar umas fotografias e fazer uns vídeos para publicar nas redes sociais (*Instagram e Facebook*).³ A finalidade era dar a conhecer aos seguidores da Casa São Roque nas redes sociais, o plano de voluntariado existente na mesma, divulgando-o. Tirei fotografias com a minha colega Aida e Ana Rita por várias divisões da Casa, assim como gravei um vídeo a falar da minha experiência como estagiário na Casa e dizendo que se alguém estivesse interessado em fazer voluntariado ou estágio connosco, para entrar em contacto pelas redes sociais ou email. No resto do dia fiquei no Piso 0 da Casa, enquanto os meus restantes colegas se encontravam na Garagem, bilheteira e Piso 1.



Figura 1 - Créditos fotográficos Jéssica Oliveira

Quarta-feira, 20 de novembro de 2019 (11h-12:30h)

Reunião entre mim, o Dr. Pedro, a Leonor, a Professora Fátima Lambert e o Professor Carlos França. Reunião realizada de modo a estabelecer alguns pontos importantes acerca do meu estágio, tais como:

- Qual foi a data de início do mesmo e qual será a data de conclusão;
- Grandes objetivos deste estágio;
- Tarefas a desempenhar;

³ Ver restantes fotografias no Anexo B

- Realização de um estudo acerca dos métodos de divulgação e publicidade utilizados pela Casa de São Roque.

Quinta-feira, 21 de novembro de 2019 (12:45h-19:15h)

Durante este dia encontrei-me junto à bilheteira como é habitual e a fazer o acompanhamento de todos os que nos visitavam durante o seu percurso na Casa, fazendo quase como que uma visita guiada, explicando alguns pontos importantes a cerca da história da mesma desde o século 18, até aos dias de hoje. Recebemos a visita de duas senhoras que traziam um cão consigo, uma vez que não é permitida a entrada de animais na Casa, só uma delas entrou, ficando a outra na zona do Parque. Gostava que ambas pudessem ter entrado, mas infelizmente numa situação destas, não havia nada a fazer.

Quinta-feira, 28 de novembro de 2019 (12:45h-19:30h)

Quando estava a abrir as janelas da Casa, vi que tinha algumas mesas espalhadas por algumas salas, as mesmas tinham sido utilizadas pelos eletricitistas para chegarem aos focos de iluminação, procedi à arrumação das mesmas. De seguida liguei a televisão do lagar e coloquei o vídeo em reprodução, dirigi-me à garagem para fazer o mesmo no projetor que lá se encontra.

Recebi visitantes na bilheteira e acompanhei-os durante a visita sempre que necessário. Uma senhora foi à Casa por causa de uma reclamação que havia feito no dia anterior acerca de uma informação dita por um dos nossos voluntários, informação esta sobre a História da Casa, que a senhora considerou errada e que não demonstrava a realidade, deste modo achou que merecia fazer uma reclamação acerca do acontecido. Após resolver essa situação, desloquei-me à garagem, local onde fiquei até ao fecho da Casa.

Quinta-feira, 5 de dezembro de 2019 (12:45h-19:15h)

Cheguei à Casa e procedi à abertura de todas as janelas, de seguida liguei o sistema da bilheteira e abri a porta ao público. Recebemos alguns visitantes, tendo acompanhado a maior

parte deles durante a sua visita. De seguida desloquei-me à garagem, local onde fiquei até ao fecho.

Quinta-feira, 12 de dezembro de 2019 (12:45h-19:45h)

O mau tempo não deu tréguas, não tivemos qualquer visitante. Deste modo optei por recolher junto da Jéssica, alguma informação acerca dos métodos de divulgação da Casa, tendo-me ela explicado que as redes sociais são o método de eleição para dar a conhecer a Casa São Roque.

Quinta-feira, 19 de dezembro de 2019 (12:45h-19:15h)

Após uma noite de mau tempo devido à Tempestade Elsa, quando cheguei à Casa, disseram-me que tinha caído uma árvore de grandes dimensões na zona da gruta. Em vários pontos da Casa havia água que se havia infiltrado pelas janelas. Para garantir a segurança de todos, o Parque de São Roque foi fechado, porque outras árvores haviam caído por todo o Parque, deste modo vimo-nos obrigados a não receber visitantes. Realizamos a nossa Festa de Natal com todo o staff da Casa e com os voluntários/estagiários.



Figura 2 - Vista do escritório da CSR, estragos causados pela queda da árvore



Figura 3 - Vista da entrada principal da CSR, estragos causados pela queda da árvore

Quinta-feira, 26 de dezembro de 2019 (12:45h-19:15h)

No dia a seguir ao Natal e sem estar à espera, recebemos a visita de cerca de 25 pessoas da família Ramos Pinto, incluindo várias crianças. Comuniquei ao Dr. Pedro e nenhum deles pagou entrada na Casa. Dois colegas meus encarregaram-se de os acompanhar durante a visita à Casa, enquanto eu fiquei na bilheteira. Para além disso tirei cafés quando necessário e vendi livros da casa a alguns dos visitantes.

Quinta-feira, 2 de janeiro de 2020 (12:45h-19:15h)

Após abrir as janelas da Casa e proceder à abertura da mesma ao público, dirigi-me ao escritório, onde estive a imprimir as folhas com as atividades que oferecemos às crianças aquando da sua visita à Casa. Esta atividade consiste numa folha A4 com a imagem da “Cozinha de Ana Jotta”⁴, onde estão espalhadas várias obras da artista que se encontram na Casa São Roque, entre outros objetos. Quando uma criança visita a Casa oferecemos uma destas folhas e um carimbo, com a finalidade de eles assinalarem na folha as obras que viram durante o decorrer da sua visita.

Para além disso recebi visitantes e acompanhei os mesmos durante a visita, encontrei-me a servir cafés se necessário e vendi 2 livros da Casa.

⁴ Ver página 66

Quinta-feira, 9 de janeiro de 2020 (12:45h-19:30h)

Decorreu a formação de duas novas voluntárias na Casa. Para além disso recebemos uma visita de imprensa por parte dos jornalistas da Magazine Umbigo. A Monique pediu-me para me dirigir ao escritório e fazer uma pesquisa na internet sobre todas as notícias que já haviam sido publicadas acerca da Casa São Roque, após fazer a recolha de toda essa informação, procedi ao tratamento da mesma. De seguida imprimi cada uma das publicações e recortei-as, de modo a dirigir-me à sala de convívio/alimentação onde elaborei uma espécie de mural com todas as notícias que tinha encontrado.

Quinta-feira, 16 de janeiro de 2020 (12:45h-19:15h)

Neste dia recebemos a visita do artista Pedro Cabrita Reis, tendo sido o Dr. Pedro a acompanhá-lo pela Casa e a mostrar-lhe todos os recantos da mesma, assim como as obras de Ana Jotta. Estive no escritório a fazer uma pesquisa na internet sobre como os outros museus ou instituições culturais realizam a sua publicidade e divulgação.

Para além disso recebemos apenas a visita de 4 pessoas. Estive na bilheteira acompanhado da minha colega Carlota até à hora de fecho da Casa.

Quinta-feira, 23 de janeiro de 2020 (12:45h-19:30h)

Mais um dia de chuva, isso reflete-se no número de visitantes que recebemos. Estávamos à espera do Sr. Marcos Silva e da sua família, provenientes de São Paulo no Brasil, que tinha reservado bilhetes para visitar a Casa através da plataforma *GetYourGuide*. Eles (5 adultos e 1 criança) chegaram perto do fecho para realizarem a sua visita, era o seu primeiro dia de férias na cidade do Porto. Acompanhei-os na sua visita pela Casa, durante a qual lhes tirei várias dúvidas a cerca das obras expostas e arquitetura do edifício, para além disso pediram-me informações e sugestões de possíveis locais para eles visitarem.

Quinta-feira, 30 de janeiro de 2020 (12:45h-19:15h)

O dia estava de muito mau tempo, com vento e chuva, ao abrir as janelas da Casa, apercebi-me que existiam vários pontos da mesma onde a água entrava e ficava acumulada nas beiras das janelas ou em poças de água no soalho, tratei de tentar limpar as zonas que se encontravam com água e fechei as janelas nesses locais da melhor forma, de modo a evitar que a água entrasse. Algumas zonas das paredes demonstram sinais de infiltrações, algo que era necessário resolver o quanto antes porque isto poderia comprometer a estrutura da Casa e conseqüentemente a segurança da mesma.

Quinta-feira, 6 de fevereiro de 2020 (12:45h-19:15h)

Durante este dia ocorreu uma ação de recrutamento de novos voluntários para a Casa, recebemos a visita de 6 senhoras de diversas idades que foram entrevistadas por parte do Dr. Pedro e da Monique. Eu recebi-as à entrada da Casa por ordem de chegada, perguntei se queriam tomar alguma coisa e de seguida encaminhei-as para a sala de reuniões. No resto do dia fiquei na bilheteira até ao fecho da Casa.

Quinta-feira, 13 de fevereiro de 2020 (12:45h-19:15h)

Neste dia preparei tudo mais uma vez para a abertura da Casa ao público, de seguida dirigi-me ao escritório, onde a Monique me pediu para criar uma listagem dos novos voluntários, incluindo as informações de cada um deles (mail, telefone, CC, NIF). Após isso, era necessário enviar um mail a alguns dos voluntários para pedir que os mesmos enviassem uma foto tipo passe para ser colocada no cartão identificativo de cada um.

Após isso estive na bilheteira e a acompanhar os visitantes durante a visita, tirando qualquer dúvida que os mesmos tivessem e assistindo na compra de merchandising da Casa.

Quinta-feira, 20 de fevereiro de 2020 (12:45h-19:15h)

Após chegar à Casa, foi-me dito que íamos receber, para uma visita guiada, alunos de Erasmus provenientes da Noruega, estudantes do ensino básico na Escola do Cerco. Deste modo recebi-os na bilheteira e sempre que possível, acompanhei-os durante a sua visita, durante o resto do dia continuei na zona da bilheteira, onde fiquei até ao horário de fecho da Casa.

Quinta-feira, 27 de fevereiro de 2020 (12:45h-19:15h)

Pela última vez no meu estágio na Casa São Roque, cheguei e abri as janelas todas da casa, recolhi todos os desumidificadores e deixei tudo pronto para a abertura ao público. A Monique chamou-me ao escritório, local onde estive a fazer uma pesquisa na internet sobre empresas na cidade do Porto que vendessem ou produzissem placas em acrílico que eram necessárias para colocar sinalização à entrada da Casa. Após encontrar 2 empresas aptas para o que pretendia, entrei em contacto com as mesmas por telefone e de seguida enviei um pedido de orçamento por email. O resto do dia fiquei na bilheteira e a acompanhar quando possível os visitantes. No fim do dia, fechei todas as janelas e dei assim por terminado o meu estágio na Casa São Roque.

1.2.2. CRONOGRAMA FINAL

Tabela 2 - Cronograma final de atividades

Cronograma de Atividades de Estágio			
Dias	Horário	Nº Horas	Atividades Desenvolvidas
19/09/2019	15h-18h	3 horas	Reunião: estagiários, voluntários e a equipa da Casa São Roque.
08/10/2019	13:30- 19:30h	6 horas	Ação de formação: estagiários e voluntários
15/10/2019	14h-18h	4 horas	Apoio na pré-produção da abertura da Casa São Roque: reunião para equipamentos.
17/10/2019	14h-18h	4 horas	Apoio na pré-produção da abertura da Casa São Roque: preparação de equipamentos, <i>catering</i> .
19/10/2019	15h-22h	7 horas	Inauguração do espaço ao público: - Recepção e acompanhamento dos convidados;
24/10/2019	12:45- 19:30h	6 horas e 45 minutos	Preparação do espaço para abertura ao público, acompanhamento dos visitantes.
31/10/2019	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Bilheteira, recepção aos visitantes, deteção de problemas técnicos com o serviço informático.

07/11/2019	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Bilheteira, contacto com técnicos especializados para resolver problema informático relacionado com a rede de internet.
14/11/2019	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Sessão fotográfica com a finalidade de utilizar as fotografias obtidas como método de divulgação do espaço.
20/11/2019	11h-12:30h	1 hora e 30 minutos	Reunião entre o estagiário e os orientadores na ESE e na CSR.
21/11/2019	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Serviço de bilheteira e acompanhamento dos visitantes ao longo do espaço expositivo.
28/11/2019	12:45- 19:30h	6 horas e 45 minutos	Arrumação de mobiliário presente no espaço expositivo, bilheteira e acompanhamento dos visitantes.
05/12/2019	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Serviço de bilheteira, acompanhamento dos visitantes na Casa e na Garagem.
12/12/2019	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Serviço de bilheteira, acompanhamento dos visitantes, recolha de informação acerca dos métodos de divulgação da CSR.
19/12/2019	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Verificação de danos causados pela tempestade Elsa: - Queda de uma árvore de grandes dimensões no exterior da CSR, junto à gruta;

			- Diversos pontos da Casa com infiltração de água pelas janelas.
26/12/2019	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	Serviço de bilheteira, receção a visitantes pertencentes à família Ramos Pinto, acompanhamento da visita.
02/01/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	Serviço de bilheteira, serviço educativo, acompanhamento aos visitantes.
09/01/2020	12:45-19:30h	6 horas e 45 minutos	Ação de formação com novas voluntárias, visita de imprensa.
16/01/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	Visita do ilustre Pedro Cabrita Reis, acompanhamento aos visitantes pelo percurso expositivo.
23/01/2020	12:45-19:30h	6 horas e 45 minutos	Serviço de bilheteira, receção a visitantes que haviam comprado bilhetes pela plataforma <i>GetYourGuide</i> .
30/01/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	Deteção de vários problemas de infiltração de água, manutenção e limpeza do espaço.
06/02/2020	12:45-19:15h	6 horas e 30 minutos	Ação de recrutamento de novos voluntários, serviço de bilheteira e acompanhamento dos visitantes.

13/02/2020	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Criação de listagem informativa dos novos voluntários, bilheteira.
20/02/2020	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Serviço de bilheteira e acompanhamento dos visitantes durante a visita guiada.
27/02/2020	12:45- 19:15h	6 horas e 30 minutos	Serviço de bilheteira, acompanhamento dos visitantes pelo percurso expositivo, apoio no escritório.
Total de horas		150 Horas	

Finalizado o estágio, felizmente foi possível cumprir os prazos estipulados, uma vez que a pandemia COVID-19 só foi declarada na semana seguinte ao término do meu trabalho na instituição. Assim, passou-se ao desenvolvimento do texto, articulando as pesquisas bibliográficas e documentais realizadas (antes e durante o período de estágio) à qual se adicionou a recolha de informação complementar necessária para a elaboração do relatório de estágio.

Fazendo uma espécie de retrospeção sobre os cinco meses passados na Instituição Casa São Roque – Centro de Arte, é possível destacar as seguintes funções desempenhadas:

- Apoio à produção e montagem da área expositiva;
- Serviço de bilheteira;
- Acompanhamento dos visitantes;
- Serviço educativo;
- Apoio no escritório.

Com todas estas funções que foram colocadas em prática, aliadas aos conhecimentos obtidos ao longo dos três anos na Licenciatura em Gestão do Património, assim como ao primeiro ano do Mestrado em Património, Artes e Turismo Cultural, foi possível capacitar-me de experiência e perceção da realidade de trabalhar num novo Centro de Arte, das suas particularidades e dos problemas que se encontram pelo caminho.

Quando do início do meu estágio, o objetivo principal era fazer um estudo sobre os públicos, tendo em conta quem eles são e como os mesmos têm conhecimento da CSR. Com o desenrolar do estágio, o trabalho que coloquei em prática não coincidiu com as minhas expectativas iniciais, uma vez que eu achava que iria ter mais oportunidades de ficar na zona do escritório a recolher informação junto da equipa de trabalho da casa. Ao contrário do que eu pensava e, por necessidade do espaço, passei a maior parte do meu tempo na zona da bilheteira e na área expositiva, uma vez que nos dias em que me deslocava à CSR para estagiar, só lá estava eu e mais dois ou três estagiários/voluntários.

Deste modo, com a zona da bilheteira à entrada da casa e a área expositiva disposta pelo piso 0, 1, 2 e garagem da CSR, era necessário estar uma pessoa por cada um dos locais enunciados (algo que mesmo assim raramente acontecia). Por isso, na maior parte das vezes, tive que assumir a zona da bilheteira ou realizar acompanhamento dos visitantes durante o percurso que faziam pelas diferentes áreas expositivas. Durante os cinco meses que me encontrei na CSR, creio que tanto eu como os meus colegas estagiários tivemos que assumir um papel de “faz-tudo” (*multitask*), ou seja, tivemos que nos adaptar e responder aos vários desafios e necessidades que apareciam pelo caminho, fazendo como eu disse anteriormente um pouco de tudo.

Deste modo, para além das funções enunciadas anteriormente, é possível especificar o desempenho também das seguintes:

- Tratar da abertura e fecho de todas as janelas da casa;
- Acender e desligar as luzes de algumas das peças expostas, assim como, iniciar a reprodução do vídeo que se encontrava na zona do lagar e da garagem;

- Tratar da arrumação de desumidificadores e de possíveis objetos deixados na área expositiva;
- Iniciar o computador e respetivo sistema de bilheteira, verificando de o mesmo se encontrava a funcionar em perfeitas condições;
- Assumir a venda de bilhetes, merchandising e/ou produtos de alimentação/bebida;
- Tirar e servir cafés;
- Efetuar limpeza de algumas zonas da casa que em dias de chuva tinham infiltrações de água;
- Acompanhar o público durante a sua visita esclarecendo-os sobre possíveis dúvidas sobre a história da casa e fornecendo informação sobre as obras expostas.

Eis, como se depreende através destes exemplos, como tive de gerir as diferentes situações e tarefas que ocorreram.

2. CARATERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

2.1. SÍNTESE HISTÓRICA

A CSR fora uma residência familiar na zona oriental da cidade, que implica a abordagem de uma diversidade de temas, assim como suscita algumas dúvidas, que só são possíveis de entender através da realização de um estudo sobre a mesma. As casas, assim como as pessoas, também morrem, dependendo sempre dos ciclos coletivos da cultura dos povos. Segundo se lê no livro Casa São Roque, estas têm geralmente um tempo de sobrevivência mais longo do que aqueles que nela viveram, sendo capazes de ultrapassar, com mudança e sofrimento, duas ou três gerações. Se para além disso, forem capazes de resistir ao abandono e à posterior ruína, estas transformam-se em património, podendo até em alguns casos, atingir a categoria de monumento. A Casa e a Quinta de São Roque não chegaram a esse patamar, no entanto surgem munidas do estatuto de testemunho e símbolo de um específico quadro de vivência da sociedade do porto ao longo do período conturbado da consolidação do liberalismo.

2.1.1. A ORIGEM DA CASA E ALTERAÇÕES AO LONGO DOS ANOS

Vista como uma construção antiga, pensa-se que a CSR possa ter tido origem como uma unidade de produção agrícola, localizada à margem da Rua de São Roque da Lameira, um quilómetro de distância a separa da igreja do Bonfim, na base da meia-encosta e à face da estrada, encontra-se assinalada no local, a sua presença por uma pedra na parede que refere o ano de 1792⁵. É de fácil perceção a existência de um historial rico de acrescentos e remodelações, criados a partir de uma construção original de excelente alvenaria, com uma conceção discreta e simples, seguindo a tradição das periferias rurais, aparentando ainda assim alguns sinais de prosperidade. Sendo vizinha de outras casas prósperas, não possuía a mesma quantidade de produção que as terras baixas e húmidas do vale, devido às suas leiras

⁵ Uma pedra gravada na fachada sul da casa indica uma data de difícil leitura, devido ao desgaste provocado pelo tempo, aparenta ser 1792 ou, num ponto de vista mais otimista, 1759.

estreitas, localizadas em terrenos trabalhados em socalco. Erguida como residência com dois andares, de sobrado sobre a cave que se encontrava semienterrada e com acesso apenas pelo lado da rua, apresentava-se encaixada na pendente do terreno, bem dimensionada e sólida. Nas zonas de maior inclinação e altura, junto à cumeeira do monte das Antas, crescia uma mata que não era ainda de espécies exóticas. Em meados do século XIX, viria a assumir o estatuto de casa de brasileiro, quando a mesma ganhou junto à estrada a existência de algumas árvores exóticas. Anos se passaram, assim como herdeiros, foi mudando de usos, para que no final desse mesmo século, passa-se a pertencer a uma viúva de enorme beleza, elegante e culta, que viria a casar em segundas núpcias com um gestor de uma empresa de vinhos, que exportava os mesmos para o Brasil e outros mundos.

Na versão original, a CSR encontrava-se organizada como um edifício rústico, idêntico a tantos outros que podem ainda se ver espalhados pelas terras do noroeste de Portugal, no Minho ou no Douro, paisagens com colinas produtivas e vales fundos entre matas cobertas de pinheiro-bravo. Casas que eram quase que como quintas muradas de pequena dimensão, coroando em algumas delas, grupos de construções de menor tamanho onde se encontravam integrados, anexos e serviços. No local denominado por Lameira de Cima, onde se acentua o declive dos terrenos à margem da antiga estrada que nos leva do Porto para nascente, a moradia viria a ganhar o estatuto de casa de quinta.

Quanto à expressão arquitetónica deste edifício⁷, pode-se supor que o original prisma retangular, disposto num plano horizontal que foi criado a esforço de muros e aterros no plano inclinado da propriedade, fora determinado devido à particular topografia do local escolhido para implantar a casa. Isto correspondia a uma prática edificatória muito usual nas propriedades de área confortável, que se encontravam instaladas nos territórios das periferias rurais, onde se optava por uma distância que permitisse ter uma boa visibilidade de acordo com os caminhos públicos, da qual resultou uma frente de grande largura que era três vezes maior em relação à profundidade. Estas proporções eram opostas aquela que era a tradição construtiva que se podiam encontrar no centro da cidade, que desde a época das práticas

⁶ Sulco na terra para se deitar a semente, faixa de terreno, pequeno campo cultivado, elevação da terra em sulcos.

⁷ Ver Anexo C

medievais, sempre privilegiou o lote profundo e estreito, com a exceção dos palácios mais ricos que surgiram depois da inclusão dos ideais clássicos na arquitetura da cidade do Porto. A CSR era tratada com a simplicidade de um edifício com telhado, de quatro águas sobre dois andares, o beiral simples e tradicional, a toda a volta, destinava-se a proteger as paredes exteriores rebocadas e pintadas com cal, abrindo janelas ao nível do sobrado. O andar inferior, destinado a arrumações e adegas, era composto por portas que davam acesso a um pátio inclinado, localizado atrás do muro da rua e não tinha comunicação interna com o andar superior, pois este se destinava à residência mais privada da família.

Se observarmos a distribuição das áreas úteis da zona habitacional naquela que era a sua fórmula original, é possível denotar as características comuns a outras construções de natureza semelhante e com alguma importância, dispersas nestes territórios onde existe uma transição entre o urbano e o rural. A característica principal era o seu desenvolvimento em largura, sem a existência de corredores na intermediação entre distintas funcionalidades, condicionada pelo modo como as paredes estruturais se encontravam alinhadas, a compartimentação retirava proveito das entradas de nível localizadas no jardim a norte. Duas portas alternativas, uma direcionada a uma divisão que poderia servir de sala de visitas ou como distribuidor para a restante habitação, e a outra localizada entre o quarto do meio e a cozinha, permitindo uma ligação entre a sala, na zona oposta, e o jardim, mantendo a autonomia da cozinha. A sala de jantar era a divisão mais ampla e acrescentava pelo lado sul, três quartos em sucessão, virados para a estrada, correndo a fachada sul. É este o retrato possível de uma moradia, que passaria a ser desde a sua idade de reforma e até ao seu falecimento, o refúgio de José Caetano Coelho Lousada (1795-1881) um comerciante da cidade do Porto, o mesmo que já o havia sido no Brasil, por onde andou na procura da valorização de riquezas e do futuro, onde deixou familiares e outros bens. José veio reformar-se em Campanhã, no local onde havia nascido a sua mãe, na casa da Quinta da Lameira (hoje conhecida como CSR), esta que também fora dos seus sogros, mas que pertencia agora por herança, à sua neta Maria Virgínia.

No último terço do século XIX, surgiram as alterações que viriam a beneficiar a propriedade: a mais importante foi a qualificação da cave, transformando-a em espaço de

vivência, reservando algumas partes para zona de arrecadação ou adega. Para além disso, optou-se por uma alteração da estrutura funcional a nível interno, acrescentando uma segunda sala familiar na zona da cave, com acesso interior, à já existente componente vivencial instalada no andar superior, este que era composto por uma sala, cozinha e quartos, articulada de forma integral com o jardim privado a norte. Com a finalidade de receber luz e transparência adequadas a um estilo de vida novo, abriram-se duas janelas para o terreiro a sul e uma porta envidraçada dupla. Esta operação implicou que fosse introduzida uma escada interior que permitia ligar ambos os andares em condições de conforto, cuja localização viria a ser alterada depois das obras de ampliação que viriam a ser realizadas no início do século XX. No nível inferior, manteve-se a existência da adega com lagar, esta que tinha também uma porta direta para o exterior.

Nessa época, já era perceptível a existência de uma construção autónoma na zona intermédia da propriedade, que se destinava a cocheiras, ao alojamento dos animais de tração e de forma natural, a espaços próprios destinados aos condutores ou criados. Do mesmo período, presume-se a introdução de alguns elementos decorativos com a finalidade de melhorar a imagem da fachada sul do edifício, justificando o facto de que esta se tratava agora de uma casa de “brasileiro”⁸. Isto resulta da introdução de alguns elementos de uma linguagem de rutura exibicionista, esta que era uma das características da arquitetura com tendência romântica que começava a aparecer em contexto de grupos sociais da vanguarda, estes que não recorriam aos arquitetos que trabalhavam na cidade.

Decorria o ano de 1885, Maria Virgínia de Castro (1850-1938) e António Ramos Pinto (1854-1947) casam-se. Maria era uma mulher de beleza extrema, com olhos verdes, era já viúva desde 1882 e com uma elevada riqueza aquando do seu casamento em segundas núpcias quando tinha 35 anos. Na data do casamento, António era coproprietário de uma loja de fotografia conhecida como “Costa e Ramos Pinto”, localizada na Rua de Santa Catarina. Uns anos antes e do lado de Gaia, na zona ribeirinha e urbana junto ao Douro, instalou-se em 1880 uma casa de comércio de vinhos do Porto, de Adriano Ramos Pinto (1859-1927), António

⁸ Entende-se por um cidadão português que esteve emigrado no Brasil e lá juntou fortuna que no regresso ao país onde nasceu, tratou de se exhibir como prova de ter conseguido uma ascensão social.

junta-se ao seu irmão em 1898, passando a formar uma sociedade com a finalidade de Adriano ter a função de aperfeiçoar as técnicas de promoção e divulgação do vinho, cabendo a António a gestão comercial do negócio, negócio este que se viria a implantar de uma forma muito forte no mercado brasileiro, devido a uma estratégia inovativa no que aos métodos promocionais dizia respeito.

Com o êxito alcançado a partir da exportação do vinho do Porto, Maria e António, recém-casados e instalados na Quinta de São Roque, tomaram como objetivo qualificar e melhorar a sua residência, transformando-a em palacete. Ao prestígio das flores presentes no seu jardim e à exuberante elegância da dona da casa, acrescentou-se uma renovação dos instrumentos de conforto, para melhorar as condições das práticas quotidianas, mas também a criação de espaços próprios para o incremento da vida social, dos quais são exemplo as festas em dias especiais (como era o caso das festas de Ano Novo) e de convívios de amizade realizados frequentemente. Em 1914 e por contrato de cedência de dote que fora celebrado entre o casal, Maria passou a propriedade, na sua totalidade, para o nome de António Ramos Pinto.⁹



Figura 4 - António e Virginia na Casa São Roque (fotografia digitalizada)

Após o casamento e o nascimento de três filhos, Maria Eugénia, Maria Antónia e Raul, António encontrou, a partir do seu sucesso financeiro, os métodos necessários para conferir uma outra imagem à residência e à família que residia na Quinta de São Roque da Lameira, tratando de remodelar a casa, construindo urbanidade. Substituiu o muro de proteção existente por uma grade transparente, montou uma fonte no exterior, plantou árvores exóticas e subiu frontões e beirais na busca por um exotismo que dignificasse o estatuto social da habitação. Seguindo aquela que era a conceção burguesa da aparência no exterior, não

⁹ Processo de Ação Especial, para alienação de bens dotais. Arquivo Distrital do Porto, Secção Judicial, Processo 161, de 6 de março de 1914.

esqueceu o requinte dos salões no interior, o pavilhão de caça e a mata que ocupa toda a propriedade, o jardim das japoneiras que assume o caráter de marca identitária portuense.

Na continuação dos seus objetivos de representação social, António como gestor de sucesso e cidadão que intervinha no círculo cultural da cidade, mantinha um olhar atento às expressões de modernidade e às artes, sendo que, assumiu a transformação da casa da sua família como que uma espécie de exercício de arquitetura. O mesmo dedicou uma atenção particular e quota parte da riqueza que juntou no negócio dos vinhos ou pelo casamento, à reabilitação e melhoria constante da CSR. António tinha uma alma de artista, o que ficou bem claro aquando da realização destas obras.

Assumi estas intervenções na casa, de cariz bem pessoal, conciliando o sentido de internacionalismo e modernidade que se estava a impor no quotidiano da comunidade burguesa da cidade do Porto. No plano particular das intervenções a nível arquitetónico da época, o Porto não aparentava dar mostras expressivas de atividade vanguardista, que se encontravam limitadas aos pressupostos neoclássicos e à sua vulgarização. Isto acontecia não só na arquitetura, mas também noutras artes, como era o caso da literatura, da pintura ou até da música. Era necessário, dar um passo que se destacasse no sentido da modernidade, António aderiu em 1893¹⁰ à Associação Comercial do Porto, do qual viria a pertencer desde logo à direção, em primeiro caso como secretário e posteriormente como vice-presidente, foi assim que viria a conhecer o arquiteto José Marques da Silva (1872-1942).

2.1.2. A INTERVENÇÃO DE MARQUES DA SILVA

José Marques da Silva, arquiteto que se formou inicialmente na Academia de Belas-Artes do Porto, havia chegado de Paris em 1897 e foi aí que se apresentou diante da comunidade portuense como um arquiteto diplomado por parte do governo francês. No conhecimento do debate que se travava então acerca de uma nova estação ferroviária na cidade do Porto, expôs o seu projeto de diploma no Salão Nobre dos Paços do Concelho, projeto este que tinha como finalidade, a construção de uma estação ferroviária terminal

¹⁰ Sócio número 588.

idêntica aquelas que existiam nas grandes capitais europeias. Jovem persistente e combativo, queria ganhar o seu espaço, assumindo-se como um profissional altamente qualificado, tendo invocado o bom acolhimento do povo portuense, reivindicando que lhe fosse entregue o projeto definitivo para a construção da Gare Central do Porto, hoje conhecida como Estação de São Bento. Deste modo, foi ganhando posição no complicado mercado da arquitetura, incluindo a sua contratação por parte da Associação Comercial do Porto, sendo que seria daqui que iriam surgir os seus melhores clientes nesta sua fase inicial da sua carreira profissional.

No ano de 1900, já trabalhava em Vila Nova de Gaia, para a casa Ramos Pinto e Irmão, sendo que lhe coube intervir nos arranjos do interior da sede da empresa. Apresentou posteriormente um desenho para reconstruir a fachada que se encontra virada para o rio, num estilo neogótico, que havia por não agradar à gerência. Nesse mesmo ano, é encarregue de realizar as modificações da Casa São Roque da Lameira para António Ramos Pinto¹¹, que fora um dos seus primeiros clientes e para quem realizou também o Vila Eugénia, na Praia da Granja, um chalé com vista para o mar.

A CSR, segundo se pensa, terá sido a primeira intervenção por parte do arquiteto num contexto de reabilitação de uma obra já existente, que se assumia como residência tradicional e que, além do estatuto de família e diversificadas áreas livres, valorizava a sua feição suburbana. Beneficiando do processo de reabilitação de alguns espaços interiores já existentes e ampliação das comodidades disponíveis, iria ganhar o estatuto de palacete urbano, possuindo jardins privados, assim como, espaços de lazer em parque. Devido à forte personalidade e elevado grau de interveniência daquele que encomendou a obra, Marques da Silva foi capaz de encontrar um grau de cumplicidade que possibilitou a junção de sensibilidades distintas entre dono da obra e arquiteto, articulando a sua arte como um labirinto de ideias. Nesta obra, integrou competências de artífices com um elevado grau de qualificação, desde os mestres carpinteiros e serralheiros, aos executores de estuque, assim como outros elementos da decoração que eram provenientes de fornecedores especiais, fossem portugueses, ingleses ou franceses. É possível destacar por alto, o exemplo dos

¹¹ Ver Anexo D

sistemas sanitários e de aquecimento, dos azulejos artísticos usados nos interiores e fachadas, a execução de envidraçados policromáticos, etc.

Durante os anos da sua intervenção, muita coisa se estava a alterar na organização familiar e naqueles que eram os padrões de conforto da vida privada, exigindo alterações importantes na arquitetura do lar. Fruto das normas da identidade de cada um e das preocupações higienistas, foram impostas novas exigências relacionadas com a natureza do espaço doméstico, especialmente quanto à satisfação da dona da casa, no que aos afazeres quotidianos dizia respeito. Mesmo que se tenha em conta as particularidades de uma família de elevado estatuto social, que disponha de governanta e de empregados para diferentes tarefas, incluindo também as responsabilidades em relação às condições de crescimento dos filhos de acordo com as diferentes idades dos mesmos. As intervenções que António Ramos Pinto tutelou, foram sempre direcionadas para o bem-estar da sua família, sendo diferenciadas por três ordens de preocupações:

- Adaptação da compartimentação interna, recorrendo às ampliações necessárias para que fosse possível introduzir valências funcionais essenciais de acordo com os progressos temporais;

- Renovação integral e arranjo das zonas verdes e de estar no exterior, na envolvência da casa;

- Criação de sinalética de visibilidade pública, assim como, outras marcas de requinte formal na decoração, que demonstrassem modernidade e riqueza.

Todo este processo decorreu no espaço de uma década, ficando concluído aquando do casamento da filha mais velha em 1912. Desdobrando o programa de intervenções, é possível constatar que numa primeira fase, consistiu na construção de uma escadaria exterior e *loggia* para uma entrada nova pela frente sul; a requalificação de um pavilhão extremo, que significaria o acrescento parcial de um andar novo sobre o terço nascente do edifício já existente, introduzindo-se um amplo terraço-varanda projetando a sala principal como uma espécie de miradouro coletivo sobre o terreno à frente; e ainda uma divisão denominada de “sala de bilhar”, construída junto à parede norte, intercetando os espaços que davam acesso

à antiga cozinha, criando a oportunidade de introduzir um quarto de banho junto à antiga latrina. A introdução deste pavilhão destacado, incorporou algum grau de complexidade quanto à eficácia e posicionamento do serviço da cozinha, vindo a ser verificado que o compartimento pensado para a zona de bilhar, acabaria por dar lugar a uma nova cozinha. Por sua vez, o miolo que fora criado no local onde se encontrava a antiga zona de serviço, foi aproveitado para aí colocar a escada que daria acesso ao andar acrescentado.

Encabeçando o portão transparente feito de ferro forjado que dá acesso ao pátio fronteiro da CSR, a partir do caminho lateral renovado, podemos ver um monograma RP (Ramos Pinto), nome de família do dono da casa, numa síntese desenhada de forma exímia. Esta entrada, alternativa à portaria clássica de madeira opaca, marca o ponto de referência da intervenção de autoria de Marques da Silva no ano de 1900. Na execução dos vários portões e grades, recorrendo à serralharia artística, é colocada em evidência a marca do arquiteto, expressando deste modo o desejado cosmopolitismo para uma intervenção em linha com a Arte Nova de matriz belga, na qual imperam o desenho abstrato e a linha curva.

Posteriormente a isso, ocorreu uma fase intermédia da história das transformações feitas na casa, esta que consistiu na construção da garagem no ano de 1908¹². Esta corresponde a um significativo momento da alteração do modo de vida em geral, das famílias, uma vez que chegava por esta época o automóvel e ocorria o desaparecimento de forma progressiva do transporte por coches de tração a cavalo, este que era o método comum de transporte até à época. O edifício da garagem viria a ocupar a mesma localização da antiga cocheira e das dependências que a ela se encontravam anexas, havendo agora um lugar para alojamento do motorista. O muro da rua foi corrigido e ligado à nova construção, desaparecendo as vielas estreitas, existentes à volta da casa, estas que tinham sido necessárias para que cavalos à mão se pudessem movimentar para as operações de atrelagem aos carros. A nova garagem e o muro viriam a estabelecer a correção do alinhamento do passeio, produzindo um perfil ascendente na rua até ao portão de ferro transparente, que fechava os acessos à casa e quinta, que até então eram feitos pela viela aberta, subindo aos patamares diferentes da propriedade. Importa salientar que o remate do muro foi alterado

¹² Ver Anexo E

em 1911¹³, rebaixando a parte de alvenaria e criando a instalação de um gradeamento, também ele transparente por toda a sua extensão, surgindo um novo portão junto à garagem, muito semelhante ao colocado em primeiro lugar.

A última fase, que permitiu a configuração final da arquitetura da CSR, teve o seu início programado de acordo com um requerimento das obras que fora apresentado em março de 1910¹⁴. Esta consistiu na operação mais significativa, sendo de uma perspectiva de engrandecer a residência e a sua imagem pública, conferindo a esta o prestígio e dimensão de um palacete. Tratou-se de fazer um prolongamento do edifício para nascente, quase que duplicando a sua extensão da frente à qual se adicionou uma escadaria de balaustrada para marcar a diferença de cota entre o jardim recolhido do lado norte e o terreiro da entrada a sul. Na zona do novo muro que sustentava as terras, onde foram criados dois níveis, incorporou-se uma fonte altamente expressiva, dando continuidade à feição romântica, interligando todos os volumes e demarcando o caráter eclético que viria inspirar a arquitetura da época.

No interior da casa, um excecional trabalho em estucaria é realizado, prática convencional nos trabalhos finais dos palacetes e boas casas destes tempos ecléticos. Para a CSR, fora apresentada uma cota-orçamento por parte de Luís Pinto Meira, sendo que esta foi aceite, marcando a presença da oficina dos Meiras até à conclusão das obras. Sendo este um dos mais reconhecidos membros desta grande família, natural da zona de Afife-Viana do Castelo, zona rica em praticantes da arte e ofício do estuque. Não menos importante, os soalhos também receberam um tratamento que se associasse às funções da vida da comunidade familiar.

Com a duplicação do número de entradas e uma zona intermédia entre a cozinha e a sala, fazia sentido que a sala de jantar fosse a divisão de tratamento mais rico, também devido à sua dimensão. É este o ponto da casa que recebe a maior intensidade de luz, sendo marcado de um modo distinto pela presença de duas efígies em mármore cinzento, compostas por cabeça e pés dourados, assim como um vitral colorido na porta grande que dá acesso à varanda, repetindo-se neste as iniciais do nome de família do senhor da casa. Também nesta

¹³ Ver Anexo F

¹⁴ Ver Anexo G

divisão, pode-se distinguir as duas portas interiores simétricas cobertas por vidro, enquadrando entre elas um móvel fixo de mostruário de louças que fora desenhado por Marques da Silva. As madeiras exóticas encontram-se presentes em todos os trabalhos de carpintaria, todas elas devidamente envernizadas e para finalizar nesta divisão, era necessário resolver as ferragens que fechariam as portas, elemento este de uma sensibilidade particular na qualificação deste que era o espaço mais nobre de toda a casa.

Os sistemas de ladrilhos que compunham os pavimentos das casas de banho, da marquise, da cozinha e das varandas, constituíam interesse na qualificação dos arranjos do interior. Na cidade do Porto, esta que se apresenta como um exemplo rico da presença de azulejaria nos seus edifícios, podemos considerar a CSR como um exemplo digno dessa tradição, nomeadamente pelo caso dos painéis em rodapé que envolvem as fachadas norte, nascente e sul, realizados especificamente por parte da Fábrica do Carvalhinho para esta obra, desenhados por Marques da Silva.

É através deste contínuo processo de autocorreção que se pode entender a natureza da intervenção de Marques da Silva como principal responsável da arquitetura que fora produzida em São Roque da Lameira, a quem não se pode, no entanto, negar também uma contribuição essencial por parte do dono da obra. António Ramos Pinto, um cidadão culto, moderno e viajado, nunca ficou indiferente aos progressos que se davam no seu tempo, especialmente no que dizia respeito à higiene.

Se a introdução pouco generalizada e lenta, dos quartos destinados ao banho com água canalizada e equipamento específico, surgiu nos espaços da burguesia mais instruída na primeira parte da década de 1900, podia já observar-se que aquando das obras de 1910, já existiam dois quartos para banhos, autónomos, altamente qualificados e completos, que marcavam presença dos quartos dormitórios da CSR. Tudo isto, expressava a escola inglesa no que a estas matérias dizia respeito, com os métodos de formação da imagem mais relacionados com os utilizados naquela cultura. Talvez por esse aspeto se explique que o

revestimento em azulejo do compartimento de banho anexo ao quarto de dormir dos donos da casa, tenha sido importado da Bélgica, associado também à importação de mais peças sanitárias, provenientes de Inglaterra. Sem tirar mérito ou qualidade aos materiais fornecidos pela Fábrica dos Carvalhinhos, esta divisão para banhos à inglesa, atingiu o pico de elegância na variante de *Arte Nova*, devendo as suas características ao movimento *Arts and Crafts*.



Figura 5 - Um dos quartos de banho na sua forma atual
<https://www.instagram.com/p/CKkHZPoFowc/>

2.1.3. DO PARTICULAR AO PÚBLICO

Após o falecimento de António Ramos Pinto, no ano de 1944, podia-se ler no seu testamento:

Á minha filha Maria Eugenia, - porque sempre nela viveu e vive ainda, tendo sido dedicadíssima companheira minha e da falecida sua mãe, - lego a propriedade em que vivemos, á rua de São Roque da Lameira, 2092, com todas as suas edificações, terrenos, dependências e pertenças e com todo o mobiliário, roupas, louças, vidros de uso, metais e adornos nela existentes, incluindo os quadros retratos de família e exceptuadas apenas as coleções, as três vitrines do salão e outras vitrines do meu quarto de dormir. Tudo quanto constitue esta deixa á minha filha Maria Eugenia ser-lhe-á entregue por conta da sua legitima paterna quanto ao valor de trezentos contos e pelas forças da minha quota disponível quanto ao restante valor que lhe for arbitrado; a entrega considerar-se-á feita á legatária no momento da minha morte e independentemente de qualquer formalidade.¹⁵

Deste modo, podemos perceber que António deixou por escrito no seu testamento, que o palacete passaria a ser propriedade da sua filha, Maria Eugénia, que ali viveu durante o resto da vida, até ao seu falecimento em 1962. Antes de morrer, Maria Eugénia fez questão de passar a propriedade para o nome do seu filho, António Eugénio de Castro Ramos Pinto Calém, que a iria eventualmente vender uns anos mais tarde.

¹⁵ GUIMARÃES, Gonçalves. DE ALMEIDA, Graça Nicolau. Adriano Ramos Pinto. Vinhos e Arte. Vila Nova de Gaia. 2013. (pp. 258-259)

Durante os finais da década de setenta do século XX, a propriedade, que agora pertencia ao neto de António Ramos Pinto, foi classificada como um Imóvel de Interesse Patrimonial por parte da CMP, sendo que esta viria a ser adquirida pela mesma entidade através de uma escritura do dia 3 de agosto de 1978, na qual é possível perceber que fora comprada uma parcela da quinta que correspondia ao Palacete e os terrenos que o envolviam, assim como aos jardins, totalizando uma área de cerca de 11.900 metros quadrados, mediante um pagamento de 1 milhão e 100 mil escudos. A aquisição incluía também todo o recheio da casa, cujas peças foram posteriormente distribuídas numa parte pelo Museu Romântico e outros espaços pertencentes ao município. A mobília e os objetos de maior importância da casa foram preservados, encontrando-se atualmente ainda em uso na coleção da Casa do Roseiral, enquanto o remanescente fora adquirido por uma negociante de antiguidades, chamada Aurora Rodrigues Martins.

Passaram 9 meses e no dia 8 de maio de 1979, a segunda e última parcela é comprada, esta que dizia respeito a cerca de 30 mil metros quadrados compostos pela área florestada da Quinta da Lameira e tendo custado a quantia de 8 milhões e 600 mil escudos. É importante dizer também que a compra da quinta incluía um prédio urbano e dois prédios rústicos, local onde viviam os empregados, um jardineiro, o motorista e uma inquilina do Palacete. Ainda hoje é possível constatar a existência dessas mesmas edificações, embora as mesmas tenham sido adaptadas para outras finalidades. O conjunto do qual fazem parte as duas parcelas de terreno, é hoje conhecido como Parque de São Roque¹⁶, que iria abrir ao público no dia 20 de julho de 1979, após um processo de requalificação dos jardins e mata, assim como um aproveitamento dos edifícios já existentes para instalar sanitários públicos, um bar e uma biblioteca. Para além disso, foram também colocados gradeamentos em ferro forjado, estes que eram provenientes de várias demolições realizadas ao longo dos anos na cidade e que se encontravam armazenados nos armazéns do Palácio do Freixo, o parque passaria assim a constituir, um dos mais notáveis espaços verdes localizados na zona oriental do Porto. No ano seguinte, procedeu-se à instalação de uma conduta que iria abastecer os sanitários, servindo também para a rega e o combate a incêndios, para além disso foi construído um muro de suporte. Anos mais tarde, em 1991 foram feitas algumas obras de restauro e conservação ao

¹⁶ Ver Anexo H

Palacete. Decorria o ano de 2007 e em outubro desse mesmo ano, a Câmara Municipal do Porto que tinha estabelecido no Palacete o Gabinete de Planeamento Urbanístico, Divisão de Parques e jardins, transfere esse mesmo para o Parque da Cidade, deixando assim o Palacete abandonado, este que ao longo dos anos iria sofrer as consequências do tempo, ficando devoluto.

2.2. NOVO CENTRO DE ARTE: CASA SÃO ROQUE

Os anos passaram e a CMP tencionava vender o Palacete que se encontrava em muito mau estado de conservação. No entanto, em 2016 surgiu o interesse do Dr. Pedro Álvares Ribeiro em ocupar o espaço para abraçar um novo projeto que tinha em mente, que consistia em reabilitar e requalificar o Palacete para acolher a sua coleção de arte contemporânea (coleção Peter Meeker). O projeto foi a votação na Assembleia Municipal no dia 30 de maio de 2016, tendo recebido uma votação positiva unânime por parte de todos os partidos representantes. Deste modo, foi realizada e devidamente formalizada a parceria entre a CMP e a Associação Vivercidade (da qual o Dr. Pedro Álvares Ribeiro é presidente), para que a título de empréstimo, a mesma se tenha comprometido a requalificar o edifício, sendo responsável pelo desenvolvimento de exposições temporárias, uma exposição permanente e uma vasta programação cultural a realizar no palacete e no parque. O edifício havia sido avaliado em cerca de um milhão de euros, sendo que foi estabelecida uma renda anual no valor de 42.630€. A proposta apresentada por parte do Dr. Pedro foi de que o município cederia o espaço por um valor de renda anual de 2.000€, uma quantia simbólica, comprometendo-se em reabilitar o edifício na sua totalidade até ao final do ano de 2019. O acordo foi então assinado por ambas as partes, ficando o espaço cedido durante 15 anos, começando a contar a partir do ano de 2020, prolongando-se deste modo até 2035.

O projeto foi visto como um reflexo da intenção política que pretendia dar incentivos para a criação de novos polos culturais na cidade do Porto, favorecendo uma descentralização da cultura e da sua programação que se encontram concentradas na zona ocidente da cidade, criando assim um incentivo ao desenvolvimento local com a criação de equipamentos culturais, apelando à participação da população, cativando o interesse turístico para uma

visita ao Palacete Ramos Pinto e a sua área envolvente. Iria desta forma ser criado um novo espaço de cultura artística na cidade, que procurava servir a comunidade, através da ocupação e requalificação de um espaço excecional e com muita história, criando uma programação de arte contemporânea, beneficiando o desenvolvimento da cultura não só na cidade, mas também no país. O Colecionador Pedro Álvares Ribeiro em articulação com a tutela (CMP), optou por instalar o seu Acervo de Arte Contemporânea, dando-lhe visibilidade público, no formato de *Centro de Arte*.¹⁷

Deste modo, o Centro de Arte que viria a localizar-se no Parque de São Roque, no Palacete Ramos Pinto, apresentava-se como um projeto cultural a ser desenvolvido, mas que nascera com a intenção de criar na região oriental da cidade, um polo de cultura, criando um espaço expositivo para arte contemporânea, onde seria apresentada a coleção Peter Meeker, heterónimo pelo qual o colecionador é reconhecido, é composta por mais de 500 obras de 35 artistas diferentes, portugueses e estrangeiros¹⁸. Entre os artistas, podemos destacar os nomes de Pedro Portugal, Julião Sarmento, Gerardo Burmester, Luís Campos, Rui Sanches, Jorge Molder e Paulo Nozolino. Esta Coleção foi desenvolvida ao longo de cerca de 40 anos, agregando tipologias artísticas desde a escultura, fotografia, pintura, desenho, vídeo, instalação, obra gráfica, entre outras. Até aí, grande parte destas obras encontravam-se depositadas no Museu do Serralves, sendo que o restante estava em casa do colecionador ou armazenadas em espaços dos quais o mesmo é proprietário.

As obras começaram em 2017¹⁹, tendo-se prolongado durante os dois próximos anos. O arquiteto João Mendes Ribeiro ficou encarregue dos trabalhos, sendo que durante todo o processo o foco era tentar manter tanto o interior, como o exterior da casa, tal e qual como eram originalmente após a intervenção – no início do séc. XX – do Arquiteto Marques da Silva. Os espaços foram transformados num cenário expositivo que deveria dialogar com a arquitetura da casa e a sua história. A Casa São Roque – Centro de Arte, abriu as suas portas ao público no dia 19 de outubro de 2019, numa tarde de sábado, num clima de festa ao qual

¹⁷ Ver Capítulo 3, página 56

¹⁸ Para informação mais pormenorizada acerca do assunto, sugere-se a consulta do Relatório de Estágio de Ana Rita Alves “Lançamento da Casa S. Roque – Centro de Arte Contributos para a Gestão da Coleção Peter Meeker” disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/122422/2/353713.pdf> e também o de Carlos André Soares Reis “Coleção Peter Meeker: Contributos para o Processo de Documentação”

¹⁹ Ver Anexo I

a chuva não ajudou. No entanto, muitos convidados compareceram, como foi o caso do Presidente da CMP, Dr. Rui Moreira. Para além disso, os visitantes eram provenientes de vários países, e entre eles encontravam-se alguns membros dos museus e centros de arte mais importantes do mundo. Neste mesmo dia e aliado à inauguração do espaço, foi inaugurada a exposição temporária “*Inventória*”, na qual podemos ver as obras e trabalhos assinados pela artista Ana Jotta, com curadoria de Barbara Piwowska. Este foi o primeiro capítulo de uma série de exposições intituladas “*A Casa e o Atelier*”, que tem como finalidade examinar o fenómeno das casas e os ateliers dos artistas, ou seja, a relação existente entre o local onde a arte é criada e o local onde a mesma é vivida.



Figura 7 - Luz | Light, Ana Jotta, 1980
<https://www.instagram.com/p/B-PwzDgJQ-L/>



Figura 6 - Sem título | Untitled, 2017 | Ana Jotta
https://www.instagram.com/p/CA_IrE0p7MP/

A programação criada prevê que sejam realizadas três exposições temporárias diferentes por ano. Para além da zona expositiva, existe também uma pequena loja junto à bilheteira e uma sala de vinhos que funciona como uma biblioteca, um espaço de lazer onde

os visitantes podem aproveitar para beber uma água, um café ou um vinho, assim como saborear algumas iguarias.

Os habitantes locais foram acolhidos no projeto, a CSR estabeleceu parcerias com diferentes instituições das freguesias do Bonfim e da Campanhã, com a finalidade de dar a conhecer este novo espaço a partir da criação de programações próprias para os residentes das áreas referidas anteriormente. Desde a sua abertura, traçou uma perspetiva de dar a conhecer uma cronologia assinalada por várias exposições, mas também, outra programação cultural, eventos, visitas guiadas, serviço educativo, entre outras valências.

3. CASA SÃO ROQUE – CENTRO DE ARTE



Figura 8 - Fachada principal da Casa São Roque

Uma casa do Porto para o Porto e para o mundo

A Casa São Roque, como todas as ideias nasceu de uma pessoa, mas no essencial é uma casa do Porto para o Porto e para o mundo. O jardim de inverno criado por José Marques da Silva e por Jacinto Matos é um verdadeiro ícone da arquitetura e dos jardins do Porto onde as camélias centenárias nos lembram a nossa relação secular com a Ásia. Queremos contribuir para que a oferta cultural do Porto tenha cada vez mais qualidade e seja cada vez mais aberta ao mundo (Ribeiro, 2019, p.9).

3.1. TIPOLOGIA, MISSÃO E OBJETIVOS

A CSR assume-se como sendo um Centro de Arte, de modo a caracterizar esse tipo de espaço, é necessário definir o que é um Museu, independentemente da sua tipologia museológica, e por fim, identificar quais são os fatores diferenciadores entre estes dois modelos expositivos. Muitas vezes e de forma errada, é assumido que um Museu é um sinónimo de Centro de Arte, assim como vice-versa. Um Museu pode ser considerado uma instituição permanente, que se encontra aberta ao público, ao serviço da sociedade e do desenvolvimento da mesma, este tem como finalidade adquirir, conservar, investigar e expor o património material e imaterial, de modo a que possa ser visitado para fins de estudo, educação ou por prazer. A definição anterior, poderia muito bem ser associada a um Centro

de Arte, no entanto este apresenta-se num espaço altamente idealizado e construído para produção, promoção e exibição artística e cultural.

No entanto, é possível identificar uma diferença essencial, entre ambas as tipologias, uma vez que é exetável que um Museu e a sua coleção apresentem uma permanência regular e estável, ao contrário de um Centro de Arte, no qual é esperado que exista uma rotatividade maior em termos de exposições temporárias. Um espaço expositivo deve ser considerado como um local onde o artista é capaz, através das suas obras, de dar a conhecer as suas opiniões ao público, mas que, em simultâneo, desperte no mesmo a formulação de pensamentos e/ou ideias.

A CSR aquando da sua Inauguração apresentava-se com a vontade de criar uma Programação de Arte Contemporânea que dialogue com a coleção Peter Meeker, promovendo desta forma cerca três exposições por ano, todas elas organizadas pela Curadora e Diretora Artística, Barbara Piwowarska. Localizada no Parque de São Roque, o edifício histórico, recentemente recuperado por iniciativa do Dr. Pedro Álvares Ribeiro, sofreu no início do século XX os trabalhos por parte do Arquiteto José Marques da Silva²⁰ que o transformaram naquilo que é até aos dias de hoje, sendo que o jardim teve a autoria do Jardineiro, Jacinto Matos.

Deste modo, a missão da Casa assume-se como querendo incentivar o conhecimento e o interesse de públicos de diferentes idades e origens pela Arte Contemporânea, mas também pela Arquitetura e História, pela Paisagem e Património Natural, fazendo tudo isto de uma forma integrada que tem como base um património de excelência, no qual se pode destacar, a Casa São Roque, as Camélias Centenárias e o Jardim de feição oitocentista.

A Casa São Roque apresenta²¹ como valores:

- Programação autónoma;
- Eficiência e rigor na gestão dos recursos;

²⁰ Ver Capítulo 2, página 44

²¹ Toda a informação que se escreve a seguir foi elaborada a partir de documentação cedida por parte da equipa da CSR em janeiro de 2021, a mesma foi obtida através de um documento interno de trabalho.

- Valorização dos parceiros, patronos e mecenas;
- Independência;
- Excelência institucional.

Estratégias:

- Oferta de uma diversificada programação, realizada a partir de projetos interdisciplinares e inovadores no âmbito da Casa São Roque, do Centro de Arte e do Parque;
- Valorização do Património da Casa a partir da preservação do seu património edificado e do Parque, assim como o desenvolvimento de uma programação de exposições de arte contemporânea com relevância;
- Criar uma imagem e notoriedade a nível nacional e internacional da Casa São Roque como um centro de referência no que diz respeito à Arte Contemporânea;
- Garantir a sustentabilidade a nível financeiro e económico da Casa através da promoção da excelência operacional e dinamização do método de captar e gerar os meios financeiros adequados.

Objetivos:

- Criação de parcerias com outras instituições de modo a promover o reconhecimento do Património da Casa e realizar atividades conjuntas, dinamizando desta forma intercâmbios culturais;
- Desenvolvimento e realização de programas educacionais, através de uma programação cultural com elevada exigência, visando a formação e posterior fidelização de públicos, assim como a criação de hábitos culturais e desenvolvimento do pensamento criativo e crítico;
- Promoção do envolvimento e inclusão social, a partir de iniciativas que se destinam a públicos desfavorecidos ou com necessidades especiais;

- Reforço das competências da Casa nas áreas estratégicas, sendo capaz de antecipar futuras necessidades, fazendo uma grande aposta nas plataformas digitais e assumindo que é capaz de se adaptar à mudança, garantindo o compromisso dos seus colaboradores para com a Missão e Visão da Casa;

- Promoção de uma excelência operacional, a partir de uma eficiente utilização de todos os recursos, otimizando os custos nos diferentes serviços da Casa;

- Maximização das receitas provenientes da programação e das iniciativas comerciais da Casa, tendo atenção a todas as condicionantes que são impostas pelo seguimento da sua missão e preservação daquele que é o seu património;

- Promoção da sustentabilidade ambiental do Parque de São Roque, garantindo a preservação e conservação de todo o seu património, seguindo sempre padrões de qualidade elevados;

- Promoção do estudo e investigação sobre o património da Casa, a sua história e arquitetura;

- Organização de eventos que possam ter um elevado impacto público, procurando melhorar a acessibilidade de diversos públicos à arte contemporânea em todas as suas formas, atraindo vários setores da população.

Pretendeu-se dar uma noção objetiva e precisa dos pressupostos que caracterizam a instituição, posteriormente refletindo-se sobre estes conteúdos.

3.2. ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO DO ESPAÇO/COLEÇÃO

A abertura da Casa São Roque, pretende dinamizar a zona Oriental da cidade do Porto, o Centro de Arte marca uma nova fase da coleção Peter Meeker (coleção totalmente inventariada, fotografada e estudada por parte da equipa da CSR) que embora todas as escolhas de aquisições tenham sido feitas exclusivamente por parte do colecionador, a

coleção passou a uma fase de evolução conjunta com o programa artístico da CSR. A Diretora Artística é a responsável pela seleção dos artistas e obras a serem exibidas, assim como pelo estabelecimento de protocolos itinerantes com outras instituições. Algumas das exposições irão viajar de forma internacional com o objetivo de contribuir para a internacionalização dos artistas e colocar a CSR como uma parceira cultural de instituições similares, deste modo e segundo as palavras do Presidente Pedro Álvares Ribeiro “Uma casa do Porto, para o Porto e para o mundo”.

A coleção presente na CSR é composta por vários artistas portugueses e estrangeiros, pretende-se, através de uma programação artística e social, fazer uma ligação entre as realidades mais debilitadas da sociedade da zona envolvente ao espaço e o mundo artístico. Todas as peças a serem expostas, nem sempre irão ter um sentido estético idêntico entre elas, no entanto, vão ter um fio condutor, uma vez que pertencem todas ao mesmo proprietário, o qual as adquiriu e colecionou ao longo de muitos anos. Este novo espaço artístico, irá contar ao longo dos próximos anos, com exposições temporárias, nas quais irão estar presentes várias obras de artistas plásticos de renome, como é o caso de Ana Jotta, José Pedro Croft, Pedro Cabrita Reis, Rui Chafes, entre muitos outros. Nalguns casos, como sucedeu na exposição inaugural, os artistas podem ser convidados a conceber *site specific*²², criando novos laços com a Casa.

²² Na arte contemporânea, por *site specific* entende-se o método artístico no qual é concebido ou dedicada uma obra de arte ao local onde vai ser exposta, pelo que se assume que a mesma não é transportável. (<https://www.archdaily.com.br/br/926347/como-o-espaco-transforma-a-arte-instalacoes-site-specific>).

3.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO DA CASA

O plano de comunicação da CSR foca-se principalmente num uso constante das suas redes sociais, nomeadamente o *Facebook* e o *Instagram*, é lá que são criadas de forma regular publicações referentes ao espaço, com fotografias, vídeos e eventos a ter lugar no mesmo, para além dos enunciados anteriormente, está presente também na plataforma do *YouTube* e *Twitter*, mas nestas de forma menos regular. O site institucional foi criado, encontrando-se disponível em português e inglês, apresenta-se também como um elemento essencial no plano de comunicação da casa, nele podemos subscrever a uma newsletter, e verificar a localização do espaço, os horários, os contatos, assim como, muita informação a cerca das exposições, eventos, visitas guiadas, serviço educativo e voluntariado. Para além disso, é possível comprar bilhetes diretamente a partir do site, mas não só, a CSR estabeleceu parceria com as plataformas *Get Your Guide* e *Trip Advisor*, sendo possível aos visitantes fazer a compra de bilhetes online.

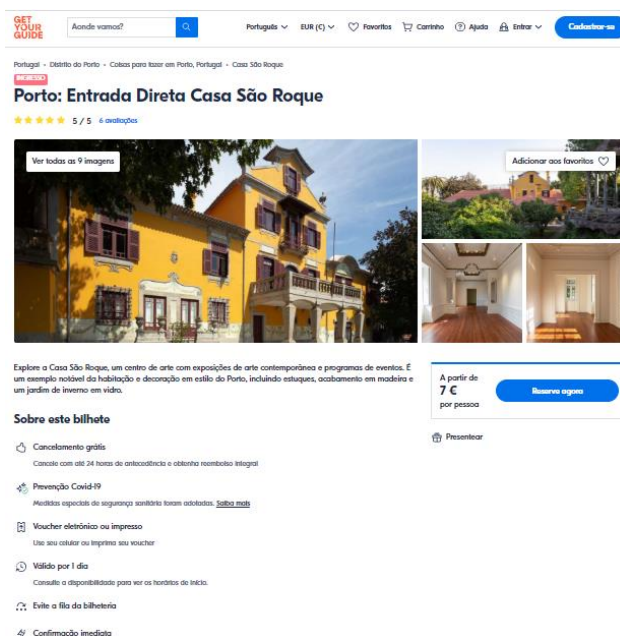


Figura 9 - Plataforma Get Your Guide

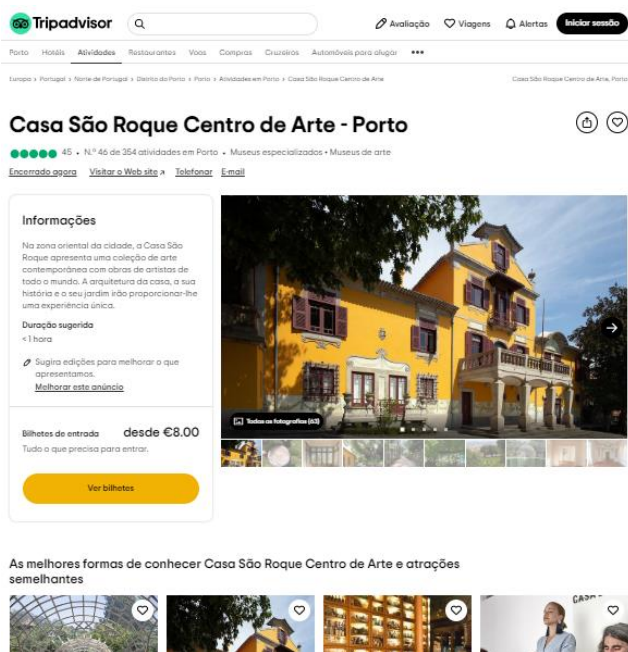


Figura 10 - Plataforma Trip Advisor

O contato com os Media é também uma das fontes utilizadas pela CSR para dar a conhecer o seu espaço ao mundo, podendo-se destacar a realização de uma reportagem para o programa “Página 2” que passa na RTP e que foi exibida no dia 16 de novembro de 2019. Para além disso, por várias vezes saíram artigos sobre a Casa em jornais (impressos ou eletrónicos) ou revistas, como é o caso das seguintes publicações:

- “A arte contemporânea tem nova morada num palacete do Porto oriental” Jornal Público, 19 de outubro de 2019;²³
- “A Casa São Roque é a nova casa das artes do Porto” Visão, 7 de dezembro de 2019;²⁴
- “Casa São Roque: o Porto no seu melhor” Observador, 9 de novembro de 2019;²⁵
- “Casa São Roque e A Sede: brota arte na zona oriental do Porto” Time Out, 20 de novembro de 2019;²⁶
- “Casa São Roque – Centro de Arte” Umbigo, 21 de novembro de 2019;²⁷

²³ Possível consultar em: <https://www.publico.pt/2019/10/19/culturaipilon/noticia/palacete-artes-revitalizar-zona-oriental-porto-1890496>

²⁴ Possível consultar em: <https://visao.sapo.pt/visaose7e/sair/2019-12-07-a-casa-sao-roque-e-a-nova-casa-das-artes-do-porto/>

²⁵ Possível consultar em: <https://observador.pt/2019/11/09/casa-sao-roque-o-porto-no-seu-melhor/>

²⁶ Possível consultar em: <https://www.timeout.pt/porto/pt/noticias/casa-sao-roque-e-a-sede-brota-arte-na-zona-oriental-do-porto-112019>

²⁷ Possível consultar em: <https://umbigomagazine.com/pt/blog/2019/11/21/casa-sao-roque-centro-de-arte/>

- “Walter Benjamin: uma nota de rodapé em São Roque da Lameira” Público, 24 de outubro de 2020.²⁸

Durante o processo de lançamento da CSR, foi feito por parte de uma estudante da Licenciatura em Gestão do Património na ESE, Maria Telheiro, um estudo intensivo e a criação de mapas gráficos, de modo a poder identificar quais eram as instituições benéficas, assim como os possíveis concorrentes inseridos na área geográfica do Bonfim e Campanhã, mas não só. Numa primeira fase foram identificados: agrupamentos de escolas, instituições de ensino superior, instituições culturais, dedicadas ao lazer. Após ser feito um levantamento de todas estas instituições, foram selecionadas única e exclusivamente aquelas que eram consideradas como sendo possíveis parceiros estratégicos, com os quais era necessário entrar em contato para expor as ideias e objetivos que no fim poderiam beneficiar ambas as partes. Os contatos com todas estas instituições é feito posteriormente de forma direta através de e-mail ou for telefone, sendo que, existe a necessidade de realizar estes contatos de forma regular, de modo a demonstrar o interesse e a importância que estas instituições têm para a CSR.



Figura 11 - Bandeiras no exterior da Casa São Roque

No exterior da CSR, na rua principal, encontram-se duas bandeiras num poste, onde podemos ler o nome da instituição, o nome da exposição patente e o horário de funcionamento do espaço. Para além disso foram criados alguns *flyer's* que foram distribuídos em zonas movimentadas na envolvência da CSR, como é o caso da Estação de Campanhã.

²⁸ Possível consultar em: <https://www.publico.pt/2020/10/24/culturaipilon/noticia/walter-benjamin-nota-rodape-sao-roque-lameira-1936548>

Existia também a intenção de colocar *mupi's* em várias estações do metro, algo que não chegou a ser posto em prática.

3.2.2. CAPTAÇÃO DE PÚBLICOS

Um dos objetivos principais da CSR era integrar neste projeto, a comunidade local, de modo a servir de estudo, educação e uso por parte dos seus visitantes, em específico aqueles que habitam na zona envolvente. Foram desenvolvidos, nesse sentido, dois protocolos que têm a finalidade de envolver várias entidades com a CSR: cooperação com os Centros de Dia localizados nas freguesias do Bonfim e Campanhã, assim como, uma parceria com o Agrupamento das Escolas do Cerco do Porto.

O primeiro, com os seniores dos Centros de Dia, conhecido como “Inspirar com a Arte e Natureza”, tem como finalidade integrar no meio artístico, os utentes destas instituições. Este projeto implica a realização de uma visita guiada à exposição existente, com a intenção de efetuar uma reflexão acerca do pensamento artístico da curadora, da história da casa, assim como, a realização de uma visita aos jardins que se encontram na envolvente do espaço expositivo. É apresentado a estes utentes uma proposta de desenvolver atividades nas suas instituições, oferecendo-lhes a oportunidade de as apresentarem posteriormente e de forma pública, na CSR.

O segundo projeto, pretende integrar e implementar um contexto científico e artístico, que tenha uma vertente pedagógica, nos jovens pertencentes às escolas do Agrupamento do Cerco. A CSR, em parceria com esta instituição, desenvolveu um programa conhecido como “Descobrir com a Arte e a Natureza”, no qual o serviço educativo abre as suas portas a algumas turmas, com o intuito de cativar os jovens neste projeto, capacitando-os de conhecimento artístico e desenvolvendo o espírito crítico dos mesmos.

Também no que ao serviço educativo diz respeito, a CSR elaborou diferentes atividades, a serem desenvolvidas por faixas etárias distintas:

seguinte possa dar continuidade. No final, é desenrolado o papel e os resultados finais do trabalho de grupo são analisados e debatidos.

- “Em suspenso”, destinado aos alunos desde o segundo ciclo, até ao ensino secundário, pretende analisar a associação de ideias feita pelos alunos, através da disponibilização de imagens em livros e revistas. A seleção e a escolha são uma constante na prática artística de Ana Jotta e a magia desse processo, pode levar-nos a resultados que por vezes podem ser inesperados. O objetivo é interligar diferentes pensamentos, uma vez que aquilo pode ser considerado aleatório à partida, na realidade pode ter uma interligação oculta.

- “Inventoria”, destinado aos alunos do ensino secundário, consiste na realização de uma visita guiada muito rica em informação. Durante a realização da mesma, são explorados os seguintes assuntos: exposição patente, a história da casa, as suas características decorativas e arquitetónicas, e por fim o seu jardim. A exposição *Inventoria* de Ana Jotta, permite abordar uma tipologia artística que surgiu no século XX, conhecida como *site specific*³⁰. Deste modo, os alunos são desafiados a identificar ao longo da visita, quais são as obras apresentadas que foram feitas propositadamente para esta casa/exposição.

- “Diário J”, destinado aos alunos do ensino secundário e especificamente do curso de Línguas e Humidades, consiste na distribuição de um diário, desafiando os alunos a recolher, durante o percurso pela exposição, material escrito sobre aquilo que mais os inspirou na sua visita à CSR. Posteriormente, fazem uma análise no contexto da sala de aula, à informação recolhida, e enviam os seus trabalhos para a equipa do serviço educativo, de modo a que estes possam ser partilhados nas redes sociais da CSR.

A CSR disponibiliza também a realização de visitas guiadas, de dois âmbitos. A primeira é feita pela área expositiva, dando a conhecer história da Casa e da família que nela habitou, assim como uma descrição das características decorativas e os detalhes arquitetónicos, assim como as obras de arte que dão atualmente, vida à Casa. No dia 7 de março de 2020, pelas 16h, foi realizada uma visita guiada feita pela própria artista, Ana Jotta, nesta visita para além de

³⁰ Ver nota de rodapé 22.

falar sobre ela própria, sobre os seus métodos de trabalho e modo de vida, relacionou a vida da Casa, com as obras nela expostas. A segunda visita guiada que é possível realizar, é feita às Camélias Centenárias, estas que se encontram no Jardim circundante à Casa e no Parque de São Roque, que se estende por mais de 4 hectares. Ambas as visitas guiadas, podem ser feitas por grupos até 35 pessoas, tendo um custo de 50€, ao qual acresce o valor do bilhete individual. A marcação das visitas encontra-se obviamente condicionada à disponibilidade e deve ser sempre marcado pelo menos 7 dias úteis antes.

No mês de novembro de 2020 e devido às atuais circunstâncias em que vivemos devido ao Covid-19, a CSR nas manhãs do dia 21 e 22 desse mesmo mês, permitiu através da iniciativa “Manhãs na Casa” que pelo valor de 20€ (no qual se encontra incluído o valor de entrada) fosse possível participar numa visita guiada composta por 5 pessoas. Esta era uma oportunidade única para participar inserida num grupo pequeno, numa visita personalizada e com um preço especial. Na compra desta experiência, encontrava-se também incluído um pequeno-almoço, a ser tomado na Sala de Vinhos, o menu incluía uma bebida quente (chá ou café), um sumo de laranja e um pão de fermentação natural, acompanhado de manteiga, requeijão de ovelha e compota.

A finalidade da realização destas visitas guiadas, é proporcionar uma experiência única a quem a realiza, dotando os visitantes de m conhecimento maior, acerca do património histórico, cultural e natural que a CSR tem para oferecer. No que a programações culturais diz respeito, estas têm um papel preponderante na definição da identidade de um Centro de Arte. A cultura é essencial para a sociedade, assumindo um papel de agente de identificação pessoal e social, desse modo é importante a fomentação e propagação da cultura de um determinado local, com a finalidade de dar a conhecer o mesmo aqueles que são os seus públicos.

A CSR realizou na Sala de Vinhos, no dia 14 de dezembro de 2019 pelas 15h, a apresentação do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitetura”, da autoria de Domingos Tavares e Teresa Portela Marques. Já no dia 18 de julho de 2020 pelas 18h, Neill Lochery apresentou no Jardim da Casa, o seu livro “Porto – A Entrada para o Mundo”, livro de leitura essencial, escrito por um dos mais famosos escritores escoceses. No dia 6 de setembro de 2020 pelas 18h, de modo a fomentar o debate cultural, a CSR iniciou um ciclo de conversas “Em torno do contemporâneo”. Esta primeira sessão contou com a participação de Bernardo Pinto de Almeida, Professor Catedrático de Teoria e História da Arte, na Faculdade de Belas-Artes da Universidade do Porto, o mesmo organizou mais de 100 exposições em Museus e Instituições Ibéricas. Dando continuidade a este ciclo de conversas, no dia 11 de outubro de 2020 pelas 16h, contou com a participação de João Mendes Ribeiro, arquiteto pela Faculdade de Arquitetura da Universidade do Porto, concluiu o seu Doutoramento na Universidade de Coimbra, onde é docente do Departamento de Arquitetura desde 1991. O seu trabalho originou várias publicações nacionais e internacionais, assim como, 8 monografias por diferentes editoras e de exposições de sucesso.

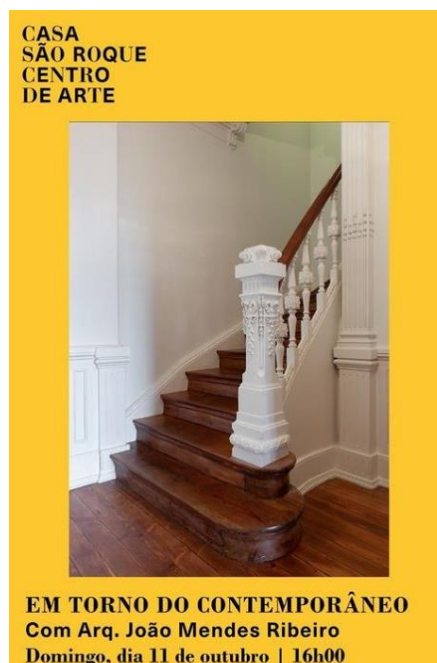


Figura 14 - Em Torno do Contemporâneo, 11/10/2020

<https://www.instagram.com/p/CGCHytbAFaE/>

No dia 22 de agosto de 2020, pelas 17:30h, realizou-se pela primeira vez no jardim e sala de vinhos da CSR, o evento “Bossa Nova no Jardim”. Este que seria o primeiro, de outros 3, contou com a participação de Lilian Raquel, Marcelo Amazonas, Carlos César Motta e Cláudio César Ribeiro. Uma semana depois, no dia 29 pela mesma hora, realizou-se a segunda sessão, com a participação dos mesmos intervenientes da primeira. A terceira e última sessão, realizou-se duas semanas depois, no dia 12 de setembro pelas 17h, como forma de despedida do verão e dos dias de sol e calor, a CSR convidava os seus visitantes a trazer uma manta ou toalha e a relaxar na relva do jardim, ou então, optando por se sentar numa das mesas, tendo ao seu dispor um menu que incluía uma seleção de vinhos e acompanhamentos, assim como sumos, águas e chás. Todas estas sessões eram gratuitas, podendo se quisesse efetuar uma

contribuição voluntária aos músicos, não era necessário realizar qualquer reserva, no entanto a CSR, reservava o direito de proibir a entrada de novos participantes, caso fosse considerado que o número de pessoas atingisse um máximo que impossibilitasse a manutenção das normas de segurança e higiene sanitária.

Este levantamento de atividades que decorreram na CSR foi feito ao longo da escrita do relatório, sendo que foram realizadas muitas outras atividades neste mesmo espaço ao longo do ano de 2021, como é o caso da “Venha celebrar connosco a Chegada da Primavera”, esta consistiu na realização de visitas guiadas pelas camélias centenárias ao longo dos dias 9, 10 e 11 de abril, estas que eram dirigidas pelo Professor Armando Oliveira. Durante o verão foram novamente realizadas atividades musicais, como é o caso da “Samba Jazzy” que decorreu no dia 21 de agosto, e, um mês depois, no dia 25 de setembro “Tributo a Chico Buarque”.



Figura 15- Tributo a Chico Buarque
<https://www.instagram.com/p/CTumkbNM3WA/>

Mais recentemente, podemos enumerar a realização de uma nova conversa “Em torno do contemporâneo” com a participação de João Mendes Ribeiro, a mesma decorreu no dia 13 de novembro, para além disso, no dia 28 de novembro decorreu a apresentação de um livro sobre a vida e obra de André Soares (arquiteto tardo-barroco), livro este que fora apresentado pelo autor do mesmo, Domingo Tavares.

A realização de todas estas atividades que foram enunciadas, foi algo preponderante para o crescimento da CSR como Centro de Arte, sendo que as mesmas ajudaram imenso a criar a imagem identitária do espaço, assumindo-se como um local capaz de se adaptar às dificuldades impostas pela pandemia, soube tirar partido dos seus melhores atributos, como

é o caso da história do edifício em si (e da família que nele habitou) e dos magníficos espaços verdes que o rodeiam.

3.3. INSTRUMENTOS DE *MARKETING*

3.3.1. *MARKETING* E PUBLICIDADE EM CONTEXTO DE EQUIPAMENTOS CULTURAIS

No que diz respeito à conceção de um plano de *marketing*, é essencial o desenho a nível organizativo da instituição cultural, assim como a criação de sistemas que irão capacitar o museu de desenvolver, colocar em prática e supervisionar as atividades a serem implementadas através da sua nova estratégia, de modo a conseguir uma elevada eficácia nas atividades a desenvolver. O Plano de *Marketing* constitui-se por 6 diferentes fases: Diagnóstico, Definição de Objetivos, Opções Estratégicas, Plano Operacional, Plano de Ações e Avaliação.

O Diagnóstico diz respeito a uma análise feita de forma detalhada à instituição e daquela que é considerada a sua concorrência, podendo identificar os seus pontos fracos e fortes, oportunidades e fraquezas, esta é designada como análise SWOT, assim como os vários segmentos de públicos. Uma instituição, não é capaz de atrair na totalidade os consumidores de um certo mercado, deste modo é incontornável a opção de escolha, assente numa segmentação de mercado o mais exaustiva possível, procurando a identificação de grupos de consumidores que possuem as mesmas características, com a finalidade de atender às suas necessidades, comportamentos e expectativas, mas também aos seus desejos.

Segundo Kotler (Kotler and Kotler 2008), são vários os critérios aos quais pode obedecer a segmentação dos mercados culturais:

- Critérios Geográficos: divide-se o mercado em diversas entidades geográficas, países, cidades, regiões, etc. O caso dos turistas é um exemplo de um mercado particular, uma

vez que estes apresentam necessidade específicas, como a tradução, implicando assim a atenção ao nível de oferta criada pelas instituições museológicas;

- Critérios Demográficos: o mercado divide-se em grupos diferentes, tendo como princípio as variáveis ao nível sociodemográfico, nomeadamente a o género, a idade, a nacionalidade, a escolaridade, a profissão, o agregado familiar, a religião, etc.;
- Critérios Psicográficos: divide-se o mercado por grupos, de acordo com aquela que é a sua personalidade e/ou estilo de vida;
- Critérios ao nível dos Benefícios procurados/Comportamentais: o mercado divide-se em diversos grupos com base numa ocasião (uma saída esporádica), no estatuto do utilizador (visitante habitual, visitante ocasional e não visitante), no grau de fidelização e por último no grau de predisposição para tomar uma determinada escolha.

A segmentação do mercado possibilita uma mais rigorosa seleção dos públicos-alvo e isto depende de fatores específicos que se encontram relacionados com o museu, tais como os objetivos e a missão, a localização, a sua coleção, o tema da mesma e os recursos disponibilizados. Todos estes fatores, permitem à instituição promover ofertas que atraiam públicos proporcionando uma vantagem ao nível diferencial em relação à sua concorrência e de forma simultânea, uma definição do seu posicionamento. É essencial para o museu definir o seu posicionamento, tendo como base aquela que é a sua imagem, as suas ofertas e os seus valores, a originalidade e credibilidade, de forma a que os públicos possam compreender, valorizar e sentirem-se atraídos por uma determinada instituição em relação aquela que é a sua concorrência, podendo adotar estratégias diferentes de posicionamento: em função dos serviços prestados pela instituição, das características e atributos do museu, assim como o perfil daqueles que o visitam.

A Definição de Objetivos, diz respeito a uma fase essencial visto que esta irá definir na totalidade a estratégia a ser seguida por parte da instituição, de acordo com aqueles que são os objetivos e a missão da mesma. Deste modo encontram-se reunidas as condições necessárias para definir uma estratégia de marketing, tendo em conta a definição dos públicos-alvo e a posição da instituição.

As Opções Estratégicas constituem a definição da estratégia de marketing a tomar, identificando os elementos que se seguem:

- Públicos-alvo;
- Posicionamento, dizendo respeito à forma como pretende ser vista a instituição pelos públicos, deste modo é essencial identificar os benefícios oferecidos e os elementos diferenciais em relação aquela que é a sua concorrência.

O Plano Operacional consiste numa das etapas do Plano de *Marketing* que é traduzido na definição dos diversos elementos do *Marketing-Mix*, este conceito surgiu por parte de Neil Borden (Borden 1953) e foi popularizado por parte de Philip Kotler, este conceito é ainda hoje reconhecido como uma essencial componente da estratégia de Marketing, sendo composto por um conjunto de fatores que têm influência no modo como os consumidores respondem ao mercado: conhecido como os 4 P's: *Product/Produto*; *Price/Preço*; *Promotion/Comunicação*; *Place/Distribuição*. De forma posterior, ocorreu a associação de um 5º P (*People/Pessoas*) no marketing de serviços, uma vez que as pessoas têm um papel essencial. A análise apresentada de seguida é aplicável à área museológica.

Product/Produto:

É o elemento essencial e com maior importância de qualquer estratégia de *Marketing*, diz respeito ao serviço ou bem que é capaz de satisfazer uma necessidade. No caso das instituições museológicas, de forma específica, o “produto” é composto por diversas vertentes. Para além da coleção, uma das facetas mais identitárias e visíveis de um museu, é essencial a relação estabelecida com aqueles que trabalham na instituição, os serviços/produtos/experiências complementares que se encontram destinados aos visitantes, como é o caso: da biblioteca, da cafetaria, da loja, as conferências, as atividades desenvolvidas pelos Serviços Educativos, o *merchandising*, etc. Os produtos dos museus dizem respeito a tudo aquilo que resulta de processos desenvolvidos pela instituição museológica, que de forma direta ou indireta, a curto ou longo prazo, sirvam os clientes a que estes se destinam.

O comportamento do consumidor em relação ao produto é estimulado por vários fatores:

- Fatores culturais: comportamentos e valores que são transmitidos pela sociedade em que se encontram inseridos;
- Fatores pessoais: as circunstâncias económicas, a ocupação, o contexto familiar e o estilo de vida;
- Fatores macro ambientais: as forças políticas, sociais, tecnológicas e económicas que têm influência nos valores, atitudes e decisões importantes;
- Fatores psicológicos: as atitudes e crenças, a perceção individual da realidade, a personalidade e motivações.

Price/Preço:

Nesta variável, é essencial considerar, não só a venda do serviço/produto base (visita ao museu), mas também as extensões restantes, identificadas anteriormente., isto traduz-se numa realidade complexa e diversificada, com muitas variáveis. Podemos falar sobre a questão da gratuitidade dos museus, assunto que tem sido objeto de várias discussões, não existindo um consenso em relação a esta matéria. Se, por um lado, muitos pensam que o acesso gratuito iria favorecer a democratização da cultura, contribuindo para o cumprimento da função pública e social do museu, outros consideram a gratuidade como um elemento que desvaloriza a instituição, no entanto, a realidade não se pode reduzir apenas a esta equação, é necessário ter em conta que há outras questões a serem consideradas, como é o caso do valor, das isenções, a receita e a sua importância, assim como a concorrência.

No que diz respeito aos preços praticados por parte das instituições museológicas, é possível verificar a existência de uma diversidade de critérios, de acordo com aquelas que são as orientações das respetivas tutelas. Na maior parte dos casos, é aplicada uma distinção de preços para públicos diferenciados, sendo até possível, em alguns dos casos, visitar o museu de forma gratuita, nomeadamente em dias designados previamente e horários específicos.

Um dos argumentos mais discutido na defesa do acesso pago às instituições museológicas, é a debilidade financeira e económica dos museus, mesmo nos casos em que os valores em

causa não sejam uma solução para esse problema. Na obra “Práticas de Gestão nos Museus Portugueses” (Serra 2007), são enumerados vários métodos a serem considerados pelos museus para fazer face às carências a nível financeiro, como é o caso: bilheteira; concessões; lojas e *merchandising*; cafetaria ou bar; cedências de espaços; mecenato e patrocínio; fotografias e filmagens; outros serviços como por exemplo as visitas guiadas, o restauro de peças, entre outras.

O museu é que tem de ser capaz de fazer perceber aos visitantes/utilizadores o verdadeiro valor daquilo que lhes é oferecido, da experiência que é proporcionada, assim como os benefícios da mesma.

Promotion/Comunicação:

Esta variável tem a finalidade de dar a conhecer o museu e aqueles que são os seus produtos, serviços e atividades, formando uma identidade e posição perante os públicos. É importante realçar que a comunicação exterior está dependente da sua implementação ao nível interno. A comunicação interna diz respeito a uma ferramenta estratégica no envolvimento dos trabalhadores da instituição, estimulando deste modo o diálogo, a troca de experiências e informações, assim como a participação, tendo como base uma cultura organizacional regida por valores. Noutra perspetiva, o contato direto que existe entre os profissionais da instituição e o público, diz respeito a uma ferramenta de *marketing* essencial, pelo que as mensagens transmitidas deverão estar relacionadas de forma perfeita com os objetivos, a missão e filosofia da organização.

No contexto da comunicação de um serviço cultural, podemos identificar quatro objetivos que têm um carácter generalizado:

- A simpatia, reforça sempre um sentimento positivo em relação ao museu;
- A consciencialização, de modo a que a comunidade conheça o museu pelo seu nome ou marca;
- A preferência, a partir de uma mensagem que destaque os benefícios de visitar um determinado museu em deterioramento da concorrência;

- O conhecimento da instituição e das atividades que a mesma organiza.

A eficácia dos objetivos da comunicação, independentemente dos públicos-alvo, depende na maior parte dos casos, de uma definição da estratégia planeada de forma estruturada e detalhada, na qual são definidas as ações e instrumentos a utilizar (*marketing-mix*), de modo a concretizar aqueles que foram os objetivos propostos: o Plano de Comunicação.

Place/Distribuição:

Este que é o quarto elemento, diz respeito ao modo como a instituição coloca a sua oferta ao dispor dos seus visitantes/clientes, em diferentes locais e suportes. É importante ter em atenção, por um lado, o local onde se encontra inserida a instalação da organização cultural, mas também a rede de distribuição que possibilita a comunicação com os seus públicos, a presença online e a loja.

Existem também alguns métodos essenciais para fazer a distribuição da oferta de um museu, como por exemplo:

- Realização de parcerias com diferentes agentes turísticos, como é o caso dos operadores turísticos, restaurantes, companhias aéreas e hotéis;
- Criação de passes que permitem entrada gratuita, assim como descontos atribuídos aos colaboradores das instituições que os patrocinam;- realização de parcerias com os Grupos de Amigos dos museus, para que possam possibilitar nesses mesmos museus a existência de entradas gratuitas;
- Oferecer entrada gratuita aos pais das crianças que em contexto escolar visitam o museu, de modo a incentivar a uma nova visita, mas esta em contexto familiar;
- Disponibilizar online a informação acerca do museu no site da instituição, assim como nas suas redes sociais e outro tipo de plataformas de divulgação que sejam referências na área do Património Cultural.

People/Pessoas:

Esta variável, foi integrada posteriormente à criação do “*Marketing-mix*”, mas não é por isso que é menos importante. Os colaboradores da instituição desempenham um papel junto dos públicos que é considerado essencial e é um fato de diferenciação que contribui, deste modo, para a percepção adquirida pelos públicos acerca da instituição, no contexto de uma certa experiência.

O Plano de Ação deverá ser composto pelo enquadramento, os objetivos e os diversos intervenientes nas ações a tomar, assim como nas várias tarefas agendadas, de acordo com um calendário que deve ser definido de forma prévia, mas também do orçamento disponibilizado. Por fim, a Avaliação dos resultados é muito importante, esta permitir redefinir estratégias e realizar uma caracterização dos índices de aceitação por parte daqueles que são os seus públicos-alvo. A avaliação do museu assume assim um papel essencial naquele que é o projeto de gestão, possibilitando avaliar “o andamento das estratégias, métodos, técnicas, ações propostas, posições, comportamentos, etc. (...) unificando o quotidiano do museu e o projeto de gestão, ajustando-os reciprocamente para a eficiência e a eficácia”. (Cury 2009:275). A avaliação deve ser posta em prática por todo o museu, envolvendo todos os intervenientes, sejam eles internos ou externos.

A Publicidade

É um conjunto de métodos e técnicas que são utilizadas com a finalidade de divulgar uma instituição ou um serviço junto dos públicos, criando de forma paralela, potenciais necessidade em relação a um certo serviço ou bem, não apenas no imediato, mas também tendo em vista a médio/longo prazo. Algumas instituições investem de forma efetiva na publicidade com a finalidade de consolidar a sua marca, a sua notoriedade e prestígio, associada a atividades, produtos e serviços promovidos pela instituição que tendo influência na escolha do público, mas também contribuindo para a receita do museu. É impossível negar o papel da internet e o facto de que esta assumiu a posição de instrumento de comunicação de preferência, sendo que atualmente, deixou de ser uma ferramenta que acarreta custos

elevados, assumindo um papel de um recurso que é de fácil utilização e gestão, aliada ao facto de ser na maior parte das vezes gratuita, demonstrando resultados muito positivos.

A publicidade pode ser feita a partir de diversos meios de transmissão, como é o caso da televisão, da imprensa escrita (periódica e quotidiana; nacional, regional e internacional; especializada, generalista), da rádio e da fixação na via urbana. A seleção do método mais adequado tem de ser feita tendo em conta quais são os seus objetivos e o público-alvo, determinando deste modo o sucesso da campanha publicitária.

Atualmente, as campanhas publicitárias nos meios de comunicação social com maior visibilidade (televisão, jornais nacionais e rádio) têm tendência a diminuir, refletindo os baixos recursos financeiros disponibilizados, tornando-se um privilégio que é quase exclusivamente, das grandes instituições museológicas ou de outras com uma dimensão menor que sejam favorecidas por algum tipo de financiamento ou uma circunstância pontual, como é o por exemplo o caso da atribuição de uma distinção ou prémio.

Um dos métodos publicitários mais usados por parte dos museus é o desdobrável, que de forma objetiva e concisa, recorrendo a técnicas de redação de texto e design, procuram transmitir a mensagem, atraindo aos museus novos públicos. Para além disso, é frequentemente utilizada a informação a partir da sinalética, interna e externa do museu, indicando serviços, percursos, eventos, etc. seja no formato de desdobráveis ou cartazes. Noutra perspetiva, a utilização de diferentes ferramentas tecnológicas, com custos baixos e altamente eficazes (quando potenciadas devidamente), constitui uma tendência que se encontra numa grande fase de crescimento.

No que aos museus diz respeito, dependendo dos objetivos que os mesmos pretendem alcançar, existem vários tipos de publicidade que podem ser enunciados:

- Publicidade Classificada, que tem como finalidade informar o público sobre a realização de um certo evento;
- Publicidade Institucional, de modo a promover a imagem da instituição;

- Publicidade Promocional, divulgando uma campanha, como é o caso, da angariação de mecenato;
- Publicidade de Produto, de modo a divulgar uma coleção, a realização de uma exposição temporária, um serviço ou atividade específica.

Relações Públicas

Este termo surgiu no século XX nos Estados Unidos, perante um imperativo político, empresarial e financeiro, sendo que todas estas instituições precisavam de uma opinião pública, de acordo com a alta competitividade que existe a nível de ideologias e produtos. O Relações Públicas (RP) assume um papel de profissional da comunicação e atua como um intermediário entre a instituição para qual trabalha e os seus públicos: visitantes, mecenas, patrocinadores, imprensa, etc. Em muitas instituições museológicas encontra-se integradas na sua equipa, pessoas que são profissionais na área da comunicação, exercendo estas funções. Apesar de tudo, esta realidade não é habitual em todos os museus, sendo que depende da sua dimensão, tutela e dos recursos de que o mesmo dispõe, este papel é muitas vezes assumido por parte do diretor da instituição. Se tivermos como exemplo, países como o Reino Unido, Espanha e França, aqui é possível verificar que existem equipas capacitadas de recursos humanos competentes nestas matérias, uma vez que a importância que é atribuída à mesma é visível de igual forma na própria estrutura orgânica do museu, sendo habitual existirem departamentos destinados única e exclusivamente ao marketing e comunicação.

Se formos analisar como isto decorre no nosso país, é possível constatar diversas realidades: instituições de renome que são na sua maioria privadas, possuem profissionais integrados na sua equipa que estão capacitados de competências na área da comunicação, integrados muitas vezes em departamentos específicos, como é o caso da Fundação Calouste Gulbenkian (Serviço de Comunicação e um Gabinete de *Marketing*) e da Fundação de Serralves (Departamento de Assessoria de Comunicação e um Serviço de Imagem e Divulgação); museus de dimensões mais reduzidas, tutelados na sua maioria pela Administração Local, com recursos humanos e financeiros reduzidos, cuja comunicação está dependente de uma estrutura central e que não é dedicada de forma exclusiva à divulgação

do Museu, podendo relegar esse assunto para um plano secundário no que à estratégia de comunicação diz respeito, em função das prioridades e interesses estabelecidos pela Tutela (função desempenhada pelos Gabinetes de Imprensa, na maioria dos casos nos Museus Municipais).

O RP põe em prática as suas funções em diversos cenários, mantendo sempre o propósito de criar um diálogo constante entre a instituição e aqueles que são os seus públicos. Deste modo, os RP têm como funções “organização e divulgação de eventos sociais e culturais, relações com a comunidade e com os *stakeholders* do museu – entidades (pessoas ou organizações) que possuem um interesse legítimo no setor e de quem a instituição depende para atingir os seus objetivos – relações com os meios de comunicação social, elaboração de comunicados de imprensa, divulgação de serviços, serviços de “porta-voz”, entrevistas, relações com outras instituições, relações com o setor do turismo, etc.” (Garcia 2003)

Para finalizar, o RP assume um papel preponderante ao nível da relação entre os meios de comunicação social e a instituição, produzindo notas de imprensa, artigos, conferências de imprensa, *briefings*, entrevistas, etc., com a finalidade de gerar uma empatia entre a instituição e aqueles com quem a mesma se relaciona, neste caso os profissionais da área da comunicação social.

Merchandising

É um instrumento de *marketing* focado no ponto de venda, não só na perspetiva da venda de serviços ou do produto, mas tendo também em conta o espaço em que essa função é exercida. No contexto de um mercado que se assume cada vez mais competitivo, não chega oferecer serviços ou produtos de qualidade, é necessário também chamar à atenção dos clientes, oferecendo-lhes informação, tornando melhor a visibilidade dos produtos, serviços e/ou marcas, com a finalidade de influenciar e motivar as decisões de compra dos consumidores. A iluminação, a exposição estratégica dos produtos, a informação associada, as cores, são algumas das estratégias que são utilizadas como estímulo à compra. O *merchandising* tem como finalidade chamar à atenção do consumidor, despertando o desejo, interesse e acionando a vontade de compra. No entanto, é importante salientar que o

merchandising não é garantia do sucesso de uma loja, existindo a necessidade de articular estratégias ao nível da qualidade, preço, diversidade, atendimento ao cliente e publicidade.

De um modo particular, contribui para a construção da marca, no caso dos museus, é possível verificar a existência de um investimento na produção de *merchandising* com a finalidade de promover o museu, as suas atividades, o seu espólio e em último caso, aquela que é a sua marca. As lojas dos museus assumem um papel preponderante, possibilitando a compra de diversos produtos, que permitem de algum modo, dar continuidade à experiência museológica.

3.3.2. MARKETING-MIX E ANÁLISE SWOT

Para finalizar este capítulo, foi feito um estudo e posterior análise de resultados sobre a CSR como espaço museológico. No que diz respeito ao *Marketing-mix* e tendo em conta os 5 P's, podemos fazer o seguinte levantamento:

Product/Produto

A CSR assume-se como um Centro de Arte Contemporânea, capacitado de uma enorme coleção pertencente ao Dr. Pedro Álvares Ribeiro, para além disso, o edifício onde esta se encontra inserida, tem por si só, um enorme interesse para os possíveis visitantes, devido à sua história de mais de 200 anos. De modo a satisfazer aqueles que a visitam, tem ao seu dispor uma Sala de Vinhos/Biblioteca, local onde é possível relaxar e tomar um café ou um chá, tudo isto enquanto se folheia as páginas de um livro ou catálogo de arte contemporânea. Neste local acontecem também apresentações de livros e conversas acerca de temas pertinentes, relacionados com a arte e a cultura. O Serviço Educativo é um dos pontos essenciais da CSR, é nele que são desenvolvidas diversas atividades e oficinas direcionadas aos alunos que a visitam. Por último, mas não menos importante, a loja que se encontra junto à bilheteira, permite aos visitantes comprarem uma diversidade de produtos, como é o caso do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitetura”, o catálogo “Ana Jotta –

Inventória”, uma sacola de pano personalizada com o nome da instituição, uma caixa de lápis de cor ou um lápis de carvão, entre outros.



Figura 16 - Artigo de merchandising da CSR

Price/Preço

A CSR encontra-se aberta ao público de quarta a segunda-feira (encerrada todas as terças-feiras), entre as 13:30h e as 19h de outubro a março e, entre as 13:30h e as 20h de abril a setembro. Quanto ao valor de entrada na área expositiva, a CSR pratica diferentes preços, de acordo com vários fatores, sendo que as crianças até aos 12 anos não pagam:

- Bilhete geral (19-64 anos) – 7€
- Estudantes, visitantes entre os 13 e os 18 anos, maiores 65 anos – 3,5€

No entanto, existe a possibilidade de visitar a CSR sem qualquer custo, para isso basta planejar uma visita na primeira segunda-feira de cada mês, dia este em que a entrada é gratuita para todos. Para além disso, as pessoas residentes em Campanhã, podem visitar a CSR todas as segundas-feiras de modo gratuito, mediante a apresentação de um documento comprovativo da zona de residência.

Durante o verão, foram disponibilizadas diferentes ofertas para que os visitantes pudessem usufruir, estas permitiam visitar a CSR com a família ou amigos de um modo mais económico. Deste modo, através da oferta “julho em Família na Casa São Roque” era permitida a entrada na casa, de um grupo até 4 pessoas, por apenas 12€, ou então, grupos de até 6 pessoas, pagariam a quantia de 16€. Outra oferta que poderia agradar a alguns visitantes, era a “Vinho no Parque” e tinha o custo de 18€, esta surgia como uma forma de

desfrutar de uma tarde única no Parque de São Roque, incluía duas entradas para a área expositiva, assim como, a oferta de uma garrafa de Vinho Branco e aperitivos para acompanhamento, produtos estes que poderiam ser consumidos na esplanada que se encontra no exterior da Sala de Vinhos.

Promotion/Comunicação

A equipa da CSR tem como ambição, envolver a comunidade local, através da realização de protocolos com o Agrupamento de Escolas do Cerco e com os Centros de Dia do Bonfim e Campanhã. Para além disso, são essenciais os contatos junto dos seus públicos-alvo: escolas privadas, organizações de estudantes, empresas de arquitetura, universidades seniores, guias turísticos, organizações culturais, entre outros.

Os profissionais que trabalham na Casa, assim como os estagiários ou voluntários, têm de ser capazes de reforçar no visitante, um sentimento positivo, através da sua simpatia e pré-disposição. Isto é essencial porque muitas vezes, a melhor publicidade para um determinado negócio, é o passar da palavra de pessoa para pessoa, ou seja, se um visitante ou um grupo de visitantes ficar agradado pela experiência que lhe foi proporcionada aquando da visita ao espaço, o mais certo é que depois este sugira o mesmo a amigos ou familiares. Deste modo, deve-se ter sempre atenção e cuidado para com o visitante, acompanhando-o quando possível durante o percurso expositivo, para que este fique o mais agradado possível com a experiência

Place/Distribuição

Como já foi falado anteriormente, a CSR tem como parceiros estratégicos as plataformas *Get Your Guide* e *Trip Advisor*. Apresenta-se com um papel muito ativo nas redes sociais e esta é a ferramenta mais utilizada para divulgar qualquer tipo de informação relacionada com exposições ou eventos a ter lugar no espaço. Nas redes sociais da CSR, seja na conta do *Instagram* ou do *Facebook*, podemos encontrar publicações regular, sejam vídeos

ou fotografias que nos mostram obras da exposição temporária patente, assim como, a existência de possíveis eventos no espaço e detalhes da arquitetura da Casa ou da paisagem.

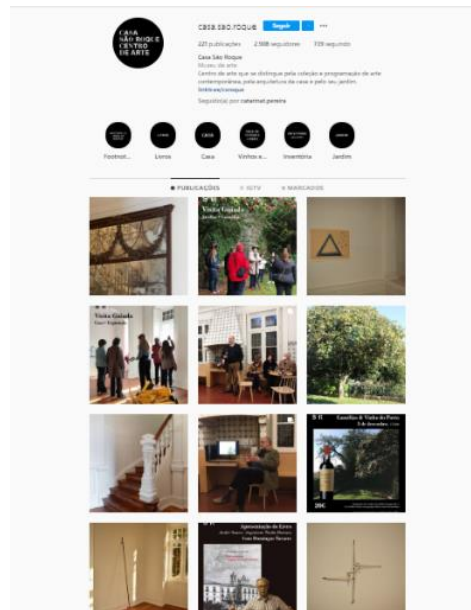


Figura 17 - Instagram da CSR
<https://www.instagram.com/casa.sao.roque/>

O canal do *YouTube* é utilizado de forma menos regular, talvez porque até ao momento não aparenta ter tido muitas visualizações por parte dos possíveis visitantes, algo que não seria o esperado.

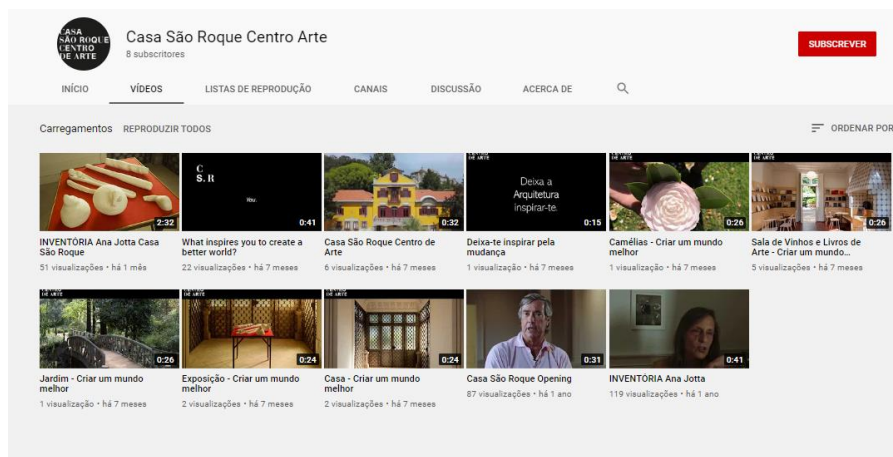


Figura 18 - Canal do Youtube da CSR
https://www.youtube.com/channel/UCOSkP6r6YG3p_OGeYxWj73w/

Para além dos enunciados anteriormente, no site institucional é possível subscrever uma newsletter, recebendo desta forma por e-mail novidades e informações sobre possíveis eventos. Para finalizar, após a realização de uma visita à Casa, os visitantes podem efetuar a

compra de uma pequena lembrança na loja da CSR, transportando assim a imagem do espaço para fora das portas do mesmo.

People/Pessoas

A CSR preocupa-se muito em dar oportunidades a alunos de realizarem estágios³¹ na instituição, assim como a realização de voluntariado por pessoas de diferentes faixas etárias



A Casa São Roque está a recrutar voluntários

O Voluntário é o indivíduo que de forma livre, desinteressada e responsável se compromete, de acordo com as suas aptidões próprias e no seu tempo livre, a realizar ações de voluntariado no âmbito de uma organização promotora

(Lei nº 71/98, 3 de Novembro)

Programa de Voluntariado da Casa São Roque:

O papel de uma equipa voluntária coesa é essencial para viabilizar os desafios e a oferta que a Casa São Roque se compromete a oferecer ao público: proporcionar experiências culturais através da Arte e da Natureza.

O voluntário tem a oportunidade de participar em eventos culturais e integrar uma comunidade ativa, criativa e dinâmica.

Candidatura TORNE-SE VOLUNTÁRIO

Figura 19 - Programa de voluntariado

<https://www.casasroque.art/pt/a-casa-sao-roque-esta-a-recrutar-voluntarios/>

e nacionalidades. O papel de ambos é essencial, para viabilizar a oferta e os desafios a que a CSR se compromete a proporcionar aqueles que a visitam, para além disso, têm deste modo a oportunidade de participar em eventos culturais, integrando uma comunidade ativa, dinâmica e criativa. É possível realizar uma candidatura online³² para se tornar voluntário, no site institucional da CSR.

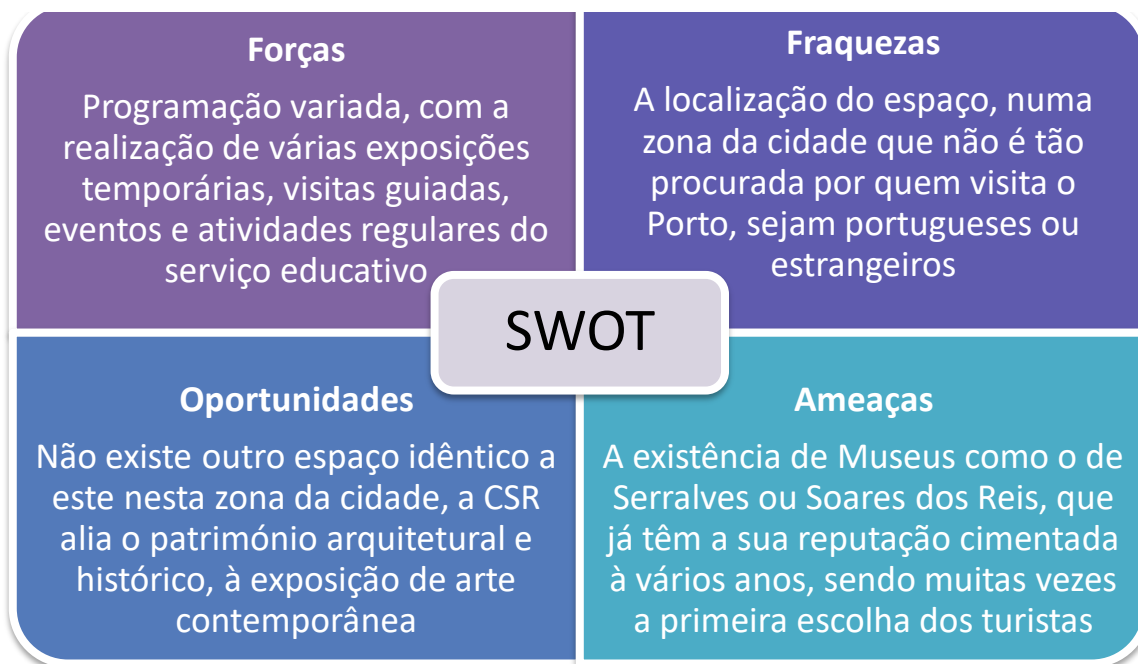
A equipa da CSR tem que assumir um papel ativo junto dos visitantes, criando um diálogo com os mesmos, para ter uma perceção de como foi a experiência de cada um deles. É essencial receber um *feedback*, seja ele positivo ou negativo, assumindo esses resultados como uma forma de melhorar sempre, seja em que aspeto for, a cada dia que passa.

³¹ Estágios disponíveis para alunos de cursos do Ensino Superior.

³² Link da candidatura a voluntário: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdn5il-Jh99_nD2pugrJ6a9Jrj5vlph_ukGr0DdG68-z3e3SA/viewform

Para finalizar este capítulo, podemos fazer uma análise SWOT à CSR, identificando as suas forças e fraquezas, as oportunidades e as ameaças:

Tabela 3 - Análise SWOT da Instituição CSR



Feita a análise SWOT, importa dizer que isto é uma opinião e perceção própria daquela que eu considero ser a realidade atual da CSR, baseado nos dados obtidos. Este método deve ser utilizado como uma ferramenta essencial na formulação de estratégias dentro da instituição, sendo que é necessário cruzar os dados levantados de uma forma imparcial, vendo os possíveis cenários não só a nível interno, mas também externo. A formulação da estratégia deve ser feita de uma forma organizada e sucinta, concentrando-se nas características mais relevantes.

Na prática, a realização de uma análise SWOT permite a perceção do cenário externo (mercado e concorrentes), assumindo sempre expectativas realistas, une a equipa de trabalho e possibilita a construção de estratégias mais eficientes. Ao entender os pontos fortes e fracos da instituição, assim como as oportunidades e ameaças externas, torna-se mais fácil fazer ajustes naquilo que é preciso melhorar, acertando detalhes e desta forma, oferecendo serviços e produtos ajustados aquilo que os públicos procuram.

CONCLUSÃO

A realização deste relatório, tem em conta todos os objetivos traçados, procedimentos utilizados, tarefas colocadas em prática e problemas encontrados ao longo do trabalho de estágio redigido sobre a CSR. Para a compreensão, execução e aplicação de todos os passos, foi preciso utilizar conhecimentos obtidos através das unidades curriculares da Licenciatura em Gestão do Património (Gestão Cultural; Museologia; Programação e Produção Cultural; Produção e Montagem) e do Mestrado em Património Artes e Turismo Cultural (Coleções, Espólios e Acervos; Estudos curatoriais). Aliados a estes, encontram-se também os conhecimentos e experiência obtidos ao longo da realização do estágio com as diferentes funções desempenhas na instituição, nas diferentes áreas enunciadas anteriormente neste relatório.

Os objetivos propostos inicialmente foram atingidos, mas não da forma que se pretendia, devido às particularidades encontradas durante a minha estadia na CSR. Ao contrário daquilo que eu pensava, tive que assumir na maior parte das vezes um papel importante na área expositiva, ficando assim impedido de realizar, junto da equipa de trabalho, um estudo mais aprofundado acerca dos públicos e de como é feita a publicidade na instituição. Para tirar as devidas conclusões e enunciar as possíveis formas de resolver os problemas encontrados, é preciso abordar novamente algumas das temáticas essenciais para a estruturação deste relatório.

Nas sociedades contemporâneas, os Centros de Arte e os Museus, assumem-se como instituições diversificadas, no que diz respeito à sua natureza, organização, recursos, objetivos e abrangência das atividades desenvolvidas. A maior importância deste tipo de instituições na sociedade e na cultura, comprovada também pelo reconhecimento do seu valor económico, exige que nestas seja feito um aumento do nível de profissionalismo em todas as áreas, principalmente no que à interação com a sociedade diz respeito. Esta problemática assume uma substancial importância tendo em conta um crescendo na concorrência, de iniciativa privada e pública, procurando que as instituições de arte assumam um papel de promotores de Cultura, Educação e Lazer. Desta forma, é necessário que os centros de arte e museus

procurem adquirir competências que lhes permitam tomar uma posição na sociedade a este nível, tornando-se uma opção de consumo. O mesmo só é possível caso as instituições de arte procedam a uma reformulação dos seus processos de comunicação, integrando nas suas dinâmicas, abordagens disciplinares diferentes, nomeadamente do *marketing*.

Este relatório concretiza uma análise e reflexão, sobre a temática da comunicação nos centros de arte e museus, de uma forma mais específica acerca da CSR, fazendo uma abordagem, não exaustiva, à disciplina do *marketing*, tendo em conta as particularidades desta instituição. A comunicação e a divulgação nestes espaços, constitui um objetivo intrínseco da sua natureza e assume-se como elemento essencial à sua definição. Por esse motivo, deverão assumir uma abordagem integrada que vislumbre a definição de uma estratégia clara, as ações a tomar e os objetivos a alcançar, assim como, as técnicas e os instrumentos a utilizar.

Os estudos de públicos são uma ferramenta essencial para a realização de análises de mercado, sendo que algumas instituições realizam inquéritos aos seus públicos de modo a traçar o perfil do mesmo, as suas necessidades e motivações. Para além dos estudos de públicos, existem outras lógicas de funcionamento das instituições, que se aproximam do *marketing* e da sua linguagem, podemos usar como exemplo, os diretores dos centros de arte e museus, que frequentemente têm de assumir o papel de RP da instituição que representam, assim como o *merchandising* e a publicidade. A utilização de estratégias de *marketing* não deve ser entendida como uma garantia da resolução dos possíveis problemas encontrados, mas sim como um contributo de elevada importância enquanto potenciador da marca e da notoriedade das instituições junto dos seus públicos.

O processo de comunicação neste tipo de instituições foi favorecido pela introdução das tecnologias da informação e comunicação. Estas vieram alterar de forma significativa a difusão cultural, promovendo assim uma forma nova de produzir e construir conteúdos. Esta realidade cria um paradoxo: embora seja mais fácil comunicar, este desígnio assume uma complexidade maior, devido à variedade de ferramentas disponíveis e as suas especificidades de carácter técnico.

A escassez de recursos humanos, em conjunto com as debilidades de carácter tecnológico e os baixos recursos financeiros, em grande parte das instituições, constituem os motivos apontados de forma mais frequente para explicar a existência de dificuldades na implementação de estratégias de comunicação eficazes. No entanto, a falta de recursos é menos importante do que a capacidade de delinear uma estratégia, devidamente planeada e organizada, tendo sempre em conta os recursos disponíveis, que ultrapassam as fronteiras físicas das instituições e os constrangimentos administrativos em que se inserem.

A ausência de opções de carácter estratégico e de uma eficaz gestão dos recursos existentes, pode ser evidenciada na análise realizada ao longo deste relatório. De acordo com os dados enunciados, considero que a percentagem de investimento destinada à comunicação por parte da CSR, é reduzida. Esta realidade reflete as prioridades assumidas perante os recursos que aparentam ser escassos, sendo que a toma desta posição possa ser um reflexo da pouca experiência da equipa da CSR.

Finalizado o meu estágio, foi possível identificar uma variedade de problemas que precisam de uma solução estratégica para melhorar não só a estadia dos estagiários e voluntários na instituição, mas também a experiência vivida por aqueles que a visitam. O resultado deste estudo pretende assumir-se, não só como uma reflexão sobre a CSR e a comunicação feita pela mesma, mas também como um contributo para o solucionamento num futuro próximo dos problemas encontrados:

- Desenvolver uma investigação aprofundada acerca dos processos de comunicação nas instituições similares, visando desenvolver planos específicos;
- Desenvolver um programa de investigação com a finalidade de monitorizar de que forma os públicos entendem os centros de arte, as ações desenvolvidas e a forma como as comunicam;
- Formar equipas com experiência em várias áreas temáticas, contemplando a eventual integração de profissionais externos à instituição, capacitados de competências diversas ao nível do *marketing* e da comunicação;

- Continuar a desenvolver ainda mais parcerias com organizações de diferentes tipologias, nomeadamente: Media, Turismo, Educação, entre outros.

Posto isto, após a realização do meu estágio na CSR, fiquei com a perceção de que esta instituição depende em demasia do trabalho desenvolvido pela sua equipa de estagiários e voluntários. Ao dizer isto, não estou a assumir que o trabalho dos mesmos não é valorizado, mas que muitas das vezes lhes são confiadas tarefas que nem todos estão preparados para desempenhar de forma autónoma, sem a supervisão ou assistência de outra pessoa com mais experiência. A solução para este problema é, fazer um investimento maior na contratação de pessoal especializado que possa ficar de forma permanente nas zonas das áreas expositivas, acompanhando sempre que possível os estagiários e voluntários, para que estes possam desenvolver o seu trabalho junto de alguém que lhes serve como exemplo.

Para finalizar, este estágio trouxe-me numa perspetiva pessoal, vários conhecimentos ao nível de adaptação num ambiente de trabalho que nunca havia experienciado anteriormente, assim como, conhecimentos a nível histórico e artístico, através da leitura de toda a bibliografia necessária para a elaboração deste relatório.

BIBLIOGRAFIA

- Alves, R. (2019). *Lançamento da Casa S. Roque – Centro de Arte: Contributos para a Gestão da Coleção Peter Meeker*. Relatório final de estágio do Mestrado em Estudos Artísticos – Estudos Museológicos e Curadoriais da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/122422/2/353713.pdf>
- Andresen, T. Portela, T. (2001). *Jardins Históricos do Porto*. Lisboa, Edições Inapa.
- Azevedo, R. (2007). *A Acção Pedagógica Do Serviço Educativo Do Museu Calouste Gulbenkian*. Revista Museologia.pt Nº1
- Barbosa, J. e Silva, F. (2006). *Marques da Silva, o aluno, o professor, o arquitecto*. Porto: Fundação Instituto Arquitecto Marques da Silva, 1ª Edição.
- Cardoso, A. (1997). *O Arquitecto José Marques da Silva e a Arquitectura no Norte do País na primeira metade do séc. XX*. Porto: FAUP publicações, 2ª edição.
- Guimarães, G. De Almeida, G. (2013). *Adriano Ramos Pinto – Vinhos e Arte*. Vila Nova de Gaia: Edições Ramos Pinto.
- Pinto, M. (2017). *Porto, última estação*. Porto: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Piowarska, B. Wandschneider, M. (2019). *Ana Jotta: Inventória*. Porto: Casa São Roque – Centro de Arte.
- Reis, C. (2017). *Coleção Peter Meeker: Contributos para o Processo de Documentação*. Relatório final de estágio da Licenciatura em Gestão do Património da Escola Superior de Educação do Porto.

Rodrigues, A. (1990). *Estratégias Da Comunicação: Questão Comunicacional E Formas de Sociabilidade*. Lisboa: Presença

Tavares, D. Cepeda, A. Portela, T. (2019). *Casa São Roque: Equações de Arquitectura*. Porto: Dafne Editora

Telheiro, M. (2019). *Um novo Centro de Arte para a Zona Oriental da Cidade do Porto*. Relatório final de estágio da Licenciatura em Gestão do Património da Escola Superior de Educação do Porto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Borden, N. (1953). *The Concept of the Marketing Mix*. Journal of Advertising Research of Cambridge University. Reino Unido.
- Cury, M. (2009). *Novas Perspectivas Para a Comunicação Museológica E Os Desafios Da Pesquisa de Recepção Em Museus*. Seminário de Investigação Em Museologia Nos Países de Língua Portuguesa E Espanhola. Vol. 1. Porto.
- Garcia, N. (2003). *O Museu Entre a Cultura E O Mercado: Um Equilibrio Instável*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra.
- Kotler, N. Kotler, P. (2008). *Estrategias Y Marketing de Museos*. Barcelona, Ariel.
- Serra, F. (2008). *Museus: Gestão de Recursos Ou a Arte de Gerir a Escassez*. Revista Museologia.pt Nº2

WEBGRAFIA

Branco, R. (2019). *Casa São Roque. Um Centro de Arte*. O Porto encanta. [Consultado em: 20/05/2020]. Disponível em: <https://www.oportoencanta.com/2019/11/casa-sao-roque-um-centro-de-arte.html>

Casa de São Roque - Porto. Agenda Cultural do Porto. [Consultado em: 21/11/2021]. Disponível em: <https://agendaculturalporto.org/os-melhores-jardins-e-parques-do-porto/casa-de-sao-roque-porto/>

Casa São Roque - Centro de Arte. Turismo do Porto e Norte de Portugal. [Consultado em: 19/09/2021]. Disponível em: <http://www.portoenorte.pt/pt/o-que-fazer/casa-sao-roque-centro-de-arte/>

Filipe, A. (2009). *Palacete da Quinta de São Roque da Lameira / Quinta da Lameira*. Direção-Geral do Património Cultural. [Consultado em: 14/04/2020]. Disponível em: http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=27171

Palacete do século XVIII vai expor coleção de arte contemporânea. Diário de Notícias. 31 de maio de 2016. [Consultado em: 19/03/2021]. Disponível em: <https://www.dn.pt/artes/palacete-do-seculo-xviii-vai-expor-colecao-de-arte-contemporanea-5202092.html>

Palacete Ramos Pinto foi reabilitado e abriu como polo cultural em São Roque. Porto. 21 de outubro de 2019. [Consultado em: 05/06/2020]. Disponível em: <https://www.porto.pt/pt/noticia/palacete-ramos-pinto-foi-reabilitado-e-abriu-como-polo-cultural-em-sao-roque>

Santos, J. (2016). *Parque de São Roque vai ter galeria de arte contemporânea*. Jornalismo Porto Net. [Consultado em: 19/03/2021]. Disponível em: <https://www.jpnpn.up.pt/2016/05/17/parque-sao-roque-vai-galeria-arte-contemporanea/>

Sousa, F. (2020). *Casa e Parque de São Roque: Contemplar a arte entre camélias e vistas sobre o Douro*. Crónicas Dutopia. [Consultado em: 21/01/2021]. Disponível em: <https://cronicasdeutopia.com/2020/12/19/casa-e-parque-de-sao-roque-contemplar-a-arte-entre-camelias-e-vistas-sobre-o-douro/>

Teixeira, M. (2021). *Entrevista com Barbara Piwowska, diretora artística da Casa São Roque*. Umbigo. [Consultado em: 06/10/2021]. Disponível em: <https://umbigomagazine.com/pt/blog/2021/09/28/entrevista-com-barbara-piwowska-diretora-artistica-da-casa-sao-roque/>

Vai nascer um centro de exposições de arte contemporânea no Parque de S. Roque, no Porto. Observador. 17 de maio de 2016. [Consultado em: 21/01/2021]. Disponível em: <https://observador.pt/2016/05/17/vai-nascer-um-centro-exposicoes-arte-contemporanea-no-parque-s-roque-no-porto>

LISTA DE ANEXOS

Anexo A – Indicações sobre o funcionamento do espaço

Anexo B – Fotografias tiradas por Jéssica Oliveira, com a finalidade de serem utilizadas na promoção do voluntariado na CSR

Anexo C – Casa original: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”

Anexo D – Intervenção de Marques da Silva em 1900: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”

Anexo E – Garagem em 1908: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”

Anexo F – Alterações no ano de 1911: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”

Anexo G – Obras de 1910: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”

Anexo H – Planta do Parque de São Roque: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”

Anexo I – Início das obras na Casa São Roque: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”

ANEXOS

Anexo A – Indicações sobre o funcionamento do espaço

CASA
SÃO ROQUE
CENTRO
DE ARTE

CASA SÃO ROQUE – Horário dia de semana e dia fim-de-semana:

Imagem 1

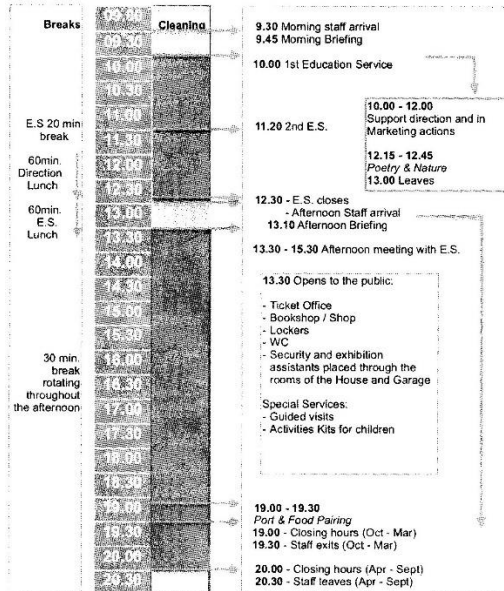
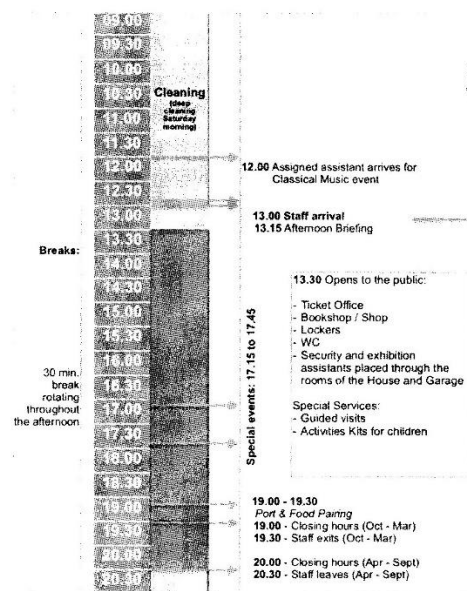
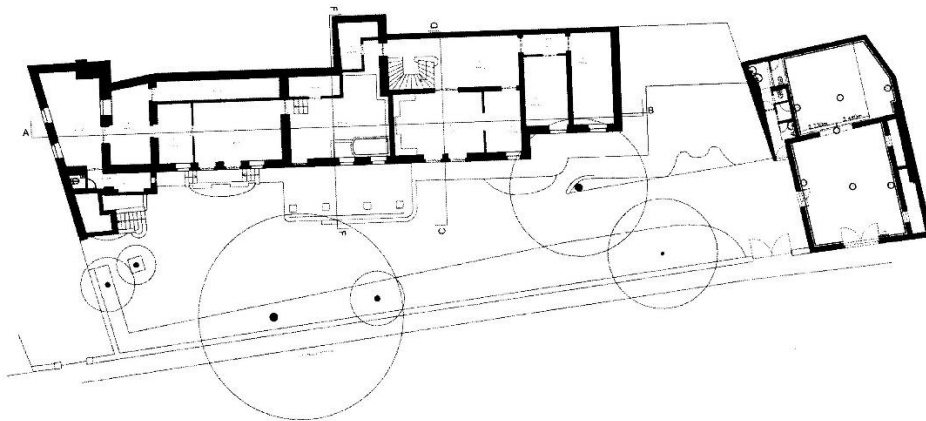


Imagem 2



CASA
SÃO ROQUE
CENTRO
DE ARTE

Mapa piso 0 e Garagem:

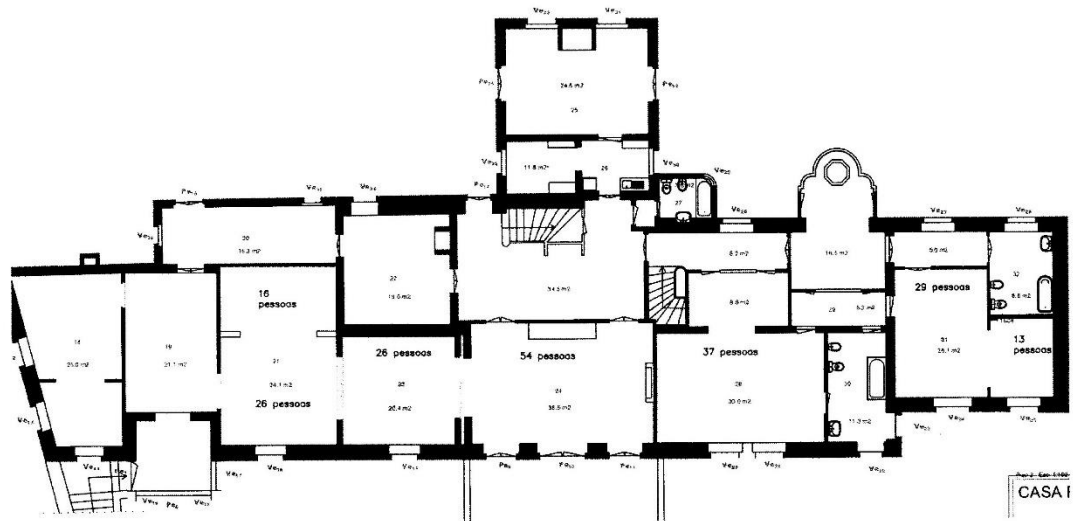


Manhã:
- Todas as portas fechadas, exceto porta W.C Serviço Educativo.
- As portas Serviço Educativo são abertas para receber a turma e fechadas em seguida: quando todos os elementos da 1ª sessão estiverem dentro do edifício. A equipa leva consigo a chave da Garagem.

Tarde:
- Todas as portas da casa fechadas.
- Porta da Garagem aberta e do W.C ao lado.
- Os visitantes, depois de circularem na casa, acedem à Garagem pelo exterior da casa.

CASA
SÃO ROQUE
CENTRO
DE ARTE

Mapa piso 1:



Manhã:

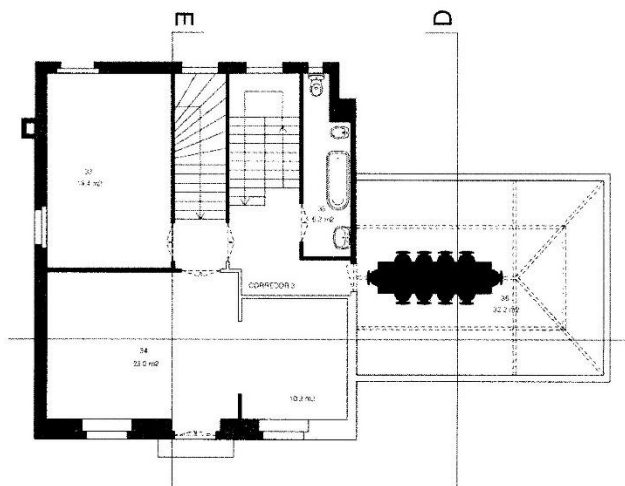
- Todas as portas fechadas
- Fechada a porta de acesso à Sala de Vinhos e Livros

Tarde:

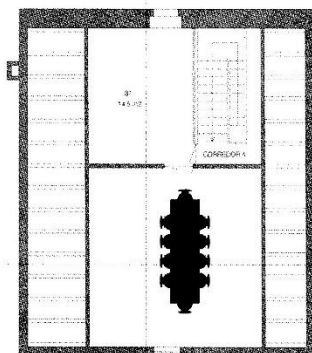
- Aberta a porta de entrada de visitantes e a área dos cacifos
- Aberta a Sala de Vinhos e Livros pelo exterior da casa

CASA
SÃO ROQUE
CENTRO
DE ARTE

Mapa piso 2:



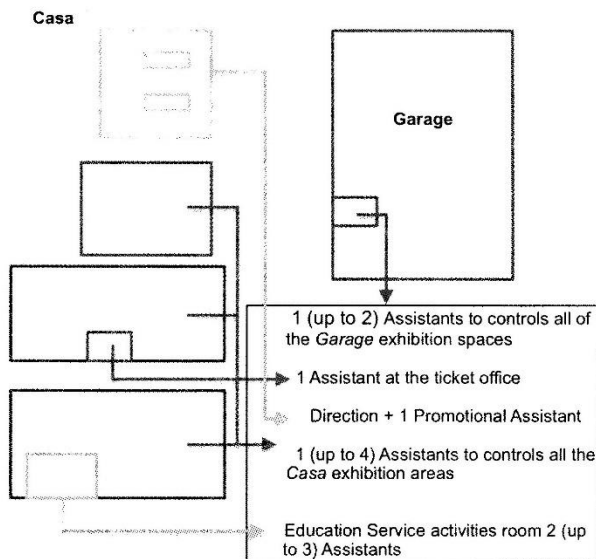
Mapa piso 2 (escritórios):



Manhã e tarde:

- Porta de acesso à área reservada à equipa sempre fechada à chave

Posicionamento equipa:

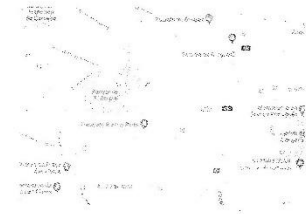


Como chegar:

Rua São Roque da Lameira
Nº 2092
4350 – 317 Porto

Metro:

Linhas A, B, F
Saída - Estação Estádio do Dragão

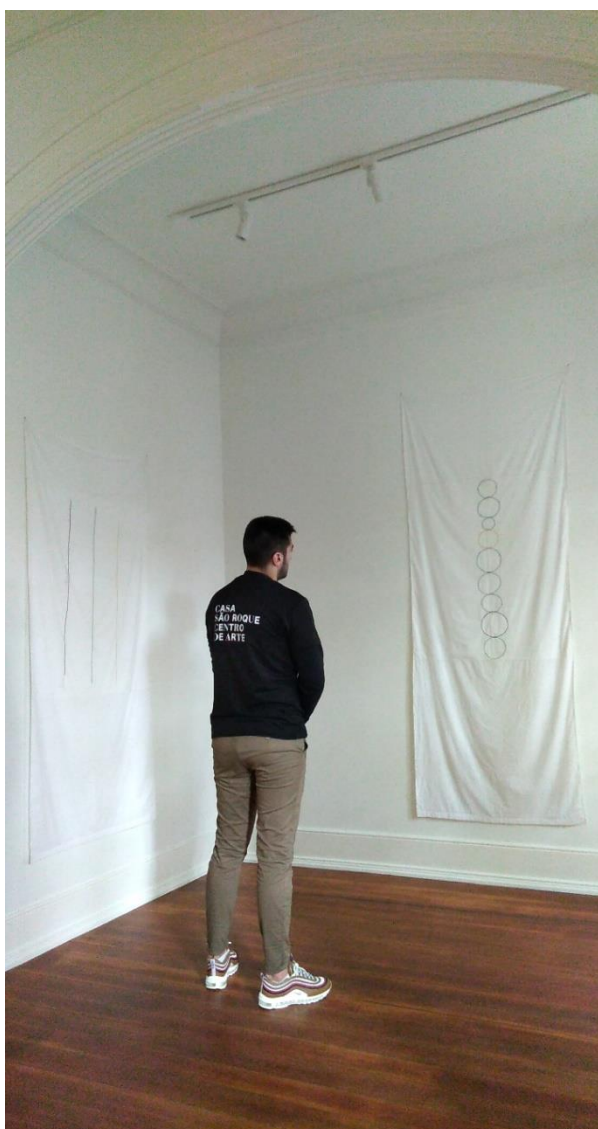


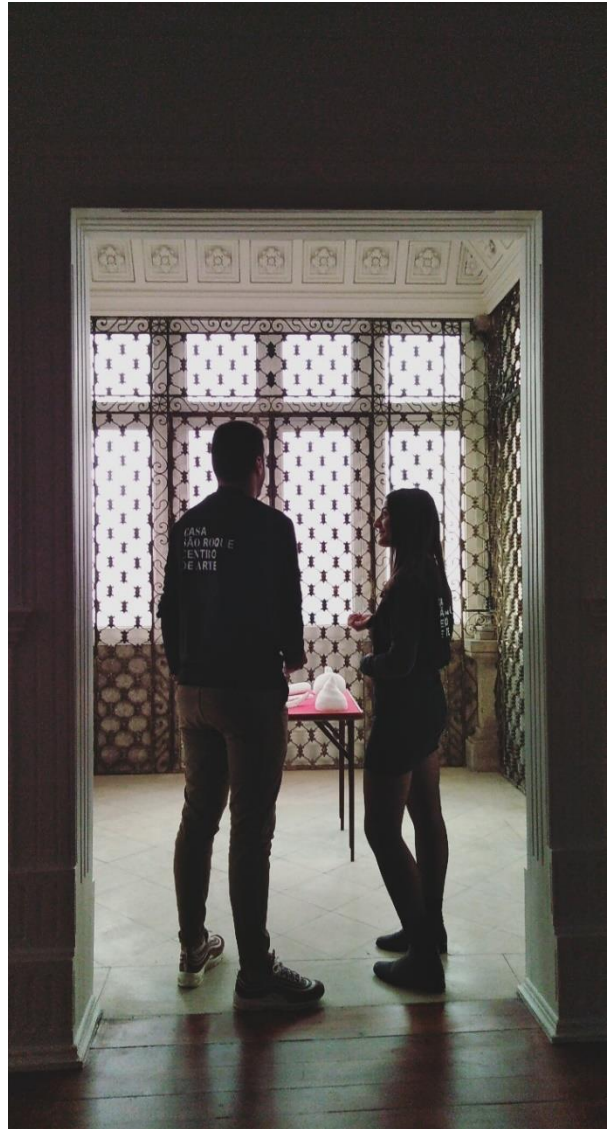
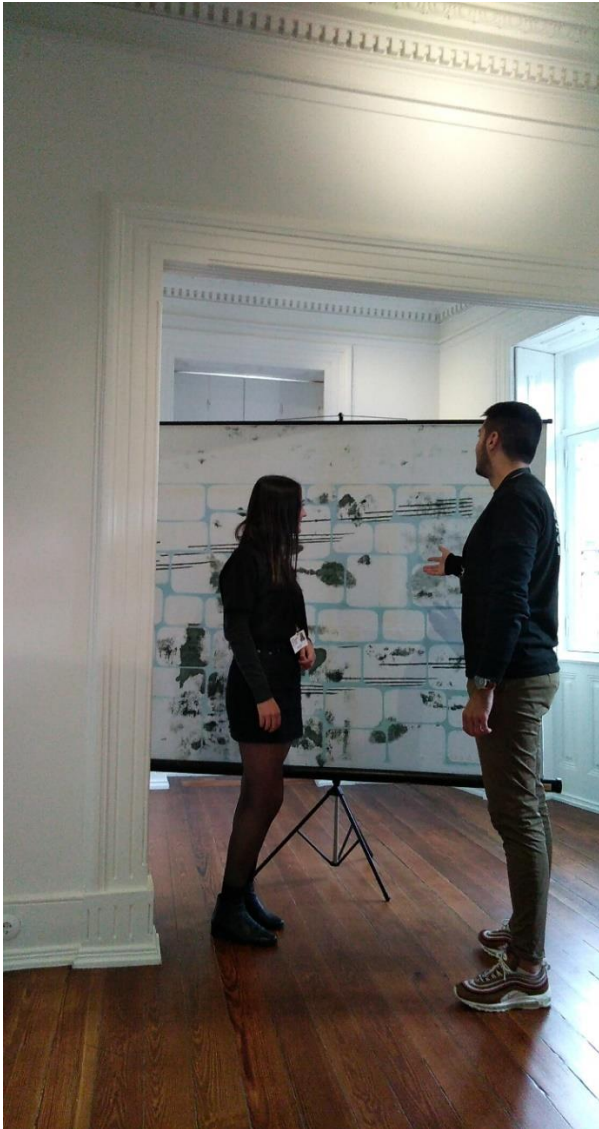
Autocarros:

Paragem Estádio do Dragão:
806 e 401
Paragem Fonte Velha:
700, 800, 801, 806, V94, 69,
27, 70, 55

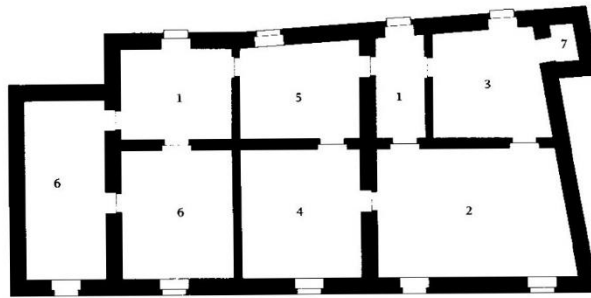
Documentação fornecida pela equipa da CSR a todos os estagiários e voluntários aquando de uma reunião realizada no dia 8 de outubro de 2019.

Anexo B – Fotografias tiradas por Jéssica Oliveira, com a finalidade de serem utilizadas na promoção do voluntariado na CSR

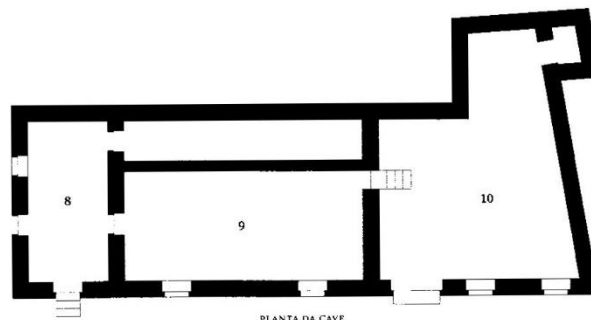




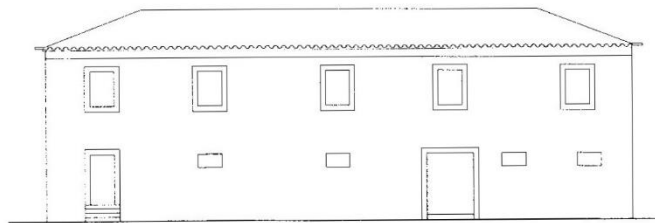
Anexo C – Casa original: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”



PLANTA DO ANDAR PRINCIPAL



PLANTA DA CAVE

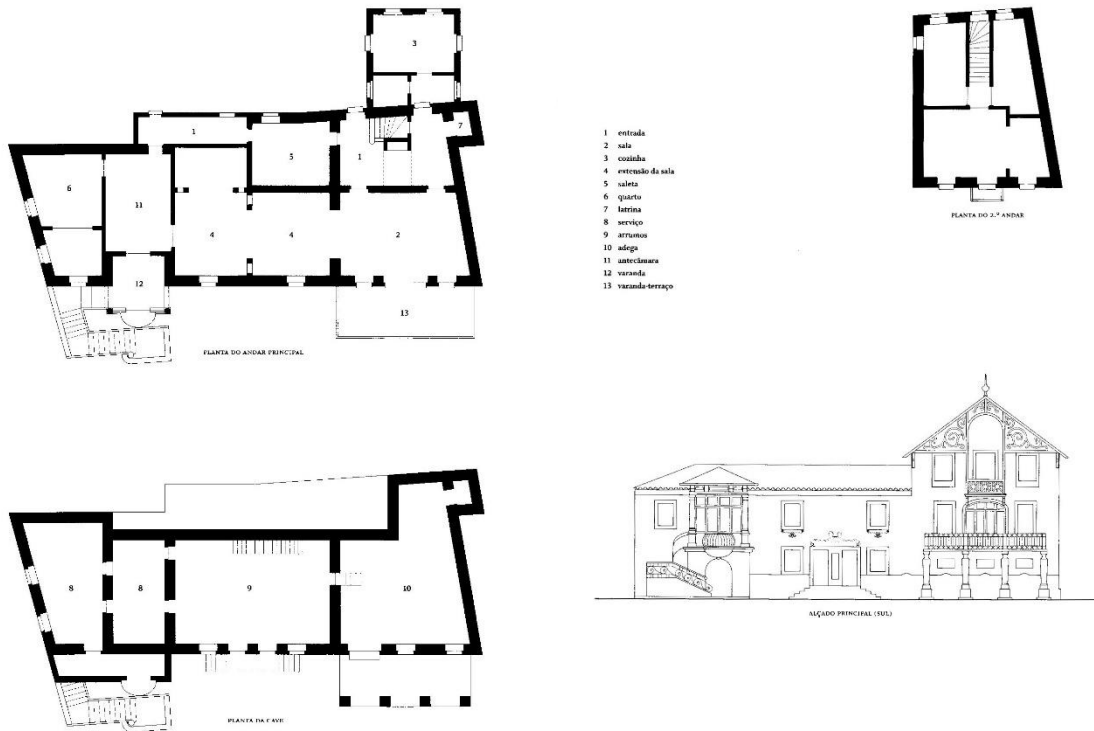


ALÇADO PRINCIPAL (SUL)

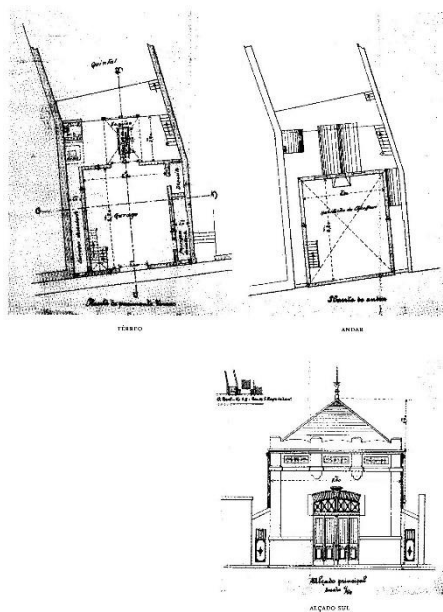
- 1 entrada
- 2 sala
- 3 cozinha
- 4 extensão da sala
- 5 saleta
- 6 quarto
- 7 latrina
- 8 serviço
- 9 arrumos
- 10 adega

Interpretação da solução primitiva

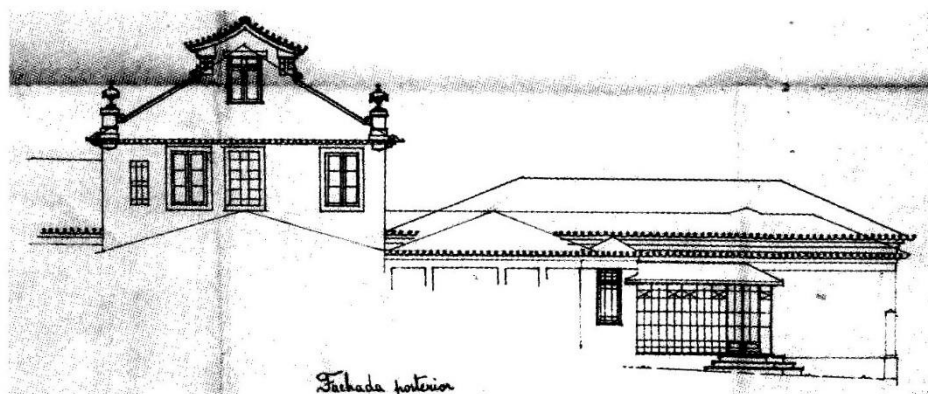
Anexo D – Intervenção de Marques da Silva em 1900: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”



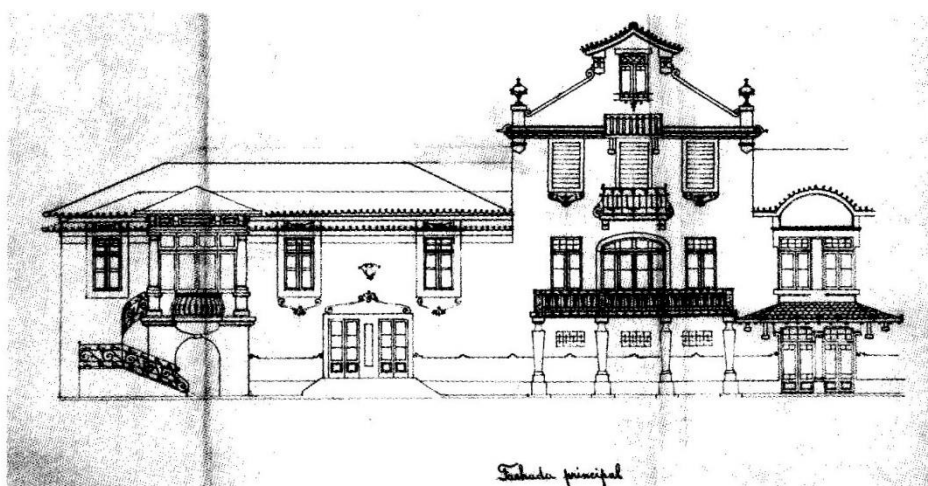
Anexo E – Garagem em 1908: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”



Anexo F – Alterações no ano de 1911: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”

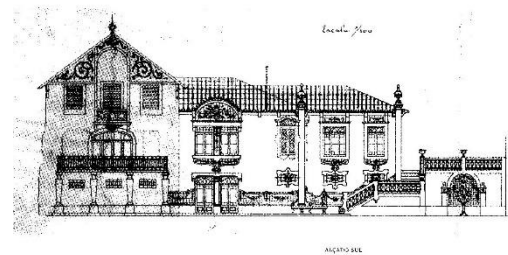
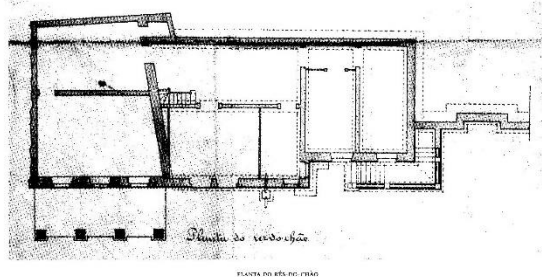
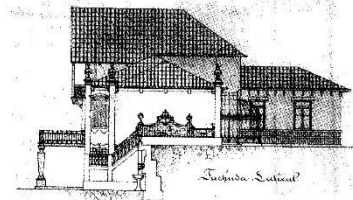
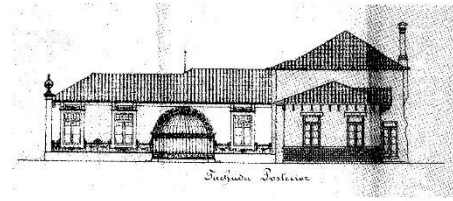
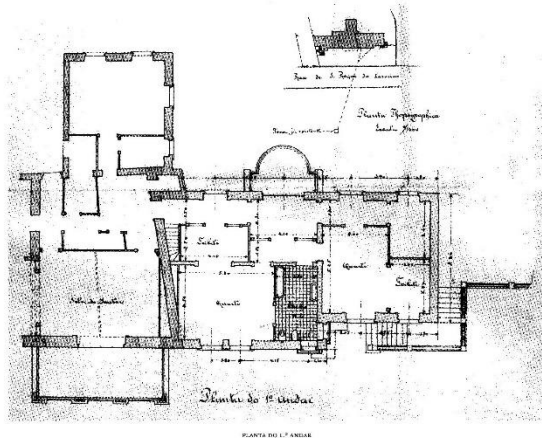


ALÇADO NORTE

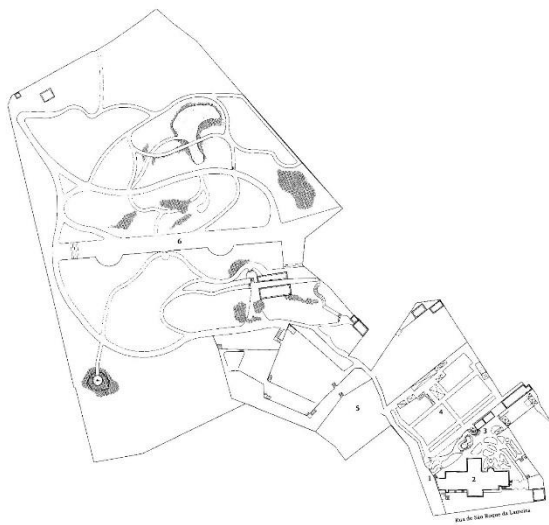


ALÇADO SUL

Anexo G – Obras de 1910: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”



Anexo H – Planta do Parque de São Roque: digitalização de plantas feita a partir do livro “Casa São Roque – Equações de Arquitectura”



- 1 Entrada para a Casa São Roque
- 2 Casa
- 3 Jardim
- 4 Plataforma das japonesas novas
- 5 Labirinto
- 6 Parque

Anexo I – Início das obras na Casa São Roque: digitalização de plantas feita a partir do livro
“Casa São Roque – Equações de Arquitectura”



ESCOLA
SUPERIOR
DE EDUCAÇÃO
POLITÉCNICO
DO PORTO

P.PORTO

M

MESTRADO

Património, Artes e Turismo Cultural

**Casa São Roque – Centro de Arte: Trajeto
artístico e cultural, no espaço e no tempo**
Pedro Miquel Maçalhães Nunes

