



Olga Celeste Romão Morgado Silva

Museu da Universidade de Aveiro

Uma Proposta de Execução

Trabalho de Mestrado em História, Especialização em Museologia, sob orientação da Professora Doutora Maria Dalila Aguiar Rodrigues, apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2012



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

Museu da Universidade de Aveiro Uma Proposta de Execução

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Trabalho de projeto
Título	O Museu da Universidade de Aveiro - Uma Proposta de Execução
Autor	Olga Celeste Romão Morgado Silva
Orientador	Prof. Doutora Maria Dalila Aguiar Rodrigues
Júri	Presidente: Doutora Irene Maria de Montezuma de Carvalho Mendes Vaquinhas, Professora Catedrática da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra Vogais: 1. Doutor Francisco José Pires Pato de Macedo Professor Auxiliar Aposentado da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra 2. Doutora Maria Dalila Aguiar Rodrigues Professora Coordenadora da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu
Identificação do Curso	2º Ciclo em História
Área científica	História
Especialidade	História, especialização em Museologia
Data da defesa	28-02-2013
Classificação	



Dedicatória

Dedico este trabalho à memória dos meus avós que sempre depositaram confiança e esperança em mim. Dedico aos meus queridos pais, que sempre me serviram de exemplo em todas as ações da minha vida, em especial no que respeita ao significado do amor, da família e do trabalho. Por fim, dedico aos meus queridos filhos e netinha este projeto, de forma a transmitir-lhe os valores pelos quais tenho pautado a minha vida, com o simples objetivo de os perpetuarem. E que, com resiliência, empenho e dedicação tudo na vida se consegue!

Agradecimentos

Gostaria de agradecer à Professora Doutora Dalila Rodrigues, a oportunidade de ser minha orientadora neste projeto.

Agradeço à Dr.^a Susete Santos o incentivo prestado na minha inscrição deste Mestrado.

Gostaria de agradecer também à Dr.^a Cristina Cortês as sugestões dadas, as trocas de ideias, sempre tão pertinentes e que permitiram reforçar a compreensão deste projeto.

Gostaria de agradecer à Dr.^a Ana Bela Dias, Diretora dos SBIDM que, em conversa informal, me elucidou sobre as ideias que tem para o Museu da Universidade de Aveiro.

E ainda, desejaria de agradecer à Idalina, à Dr.^a Dora Susana e à Dr.^a Luísa Falcão, pelas palavras de carinho, de amizade e de incentivo prestado.

Resumo O presente trabalho procura refletir, genericamente, sobre a existência e a importância de museus ou núcleos museológicos integrados em universidades, enquanto espaços de transmissão e produção de conhecimento. O objetivo da criação do Museu da Universidade de Aveiro, em termos organizacionais e de gestão, orientou um conjunto de leituras e reflexões essenciais que dá corpo ao presente trabalho.

Na atualidade, na designada era da informação e do conhecimento, a internet possibilitou um aumento extraordinário de difusão da informação, de forma rápida e intensa. Este facto, aliado ao uso generalizado das tecnologias da informação e da comunicação e aos avanços da ciência, favorecem o tratamento e a utilização da informação. Deste modo, as novas tecnologias e a globalização vieram estabelecer novas relações entre o passado, o presente e o futuro. Assim, e no contexto das sociedades contemporâneas, os museus não são exceção, são antes os espaços facilitadores do acesso à informação das coleções que os constituem. Atualmente, o papel da museologia, acerca do qual este trabalho procura refletir, desmultiplica-se em diversas valências, nomeadamente a nível científico, educativo, cultural e de entretenimento. No presente caso, em contexto universitário, as vocações científica, educativa e de lazer de um museu ou núcleo museológico tornam-se evidentes.

Assim, no presente estudo prevê-se que, além da abordagem às coleções numa perspetiva científica e educativa, se refiram os doadores, os colecionadores. Sequencialmente, justifica-se que se valorize a utilização das ferramentas de gestão tanto na sua definição e implementação, como na valorização do serviço cultural que pretendem prestar a todos os públicos, a começar pela comunidade académica.

Palavras-chave: Museu; Núcleo Museológico; Universidade; Coleção; Colecionador; Gestão

Abstract

This work seeks to reflect, generally, on the existence and importance of museums and museum centers integrated into universities, as places of production and transmission of knowledge. The objective of establishing the Museum of the University of Aveiro, in terms of organization and management, conducted an essential series of readings and reflections that embodies this work.

Nowadays, in the so called age of information and knowledge, Internet has enabled an extraordinary increase in disseminating information, quickly and intensely. This fact, united with the widespread use of information and communication technology and the advances of science, facilitates the treatment and use of information. Thus, new technologies and globalization have come to establish new relations between the past, present and future. Therefore, in the context of contemporary societies, museums are no exception, before the spaces are facilitators of access to information collections that constitute them. Currently, the role of museology, on which this work seeks to reflect, multiplies in various aspects, including scientific, educational, cultural and entertainment. In this case, the university context, the scientific vocations, education and leisure of a museum or museum center becomes evident.

Subsequently, the present study it is expected that in addition to approach to collections in an educational and scientific perspective; refer donors and collectors. Sequentially, justified that value the use of cultural management tools, both in its implementation, as in strengthening the cultural service that aims to intend to provide all audiences, starting with the academic community.

Keywords: Museum, Museum Center; Museology; University; Collection; Collector; Museum Management

Sumário

Introdução.....	13
Capítulo I – Questões de museologia: enquadramento teórico	18
1.1. O museu, o museu polinucleado e o núcleo museológico	18
1.2. Breve Enquadramento Histórico dos Museus Universitários	35
1.2.1. Os Museus Universitários.....	37
1.3. Projetos e Boas Práticas	41
1.4. Resultado do estudo aos Museus Nacionais	41
1.5. Resultado do estudo efetuado aos Museus Internacionais.....	46
Capítulo II – O Museu da Universidade de Aveiro: estudo de caso	50
2.1. Breve Enquadramento Histórico.....	50
2.2. Estudo de Caso.....	53
2.3. Evolução Histórica de Conceitos	59
2.4. As Coleções	63
2.4.1. Coleção de Cartazes	64
2.4.2. Coleção de Cerâmica.....	65
2.4.3. Coleção de pintura e gravura da artista <i>Hélène de Beauvoir</i>	67
2.4.4. Coleção de pintura e gravura de artistas plásticos de Aveiro.....	67
2.4.5. Coleção de Vidros	69
2.4.6. Coleção de Arte Pública.....	71
2.5. Gestão das Coleções: Estado da Arte	71
Capítulo III – Gestão Museológica, uma Proposta de Execução	77
3.1. Plano Estratégico	79
3.2. Plano Diretor.....	82
3.3. Plano de Coleções	85
3.4. Plano de Exposições	86
3.5. Plano de Serviço Educativo e Eventos	90
3.6. Plano de Comunicação e de Marketing	95
3.8. Plano de Emergência.....	106
3.9. Plano de Desenvolvimento Individual	111
Conclusão	116
5. Fontes impressas e bibliografia	117
6. Anexos.....	125

Índice de Figuras

FIG. 1: Inquérito IMUS.....	22
FIG. 2: Imagem do centro da cidade de Aveiro.	55
FIG. 3: Imagens fotográficas da Casa das Três Palmeiras.....	160
FIG. 4 - Área temática: Políticos.	161
FIG. 5: Área temática: Sociais.....	162
FIG. 6: Área temática: Dança.....	163
FIG. 7: Área temática: Exposições.	164
FIG. 8: Área temática: Eventos.	165
FIG. 9: Área temática: Espectáculos teatrais.	166
FIG. 10: Área temática: Comerciais.....	167
FIG. 11: Área temática: Viagens.	168
FIG. 12: Marcas de fabricantes de faianças portuguesas.....	169
FIG. 13: Organigrama geral da UA.	170
FIG. 14: Organigrama dos SBIDM.....	171
FIG. 15: Logótipo do MUA.	173
FIG. 16: Cartão de visita.....	174

Índice de Gráficos

GRAF. 1 – Representação gráfica do total dos museus polinucleados existentes por regiões, relativa aos anos de 2007 a 2010.	127
GRAF. 2– Representação gráfica do total dos museus existentes por tipologias relativa aos anos de 2007 a 2010.	128
GRAF. 3 - Representação gráfica do total dos museus existentes por tipologia e ao número de museus polinucleados existentes entre 2007 e 2010.	129
GRAF. 4– Representação gráfica do total dos museus existentes por núcleos e regiões relativa aos anos de 2007 a 2010.	130
GRAF. 5– Representação gráfica do total dos museus existentes por regiões relativa aos anos de 2007 a 2010.	131
GRAF. 6 – Representação gráfica do total dos museus existentes por núcleos e por regiões, relativa aos anos de 2007 a 2010.	132
GRAF. 7 - Representação gráfica do total dos museus existentes por tipologia e por núcleos, relativa aos anos de 2007 a 2010.	133
GRAF. 8 - Representação gráfica do total de museus por núcleos existentes por regiões entre 2007 e 2010.	134
GRAF. 9 - Representação gráfica do total dos museus existentes por evolução tipológica dos museus, relativa aos anos de 2007 a 2010 e por percentagens.	136
GRAF. 10 - Representação gráfica do total de museus polinucleados existentes por regiões entre 2007 e 2010.	137
GRAF. 11 - Representação gráfica do total global de museus existentes por região (NUTS) entre 2007 e 2010.	138

Índice de Tabelas

TAB. 1 - Tipologia de Museus.....	21
TAB. 2 – Total de Museus distribuídos por regiões relativos ao ano de 2007.....	25
TAB. 3 - Tipologia dos Museus relativa ao ano de 2007.	26
TAB. 4 – Total de Museus distribuídos por regiões relativos ao ano de 2008.....	27
TAB. 5 -Tipologia dos Museus relativa ao ano de 2008.	28
TAB. 6 – Total de Museus distribuídos por regiões relativos ao ano de 2009.....	29
TAB. 7 - Tipologia dos Museus por núcleos relativa ao ano de 2009.	30
TAB. 8 - Museus distribuídos por regiões relativos ao ano de 2010.	31
TAB. 9 - Tipologia dos Museus relativa ao ano de 2010.	32
TAB. 10 – Tratamento técnico dos objetos que fazem parte do acervo do MUA.....	72
TAB. 11- Dados gerais relativos aos anos de 2007 a 2010 e às subdivisões dos museus por tipologia e variação.	126
TAB. 12 - Dados relativos à existência do número de museus polinucleados por regiões (NUTS) os anos de 2007 a 2010.	127
TAB. 13- Dados relativos à tipologia e ao número de museus polinucleados existentes entre 2007 e 2010.....	129
TAB. 14 – Dados relativos aos anos de 2007 a 2010 dos museus subdivididos por núcleos e por regiões (NUTS).	130
TAB. 15- Dados relativos à existência do número de museus por regiões (NUTS) e dos anos de 2007 a 2010.....	131
TAB. 16 - Dados relativos à existência do número de museus por Núcleos, por regiões (NUTS) dos anos de 2007 a 2010.....	132
TAB. 17 - Dados relativos à tipologia e ao número de museus existentes por núcleos, dos anos de 2007 a 2010.....	133
TAB. 18 - Dados relativos ao total de museus por núcleos existentes por regiões (NUTS) entre 2007 e 2010.....	134
TAB. 19 - Dados relativos à evolução tipológica dos museus por anos e por percentagens.	135
TAB. 20 - Dados relativos ao total de museus polinucleados existentes por regiões (NUTS) entre 2007 e 2010.....	137
TAB. 21 - Dados relativos ao total global de museus existentes por região (NUTS) entre 2007 e 2010.....	138
TAB. 22 – Estudo de visitantes de Museus Internacionais.....	139
TAB. 23 – Estudo de visitantes de Museus Nacionais.....	140
TAB. 24 – Estudo do Palácio Nacional de Sintra.....	141
TAB. 25 – Estudo do Paço dos Duques.....	142
TAB. 26 – Estudo do Museu Nacional dos Coches.....	143
TAB. 27 – Estudo do Museu Nacional de Arte Antiga.....	144

TAB. 28 – Estudo do Museu Monográfico de Conímbriga.	145
TAB. 29 – Estudo do Museu Nacional do Azulejo.	146
TAB. 30 – Estudo do Museu Nacional de Arqueologia.	147
TAB. 31 – Estudo do Museu Alberto Sampaio.	148
TAB. 33 – Estudo do British Museum.	150
TAB. 34 – Estudo do Metropolitan Museum.	151
TAB. 35 – Estudo do National Gallery.....	152
TAB. 36 – Estudo do Tate Modern.	153
TAB. 37 - Estudo National Gallery of Art.	154
TAB. 38 - Estudo do Centre Pompidou.	155
TAB. 39 – Estudo do Musée d’Orsay.....	156
TAB. 40 – Estudo do Museu del Prado.	157
TAB. 41 – Estudo do National Museum of Korea.	158

Lista de Abreviaturas

CETA – Circulo Experimental de Teatro de Aveiro

CFTV – Circuito Fechado de Televisão

EUA – Estados Unidos da América

HB – *Hélène Beauvoir*

ICOM – *International Council of Museums* (Conselho Internacional de Museus)

I & D – Investigação e Desenvolvimento

IMC – Instituto dos Museus e da Conservação

IMUS – Inquérito aos Museus

INE – Instituto Nacional de Estatística

MUA – Museu da Universidade de Aveiro

NP – Norma Portuguesa

NUTS – Nomenclaturas de Unidades Territoriais para fins Estatísticos

PE – Planeamento Estratégico

PRE – Plano de Recursos Humanos

SBIDM – Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia

SDUA – Serviços de Documentação da Universidade de Aveiro

SREA – Serviço Regional de Estatística dos Açores

SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (Pontos Fortes, Fracos, Oportunidades e Melhorias)

UA – Universidade de Aveiro

UMAC – *University Museums and Collections* (Universidade de Museus e Coleções)

UNESCO – *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations* (Organização Cultural, Científica e Educacional das Nações Unidas)

Introdução

A Universidade de Aveiro (UA), fundada em 1973, inscrevia no seu plano a criação de um museu. Segundo Amorim, “entre símbolos e sinais, imagens que se consolidam e falam, emergem algumas estruturas que, desde o início da criação da UA, tiveram uma responsabilidade acrescida na criação de condições formalmente ideais para o cultivo da memória” (2001:175). No que diz respeito às três valências que existem neste plano, começo por apontar que a primeira estrutura a surgir em 1975 foi a Biblioteca. A segunda, em 2000, foi o Arquivo e, numa terceira fase, teve lugar a criação do Centro de Divulgação da Ciência com a atitude materializada de fazer Ciência Viva. Finalmente, a criação na UA de uma Reserva Museológica (Amorim, 2001: 179).

Desde 2009 que os serviços passaram a designar-se por Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia¹, abarcando as três valências, na medida em que tudo é informação e esta instituição serve os âmbitos da investigação, da educação e da cultura.

Neste projeto visa-se uma proposta de execução do Museu da Universidade de Aveiro em termos gerais, estruturais e organizacionais. Desta forma, para a formulação deste plano de estudo adotaram-se os instrumentos de gestão museológica, tão essenciais aos museus na atualidade.

O museu que constitui o nosso objeto de estudo encontra-se enquadrado, como se referiu, num contexto académico, a Universidade de Aveiro, mais propriamente nos Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia (SBIDM), pelo que o seu espólio tem-se constituído através de doações e aquisições durante a criação e crescimento da Universidade.

A ideia de criação de um museu surgiu como estratégia para projetar culturalmente os objetos que constituem o património da Universidade, não só perante a comunidade académica, mas também perante outros públicos. Desde o início, a Universidade de Aveiro tomou consciência da importância do Património Cultural² tendo como preocupações

¹ Ver o DR, 2.ª série, n.º 220 do dia 12 de Novembro de 2009, Capítulo II, Artigo 17.º, 2.º ponto.

² Segundo a Lei 107/2001 de 8 de Setembro “*entende-se por Património Cultural todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou de cultura, sejam portadores de interesse cultural relevante, mas também tudo o que se constitua como herança nacional cuja continuidade e enriquecimento unificará as gerações num percurso civilizacional.*”

subjacentes a salvaguarda, o tratamento e divulgação das coleções, através de exposições temáticas, enquadradas em contexto académico e cultural. Atualmente, o património existente é bastante significativo, daí a necessidade de se exporem essas memórias e os aspetos da vida quotidiana. Julga-se relevante perpetuar as memórias através de exposições e a sua transmissão às gerações atuais e vindouras.

Reconhece-se que a Museologia “é a ciência da organização dos museus, da conservação e da valorização das suas coleções”³.

Ora, em museologia todos os objetos são potencialmente suscetíveis de musealização, devendo ser tornados legíveis perante os vários públicos, para deles se retirarem ensinamentos e vivências bem como outras realidades, as quais se apercebem no contacto com os objetos expostos, provenientes de outras épocas e revelando uma outra visão do mundo. É o designado património museológico, que em Portugal é rico e variado podendo estar sob a tutela de entidades públicas e privadas e apresentando-se sob diversas vertentes. Assim, surgem-nos coleções de arte, de arqueologia, de ciência e técnica, de etnologia entre muitas outras tipologias.

A Nova Museologia⁴, corrente surgida nos anos 60 do século XX, cujo mentor foi *Marc Mauren*, representa um movimento cultural reestruturante das teorias e práticas museológicas com a aplicação de novos modelos face aos modelos tradicionais do museu.

A nova museologia pressupõe uma ideia nova de museu, onde os objetos passam a estar ao serviço da comunidade e o museu passa a ter uma função social tendo de se adaptar às novas necessidades da sociedade. Este “novo” conceito orienta-se em torno de duas ideias fundamentais – a prioridade das pessoas face ao objeto e a ideia de que o património deve ser um instrumento da população em particular e da sociedade no geral. Como salienta Pérez Valencia, “la solidaridad debe ser un ingrediente en la nueva museologia” (2010:32). O museu acessível é multidisciplinar e passa a ter um “papel de empresa” enquanto indústria cultural, na medida que necessita prever espaços culturais e simultaneamente sociais. Consideram-se então nos seus projetos de arquitetura, cafeterias, restaurantes,

singular tendo, no entanto, de reflectir valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, singularidade e exemplaridade”.

³ Ver Nova Enciclopédia Larousse. 1996. Vol. XVI, p. 4934.

⁴Esta informação pode ser consultada no seguinte endereço <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/403/310>>.[Consult. em 22 ago. 2012].

lojas, espaços de contemplação e lazer. Uma ideia a implementar no futuro poderá ser a criação de jardins no interior dos museus.

No sentido prático, as ações desenvolvidas pelo museu passam a ser efetuadas em parceria com a comunidade contribuindo para o seu enriquecimento cultural. Este é o modo de se encarar os museus na atualidade. Os objetos passam a estar ao serviço das comunidades e o museu passa a ter uma função social, tendo de se adaptar às novas necessidades das comunidades. Esta teoria encerra duas ideias fundamentais: a da prioridade das pessoas face aos objetos (que constituem os espólios à guarda dos museus) e a de que o património deve ser um instrumento ao serviço da população (isto é da comunidade em que se integra), em particular, e da sociedade em geral. É através da multidisciplinaridade do estudo, da troca de conhecimentos e ideias (conjuntamente com o recurso às novas tecnologias) que se efetua o reconhecimento das peças e dos objetos que serão posteriormente exibidos e colocados à disposição de quem os queira visitar. A conservação e preservação dos mesmos são conceitos a reter, revestindo-se as práticas associadas a essas dimensões de uma enorme importância. Não menos importante é o papel que têm os técnicos especialistas, em explicar, em interpretar, em dar a conhecer a proveniência dos objetos, conseguindo estabelecer uma ligação e uma relação entre o passado e o presente, tanto através dos instrumentos da museologia como da museografia.

Finalmente, a escolha do tema foi pensada com o objetivo de desenvolver posteriormente, na prática, um projeto museológico, no contexto dos museus universitários. E é a pensar nestas questões e na simbiose dos serviços de Biblioteca, de Arquivo e Museologia, que se pretende desenvolver este projeto.

Assim sendo, colocam-se as seguintes questões:

- ❖ O que é que o Museu da Universidade de Aveiro faz, ou o que produz para existir e sobreviver?
- ❖ Há reconhecimento do seu trabalho a nível “ Museológico”?
- ❖ Será importante tornar este “museu” “Musealizável”?
- ❖ Qual a sua importância em contexto académico?
- ❖ Qual a autenticação que detém perante a atual sociedade contemporânea?

O que motivou o desenvolvimento deste projeto, cuja designação é “Museu da Universidade de Aveiro, uma proposta de execução”, foi, em primeiro lugar, o fato de trabalhar nos Serviços de Documentação da Universidade de Aveiro (SDUA), que em 2009 passaram a designar-se por Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia (SBIDM) abraçando portanto as três valências. Em segundo lugar, a dúvida que existiu desde o início, no que se refere à designação que se dava ao museu, porque, através de observação direta, umas vezes falava-se em núcleo museológico, noutras chamavam-lhe museu.

Por último, pelo gosto de colher ensinamentos na área da Museologia, achei por bem desenvolver um projeto que pudesse de alguma forma ajudar na implementação ou na reformulação do Museu da Universidade de Aveiro. Este é um desafio interessante que deverá ser entendido como uma proposta de colaboração.

Reconheceu-se que o objeto de estudo é relevante, uma vez que se trata de um museu integrado numa universidade moderna com objetivos bem definidos e que possivelmente irá fazer parte de um circuito cultural da cidade de Aveiro, em constante mudança, acompanhando de perto a modernidade e a contemporaneidade.

O termo museu relaciona-se com outros termos recentes como é o caso de museus polinucleados e núcleos museológicos. Daí ter-se concluído que se tratava de um tema até ao momento pouco estudado. Na obtenção dos dados estatísticos fez-se uma análise mais pormenorizada, quanto à variedade, à tipologia e sua importância.

Um dos objetivos deste projeto é avaliar até que ponto as coleções existentes são importantes para este museu, para a Universidade de Aveiro e para a comunidade em geral. Aborda-se, ainda, quais os reflexos que poderão vir a ter no futuro junto da comunidade museológica nacional e internacional. Outro objetivo é a utilização de ferramentas de gestão para a sua implementação.

No que se refere à estrutura do trabalho este é constituído por três capítulos. O primeiro capítulo aborda as diferenças e semelhanças do museu, do museu polinucleado e do núcleo museológico, a sua diversidade e a sua importância. Far-se-á uma abordagem aos museus universitários, em Portugal, e serão referenciados alguns projetos e boas práticas que estão a ser desenvolvidas por museus a nível internacional e nacional, com o intuito de se dar a

conhecer o que de melhor e em termos práticos, tem sido feito nos últimos tempos a nível museológico, e para reforçar contextualmente que o uso das ferramentas de gestão culturais é imprescindível a estas instituições culturais. A utilização destas ferramentas de gestão servirá para dar consistência ao projeto para poder torná-lo viável.

No segundo capítulo será focado o estudo de caso do Museu da Universidade de Aveiro, em que contexto surgiu e quais são as coleções que contemplam o seu acervo. E, ao nível da gestão museológica propriamente dita, identificou-se a situação atual e sugere-se, despretensiosamente, uma proposta de melhoria.

Por fim, o terceiro capítulo encerra com a proposta da sua execução baseada nas ferramentas de gestão e que devem ser utilizadas neste equipamento cultural. Atribuiu-se especial destaque ao plano de desenvolvimento individual e ao plano de emergência com uma proposta de criação de um gabinete de crise, na medida em que face à conjuntura económica e política e ao mundo globalizado e em constante transformação têm de se prever situações de crise. No final, serão apresentadas as considerações finais com a conclusão do estudo e uma visão do futuro museu da Universidade de Aveiro.

Capítulo I – Questões de museologia: enquadramento teórico

1.1. O museu, o museu polinucleado e o núcleo museológico

Numa primeira abordagem optou-se, por definir os conceitos de museu, de museu polinucleado e de núcleo museológico. Assim, quando se pretende dar uma definição de museu, normalmente ela surge associada a um edifício, no qual são armazenados, tratados e posteriormente expostos os objetos, os artefactos, as peças de inigualável valor histórico, cultural, memorial e patrimonial. Contudo, o objetivo do museu deverá ser o de divulgar a riqueza da informação do seu património, facilitar e apoiar o estudo, e a investigação dos públicos que neles procuram o conhecimento.

Ao longo da história, o conceito de museu foi-se adaptando e, de acordo com Giddens, “a era da modernidade é consequência de três fases distintas: “o ritmo de mudança”, deve-se ao exacerbado movimento, à tecnologia, no “alcance da mudança” uma vez que, várias regiões do globo estão interligadas pela *internet*, o que permite mais facilmente, um conhecimento mais globalizante por assim dizer e, com a “própria natureza das instituições modernas” e neste caso concreto, os museus” (1998: 5).

Nos séculos XIX e XX, deu-se essa mudança de mentalidade, segundo a qual o museu tem uma responsabilidade educativa. Assim sendo, a educação passa a ter um papel muito importante e, segundo Giddens, passa-se, “da formação puramente individual do homem, para o social, o político e o ideológico” dando lugar à inclusão dos diversos públicos” (1998:5). Reconhece-se hoje que o museu tem um papel muito abrangente, e de acordo com a ideia de Tamanini, “cada vez mais [de] pesquisa, [de] divulgação, [de] socialização e [de] participação das sociedades, [como] elementos determinantes das funções sociais dos museus” (2003:80).

E neste âmbito, não existem dúvidas, de que foram os museus americanos, os pioneiros, no que diz respeito a estas “experiências pedagógicas” e foi neste aspeto que “a função educativa se afirmou como uma das principais funções a serem desempenhadas pelos museus” (Tamanini, 2003: 81).

Os museus, detentores de diversificadas coleções, são meios facilitadores de representação e de comunicação do seu património, e efetuam-nas através da demonstração e da interpretação dos objetos.

Como o conceito de museu se expandiu ao longo das duas últimas décadas, também o conceito de património cultural evoluiu, abrangendo o tempo, o espaço e os conteúdos, e, segundo Choay, “a extensão tipológica, cronológica, geográfica dos bens patrimoniais foi acompanhada pelo crescimento exponencial do seu público” (1999:14). Este parágrafo sintetiza o vocábulo património na sua ampla tipologia, no tempo cronologicamente alargado e no espaço dos bens patrimoniais.

No presente caso importa também referir o que se entende por Património Cultural Imaterial. Segundo a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial realizada em Paris em Outubro de 2003, pela UNESCO, no seu segundo artigo ponto um, entende-se por património cultural imaterial “as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – juntamente com os instrumentos, objetos, artefactos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu património cultural. Este património cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, da sua interação com a natureza e da sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana”.

O património cultural deverá ser transmitido de geração em geração, tendo como objetivo a ideia de continuidade, cuja identidade deve estar associada à memória coletiva e que interessa preservar.

Outra questão prende-se com a autenticidade dos objetos, dos documentos ou dos artefactos. É de facto através da autenticidade dos artefactos que se pode preservar a memória. Entende-se por autenticidade, a veracidade, a fidedignidade dos objetos, dos documentos, dos artefactos e dos testemunhos. Cabe pois à museologia, aos profissionais, aos especialistas (curadores, historiadores, investigadores, arqueólogos, etc.) fazer estudos prévios para aferir a autenticidade dos objetos. Ao serem efetuados todos estes processos por pessoal especializado, procura-se passar informações baseadas em conhecimentos científicos, normalmente apoiados por estudos inter e multidisciplinares que servirão de

referência não só à museologia como também aos públicos visitantes que procuram informação nos museus de qualquer tipologia. Passou a haver uma responsabilização coletiva com sentido, para evitar a ambiguidade dos documentos, dos objetos, dos testemunhos, atualmente também de sítios e locais musealizáveis.

Conclui-se portanto que na segunda metade do século XX e com a evolução das sociedades, a memória coletiva passa a ter um papel de grande relevo histórico, científico e cultural.

Assim e segundo os Estatutos do Conselho Internacional dos Museus (ICOM), “um museu é uma instituição permanente, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, tendo em vista o estudo, a educação e a fruição” (1989).

O museu enquanto espaço aberto ao público, tem como principal objetivo divulgar o seu património, facilitar e apoiar o estudo a todos quanto procuram informação quer demonstrativa, quer interpretativa dos objetos. Deverá ter um papel educacional, de forma a mostrar às gerações futuras o legado dos testemunhos materiais e imateriais deixados pelos nossos antepassados.

Nos últimos séculos, a atividade museológica teve um crescimento exponencial marcado pelo período da Revolução Francesa do qual se considera ter sido um marco histórico em toda a atividade museológica feita até aos nossos dias, uma vez que conduziu à definição de novas competências e novas ideologias por parte dos museólogos e das próprias instituições museológicas. Atualmente o museu encontra-se virado para a sociedade uma vez que contribui para a consolidação das comunidades e para a sociabilização das pessoas.

Os museus passam a ser espaços que promovem o conhecimento do património local e nacional dos países. Esta mudança também se deu ao nível do ensino e da aprendizagem, daí a sua função educacional e social.

Para certificar a diferenciação que existe no que respeita aos museus portugueses, foram solicitados ao Instituto Nacional de Estatística (INE), dados relativos à tipologia de museus.

Quanto à sua tipologia aconselha-se a análise da Tabela 1, que se segue.

Tipologia de Museus
Museus de Arte
Museus de Arqueologia
Museus de Ciências Naturais e de História Natural
Museus de Ciência e de Técnica
Museus de Etnografia e de Antropologia
Museus Especializados
Museus de História
Museus Mistos e Pluridisciplinares
Museus de Território
Outros Museus

Fonte: www.ine.pt

TAB. 1 - Tipologia de Museus.

No que respeita à tipologia dos Museus e à nomenclatura “Outros Museus” e porque o próprio termo pressupõe ambiguidade, propõe-se que se façam estudos no sentido de se desdobrar esta terminologia, para no futuro ser mais fácil o enquadramento desses “Outros Museus”. Afinal porquê classificar museus como sendo Outros Museus? Será que os técnicos especializados na área ainda não conseguiram uma classificação deste tipo de museus? Ou será que é pelo simples facto de hoje se querer tornar tudo musealizável que ainda não se conseguiu encontrar a classificação tipológica adequada?

As instituições para serem consideradas museus, regulam-se pelo menos em cinco dos seguintes critérios desejáveis⁵:

- ❖ Ter uma sala de exposições;
- ❖ Estar abertos ao público permanente ou sazonalmente;
- ❖ Além do cargo de direção ter um conservador ou um técnico superior;
- ❖ Ter um orçamento;
- ❖ Inventar os objetos.

O Museu Polinucleado

De acordo com o Instituto Nacional de Estatística, um Museu Polinucleado é um “Museu com um ou mais Núcleos Museológicos” (INE, 2009: 275). Nesta perspetiva, é um Museu descentralizado em vários polos devido à falta de espaço e que se estende geograficamente por outros edifícios, lugares ou sítios. Podem ter o mesmo tema do Museu de raiz, ou temas associados e/ou correlacionados.

Segundo o inquérito efetuado e designado por Inquérito aos Museus (IMUS) e, “caso o Museu se distribua por núcleos, deve considerar a informação agregada do Museu (da Sede e de todos os seus Núcleos)”⁶ de acordo com a Figura 1.

The image shows a screenshot of a questionnaire form titled "1 Museu polinucleado". At the top, there is a grey header with the title. Below the header, a grey box contains the instruction: "Atenção: caso o Museu se distribua por Núcleos, deve considerar a informação agregada do Museu (da Sede e de todos os seus Núcleos) na resposta ao inquérito (consulte as instruções de preenchimento e os conceitos)". The main form area contains three questions: "1.1 O Museu é polinucleado?" with radio buttons for "Sim" and "Não"; "1.2. Quantos Núcleos?" with a vertical bar chart input field; and "1.3 Quais?" with two horizontal lines for text input. An arrow points from the "Sim" radio button to question 1.2.

Fonte: www.ine.pt

FIG. 1: Inquérito IMUS.

⁵ Estatística da cultura - 2009. Lisboa: INE, 2009. p. 20.

⁶ Inquérito Estatística da Cultura – 2009, p. 288.

O Núcleo Museológico

No que respeita ao termo núcleo museológico, existe muito pouca literatura relativamente a este conceito. Possivelmente por ser um tema relativamente recente. Contudo, passo a transcrever a designação dada pelo INE. Um núcleo museológico é uma "extensão ou um pólo territorialmente descentralizado de um museu. Ou seja, uma unidade dependente de um museu que comporta os principais serviços técnicos que permitem a sua adequada manutenção, bem como o cumprimento das funções museológicas indispensáveis - investigar, preservar e, comunicar" (INE, 2009: 275).

O museu é também, numa aceção mais abrangente (um Eco-Museu, Sítio, Aquário, Jardim Zoológico, Planetário, entre outros,) mas também é um núcleo museológico, considerando que preserva, conserva e divulga objetos, e porque depende de um museu de raiz.

Foram solicitados dados estatísticos ao INE relativamente ao número existente de núcleos museológicos em Portugal por tipologia. Contudo, de acordo com a caracterização metodológica, quanto à população, o universo estudado é constituído pelos Museus e Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários. A base de amostragem é constituída pelos Museus e pelos Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários (designados apenas por Museus). A unidade da amostra reporta-se à "unidade de atividade económica local – Museu, Jardim Zoológico, Botânico e Aquário". O mesmo acontece para a unidade de observação. De acordo com o que foi atrás referido, não foi possível obter dados estatísticos desagregados para os núcleos museológicos porque estes não fazem parte do universo, amostra, unidade amostral e não são unidade de observação.

No que diz respeito à extensão de um museu, o núcleo museológico não perde importância face ao "Museu mãe". No fundo, os núcleos museológicos são complementos desse museu. Portanto, poder-se-á designar de "Museus dependentes" por derivarem de um museu e por cumprirem funções museológicas que dependem e se relacionam entre si.

O termo núcleo museológico, no contexto da museologia, é um conceito relativamente recente e é considerado como extensão de um museu. Alguns funcionam como Centros de Informação e Interpretação (pressupondo conhecimento, investigação e educação). Estes núcleos estão normalmente subordinados a um museu ou dependem hierarquicamente de uma Câmara Municipal e têm como função o carácter informativo, a divulgação, a

formação e a animação cultural. Contudo existem núcleos museológicos alojados em espaços físicos definidos, em edifícios preparados para acolher coleções. E, existem outros, que se apresentam em espaços físicos ao ar livre, estando normalmente associados a projetos educativos. Sem esquecer outros núcleos museológicos integrados em universidades, mas instalados nas diversas faculdades como extensões de Museus.

A título de exemplo, em janeiro de 2011, surgiu um núcleo museológico, instalado nas novas instalações da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, no Pólo III/ Ciências da Saúde, no qual fez reviver a antiga Escola de Farmácia⁷, que permitiu demonstrar a valiosa coleção de instrumentos científicos do século XX que se encontravam dispersos pelos vários laboratórios da Escola. Este núcleo, atrás referido, permitiu dar a conhecer, “toda a evolução histórica da Farmácia ao longo do último século e meio sensivelmente”. O grande objetivo deste caso concreto, é que “no âmbito da disciplina da História da Farmácia” procura mostrar aos novos alunos, “um espírito de corpo e identidade da Escola de Coimbra (...) “mas também mostrar que a Farmácia é uma ciência “várias vezes milenar”, conseguindo-se neste espaço museológico da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra, pelo menos um percurso centenário com a exposição patente.

⁷ Esta informação pode ser consultada em: <http://www.uc.pt/ffuc/imagens/ffuc_foi_noticia/Desp08.pdf>.[Consultado a 6 Jun. 2011].

Diversidade Tipológica dos museus

Para constatar a sua diversidade foram solicitados dados ao INE, dados esses que apesar de existirem não estavam tratados. De seguida procede-se à sua exemplificação por quadros analíticos cujo período temporal é de quatro anos (2007 a 2010).

A Tabela 2 traduz informação relativa à generalidade dos museus distribuídos na sua totalidade por regiões e diz respeito ao ano de 2007.

2007		Unidade: Nº.	
NUTS⁸	Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários		
	Total	Dos quais Polinucleados	Núcleos
1	2	3	4
Portugal	292	63	152
Continente	265	54	128
Norte	77	14	39
Centro	69	18	35
Lisboa	71	15	40
Alentejo	37	5	10
Algarve	11	2	4
Região Autónoma dos Açores	11	8	23
Região Autónoma da Madeira	16	1	1

Fonte: www.ine.pt

TAB. 2 – Total de Museus distribuídos por regiões relativos ao ano de 2007.

⁸ Por NUTS entende-se que são Nomenclaturas de Unidades Territoriais para fins Estatísticos.

A Tabela 3 descreve informação geral relativa à tipologia dos Museus e diz respeito ao ano de 2007.

2007			Unidade: Nº.
Tipologia dos Museus	Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários		
	Total	Dos quais Polinucleados	Núcleos
1	2	3	4
Total	292	63	152
Total dos Museus	275	62	151
Museus de Arte	60	8	18
Museus de Arqueologia	19	9	26
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	11	0	0
Museus de Ciências e de Técnica	20	2	6
Museus de Etnografia e de Antropologia	36	6	18
Museus Especializados	31	4	5
Museus de História	32	9	16
Museus Mistos e Pluridisciplinares	54	20	47
Museus de Território	9	4	15
Outros Museus	3	0	0
Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários	17	1	1

Fonte: www.ine.pt

TAB. 3 - Tipologia dos Museus relativa ao ano de 2007.

A Tabela 4 traduz informação relativa à totalidade dos museus distribuídos por regiões e diz respeito ao ano de 2008.

2008		Unidade: N°.	
NUTS	Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários		
	Total	Dos quais Polinucleados	Núcleos
1	2	3	4
Portugal	321	75	187
Continente	293	68	166
Norte	85	24	53
Centro	79	17	40
Lisboa	78	19	54
Alentejo	40	6	15
Algarve	11	2	4
Região Autónoma dos Açores	14	7	21
Região Autónoma da Madeira	14	0	0

Fonte: www.ine.pt

TAB. 4 – Total de Museus distribuídos por regiões relativos ao ano de 2008.

A Tabela 5 descreve informação geral relativa à tipologia dos Museus e diz respeito ao ano de 2008.

2008		Unidade: N°.	
Tipologia dos Museus	Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários		
	Total	Dos quais Polinucleados	Núcleos
1	2	3	4
Total	321	75	187
Total dos Museus	300	73	183
Museus de Arte	62	9	23
Museus de Arqueologia	24	9	27
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	11	1	3
Museus de Ciências e de Técnica	28	4	8
Museus de Etnografia e de Antropologia	41	5	15
Museus Especializados	29	6	11
Museus de História	31	10	20
Museus Mistos e Pluridisciplinares	61	23	55
Museus de Território	10	6	21
Outros Museus	3	0	0
Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários	21	2	4

Fonte: www.ine.pt

TAB. 5 -Tipologia dos Museus relativa ao ano de 2008.

A Tabela 6 traduz informação relativa à totalidade dos museus distribuídos por regiões e diz respeito ao ano de 2009.

2009		Unidade: Nº.		
NUTS	Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários			
	Total	Dos quais Polinucleados	Núcleos	
1	2	3	4	
Portugal	363	90	225	
Continente	335	80	194	
Norte	101	27	60	
Centro	91	22	55	
Lisboa	81	17	49	
Alentejo	45	11	23	
Algarve	17	3	7	
Região Autónoma dos Açores	14	9	30	
Região Autónoma da Madeira	14	1	1	

Fonte: www.ine.pt

TAB. 6 – Total de Museus distribuídos por regiões relativos ao ano de 2009.

A Tabela 7 descreve informação geral relativa à tipologia dos Museus e diz respeito ao ano de 2009.

2009		Unidade: N.º.		
Tipologia dos Museus	Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários			
	Total	Dos quais Polinucleados	Núcleos	
1	2	3	4	
Total	363	90	225	
Total dos Museus	343	88	221	
Museus de Arte	70	11	27	
Museus de Arqueologia	31	9	26	
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	11	1	4	
Museus de Ciências e de Técnica	28	6	14	
Museus de Etnografia e de Antropologia	50	8	26	
Museus Especializados	39	6	9	
Museus de História	34	9	18	
Museus Mistos e Pluridisciplinares	66	30	68	
Museus de Território	11	8	29	
Outros Museus	3	0	0	
Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários	20	2	4	

Fonte: www.ine.pt

TAB. 7 - Tipologia dos Museus por núcleos relativa ao ano de 2009.

A Tabela 8 traduz informação relativa à generalidade dos museus distribuídos por regiões e diz respeito ao ano de 2010.

2010		Unidade: Nº.	
NUTS	Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários		
	Total	Dos quais Polinucleados	Núcleos
1	2	3	4
Portugal		91	246
Continente	333	85	215
Norte	103	32	69
Centro	88	21	58
Lisboa	82	19	52
Alentejo	42	11	27
Algarve	18	2	9
Região Autónoma dos Açores	12	6	31
Região Autónoma da Madeira	15	0	0

Fonte: www.ine.pt

TAB. 8 - Museus distribuídos por regiões relativos ao ano de 2010.

A Tabela 9 descreve informação geral relativa à tipologia dos Museus e diz respeito ao ano de 2010.

2010		Unidade: Nº.	
Tipologia dos Museus	Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários		
	Total	Dos quais Polinucleados	Núcleos
1	2	3	4
Total	360	91	246
Total dos Museus	340	91	246
Museus de Arte	70	11	23
Museus de Arqueologia	29	11	32
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	9	0	0
Museus de Ciências e de Técnica	31	8	31
Museus de Etnografia e de Antropologia	48	7	29
Museus Especializados	37	4	7
Museus de História	36	12	23
Museus Mistos e Pluridisciplinares	67	30	73
Museus de Território	11	8	28
Outros Museus	2	0	0
Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários	20	0	0

Fonte: www.ine.pt

TAB. 9 - Tipologia dos Museus relativa ao ano de 2010.

Efetou-se a análise dos quatro anos de 2007 a 2010, em função das tabelas acima mencionadas e constatou-se o seguinte:

Segundo este estudo existia, em 2010, um total global de 360 museus, dos quais 91 eram polinucleados e 246 eram constituídos por núcleos. Nesse total global existiam 20 Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários, nenhum dos quais era polinucleado ou constituído por núcleos. Ainda nos dados referentes ao total global dos Museus, Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários verificou-se essencialmente um aumento nos anos de 2007 a 2009, num valor aproximado de 24,3% e de 2009 a 2010 houve um ligeiro decréscimo de 1%. O mesmo se verificou relativamente aos museus polinucleados nos anos de 2007 a 2009, cujo aumento foi de 42,8% e em 2010 um ligeiro aumento de 1%⁹.

Comprovou-se que quanto aos museus polinucleados¹⁰, os valores positivamente mais discrepantes foram verificados no ano de 2007 para o ano de 2008 e são, efetivamente, na Região do Norte notando-se um acentuado aumento de 71%. Na região do Alentejo e mais propriamente no ano de 2008 para o ano de 2009 o aumento foi de 83%, também ele significativo. Na região autónoma dos Açores de 2009 para 2010 verificou-se uma diminuição de 2009 para 2010 num total de 33%. Deduziu-se, por analogia, que estas diminuições se possam dever a alguns fatores como por exemplo, ao fecho das instituições para obras, à diminuição do quadro de pessoal, à falta de voluntários, ou mesmo à perda de estatuto de museus pelo não cumprimento das suas funções básicas.

No que concerne aos museus por núcleos¹¹, e no que diz respeito aos anos de 2007 a 2009 o aumento foi de 48% e no ano de 2010, continuou ainda a verificar-se um aumento de 9%, porém nada significativo. Efetuada a análise aos museus divididos por núcleos e por zonas territoriais, constata-se que as Regiões Norte e Centro são as que detém um aumento progressivo entre os anos 2007 e 2010. Já na região de Lisboa a principal variação foi de 2007 a 2008. O mesmo se passou entre 2008 a 2009, na região do Alentejo bem como na região autónoma dos Açores.

Comparativamente aos anos de 2007 a 2010 e no que diz respeito à tipologia dos museus¹², houve um aumento de 19%, relativamente aos Museus de Arte e aos Museus Mistos e

⁹ Ver anexo 1.

¹⁰ Ver anexo 2, 3, 4, 11.

¹¹ Ver anexo 5, 6, 7, 8, 9.

¹² Ver anexo 10.

Pluridisciplinares. De referir que os museus com menor aumento foram respetivamente os Museus de Ciências Naturais e de História (3%), os Museus de Território (3%) e os designados por Outros Museus (1%)¹³.

Importância dos museus

Constata-se que este estudo é importante na medida em que se pensa que, até ao momento, (pelo menos que se tenha conhecimento) não havia um levantamento de dados relativos à existência, neste período cronológico, de museus polinucleados e museus divididos por núcleos.

As tabelas anteriores permitem verificar a importância da tipologia dos museus: quais os que são núcleos, quais os que são considerados polinucleados e qual a região de Portugal que tem maior número de museus. Verifica-se ainda que desde o ano 2007 até ao ano de 2010, houve um aumento significativo no total global de museus, não só em Portugal Continental mas também nas Ilhas dos Açores e da Madeira¹⁴.

A título de curiosidade e segundo o Serviço Regional de Estatística dos Açores¹⁵ (SREA), a área de Portugal Continental é de 88 797.365 Km², a área dos Açores de 2 332.740 Km² e a área da Madeira de 778.920Km² (SREA, 2007: 14).

Deste modo e tendo em conta os museus existentes em cada uma destas zonas territoriais, verifica-se que existe, em Portugal Continental, 1 museu por cada 266,66 km², nos Açores 1 museu por cada 194,4 Km² e na Madeira 1 museu por cada 53,4 km².

¹³ Ver anexo 10.

¹⁴ Ver anexo 12.

¹⁵ Esta informação pode ser consultada em <<http://estatistica.azores.gov.pt/upl/%7Bf611e372-a96c-4582-b25a-0f9b5e1c71d6%7D.pdf>>. [Consult. em 03 set. 2012].

1.2. Breve Enquadramento Histórico dos Museus Universitários

Entre os anos de 2000 e de 2004, efetuaram-se estudos em contextos universitários, mais propriamente em 50 instituições de ensino superior público de 10 países. Constatou-se que “ninguém sabe quantos museus e coleções universitárias existem na Europa”. Como salienta Lourenço (2004) “o que sabemos, porém, é que o património europeu é extremamente significativo”. Neste período existiam cerca de 200 museus, cujas coleções abarcavam todas as áreas do conhecimento humano. É de referir que um património tão vasto seja pouco conhecido pelo público, e cujo interesse por parte das autoridades locais, nacionais e europeias, não suscitem atenção, assim como das próprias universidades responsáveis por esse património.

Para aferir o que está atualmente a acontecer com os museus universitários, é necessário questionar qual a importância destes museus e suas coleções para as sociedades contemporâneas. Verifica-se que os problemas são de várias ordens, desde os teóricos e práticos, aos conjunturais, estruturais e financeiros.

Foi no final da década de 60 do século XX, que grande parte destes museus universitários começaram a atribuir importância à forma organizativa, estrutural, até mesmo conceptual, estabelecendo comparações com outros museus (locais, regionais e nacionais), apesar dos universos serem distintos uns dos outros, criando assim, uma identidade própria. Segundo Lourenço (2004), “a busca da identidade entre os Museus universitários e a generalidade dos Museus tem início na América do Norte, sendo o seu efeito sentido na Europa cerca de uma década mais tarde”.

Cada caso é um caso, e os museus universitários e as suas coleções têm que ser entendidos em contextos particulares, nos quais estão integrados.

Os museus e coleções universitárias, cuja história remonta desde há 450 anos, foram sofrendo alterações ao longo dos tempos, quer na sua criação, na organização e expansão. Na maior parte das vezes, desprezados ou mesmo destruídos por professores, investigadores, estudantes, reitores, bibliotecários, entre outros.

Julga-se necessário saber qual o papel que os museus e as coleções universitárias possam ter em contextos de ensino superior, perante as sociedades contemporâneas. Porque, já em meados do século passado, existia a indefinição do papel deste tipo de museus.

Nos anos 1970 e 1980 do século XX, houve em toda a Europa um declínio de estudantes. Houve o encerramento de institutos, e devido a esta situação dispersaram-se e perderam-se muitas destas coleções. Em 2003, este cenário repetiu-se. Muitas Universidades encerraram e não se sabe o que aconteceu às coleções existentes. Alguns jardins botânicos foram privatizados, levando ao fim de coleções científicas. As coleções de história natural, de medicina e jardins botânicos foram constituídos para apoiarem os cursos de medicina, porém, expondo os museus ao risco, devido ao desmantelamento dos edifícios.

Constatou-se ainda, que existiram coleções que foram vendidas para darem origem a novos edifícios de forma a permitir o recrutamento de novos professores e investigadores (Lourenço, 2004).

Os museus universitários continuaram em crise desde a época pós-guerra, porque as próprias universidades atravessarem [e continuam a atravessar] crises orgânico-estruturais e crises financeiras. Contudo, só a partir dos anos 90 do século XX, e em resposta a estas situações, mobilizaram-se profissionais de museus universitários e não-universitários a nível internacional. Era necessário agir, pois o património encontrava-se em risco. Segundo este mesmo estudo, o mesmo não aconteceu em Portugal, que tem estado um pouco à margem destes acontecimentos, não só ao nível das reformas das universidades, como no que respeita às coleções, mas também pela falta de coordenação, articulação e de organização dos profissionais da área.

O património das universidades é muito expressivo e diversificado. Inicialmente, esses bens patrimoniais dos primeiros museus tiveram a sua origem, como aconteceu noutros países, em coleções universitárias de ensino e de investigação. Muito há a fazer neste tipo de património, dado não existirem critérios de financiamento, de enquadramento legal e institucional, bem como a falta de inscrição nos estatutos das universidades.

1.2.1. Os Museus Universitários

As Universidades são espaços propícios ao conhecimento, à inovação e à cultura. No mundo global podemos considerá-las como uma das vantagens competitivas, não só de pessoas como dos locais onde se encontram enraizadas. No caso de museus integrados nestes espaços, estes permitem uma visão alargada de conhecimentos e de atividades educativas e sociais, quer a nível geral, quer a nível pessoal.

Tal como uma biblioteca ou um arquivo, um museu é considerado um serviço público. Nesta medida reconhece-se que o museu, (ou um núcleo museológico) em contexto universitário, tem os seus objetivos específicos que devem ser cumpridos pelo seu desempenho em domínios de investigação, de educação, de inovação, de experiência, de preservação e profissionalismo¹⁶ e conseqüentemente de promoção da cultura.

Segundo Carvalho, é analisado o conceito de Museu “ como um sistema de informação na integração do processo de geração, transmissão e disseminação da informação” (2006:1). Nada melhor do que pegar nesta valência e enquadrá-la associada a um museu em contexto universitário.

O mundo evoluiu rapidamente com a implementação das novas tecnologias da informação e a museologia não ficou alheia a esta mudança. Deste modo, Carvalho salienta “a importância da contribuição das Ciências da Informação para a Museologia e a convergência das duas áreas, ou seja, ambas tendem a um resultado comum cuja informação e o conhecimento são fundamentais” (2006:1). Ainda nesta linha de pensamento, Castells (1993) afirmou o surgimento “de um novo tipo de economia, a economia informacional articula-se em consonância com uma importante revolução tecnológica, a das Ciências da Informação”. Seguindo esta ideia de informação, a partilha, a troca de conhecimentos e a experiência devem ser utilizadas, partindo sempre da natureza das coleções e dos contextos universitários em que se encontram.

O património universitário existente na maioria das universidades nacionais e internacionais é de enorme importância, contudo a maior parte das universidades não dispõe de serviços de conservação e de restauro, ou seja, serviços mínimos de preservação

¹⁶ Esta ideia foi baseada no Projeto Museológico dos Museus da Universidade do Porto. *In*: Revista da Faculdade de Letras do Porto: Ciências e Técnicas do Património. 2002, p. 221-246.

patrimonial. Nem tão pouco de vontade para recolher, analisar, inventariar, investigar e preservar as suas coleções de acordo com os padrões estabelecidos pelo Conselho Internacional de Museus.

Uma vez que o termo ciência é muito abrangente, pressupõe-se que os museus universitários tenham especificidades próprias. Daí questionar-se, afinal como se distinguem os museus universitários?

Num estudo efetuado em 2008, por Ana Delicado, essa análise é claramente visível. A autora considera que se devem distinguir os Museus de ciência, (existem cerca de duas dezenas) os Museus de História das Ciências, os Centros de Ciência, e os Museus de História Natural (2008: 56). Já no que se refere aos Museus científicos, (em Portugal existem para cima de duzentos), identificam-se “como os Museus que têm uma vertente científica, quer como temática principal, quer como uma entre outras temáticas, apresentando ao público os resultados ou os processos de um trabalho de investigação científica, sobre o mundo físico ou social” (Delicado, 2008: 56). Ainda neste estudo, foi feita uma distinção clara no que respeita às tutelas destas instituições, sendo que, os que são tutelados por universidades ou por instituições de ensino superior ou ainda por centros de investigação do Estado, designados por laboratórios, são detentores de património muito diversificado, além de praticarem actividades “de aquisição, de conservação, de investigação, de comunicação e exibição, para os fins de estudo, educação e fruição, evidências materiais de pessoas e do seu ambiente”¹⁷.

Por outro lado, os museus que são tutelados por instituições científicas, normalmente têm nos seus cargos dirigentes, docentes ou investigadores, que nutrem um gosto particular pela museologia. Porém, “não são apenas os museus universitários que são dirigidos por docentes e investigadores” (Delicado, 2008: 57). O mesmo acontece com Museus de Ciência Viva, de Etnologia, de Arqueologia.

No que se refere às ações desenvolvidas por parte destes membros da comunidade científica, essas, são atividades ligadas à museologia (devendo ter para o efeito um técnico de museologia, o que normalmente não acontece). Em 2008 do século XX, Delicado refere no seu estudo, que esta participação da comunidade científica na atividade dos museus é “considerada por vários autores uma mais-valia e uma condição necessária para apresentar

¹⁷ Poderá ser consultado o artigo 2.º dos estatutos do ICOM.

ciência contemporânea”, tendo em conta que o conhecimento adquirido por estes ao longo da vida, é de extrema importância. “Por fim, muitos museus científicos têm uma participação direta no campo científico, ao funcionarem como instituições de produção e reprodução de ciência”, através do ensino e da formação (Delicado, 2008: 57).

As universidades devem promover estes espaços culturais, e manter a sua função no ensino e na investigação. De acordo com a Lei n.º 47/2004, de 19 de Agosto, “a investigação é uma das funções centrais da sua atividade”.

A componente prática faz parte do processo de investigação nos museus. Delicado, pelo estudo que efetuou, faz essa distinção nos museus científicos portugueses, na medida em que os mesmos adquirem peças, efetuam estudos e investigação de objetos que já existem, elaboram exposições, e através da investigação básica das coleções, adquirem conhecimento sobre novos assuntos ou novas temáticas. Contudo, constatou ainda, que a maior parte de museus portugueses mesmo os que têm tutela universitária, não praticam investigação e, noutros casos, a investigação é feita nos departamentos em que estão integrados, como por exemplo os museus universitários de Coimbra, de Évora, de Lisboa e do Porto.

Resta falar na componente técnica associada às práticas museológicas. Através do estudo e investigação das coleções, que pode ser considerado uma forma de investigação mais usual ou básica, estão intrinsecamente ligadas tarefas diversificadas tais como, a recolha, o inventário, a classificação e catalogação, dos bens culturais e patrimoniais. Embora alguns museus careçam de técnicos dedicados à investigação e ao estudo das coleções, estas instituições podem apoiar-se nos programas definidos pela Rede Portuguesa de Museus para a investigação e a qualificação de museus e das suas coleções. A título de curiosidade e para servir de exemplo, Delicado conseguiu apurar através de entrevista ao Diretor do Museu Bocage que “o exemplo por excelência de investigação «básica» nos museus portugueses é o Museu Nacional de História Natural, cuja posição no campo científico no domínio das ciências naturais pode ser considerada, se não dominante, pelo menos bastante forte, ombreado com os restantes centros de investigação e desenvolvimento (I&d) universitários em matéria de publicações, projetos financiados, prestígio científico dos seus investigadores, a função científica, que essa é a função básica de um Museu” (2008: 69).

Ainda com base na ideia de Delicado, outra das áreas que os museus científicos poderiam desenvolver e neste caso concreto, era a “dinamização da participação do público na ciência”, mais conhecida internacionalmente como “*citizen science*”, colocando os cientistas e o público em diálogo, através de fóruns ou palestras (2008: 73, 74). Esta atividade conduziria o público a manifestar as suas próprias opiniões e conseqüentemente a sugerir outros temas de interesse.

Concluiu-se, portanto, que no contexto internacional existem alguns projetos ligados a estas práticas, tanto de investigação, como da “*citizen science*” ou mesmo de voluntariado por parte do público, sendo exemplo disso, os museus referidos por Delicado – o *Science Museum*, o *Dana Centre* em associação com o anterior ou até o *Australian Science Museum*.

No que diz respeito a Portugal, a situação é muito subtil, uma vez que as ações são relevadas aos cientistas e desenvolvidas em alguns Museus e Centros de Ciência, ou então, quase inexistentes. Salvo raras exceções “a maioria dos museus científicos portugueses não participa efetivamente no campo científico. Não desenvolve investigação, não contribui para a formação de estudantes universitários, não procura estimular o interesse dos jovens por carreiras científicas, não estabelece quaisquer relações com universidades ou centros de I&D” (Delicado, 2008:74).

Como estratégia futura, poderão ser aproveitadas estas ideias para o Museu da Universidade de Aveiro, tendo em conta que a comunidade científica desta Universidade ter tido um crescimento exponencial ao longo dos 38 anos de existência, entendendo-se como “essencial assegurar e promover a imbricação dos museus com a ciência que lhes dá origem” (Delicado: 2008:75).

Assim, sugere-se para a Universidade de Aveiro que se efetivem ações através do museu, com projetos de grande visibilidade apoiados por parte de centros de investigação e pelos professores universitários que desenvolvam os trabalhos de investigação e que os mostrem ao público. Deste modo, o museu será o meio utilizado e facilitador para mostrar essa importância e para trazer ainda mais notoriedade à investigação nela produzida.

1.3. Projetos e Boas Práticas

Neste ponto, pretende-se enumerar projetos e boas práticas que ultimamente têm sido realizadas pelos museus internacionais e nacionais. Para o efeito efetuou-se um levantamento de dados a nível internacional e nacional para constatar que as práticas de gestão utilizadas pelas instituições museológicas são uma mais-valia. Sendo este fato constatado pelos dados obtidos e apresentados nas tabelas 11¹⁸ e 12¹⁹.

Nos quadros analíticos representados nas tabelas 11 e 12, irão surgir questões como: quem?; o quê?; quando?; porquê/como?; onde? Estas perguntas não são um método, são apenas formas de representar a informação pretendida a investigar e são conhecidas como as 5 perguntas jornalísticas utilizadas para a realização das notícias, pelos jornalistas. Estas são essenciais para a qualidade das notícias e, neste contexto, permite a identificação do que interessa ou não para a concretização do texto descritivo.

Serão colocados tópicos que se consideram importantes e de destaque, mostrando o que esses museus têm e os outros não têm. Esta análise irá permitir a justificação das propostas que serão traçadas nos planos e que se pretende que sejam adotadas pela gestão do futuro Museu da Universidade de Aveiro.

1.4. Resultado do estudo aos Museus Nacionais

Pudemos constatar pelo estudo efetuado e baseado em pesquisas *on-line*, que os museus nacionais e com maior número de visitantes anualmente, são tutelados pelo Instituto dos Museus e da Conservação (IMC) e recorrem ao *software* de gestão e inventariação das coleções: o *software* Matriz.

Fazendo uma análise às fontes de informação dos referidos *sites*, podemos verificar que em termos de visualização e no que se refere ao seu domínio podemos considerá-los bons, por terem domínio “.pt”. Em termos de navegação, os *sites* são, na generalidade, bons por

¹⁸ Ver anexo 13.

¹⁹ Ver anexo 14.

possuírem um mapa do *site*, que facilita a busca da informação pretendida. No que se refere aos conteúdos, estes estão bem identificados com o nome do *site* e o logótipo do museu em questão. Quanto aos contatos, todos os museus têm indicações completas, nomeadamente: nome, morada, telefone, fax, correio eletrónico, entre outras informações úteis. Na sua maioria, estes museus virtuais direcionam ou referem outros *sites* nacionais e internacionais com diversos domínios, através de *links*, que remetem os visitantes para informação pertinente e complementar. A data de atualização do *site* é considerada fundamental, uma vez que se constata, que a informação disponibilizada está atual. Considera-se importante a necessidade dos museus, também em contexto virtual, terem publicidade institucional ou de outros organismos congéneres, de forma a torná-los apelativos e a relacioná-los. No que concerne à atualização das páginas oficiais dos *sites* estudados, importa referir que somente uma se encontra com a página desatualizada – O Museu Monográfico de Conímbriga.

No que se refere ao Plano das coleções, a maior parte dos museus usufruem de coleções pertinentes, algumas diferenciadoras das demais existentes no estrangeiro, como no caso da coleção do Museu Nacional dos Coches, cuja coleção é de assessorios de viatura, de cavalaria, de cortejo e de fardamento.

Na generalidade, todos os museus adotam o *software* Matriz para a gestão de inventário e das coleções.

Ao nível dos planos de gestão, constatou-se que, nenhum dos referidos museus tem, explicitamente, traçados os planos: diretor, estratégico, de emergência até mesmo planos de desenvolvimento individual, contudo desenvolvem serviços relacionados com as coleções, com as exposições, com o serviço educativo e de eventos, com serviços de comunicação e de marketing, que são atividades praticadas pelos museus e fazem parte dos planos de gestão destes equipamentos culturais na atualidade.

De seguida e para não sobrecarregar o quadro elaborado, particularizar-se-á o estudo relativo a cada museu, designando especificamente por tópicos, o que fazem e porque ou como o fazem a nível de gestão, que origina e promove as boas práticas desenvolvidas. Elaborou-se representativamente a informação através de quadros exemplificativos, tendo por base, duas das perguntas jornalísticas referenciadas anteriormente e que se encontram

em falta no quadro principal por não existir espaço para o efeito e que servirão para identificar os serviços dos museus. Ou seja, na generalidade qual o objetivo do museu, quais as suas características, como é que o museu se organiza, qual a pertinência das coleções e particularmente o que fazem para tornar visitável o museu.

No que diz respeito ao estudo e investigação das coleções, a maior parte destes museus nacionais, possuem bibliotecas, bibliotecas virtuais ou bibliotecas especializadas, como é o caso do Museu Nacional do Azulejo, com arquivo próprio ou departamento de investigação e informação²⁰. Destacamos como importante o caso do Museu Monográfico de Conímbriga²¹ que tem um regulamento, e tem traçado para as suas coleções, um Plano de Conservação.

No que se refere ao Plano de Exposições, e nomeadamente às coleções existentes, estas são variáveis, indo desde exposições permanentes, (dependendo das próprias coleções e dos próprios edifícios, cuja museografia se expande por várias salas ou até mesmo em vários núcleos. As exposições temporárias são normalmente temáticas. Contudo o Museu Nacional do Azulejo tem em prática, uma exposição itinerante. Salientamos como interessante, que o Museu de Alberto Sampaio tem na sua página oficial, estatísticas atualizadas do número de visitantes que visita este museu²².

Já no Plano de Serviços Educativo e de eventos, constatámos que todos os museus têm estipuladas visitas gerais, visitas temáticas, visitas guiadas, outras denominadas de visitas com *ateliers*, visitas com animação histórica, visitas lúdico-pedagógicas, visitas específicas, entre muitas outras e são deste modo designadas de acordo com a temática inerente às próprias coleções. Contudo, recorrem a outras atividades, nomeadamente, a jogos de pista, visitas fora do horário normal, grupo coral, efetuam colóquios, têm um dia da semana específico, designado por 5.ªs à noite (mensal, outros anualmente), concertos, *workshops*, elegem uma determinada peça do mês, efetuam trabalhos em *ateliers*, *peddy papers*, festas de aniversário ou ainda domingos em família. De entre outras atividades,

²⁰ Ver anexo 20.

²¹ Ver anexo 19.

²² Ver anexo 22.

destacam-se as Jornadas de Trabalho em Museologia, efetuadas anualmente nos Paços do Duque²³.

No Museu Nacional de Arte Antiga, constatámos que existe uma programação bem definida do Serviço Educativo, muito vocacionada em ações de formação para professores e educadores, estudos de projetos, ofertas de estágios, gabinete de desenho e gravuras²⁴.

O Museu Monográfico de Conímbriga detém vários cursos de formação e um laboratório e oficina de restauro que julgamos ser deveras interessante, no que respeita às questões museológicas²⁵.

Neste estudo avaliámos como sendo muito importante e atual, a existência de programas para pessoas com necessidades especiais, sobretudo as que são praticadas pelo Museu Nacional do Azulejo²⁶. E ainda, as visitas adaptadas a pessoas com deficiência visual, desenvolvidas pelo Museu de Alberto Sampaio²⁷.

Importa também referir que o Museu Nacional de Arqueologia tem um *site* bem desenvolvido para pessoas com necessidades especiais e, tem como extensão cultural um E-laboratório²⁸.

Notámos neste estudo efetuado aos museus nacionais, que estas duas últimas práticas desenvolvidas, são indicadoras de que os museus já se estão a adaptar às novas realidades, no que respeita aos públicos com diferentes necessidades e aos públicos virtuais.

No Plano de Comunicação e Marketing distinguimos como diferenciadoras, algumas ações desenvolvidas no Paço dos Duques, as Jornadas europeias de património, as acessibilidades especiais, especialmente um roteiro em braille, o uso de rampas e elevadores adaptados ao edifício inicial. E ainda, uma programação específica com recurso a peças que se tocam e apreendem. Já o Museu Nacional dos Coches tem um folheto informativo sobre o museu em quatro línguas, o que consideramos ser bastante positivo.

²³ Ver anexo 16.

²⁴ Ver anexo 18.

²⁵ Ver anexo 19.

²⁶ Ver anexo 20.

²⁷ Ver anexo 22.

²⁸ Ver anexo 21.

Importa também referenciar no mesmo grau de importância, as publicações, as edições de coleções que são efetuadas respetivamente pelos seguintes museus: Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional do Azulejo, Museu de Alberto Sampaio e o Museu Nacional de Arqueologia que publica uma revista portuguesa de arqueologia, que pela sua importância é referenciada internacionalmente²⁹. Outras formas de comunicação e de marketing utilizadas pelos museus nacionais estudados são na generalidade, as páginas oficiais em bilingue, o recurso a várias redes sociais, salvo raras exceções, como por exemplo, o Palácio Nacional de Sintra que ainda não utiliza esse recurso. Fornecem informação detalhada para a imprensa, utilizam visitas virtuais a algumas coleções, publicam regularmente *newsletters* do museu, têm grupos ou associações de amigos do próprio museu, dão conferências e seminários e editam cd-rom's ou dvd's, entre outros.

Os museus que se destacam por ter associados vários *links* a instituições congéneres, ou a projetos nacionais e estrangeiros ou até mesmo outros, como sendo por exemplo o assunto relativo a conservação e restauro, são apenas o Museu Nacional do Azulejo, e o Museu Nacional de Arqueologia³⁰.

No que concerne ao marketing, todos utilizam lojas, já no caso do Museu de Alberto Sampaio, também uma livraria³¹ para promoverem a venda de artigos e de produtos relacionados com a coleção do museu. Outros museus mais recentes ou atuais, têm nos seus espaços, cafés e restaurantes para aliciar e tentar fidelizar o público que vai ao museu criando deste modo uma fonte de receita para o museu em questão, neste caso concreto, o Museu Nacional do Azulejo³².

A maior parte destes museus recorrem a mecenas, a parcerias e/ou a patrocinadores e aceitam pessoal estagiário ou voluntariado. Contudo, o que seria mais desejável e que normalmente não acontece, é que esse voluntariado tivesse formação superior em Museologia.

Após esta análise pormenorizada e, em termos gerais, pudemos constatar que os museus nacionais apesar de tudo, estão no caminho certo, porém, muito ainda há a fazer neste domínio.

²⁹ Ver anexos 18, 20, 22, 21.

³⁰ Ver anexo 21.

³¹ Ver anexo 22.

³² Ver anexo 20.

Informamos que o estudo não se dá por completo, porque até à data de 21 de Outubro de 2012, dois dos *sites* encontravam-se em reestruturação conforme indicação dada, nomeadamente o *site* do Palácio Nacional de Mafra e o *site* do Museu Grão Vasco. Sendo certo que, efetivamente, ambos são tutelados pelo Instituto dos Museus e da Conservação (IMC) e que utilizam para a gestão e inventariação das suas coleções o *software* Matriz.

1.5. Resultado do estudo efetuado aos Museus Internacionais

Convém relembrar que este estudo, bem como o estudo efetuado aos museus nacionais, ambos em linha, serve para justificar que, os projetos e boas práticas desenvolvidas por ambos conduzem ao bom desempenho dos serviços prestados pelos museus. Sendo que, as práticas de gestão adotadas e constatadas, são uma mais-valia, e tornam-se exemplos a seguir por todos os museus já implementados ou a implementar no futuro.

O estudo revelou-se muito interessante, na medida em que se comprovou que, quanto maior é a monumentalidade do edifício e a coleção que alberga, maiores e melhores são os serviços que prestam. Ou seja, há muito mais por onde escolher e diversificar nomeadamente, a nível das coleções, das exposições, a nível educativo, funcional, comunicacional e de divulgação.

Para exemplificar o que se acaba de afirmar, passaremos a identificar os museus que mais se destacam relativamente aos pontos atrás referidos.

Quanto à pertinência das coleções, podemos dizer que, na generalidade, todos os museus sem exceção são detentores de excelentes coleções. Contudo, serão nas diferenças encontradas que nos iremos debruçar. Assim, seguindo a ordem do quadro estudado, o *Museu del Prado*³³ é o único museu que tem definido e designado um Plano de coleções. Nota-se por exemplo, que o *British Museum*, o *Metropolitan Museum*, a *National Gallery*, a *Tate Modern* e o *Museu del Prado*, são museus que têm associados às coleções um conjunto de serviços de biblioteca, de arquivo, de investigação, de curadoria, de conservação e restauro ou centros de estudo e de pesquisa, até mesmo, políticas de

³³ Ver anexo 31.

empréstimo das coleções como é o caso da *National Gallery*³⁴. Todos estes serviços apoiam o estudo e a investigação das coleções.

No que respeita ao plano expositivo, o *Musée du Louvre* e o *National Museum of Korea*, são os únicos museus que têm disponíveis nas páginas oficiais, um relatório sobre visitas e estudos de público, pois achámos bastante pertinente e diferenciador e serve para justificar a afluência do público³⁵. O *British Museum*, revela-nos uma visualização científica de uma autópsia em suporte virtual³⁶. Porém, a *National Gallery of Art* tem três exposições em digressão noutros museus e galerias³⁷. Quanto à itinerância das exposições, os museus que as praticam são, O *Centre Pompidou*, o *Musée d'Orsay*, e o *Museu del Prado*³⁸. No entanto, o museu que efetua exposições de outro outro género é o *National Museum of Korea*, efetua exposições especiais e uma exposição internacional de turismo³⁹.

No que concerne ao Plano de Serviços Educativos e eventos, todos os museus na generalidade, efetuam diversas atividades, tais como programas de todo o tipo, cursos ligadas às áreas temáticas das coleções, visitas da mais variada espécie, estágios, conferências, colóquios, simpósios, desenvolvem projetos deveras interessantes, assim como prestam serviços muito diferenciados, como poderemos constatar de seguida.

Salientamos como muito pertinente e atual, as ações praticadas para os públicos com necessidades especiais, tais como, os encontros da área social para os desfavorecidos e para os públicos portadores de deficiências, e os *ateliers* para todo o tipo de *handicaps*, desenvolvido pelo Louvre⁴⁰. Ainda nesta área social, o *Metropolitan Museum* utiliza nas visitas às exposições, o recurso à linguagem gestual assim como desenvolve programas de sociabilização das pessoas⁴¹. A *National Gallery* também tem programas para pessoas com deficiências⁴². Todavia, a *National Gallery of Art*, ao nível das acessibilidades, recorre ao uso da linguagem gestual e de filmes áudio para pessoas com deficiências⁴³. Mas, alguns museus apesar de não terem programas, ou atividades, até mesmo visitas específicas para

³⁴ Ver anexo 26.

³⁵ Ver anexos 23 e 32.

³⁶ Ver anexo 24.

³⁷ Ver anexo 28.

³⁸ Ver anexos 29, 30 e 31.

³⁹ Ver anexo 32.

⁴⁰ Ver anexo 23.

⁴¹ Ver anexo 25.

⁴² Ver anexo 26.

⁴³ Ver anexo 28.

este público, desenvolveram nos planos de comunicação e marketing, informações em vídeo, e em simultâneo a linguagem gestual, outros, publicações e audioguias adaptadas em braille, e/ou sinalética específica. Alguns destes museus adotaram estratégias de marketing que marcam a diferença, Deste modo, alguns desenvolveram serviços de empréstimo de cadeiras de rodas, ou de carrinhos de bebé e marsupiais, revelando uma preocupação acrescida para segmentos de públicos de todas as idades ou portadoras de deficiência. São exemplo disso os seguintes museus: o *Louvre*, o *Metropolitan Museum*, e o *National Museum of Korea*⁴⁴.

Ainda relacionado com os planos de comunicação e marketing, referimos apenas uma curiosidade, o *Metropolitan Museum* utiliza a língua portuguesa no *site* oficial e efetua visitas em português, sendo portanto, o único a efetuar esta ação. Possivelmente pelo fato de existirem muitas comunidades portuguesas nos EUA. Mencionamos também que os museus que utilizam as novas tecnologias, por forma a estarem atualizados no contexto das sociedades globalizadas, são respetivamente o *Louvre*, que utiliza aplicações móveis para *iPhone* e *Android*, o *British Museum* que permite *downloads* de eventos para MP3, a *Tate Modern* que permite o uso da aplicação *iPad* da Revista Tate Etc., assim como os guias do museu com aplicações *iPhone*. Já a *National Gallery of Art* recorre às aplicações para o *iPad*⁴⁵. Por último, o *Musée d'Orsay* faz uso de aplicações para telemóveis, das exposições e do museu, e edita uma revista única em *tablet* tátil⁴⁶. Mais, alguns destes museus utilizam práticas que consideramos serem interessantes, diferentes e até mesmo impensáveis. É o caso do *British Museum* que para atrair e fidelizar os públicos, criou num dos seus edifícios, uma *suite* contemporânea com instalações de acesso à coleção do museu e acesso a exposições específicas⁴⁷. Quanto ao *Metropolitam Museum*, organizou um pacote de viagens com os programas do museu, com duas dezenas de destinos emocionantes e que se reportam à história da coleção do museu⁴⁸. A *National Gallery of Art*, desenvolveu uma pista de gelo, por forma a aliciar o público⁴⁹.

No que diz respeito às questões de turismo, tão pertinentes nos dias de hoje, O *Centre Pompidou* desenvolveu um filme turístico em sete línguas, assim como um folheto de

⁴⁴ Ver anexos 23, 25 e 32.

⁴⁵ Ver anexo 28.

⁴⁶ Ver anexo 30.

⁴⁷ Ver anexo 24.

⁴⁸ Ver anexo 25.

⁴⁹ Ver anexo 28.

turismo em dez línguas, o que denota que este museu, tem uma preocupação acrescida a multiculturalidade, nomeadamente a afluência de públicos de várias partes do mundo, e à prestação de bens e serviços que disponibiliza⁵⁰.

Por fim, e para terminar a análise efetuada a estes museus internacionais, informamos que o *National Museum of Korea*, além de ter criado um museu da criança, virtual, tem nos seus edifícios caixas multibanco e uma sala de enfermagem, demonstrando uma vez mais, uma preocupação acrescida e inteligente na prestação destes serviços⁵¹.

⁵⁰ Ver anexo 29.

⁵¹ Ver anexo 32.

Capítulo II – O Museu da Universidade de Aveiro: estudo de caso

2.1. Breve Enquadramento Histórico

A Universidade de Aveiro foi criada no início da década de 70 do século XX, numa época marcada por novas ideias que se estenderam também às universidades através de um cruzamento de várias conceções ao nível do ensino superior.

Devido às transformações económicas, tecnológicas e sociais da época, a reforma das universidades tornou-se necessária.

Com a Implantação da República, as Universidades passaram a ser sinónimos de enquadramento multidisciplinar. Na Universidade de Coimbra, em 1911, foram criadas várias faculdades (Medicina, Letras, Direito, entre outras), onde já se efetuava investigação científica e tecnológica. Segundo Amorim (2001) *apud* Torgal (1995), “até inícios do séc. XX, a História da Universidade em Portugal era somente uma: à Universidade de Coimbra” (1995:405).

Na perspetiva de Amorim (2001), “da memória se faz a história e é nessa história contínua, pautada por uma missão bem definida, flexível, aberta à evolução e às exigências das sociedades, bem como às instituições universitárias, que é criada a Universidade de Aveiro (UA).

Hoje a UA, uma referência nacional e internacional, deve o seu empreendedorismo a todos quantos intervieram na transformação daquilo que começou por ser uma ideia e se tornou uma constatação real e aos que contribuíram, de certa forma, para a construção da memória da Universidade. Importantes foram também os testemunhos dados por todos aqueles que passaram pela universidade, nas suas várias fases, deixando atrás de si memórias individuais, espólios, documentos, que permitem a construção da história da instituição.

Atualmente verifica-se que a UA está, tal como no passado, bem integrada no seu contexto local, regional, nacional, económico, social e até político. A UA sofreu um processo evolutivo, quer ao nível da estrutura dinâmico-funcional, integrada em contextos locais e nacionais, quer ao nível das construções e reconstruções de edifícios que foi sendo sujeita

ao longo dos tempos, quer ainda, ao nível da criação de quadros de gestão, de infraestruturas até mesmo da vida académica.

A trilogia que passamos a mencionar Cultura/Universidade/Sociedade não se dissociam, porque a UA, em constante mutação, busca a sua identidade e pretende divulgá-la à sociedade e ao meu envolvente.

Deste modo, a Universidade tem como missão “Criar conhecimento, expandir o acesso ao saber em benefício das pessoas e da sociedade, através da investigação, do ensino e da cooperação; assumir um projeto de formação global do indivíduo; ser ator na construção de um espaço europeu de investigação e educação, e de um modelo de desenvolvimento regional assente na inovação e no conhecimento científico e tecnológico”⁵².

Sendo uma instituição pública compete-lhe intervir e desenvolver formação superior, com base na investigação e cooperação com a sociedade e o meio envolvente. Tem um cariz inovador, atualmente com cerca de 15000 alunos, a maior parte com formação graduada e pós-graduada e assume o seu papel de relevo no panorama nacional universitário. Segundo os *rankings*, apresenta qualidade no que diz respeito às infraestruturas que disponibiliza, à qualidade da investigação que produz e à excelência da docência.

A Universidade de Aveiro, tornou-se um parceiro manifestamente “privilegiado de empresas e de outras entidades nacionais e internacionais, com as quais coopera em diversos projetos e programas e às quais presta importantes serviços, sendo por isso um espaço de investigação onde se desenvolvem produtos e soluções inovadoras que contribuem para o avanço da ciência e tecnologia”⁵³.

No que concerne ao enquadramento jurídico-administrativo e segundo o Decreto-Lei n.º 97/2009 de 27 de Abril de 2009, a UA “é uma fundação pública com regime de direito privado, de acordo com o regime jurídico das instituições de ensino superior”. De acordo com o 5.º ponto do Artigo 4.º do mesmo decreto, “a UA rege-se pelo direito privado, nomeadamente no que respeita à sua gestão financeira, patrimonial e de pessoal”. No Capítulo I relativo às Disposições Gerais, do Artigo 1.º e de acordo com o 6.º ponto, “a

⁵² Esta informação pode ser consultada no seguinte endereço: <<http://www.ua.pt/PageText.aspx?id=5498>>. [Consult. em jun. 2011].

⁵³ Esta informação pode ser consultada no seguinte endereço: <<http://www.ua.pt/PageText.aspx?id=151>>. [Consult. em jun. 2011].

UA, enquanto fundação pública de direito privado, goza de autonomia estatutária, pedagógica, científica, cultural, administrativa, financeira, patrimonial e disciplinar”. No Capítulo II referente ao Regime Patrimonial e Financeiro, do Artigo 6.º relativo à Capacidade, Gestão e Autonomia Patrimonial e Financeira e de acordo com o 1.º ponto do referido artigo, “a capacidade jurídica da Universidade de Aveiro abrange todos os direitos e obrigações necessários ou convenientes à prossecução da sua missão e à gestão do seu património”. No 2.º ponto, “a UA goza do privilégio de execução prévia e do poder de expropriação por utilidade pública, regendo-se, neste particular e no tocante à prática de atos unilaterais de autoridade no domínio das suas atribuições, pelo direito administrativo. Ainda no 3.º ponto, “a capacidade e autonomia patrimonial e financeira da UA está subordinada à missão para que foi instituída, podendo, entre outros:

- ❖ Adquirir, alienar e onerar bens móveis e imóveis;
- ❖ Aceitar doações e legados puros ou onerosos;
- ❖ Praticar todos os atos necessários à correta gestão e valorização do seu património.

No dia 12 de Novembro de 2009, foi publicado no Diário da República, 2.ª série, n.º 220, no Capítulo III, o Artigo 8.º com a designação de Macroestrutura organizativa, onde consta no 2.º ponto que os serviços “são gerais, comuns a toda a Instituição, em princípio localizados centralmente e por isso genericamente designados como Serviços centrais, mas podendo ter extensões periféricas nas unidades, os Serviços correspondentes às seguintes áreas de competência, de entre outras, a Biblioteca, a Informação Documental e a Museologia”.

No Capítulo IV, dos serviços em especial, refere-se as Competências no Artigo 16.º, em que se menciona no 6.º ponto “Aos Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia compete apoiar a Universidade no cumprimento da sua missão, contribuindo para o desenvolvimento da aprendizagem, ensino, investigação, formação contínua e formação cultural e social das comunidades, no âmbito das áreas que lhes são correspondentes”. Quanto à Estrutura básica mencionada no Artigo 17.º neste mesmo capítulo, e no 2.º ponto, “Os Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia constituem um sistema integrado que engloba todas as unidades de biblioteconomia, informação bibliográfica, arquivo e museu (...)”. Foi deste modo que surgiu o Museu da

Universidade de Aveiro, integrado nos Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia.

2.2. Estudo de Caso

Comprova-se pela revisão da literatura, que a globalização também transformou as cidades. No que respeita a este assunto e na opinião de Fortuna e Peixoto (2002: 18), os autores afirmam que *“a intensificação do processo de globalização e as suas incidências no contexto urbano têm revelado é que nos encontramos hoje numa transformação identitária das cidades”*. Segundo os autores, os fenómenos que deram origem a tal transformação foram:

- ❖ A centralização da população nas cidades;
- ❖ A administração local com maior poder;
- ❖ O desenvolvimento tecnológico que originou uma grande diversidade cultural;
- ❖ Os estilos de vida das pessoas foram alterados;
- ❖ A industrialização incrementou uma “modernização económica” nas grandes cidades.

Paralelamente a esta situação, no ano de 1974 do século XX, Portugal passou a ter um regime democrático e, logo de seguida, passou a pertencer à União Europeia. Os factos apresentados vieram proporcionar a transformação e a modernização de grande parte de cidades portuguesas.

Aveiro, enquanto cidade, não foi exceção. Com os “seus mil anos de história” (Silva: 21) conseguiu, ao longo do tempo, adquirir um valor estratégico cultural “devido à singularidade da ria de Aveiro”, do mar, da tipicidade das praias, das Salinas, outrora em maior número, cujo “património histórico e imaterial é de facto a Ria que se assume como imagem de marca da cidade” (Silva:24).

Em termos de representatividade, Aveiro é conhecida como “A Veneza de Portugal” e “Capital do Barroco”(rica em património de arte sacra deste período). É, igualmente, notada pela padroeira da cidade, a Princesa Santa Joana, e pelos ovos moles (doçaria conventual típica da cidade). Estas associações fazem-se quase que por defeito, porém a

UA trouxe à cidade “novos traços identitários e novas formas de representação” (Silva: 47).

“Aveiro é uma cidade portuguesa, capital do Distrito de Aveiro, na região centro e sub-região do Baixo Vouga, situada a cerca de 58 km a sul do Porto que conta com 73 335 habitantes. É sede de um município com 199,77 km² de área e subdividido em 14 freguesias. O município é limitado a norte pelo município da Murtosa (por terra e por ria), a nordeste por Albergaria-a-Velha, a leste por Águeda, a sul por Oliveira do Bairro, a sueste por Vagos e por Ílhavo (sendo os limites com este último concelho também feitos por terra e através da ria), e com uma faixa relativamente estreita de litoral no Oceano Atlântico, a oeste. É um município territorialmente descontínuo, visto que compreende algumas ilhas na Ria de Aveiro e uma porção da península costeira com quase 25 km de extensão que fecha a ria a ocidente”⁵⁴.

Aveiro encontra-se, estrategicamente e geograficamente, bem posicionada, para acolher muitos e vários públicos. Neste sentido, os museus ou núcleos museológicos, só funcionam porque existem públicos. Segundo Lord, “os estudos de públicos permitem estabelecer ações e estratégias para abrir portas a novos públicos” (1998:31). O público potencial do Museu da Universidade de Aveiro será o público académico. Com cerca de 15 000 pessoas, pode ser considerado um universo bastante razoável. Porém, esta população é extensível à cidade de Aveiro, à comunidade civil e aos turistas em geral. A cidade de Aveiro tem outros equipamentos culturais: uma Biblioteca Municipal no centro da cidade, um teatro, um centro cultural e de congressos, vários museus na cidade, nomeadamente o Museu de Aveiro, mais conhecido como o Museu de Santa Joana, o Museu da Cidade e, mais recentemente, o Museu de Arte Nova. Pretende-se que existam parcerias, com estas instituições, de forma a avaliar e a reforçar laços de cooperação no que diz respeito às novas questões museológicas que vão surgindo.

⁵⁴ Esta informação foi retirada do seguinte endereço: <<http://www.tiosam.org/enciclopedia/index.asp?q=Aveiro>>.[Consult. em 30 Out. de 2010].



Fonte: <http://www.tiosam.org/enciclopedia/index.asp?q=Aveiro>

FIG. 2: Imagem do centro da cidade de Aveiro.

No que respeita ao estudo em si, a existência de um Museu na UA vem reforçar a ideia de inovação e de modernidade, uma vez que constitui um veículo cultural no meio académico e da própria cidade de Aveiro. Este museu integrado em espaço académico, apesar de não contemplar, ainda, conteúdos académicos pode e deve adotar políticas de incorporação de coleções de conteúdos académicos, criando para o efeito, uma sala ou um núcleo museológico somente para este fim. A UA enquanto instituição de ensino superior e de cultura, deve estar envolvida em ações culturais com a cidade, comprometendo-se em

ampliar as suas atividades culturais à cidade, abrindo deste modo, as portas à comunidade aveirense e ao turismo.

Atualmente, o Museu da Universidade de Aveiro encontra-se, organicamente, sob a subordinação dos Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia e é composto por diversas coleções. A sua “missão é guardar, preservar e documentar as coleções museológicas da UA, assim como o de impulsionar o estudo e divulgação deste património”⁵⁵. Como ainda não possui edifício próprio, as coleções partilham espaços do arquivo da UA. Atualmente o museu detém três salas, e existe virtualmente, embora, em constante atualização.

Relativamente às novas tecnologias e ao recurso destas, na atual sociedade da informação, falar no virtual, é uma constatação. A este propósito, efetuámos uma consulta na enciclopédia britânica *online*, para encontrarmos uma definição sobre o termo. Daí termos concluído que, não existe consenso quanto à sua definição, do mesmo modo que, nas questões de terminologia, este não tem somente uma significação. Designam-se nomes como, museu eletrónico, hiper-museu, museu digital, ciber museu ou *web* museu, utilizados para expressar o mesmo significado⁵⁶.

O museu virtual, segundo Schweibenz (2004) utiliza a web como meio para apresentar as suas coleções, ou seja, a representação dos objetos é feita em suporte digital.

Este tipo de museus oferece vários níveis, várias perspetivas de informação sobre um determinado tema e o visitante concentra-se em interesses particulares. Contudo, pretende-se demonstrar essa realidade associada aos museus e à sua importância na sociedade contemporânea. O virtual é entendido como um meio de comunicação, de divulgação e de difusão do património musealizável que convida os cibernautas a despertar posteriormente o interesse de visitar os museus *in situ*. Outra situação a reconsiderar deveria ser a estrutura, uma vez que não está a ser considerado (na maioria dos casos não está a ser contemplado) o acesso à informação nela contida, para pessoas com necessidades especiais. Apesar de que, no estudo efetuado aos museus nacionais, comprovou-se que só

⁵⁵ Esta informação pode ser consultada em: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11721>> [Consult. a 4 Jun. 2011].

⁵⁶ Esta informação pode ser consultada em: <<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/630177/virtual-museum>> [Consult. a 18 Dez. 2011].

dois dos museus estudados é que disponibilizam serviços já direcionados e a pensar nas acessibilidades especiais. São exemplo disso, o Paços dos Duques, com roteiro em braille, rampas, elevadores, peças selecionadas para tocar e apreender (no que diz respeito às coleções) e programação específica para este público em particular⁵⁷. Outro exemplo é o do Museu Nacional de Arqueologia, que tem um excelente *site* preparado para pessoas com necessidades especiais⁵⁸. Todavia, lamentamos que os restantes museus ainda não tenham considerado nos seus planos essas e outras possibilidades.

Hoje, reconhece-se largamente a utilidade da *internet* para os museus e, a maior parte, exerce, conjuntamente, as suas atividades no mundo real e no virtual (Karp:2004). Segundo este autor, “a legitimidade de utilizar a expressão “Museu virtual” para designar uma atividade relevante exclusivamente digital, muitas vezes torna-se objeto de controvérsia no seio da comunidade de museus”[...] A expressão “Museu virtual” é uma metáfora eficaz e ideal para exprimir criativamente um conjunto de conhecimentos. É certamente do interesse da comunidade dos museus explorar este potencial, em vez de o dificultar”.

No caso do Museu Virtual da UA é já uma realidade e tem como principal objetivo “impulsionar o estudo, a conservação e divulgação do património” dos Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia. A informação disponibilizada em formato digital permite “compreender a importância das coleções de artefactos da UA. Deste modo, os visitantes poderão percorrer as coleções digitais (documentos, fotografias, vídeos, notícias de imprensa, entre outros) e ter acesso à informação sobre as personalidades que contribuíram para a formação destas coleções, seja por doação ou pela própria criação dos artefactos.

O museu contempla estas coleções, que existem fisicamente e estão neste momento a ser sujeitas a tratamento técnico, sendo depois armazenadas em locais próprios. Nesta fase, a ideia é não ficarem em acesso livre ao público, porém existe sempre a possibilidade de serem feitas visitas temporárias guiadas com um técnico presente, por meio de marcação prévia.

⁵⁷ Ver anexo 16.

⁵⁸ Ver anexo 21.

Importa salientar que, neste momento, o museu, não tem um espaço físico próprio para criar salas expositivas de grandes coleções, como por exemplo, a coleção de cartazes, daí procurar dar a conhecer esses objetos utilizando os meios tecnológicos para esse fim. No caso dos vidros, as peças terão de ser todas fotografadas e colocadas numa plataforma digital.

Está a ser construída uma plataforma que servirá de apoio ao tratamento técnico das obras que inclui as respetivas fotografias. No fundo, funciona como um catálogo da peça, com uma fotografia associada e informação identificativa da peça. Vai ser um catálogo que permite vários tipos de pesquisa, quer por peças, por autor, por datas, entre outros campos disponíveis.

O público poderá ter acesso a este museu virtual como um catálogo de uma biblioteca, com o texto integral e com as referidas fotografias.

As peças, a incluir no futuro, serão utensílios de madeira utilizados em algumas profissões antigas, que foram doação de Francisco Madeira Luís. Existe também um conjunto de peças de escultura, de diversos autores, que se encontra fisicamente espalhada pelo Campus, grande parte encontra-se mesmo ao ar livre, outros dentro dos edifícios⁵⁹. Estes são alguns exemplos de peças que vão constar no museu virtual. Pretende-se utilizar essa plataforma para, periodicamente serem lançadas exposições virtuais, ou seja, aproveitando comemorações ou celebrações, dar a conhecer uma determinada coleção ou artista, que o núcleo museológico selecionará para expor virtualmente. Atualmente, os espólios que possuem são no âmbito das artes plásticas e artes decorativas, em áreas de pintura, de gravura, de cerâmica, de vidro e de metais”⁶⁰.

Futuramente, e após o trabalho de pesquisa, identificação e tratamento dos espólios, a coleção virtual, poderá vir a ser aumentada com a incorporação de núcleos temáticos, como por exemplo a coleção de minerais e rochas, atualmente em exposição numa sala no Departamento de Geociências, ou o herbário (virtual) da Universidade, ou ainda, animais embalsamados, ambos pertencentes ao Departamento de Biologia desta Universidade.

⁵⁹ Ver anexo 49.

⁶⁰ Conversa informal tida em Janeiro de 2012, com a Doutora Ana Bela Dias, Diretora dos Serviços de Informação Documental e Museologia.

No que se refere a outros espólios existentes e, uma vez que proximamente não se perfilam perspectivas económicas que possibilitem a criação de um museu de raiz ou até mesmo a reformulação de outras instalações, era desejável a recuperação de uma casa em ruínas do século XX, [s.d.] dentro do Campus da Universidade, designada por a Casa das Três Palmeiras⁶¹ (apesar de constarem pelo menos cinco palmeiras), outrora chamada a Casa Vale de Guimarães, para Museu da UA, abarcando os vários espólios centralizados num só espaço, neste edifício. Ou em alternativa, para colmatar estas situações aconselha-se ainda, que sejam criados, a nível departamental, pequenos núcleos museológicos de cariz científico, especificamente de química, de física, de biologia, de eletrónica, de materiais, de geociências, entre outros e que sirvam de apoio ao ensino e à investigação. Contribuindo assim, para o conhecimento das coleções existentes (trabalho desenvolvido por técnicos especializados e conseqüentemente adaptado à realidade física e virtual) por parte da comunidade académica, e como já foi referido anteriormente, o alargamento a outros e novos públicos.

2.3. Evolução Histórica de Conceitos

Após a revisão da literatura sobre coleção e colecionador, sintetizar-se-á a evolução histórica pela qual os conceitos foram evoluindo. Colecionador “é uma pessoa que tem a paixão de colecionar”, objetos, para seu deleite ou contemplação de outros.⁶² Já uma coleção é a “reunião de objetos escolhidos pela sua beleza, raridade, carácter curioso”⁶³.

Inicialmente, o conceito de gabinete de curiosidades (onde eram reunidas as coleções existentes) surgiu a partir da 2.^a metade do século XV e para muitos era sinónimo de ostentação e poder. Já na 1.^a metade do século XVI, o conceito de “coleccionismo científico” surge como forma de organizar o conhecimento adquirido pela existência das coleções. Porém, o caminho que este conceito leva, transporta de seguida para o século XVII as suas concepções racionalistas instituídas por pensadores iluministas, como *Montesquieu, Voltaire e Rousseau*. (Almeida, 2007: 33). Este autor refere ainda que, “O racionalismo e a dessacralização dos valores estéticos vão originar coleções em academias

⁶¹ Ver anexo 34.

⁶² Ver Nova Enciclopédia Larousse, 1996, vol. 6, p. 1815.

⁶³ Idem.

e bibliotecas, permanecendo com a cultura da curiosidade pré-científica das elites aristocráticas e eclesiásticas” (2007: 34).

O Iluminismo, surgido na 2.^a metade do século XVIII, sob a influência de novas ideias, direciona as coleções para o público e serve-os de conhecimento e de educação.

Com o nascimento da Revolução Francesa, surgem novas mudanças ideológicas, que originaram “novas correntes do pensamento progressista moderno, em particular a divulgação do conhecimento enciclopédico” (Almeida, 2007: 34). Começa-se a constituir os museus com coleções específicas originando, deste modo, museus, também, específicos, tais como: Museus de arte, Museus de história natural, Museus de arqueologia, Museus de antropologia, entre outros.

Nos finais do século XVIII, denota-se uma grande atividade por parte dos colecionadores, em especial no que diz respeito às artes. Ainda neste período, intensificam-se as aquisições de objetos oriundos do Egito e da Grécia, dando origem à criação, na Europa, de grandes museus com salas específicas destas regiões e respetivas cronologias, intrinsecamente relacionadas com o Mundo Antigo.

Já em pleno século XIX, Almeida refere que, “se desenham os modelos nas galerias de arte e nos museus, enchendo-se de réplicas de escultura e pintura, como alternativa às Academias de Belas Artes. (...) E com *Max Weber*, desenvolve-se a tendência para a especialização dos museus” (2007: 36).

Como se pode constatar por esta evolução histórica, só na 2.^a metade do século XIX é que os museus começam a dar os primeiros passos rumo a edifícios com carácter permanente.

Na mudança para o século XX, altera-se a missão e os objetivos do museu, passando o museu a ser um espaço considerado na educação e no lazer das populações.

No fundo, a história repete-se já que se constatou pelo estudo de Almeida que “ a parca iniciativa da museologia portuguesa no início do século XX não tinha capacidade empreendedora para acompanhar o dinamismo dos museus públicos europeus, equipamentos considerados fundamentais pela sociedade contemporânea” (2007: 56).

No entanto, apesar de Portugal, a nível museológico, estar relativamente atrás do resto dos parceiros da Europa, tem muito boas bases de formação e, nesta área em concreto, muito se tem feito nos últimos anos. Em parte, graças ao impulso que Portugal teve com o uso das

novas tecnologias e à formação e qualificação das pessoas. Porém, apesar dos poucos recursos humanos e financeiros, esperam-se novos ventos de mudança na museologia portuguesa, através do espírito de partilha, da troca de conhecimentos e experiências, do uso de boas práticas e do empenhamento e empreendedorismo de todos os profissionais.

Na perspetiva de Almeida “O ato humano de colecionar objetos, aos quais é retirado valor de uso e atribuído valor simbólico, constitui o fundamento da função museológica. Uma vez integrado numa coleção, o objeto é investido de novas significações, proporcionando contemplação, deleite e estudo” (2007: 31).

Deste modo, importa falar do colecionador que até ao momento doou mais coleções à Universidade de Aveiro. Francisco Madeira Luís nasceu em Lisboa a 18 de Abril de 1933. Ao longo da sua vida, esteve ligado a várias atividades no âmbito cultural, nomeadamente, em planos e em ações de difusão e de animação sociocultural, com o objetivo de realizar projetos de formação, de investigação e de ações culturais. Esteve também ligado a iniciativas locais na criação de emprego e no combate ao insucesso escolar. Através de várias iniciativas “implementou políticas locais de salvaguarda do património edificado, para valorização e preservação do património industrial, entre outros”⁶⁴.

Das várias funções desempenhadas ao longo da vida, foi no ano de 1960 do século XX, que deu início à recolha de documentos gráficos nas áreas de Teatro e das Artes Plásticas, destacando-se os “cartazes”. Em 1970, enquanto técnico da Direção Geral de Ação Cultural, continuou a recolha dos cartazes, num total de 150.000 exemplares. Porém, estes foram sendo desmantelados e doados a várias instituições, incluindo a Universidade de Aveiro.

No caso do Museu da Universidade de Aveiro, este doador tem particularmente grande importância, uma vez que até ao momento foi o Francisco Madeira Luís quem doou a maior parte dos espólios existentes, não desprestigiando contudo, os restantes doadores e as suas respetivas peças ou objetos, efetivamente, doados.

Inicialmente foi proposta a realização de uma entrevista⁶⁵ a Francisco Madeira Luís com o intuito de tentar perceber o porquê da “arte” de colecionar e, em especial, o porquê de

⁶⁴ Esta informação pode ser consultada em: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11741>>. [Consult. 4 Jun. 2011].

⁶⁵ Ver Anexo 33.

peças do quotidiano, “da sociedade que somos e a que nos reportamos num passado muito recente”⁶⁶. Sabendo, antemão, que como jovem curioso que era, tinha em primeiro lugar um “gosto pelas artes visuais” e em segundo, lugar numa geração específica [época do Estado Novo] cujo Secretariado Nacional de Informação da época, tinha uma visão algo redutora em relação às culturas rurais. Este fato, permitiu-lhe ver as coisas de modo diferente, e ainda bem pois, caso contrário, não existiria a oportunidade de constatar a realidade das peças, pela sua multiplicidade, quer pela forma quer pelos estilos e pela variedade de cores”⁶⁷.

Segundo se constatou, a “coleção que integra o acervo de vidro da UA” foi, em 2005, reconhecida pelo Comité Internacional de Museus – Grupo do Vidro com “um elevado valor histórico e representativo da produção vidreira portuguesa”⁶⁸. Contudo, a entrevista não foi feita, uma vez que a Fundação Jacinto de Magalhães, a que o próprio estava ligado, foi extinta este ano. Pelo motivo explicitado, não se mostrou disponível a dar o seu testemunho. Nas palavras do próprio, “seria um pouco constrangedor”. A entrevista serviria, também, para reforçar contextualmente a ideia de coleção, de colecionismo e de colecionador.

Seguidamente falar-se-á das coleções existentes no Museu da Universidade de Aveiro. Deste modo, importa realçar a importância da gestão de Museus que está, diretamente, ligada a uma variedade de áreas e serviços com uma componente muito prática como gestão de recursos humanos e o marketing. É necessário olhar para a gestão destes recursos e tentarmos perceber para que servem e como são aplicados no contexto museológico. Segundo Serra (2007), “a gestão dos Museus e do património musealizado, para além do universo da gestão direta das coleções, deverá então ser vista sob duas grandes vertentes, a administração propriamente dita, abrangendo os métodos de gestão adequados a qualquer organização, e a gestão económico-financeira acrescida do marketing”. Como instituições culturais, os Museus, assentam em estruturas de funcionamento que exigem uma boa gestão de recursos humanos, financeiros e logísticos pois os “Museus são também os Núcleos Museológicos assumidos como pólos descentralizados” (Serra, 2007: 15). Nesta

⁶⁶ Informação obtida na entrevista efetuada em 2005 pela museóloga Maria da Luz Nolasco a Francisco Madeira Luís, para o Programa televisivo 3810-UA.

⁶⁷ Idem.

⁶⁸ In: Revista Linhas - 2009, Ano 6, n.º 12 Dez, p. 5.

medida, as coleções seriam o ponto de partida para a criação de umas ou de outras secções musealizáveis.

2.4. As Coleções

O Museu da UA é constituído por espólios que foram incorporados por doações e cujas coleções existentes contemplam, vidros, esculturas, pinturas, gravuras, cerâmica, metais, cartazes entre outros.

Note-se que em 2001, foi feita a maior doação à UA através do espólio de Francisco Madeira Luís, com cerca de 5.000 peças de vidro, de variada proveniência, cuja cronologia abrange o período de 1850 a 1870, portanto segunda metade do século XIX e primeira metade do século XX. São, na sua maioria, vidros portugueses, que provêm de fábricas vidreiras portuguesas, embora existam alguns núcleos de peças reconhecidamente estrangeiras⁶⁹.

Estes espólios, na sua maioria ainda por tratar, enquadram-se no âmbito das artes plásticas, das artes decorativas e fazem parte do património desta Universidade. Também fazem parte desta doação, um espólio de cerca de 40000 mil cartazes nacionais e internacionais, em vários formatos, de variadas temáticas que continuam sujeitos ao tratamento técnico.

Da coleção de cerâmica sabe-se que é constituída por cerca de 3000 objetos, “provenientes de diversas unidades industriais do país. É composta essencialmente por cerâmica de equipamento, grande parte objetos utilitários que dão resposta às necessidades quotidianas, louças para alimentos e refeições, peças decorativas, moldes e também alguns objetos de cerâmica de revestimento”⁷⁰. Estas peças foram fabricadas exclusivamente na segunda metade do século XIX e primeira metade do século XX, entre 1880 e 1950, e foram recolhidas pelo doador na época de 1970. São na sua maioria portuguesas, verificando-se também a existência de algumas peças estrangeiras. Destacam-se a faiança fina produzida em Sacavém e algumas peças de porcelana da Vista Alegre. Na mesma coleção, também se

⁶⁹ Esta informação pode ser consultada em: < <http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11729>>. [Consult. em 2 nov. de 2012].

⁷⁰ Esta informação pode ser consultada em: < <http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11732>>. [Consult. em 2 nov. de 2012].

encontram peças de algumas fábricas de Coimbra, Lisboa, Sacavém, Caldas da Rainha e Gaia com forte ligação ao fabrico de cerâmica e olaria⁷¹.

Relativamente às coleções de pintura e gravura, salienta-se o espólio de “*Hélène de Beauvoir*” constituído por cerca de 250 obras, “cujos registos são imagens e quotidianos portugueses em telas e esboços⁷². A artista francesa, no final do século XX, quando esteve de passagem por Portugal, doou cerca de 250 obras à UA, que foram incorporadas, por doação, em protocolo efetuado em 1995.

Paralelamente existem outras doações, como 500 obras de pintura, gravura e escultura de vários artistas plásticos de Aveiro, entre eles, Cândido Teles, Artur Fino, Hélder Bandarra, Mário Silva, Jeremias Bandarra e Zé Penicheiro. Neste momento, as obras estão a ser sujeitas a tratamento técnico⁷³.

2.4.1. Coleção de Cartazes

Esta coleção é composta, aproximadamente, por 40.000 cartazes, em três formatos – A0, A1, A2, de proveniência portuguesa e estrangeira (em menor parte) pertencentes ao último quartel do século XX.

Dos 10.000 cartazes existentes, 25% da coleção, é em formato A0. Do formato A1, portanto 20.000 cartazes, perfazem um total de 50% da coleção, e do formato A2, um total de 25% da coleção, 10.000 cartazes.

Em 2003, inicia-se o processo de digitalização dos cartazes, seguido pela atribuição de cotas e, devido às variadas dimensões dos cartazes, a criação de 4 séries, designadas por I, II, II,IV, usadas por uma ordem sequencial a iniciar com o n.º 1, dentro de cada série e daí sucessivamente. Seguidamente iniciou-se o processo de catalogação dos mesmos. Os cartazes foram sujeitos a uma revisão técnica e integrados no catálogo bibliográfico da biblioteca, com um *link* para a imagem e respetiva informação técnica. Encontram-se

⁷¹ Esta informação pode ser consultada em: < <http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11734>>.[Consult. em 2 de no. 2012].

⁷² Idem.

⁷³ Por tratamento técnico entendem-se as operações de inventariação, de catalogação e de indexação.

disponíveis através da *web*, no portal dos Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia, aos quais o núcleo pertence, na plataforma de coleções digitais⁷⁴.

As três áreas temáticas são:

Política e social⁷⁵ - com subdivisões: partidos políticos, coligações, campanhas presidenciais ou pluripartidárias; organizações sindicais e outros organismos profissionais, ou sobre problemática profissional; defesa, justiça, minorias étnicas, preservação do ambiente, desporto, etc.;

Cultural⁷⁶ – espetáculos de teatro profissional; cinema, exposições de pintura, escultura, desenho, gravura, etc.; história, património cultural, atividade museológica, etc.;

Diversos⁷⁷ – atividades económicas ou comerciais - feiras de artesanato, moda, turismo, livro, artes decorativas; atividades portuguesas no estrangeiro ou estrangeiras; atividades da UA, de entre muitas outras.

Relativamente ao ponto 3 – Diversos, reconhecemos a necessidade de se criarem áreas temáticas específicas, por a classificação Diversos ser muito vaga. Como são referidos alguns dos temas, porque não a criação de temas como: *Merchandising*, Moda, Turismo, Leitura, Dinamismo na UA.

Os cartazes encontram-se arrumados, em estantes próprias, e devidamente carimbados com a marca da posse dos Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia.

A coleção de cartazes, em contexto académico, tem pertinência, por se tratar de um acervo de 40 000 mil cartazes de diversas temáticas, doado à UA, e cujo objetivo é relevar a sua importância em estruturas de conhecimento e investigação, mais propriamente, Museus/Bibliotecas/Arquivos, uma vez que a exposição será enquadrada em articulação com o espaço museu.

2.4.2. Coleção de Cerâmica

⁷⁴ Esta informação pode ser consultada no seguinte endereço: <<http://arquivo.sinbad.ua.pt/Cartazes/>>.[Consult. em nov. 2011].

⁷⁵ Ver anexos 35 e 36.

⁷⁶ Ver anexos 37 e 38.

⁷⁷ Ver anexos 40 e 41.

A coleção de cerâmica é constituída por cerca de 3000 peças, que fazem parte da doação de Francisco Madeira Luís à UA.

Estas peças traduzem-se em objetos utilitários, do quotidiano, como sendo – louças normalmente utilizadas em refeições, peças de decoração, peças/molde, e também, algumas de cerâmica de revestimento. De notar que, todas elas, foram recolhidas por Francisco Madeira Luís na década de 70 do século XX.

O período cronológico do fabrico das peças reporta-se à segunda metade do século XIX e à primeira metade do século XX. Na coleção “destacam-se a faiança fina produzida em Sacavém e algumas peças de porcelana da Vista Alegre”⁸². Porém, outras peças são oriundas de fábricas portuguesas que se dedicam ao fabrico da cerâmica e da olaria: Aveiro, Caldas da Rainha, Coimbra, Lisboa, Porto e Gaia.

Para reforçar a identidade das marcas das faianças atrás referidas, mostra-se de seguida, alguns exemplos de marcas inscritas na base de algumas peças que, entretanto, foram fotografadas.

A título de exemplo, identificam-se as seguintes: Vista Alegre, em Ílhavo, as marcas da extinta Fábrica de Louças de Sacavém, as marcas da Fábrica de Alcântara e por último as marcas da Fábrica de Massarelos no Porto⁸³.

Estes são alguns dos exemplos. No entanto, existem muitos outros, tais como peças da antiga Fábrica do Candal em Sacavém, peças da Fábrica do Outeiro em Águeda, peças da Fábrica Lusitânia em Lisboa, peças da Fábrica de Coimbra, da Fábrica Viúva de Lamego, da extinta Fábrica Aleluia em Aveiro, da Fábrica do Desterro em Lisboa, entre outras.

Na coleção atribui-se especial destaque a uma fruteira da “Fábrica *Longwy*, fábrica francesa fundada em 1978, que se tornou célebre nas últimas décadas do século XIX devido aos belos exemplares de *Art Déco*”. Segundo informação da técnica responsável,

⁸² Esta informação foi obtida na consulta efetuada do resumo elaborado pela Dr.^a Susana Lopes, sobre esta coleção da qual ela é a responsável.

⁸³ Ver Anexo 43.

“atualmente existem cerca de sessenta peças inventariadas, outras selecionadas para inventariar, já com fotografias associadas e separadas”⁸⁴.

2.4.3. Coleção de pintura e gravura da artista *Hélène de Beauvoir*

Desta coleção, salienta-se o espólio de “*Hélène de Beauvoir*” sobre pintura e gravura que foi, também, incorporado por doação em protocolo efetuado em 1995 com a UA. A artista francesa quando esteve de passagem por Portugal, no final do século XX, doou cerca de 250 obras à Universidade de Aveiro, sobre registos de imagens e quotidianos portugueses em telas e esboços⁸⁵. Entre 1940-1945 a artista e o marido *Lionel de Roulet* viveram em Portugal, mais propriamente no Algarve, e, em início de carreira, a artista demonstrou na sua obra um carinho muito especial não só por Portugal mas também pelo povo português em particular. Daí ter pintado paisagens marinhas e cenas populares de Portugal, doando à UA esta coleção particular. (Pedrosa: 2001, 5)⁸⁶.

Estima-se que este acervo é muito importante não só em contexto nacional mas também em contexto internacional. Primeiro, por se tratar de uma artista tão conceituada e em segundo, porque permite mostrar às gerações mais novas, memórias visuais dessa época que fazem parte do património paisagístico português de então. Outro ponto forte deste acervo parece ser a sua contextualização temática na qual são tratados temas ligados ao mar, às salinas, às praias, aos barcos, à pesca, aos pescadores etc. que se enquadram bem no contexto geográfico da cidade de Aveiro, e em particular, do testemunho deste património imaterial que perpetua até aos nossos dias.

2.4.4. Coleção de pintura e gravura de artistas plásticos de Aveiro

⁸⁴ Informação obtida em conversa informal com a Dr.^a Susana Lopes, que é neste momento a pessoa responsável pelo tratamento técnico desta coleção.

⁸⁵ Esta informação pode ser consultada em: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11734>>. [Consult. em set. de 2012].

⁸⁶ Esta informação pode ser consultada no livro: O bel ver de Hélène de Beauvoir: pinturas e desenhos, Portugal, 1940-1945: catálogo das exposições.

Paralelamente às coleções que se tem vindo a enunciar existem outras doações de 500 obras de pintura e gravura (ainda por tratar) de vários artistas plásticos de Aveiro, entre eles – Cândido Teles, Artur Fino, Hélder Bandarra, Mário Silva, Jeremias Bandarra e Zé Penicheiro. Salvo, Mário Silva natural de Coimbra e Zé Penicheiro natural da Figueira da Foz, os restantes artistas são naturais de Aveiro.

Cândido Teles (1921-1999), natural de Ílhavo concelho de Aveiro é conhecido na região “como um grande pintor da Ria, da Costa Nova e das suas fainas marítimas e lagunares”⁸⁷. Todos estes artistas mantêm um percurso individual ou coletivo que está ligado às artes e alguns continuam, atualmente, as suas atividades regulares nesta área em concreto. Artur Fino⁸⁸, por exemplo, foi um dos fundadores do Grupo AVEIROARTE e durante uma década esteve ligado ao Circulo Experimental de Teatro de Aveiro (CETA) - grupo de teatro de Aveiro.

Hélder Bandarra⁸⁹, natural de Aveiro, ao longo do seu percurso artístico ganhou vários prémios nacionais e internacionais e “para além da pintura tem uma vasta obra desenvolvida no desenho, escultura, colagem, medalhística, no *design* de imagens para empresas, cartazes, capas de livros, revistas, litografia artística, entre outras áreas”⁹⁰.

Jeremias Bandarra, irmão de Hélder Bandarra foi também um dos fundadores do Circulo Experimental de Teatro de Aveiro (CETA). Durante o seu percurso artístico “frequentou cursos de pintura e cerâmica no Conservatório Regional de Aveiro” (...) e “foram-lhe atribuídos prémios nas áreas da pintura, cerâmica e fotografia”⁹¹.

Como foi anteriormente referenciado, Mário Silva é natural de Coimbra e a sua obra distingue-se, particularmente, na pintura. Contudo, a sua obra estende-se noutros domínios gráficos como a monotípica, gravura, serigrafia, ilustração, cartaz”⁹². O seu desempenho

⁸⁷ Esta informação e outras relativas às biografias dos artistas plásticos de Aveiro poderão ser consultadas em < <http://www.ua.pt/sbidm/museu/default.aspx>>.[Consult. em out. de 2012].

⁸⁸ Idem.

⁸⁹ Idem.

⁹⁰ Idem.

⁹¹ Idem.

⁹² Idem.

artístico na pintura está patente em coleções particulares quer a nível nacional quer a nível internacional, tendo sido premiado várias vezes.

E por fim, Zé Penicheiro natural da Figueira da Foz, destaca-se artisticamente como “caricaturista e ilustrador” (...) “decorador de *stands* e pavilhões, feiras e exposições nacionais e internacionais”⁹³. Foi, também, um dos fundadores do Circulo Experimental de Teatro de Aveiro (CETA) e atualmente dedica-se exclusivamente à pintura.

2.4.5. Coleção de Vidros

Esta coleção de vidro, faz parte da doação feita por Francisco Madeira Luís à UA, como foi referido anteriormente. É uma coleção constituída por cerca de 5000 peças, cuja predominância é o vidro vulgar, embora existam “algumas peças de aparato”. As peças dizem respeito ao período que medeia entre 1850 e 1970, portanto, à 2ª metade do séc. XIX e à 1ª metade do séc. XX, respetivamente. Contudo, existem algumas peças representativas de finais do século XVIII e início do século XIX, “assim como posteriores a 1950, quando apresentam continuidade em desenhos ou funções com as peças do âmbito temporal padrão”⁹⁴.

Grande parte das peças são vidros que representam diversas fábricas vidreiras portuguesas, nomeadamente a Fábrica Âncora, a Fábrica da Malaposta, a Fábrica Esmeralda, a Fabrica Santos Barrosa (Leiria e Marinha Grande), a Fábrica Ricardo Gallo, entre outras.

Como é uma coleção de carater generalista pôde constatar-se que as peças se encontram organizadas por temas nomeadamente⁹⁵:

- ❖ Garrafa para a comercialização de bebidas alcoólicas;
- ❖ Recipiente de alimentos para uso comercial ou doméstico;
- ❖ Garrafa para refrescos e outras relacionadas com bebidas, gaseificadas, frias e com sabor a frutas;

⁹³ Idem.

⁹⁴ Esta informação pode ser consultada no seguinte endereço: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11729>>. [Consult. em ago. de 2012].

⁹⁵ Esta informação pode ser consultada no seguinte endereço: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11569>>[Consult. em ago. de 2012].

- ❖ Alguns produtores de vidro portugueses e vendedores;
- ❖ Vidro de mesa;
- ❖ Dispositivos de vidro relacionados com a saúde, higiene e trabalho de laboratório;
- ❖ Vidros decorativos e de iluminação.

Atualmente existem cerca de 1000 objetos tratados e em exposição na sala de leitura informal da Biblioteca, aguardando a sua deslocação física para uma sala da Fábrica de Ciência Viva, localizada em imediações próximas à Universidade de Aveiro.

2.4.6. Coleção de Arte Pública

Relativamente a esta coleção de arte pública⁹⁶, formada por vários tipos de arte e que se encontram espalhadas no *Campus* da Universidade, os seus materiais são dos mais variados, tais como – aço galvanizado, pedra, madeira, granito, aço e vidro espelhado, mármore; no que respeita aos seus autores, estes são, quer de origem nacional, quer estrangeira. E quanto à sua proveniência e incorporação, estes bens culturais móveis foram também doados. Todas as peças encontram-se devidamente inventariadas e fotografadas.

Sugere-se que sejam colocados painéis informativos junto a estas peças de arte, indicando o nome da obra, a data e o seu autor.

2.5. Gestão das Coleções: Estado da Arte

As tarefas de diagnóstico são muito complexas. Até mesmo em relação a pequenos museus, estas devem ser efetuadas periodicamente e devem visar tanto os aspetos internos como os aspetos externos da instituição. Aos aspetos internos e no que se refere aos recursos humanos do museu, o diagnóstico deve ser efetuado com base na análise *swot*; concretamente aos pontos fortes e fracos do museu. Os últimos merecem maior atenção. Da mesma forma, deverá ser feito o diagnóstico externo, com as respetivas oportunidades e ameaças para que, no final, o museu aproveite o máximo de benefício possível.

Atualmente o Museu da Universidade e Aveiro, ao nível dos recursos humanos, tem um total de seis elementos, entre os quais, um assistente administrativo, um assistente técnico, três técnicos superiores e um operário técnico. Contudo, e apesar de alguns dos elementos fazerem parte do quadro efetivo de pessoal da Universidade de Aveiro, não têm formação superior na área da museologia.

A tabela que se segue representa a tipologia das coleções, os recursos humanos técnicos disponibilizados no tratamento dos objetos, o número de objetos tratados até ao momento e o número total de objetos doados fazem parte do espólio deste museu.

⁹⁶ Ver anexo 49.

Tratamento técnico dos objetos			
Coleções	Recursos Humanos	Espólio tratado	Total de objetos
Vidros	1 Téc. Superior	cerca de 1000	5000
Pintura e Gravura (HB)	1 Téc. Superior	cerca de 60	250
Cerâmica	1 Téc. Superior	cerca de 60	3000
Cartazes	5 Téc. Superior	cerca de 14000	40000
Pintura e Gravura (APA)	-	-	250
Arte Pública	-	14	14

Elaboração da autora

LEGENDA

APA - Artistas Plásticos de Aveiro

HB - *Hélène de Beauvoir*

*Nota - nos recursos humanos existem elementos que estão afetos aos serviços de biblioteca.

TAB. 10 – Tratamento técnico dos objetos que fazem parte do acervo do MUA.

De seguida apresentar-se-á a descrição da situação atual da gestão das coleções indicadas na tabela 12.

Coleção de Vidro

Segundo informações dadas pela responsável deste espólio, atualmente, o tratamento técnico desta coleção, encontra-se parado. Continua a existir a falta de recursos no que respeita ao espaço, ao tratamento, e higienização das peças, uma vez que no local onde o museu se encontra instalado, não existem as condições mínimas para esse efeito. Nomeadamente, uma pia para a lavagens das peças, e um *software* de gestão e de

inventário. Existe muito espólio por tratar na reserva do museu, conforme nos informou a responsável deste espólio⁹⁸. Presentemente, a técnica responsável pelo tratamento desta coleção, encontra-se a desempenhar funções de indexação da coleção de cartazes.

Coleção de Pintura e Gravura (HB)

Numa conversa informal com a técnica responsável pelo tratamento do espólio pintura e gravura de Hélène de Beauvoir, esta referiu que, o que existe por tratar encontra-se guardado na reserva do museu. No que diz respeito aos objetos de pintura e gravura de HB, e o que consta no protocolo não corresponde às medidas, bem como os títulos das obras, existe um lapso. Entretanto foi efetuado um levantamento do estado da conservação das obras dentro dos critérios e conceitos de conservação e restauro. Os mais complicados são para serem vistos por uma equipa de técnicos especializados – *outsourcing*, para aferir se vale a pena ou não o seu tratamento. Algumas obras têm níveis de oxidação mais ou menos acentuadas. Porém, já foram estabelecidos contactos com empresas por causa do estado de conservação das obras. O tratamento técnico tem sido até ao momento feito com base nas normas de pinturas (quadros) em *sites* de referência e por comparação de vários museus nacionais bem como o Museu do Louvre. Foi feito um levantamento de mais espólio no cofre da biblioteca, sobretudo: objetos, fotografias, aguarelas – em falta todo o tratamento técnico. A técnica tem formação em conservação e restauro⁹⁹.

Coleção de Cerâmica

Relativamente ao espólio de cerâmica pôde-se constatar que existem cerca de 60 peças tratadas e as restantes por inventariar. Paralelamente efetua tratamento técnico de um espólio de cerâmica decorativa: cerâmica de equipamentos, azulejos, moldes. No que diz respeito a esta técnica, desempenha funções de catalogação e de indexação do espólio de

⁹⁸ Informações cedidas pela responsável deste espólio, a Dr.^a Maria *del Val*.

⁹⁹ Conversa informal com a responsável pelo tratamento deste espólio, Dr.^a Adelaide Morgado.

cartazes, carrega dados no SINBAD¹⁰⁰ e irá tratar cerca de 200 gravuras da coleção dos cartazes.

Coleção de Cartazes

Quanto ao tratamento técnico dos cartazes, conforme quadro e legenda acima referenciados, são atualmente cinco técnicos a fazê-lo. Ambos efetuam tratamento técnico de catalogação e indexação e carregam os dados no SINBAD, e efetuam outras tarefas ligadas à área da Biblioteca. Um dos elementos faz, a digitalização, a formatação e a conversão da coleção dos cartazes do formato TIF para JPEG. Atualmente existem tratados cerca de 140000 cartazes.

Coleção de Pintura e Gravura (APA) - Coleção por tratar.

Como é um museu relativamente recente, com a componente virtual em desenvolvimento e sem espaço físico definido para o efeito, começam a surgir limitações físicas ao nível do espaço. Destaca-se falta de espaço para o tratamento técnico dos objetos, em especial o acervo dos quadros e pinturas cujas dimensões requerem um tratamento cuidado e à medida dos objetos. Estas limitações físicas também se prendem no fundo, com a possibilidade de se pretender acolher futuramente novos acervos.

No que respeita aos recursos tecnológicos, constata-se a inexistência de programa informático para a gestão e inventariação das coleções, embora os técnicos trabalhem toda a informação existente em formato *Excel*, para remediar esta situação. O equipamento de apoio é inexistente, nomeadamente uma pia que sirva para a higienização das peças de vidro e de cerâmica.

Constata-se também a inexistência de um livro de registo. Porém, um livro de registo é indispensável uma vez que nesse livro se faz o registo de cada nova peça a incorporar na instituição serve de memória futura e em caso de falha do sistema informático, existe sempre a possibilidade de recuperar a informação.

¹⁰⁰ O SInBAD é o Sistema Integrado de Biblioteca e Arquivo Digitais e é uma plataforma integrada que permite o acesso às plataformas e coleções de documentos que constituem a Biblioteca Digital da Universidade de Aveiro.

Segundo Ambrose “o livro de registo é a parte mais importante do sistema de documentação”. O autor refere também que se deve “atribuir a cada objeto um número de inventário (único), deve descrever-se o objeto de forma muito sucinta e de seguida registrar-se a proveniência da peça, [ou alguma informação relativa à sua história] que sirvam de identificação e datação das peças” (1993: 151).

Importa também lembrar que de acordo com Trindade, “o livro de registo não deve conter emendas ou rasuras, e sempre que houver necessidade de corrigir alguma informação, essa será registada por adjunção, protegendo o museu de eventuais roubos ou extravios” (1993: 93).

A fase seguinte é da inventariação dos objetos. É nesta fase de inventariação que se recolhe e arquiva toda a informação disponibilizada que a peça detém. E ainda segundo Abreu (2005: 6), citando Hernández Hernández, no livro de registo devem constar os seguintes elementos:

- ❖ [O] número de inventário;
- ❖ [A] data da entrada;
- ❖ Coleção a que o objeto vai pertencer;
- ❖ [A] designação;
- ❖ Breve descrição;
- ❖ Procedência e estado de conservação à data da sua incorporação.
- ❖ E ainda: registo de intervenções, fotos, proveniência, autor do registo, bibliografia, data de atualização ou acrescento de informação.

Quando se atribui um número de inventário a cada peça, este deverá ser único. Da bibliografia lida, reteve-se que o sistema de numeração de objetos/peças não deve ser pensado *à toa*, e tem como função fornecer informações acerca dos objetos. Para quem lida com esta realidade, nomeadamente os profissionais da área da museologia, este aspeto constitui uma vantagem, na medida em que se consegue facilmente fazer uma leitura correta da inventariação da peça. Constatava-se do mesmo modo, que existem outros sistemas de numeração de objetos. Porém o ICOM recomenda a atribuição de um número de inventário composto por três dígitos, sendo o 1.º o ano de entrada abreviado, o 2.º o número de entrada e o 3.º o número de ordem dentro da cada coleção ou de ordem dentro

do espólio. Segundo o ICOM, este procedimento tem vantagens no caso de o museu ter várias coleções em particular pois, o ultimo número permite uma identificação rápida do número de peças que constitui a coleção até determinado momento.

Apesar de não existir um edifício para o Museu, os serviços museológicos afetos aos SBIDM, ao longo do tempo, têm elaborado exposições temáticas regulares, relacionadas com os espólios existentes no acervo da Biblioteca. Para o efeito, fazem-se exposições na Sala de exposições *Hélène de Beauvoir*, espaço este, integrado na Biblioteca desta Universidade.

Concebem-se outras exposições em parceria com os departamentos que as sugerem ou que são reinventadas pelos nossos serviços. No museu virtual, ainda em desenvolvimento, futuramente poderão ser visitadas algumas das exposições que estes serviços museológicos desenvolveram durante a sua breve existência. Apesar de tudo, desde o início da atividade museológica, desenvolvida por estes serviços, que a coleção de vidro de Madeira Luís esteve em exposição no antigo edifício da reitoria (por falta de espaço) e funcionou sempre com visitas guiadas por marcação e acompanhadas por um técnico afeto ao museu.

Neste momento e dada a necessidade desse espaço para outros fins, foi criado um espaço expositivo para esta coleção de vidros, numa sala de leitura informal na biblioteca, espaço esse que apela à contemplação e ao lazer.

No futuro, pretende-se que seja incluída no museu, uma sala vocacionada para as artes plásticas e performativas, com possibilidade de aluguer da mesma pelos interessados, ou ser somente disponibilizado para o efeito.

Deseja-se que o museu esteja vocacionado para a prática educativa, figurando como um museu contemporâneo, direcionado para estas ações.

Seria desejável, criar-se uma sala integrada como Centro de Investigação e Empreendedorismo por forma a completar e desenvolver estas e outras propostas museológicas.

Capítulo III – Gestão Museológica, uma Proposta de Execução

O desenvolvimento deste projeto teve como base a utilização de vários instrumentos baseados em gestão. Neste âmbito, parece-nos fundamental a definição dos seguintes planos: Estratégico, Diretor, de Coleção, de Exposições, de Comunicação, de *Marketing*, de Emergência, e de Desenvolvimento Individual. No conjunto, visam traçar diretrizes para a obtenção de boas práticas museológicas, o que “contribui para o bom funcionamento e segurança de museus. (...) Um plano diretor é um processo que traz muitas vantagens”¹⁰¹.

Há que ter a consciência de que os objetivos definidos e os recursos disponibilizados para o efeito só poderão ser atingidos tendo como base os recursos humanos, financeiros e os equipamentos para execução de tarefas nos espaços técnicos e expositivos.

Em primeiro lugar, é fundamental a definição de missão, visão, valores e objetivos do museu. Estes, devem fazer parte do plano estratégico da instituição, sendo este um dos aspetos a ter em conta de forma a garantir uma implementação bem-sucedida.

A missão deve ter um carácter informativo e deve procurar responder a perguntas base, nomeadamente qual a finalidade do museu, quais os valores pelos quais é regido, quais os objetivos que pretende alcançar, quais as funções que o museu desempenha, e qual o fim último. A missão visa traduzir os interesses do museu. Quanto à missão esta “pode oferecer um ponto de referência útil a todo o processo de elaboração do plano diretor”¹⁰². A missão de um museu, tendo em conta que é uma instituição sem fins lucrativos, aberta ao público, deve ter um papel educacional no desenvolvimento da sociedade, do conhecimento e ao mesmo tempo de oportunidades de lazer. Deverá, também, transmitir claramente as ambições da instituição e de afirmação no mercado concorrencial.

No que se refere à missão do Museu da Universidade de Aveiro, este tem como “missão guardar, preservar e documentar as coleções museológicas da Universidade de Aveiro, assim como a de impulsionar o estudo e divulgação deste património”¹⁰³.

¹⁰¹Esta informação pode ser consultada em: <http://www.usp.br/cpc/v1/imagem/download_arquivo/roteiro1.pdf>. [Consult. 25 nov. 2011].

¹⁰² Idem, p. 32

¹⁰³Esta informação pode ser consultada em: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11721>>. [Consult. 25 nov. 2011].

A visão surge como um conceito amplo no futuro do museu e há a necessidade de se auscultarem opiniões internas e externas à instituição, para constatar se o museu está no bom caminho. Como um museu é uma instituição aberta à comunidade e ao público em geral, deve desenvolver ações vocacionadas para esses públicos, nomeadamente em programações educacionais e culturais bem como de desenvolvimento económico. Por ser uma instituição museológica e de conhecimento, deve promover e conciliar a educação formal com a educação não formal, criando uma participação ativa e de inclusão social. Deve apostar e valorizar a investigação das coleções do seu acervo.

Considera-se que os valores de um museu devem ser baseados na transparência, na veracidade, na lealdade, na honestidade, na competência, no espírito de equipa, na solidariedade, na sua sustentabilidade (com criatividade e empreendedorismo), na transmissão da memória e da história através de produtos culturais e na excelência dos serviços. De acordo com Mendes *et al.*, “tendo em linha de conta as dificuldades atuais do país, o que se pretende é ser parte da solução, atuar com uma atitude positivista e de compromisso (...) sabe-se também que não é com crítica destrutiva ou mesmo arrogância que se vai conseguir realizar aquilo de que hoje, mais do que nunca, o país precisa: uma mudança clara da sua cultura, da maneira de ser e de se comportar” (2011: 80).

Os objetivos de um museu devem ser claros. Logo, a gestão do museu é considerada fundamental. O museu deve ser um local de fácil acesso e deve haver, como necessidade primária, opções para os cidadãos com necessidades especiais.

Objetivos principais:

- ❖ Promover o estudo, a investigação e a divulgação do seu património;
- ❖ Investir na formação dos profissionais que desempenham funções no museu;
- ❖ Construir um bom serviço educativo;
- ❖ Visar parcerias com universidades, instituições públicas e privadas que tenham os mesmos objetivos.

3.1. Plano Estratégico

No que diz respeito a este plano e uma vez que os Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia (SBIDM) dependem, hierarquicamente, da Universidade de Aveiro e, representativamente, da Administração¹⁰⁴, considera-se importante que se aborde o Plano de Atividades 2012 da Universidade de Aveiro. No referido plano são mencionados sete objetivos estratégicos, “três dos quais se referem principalmente a cada uma das três componentes da missão da Universidade — investigação, formação, e cooperação — remetendo os outros para questões transversais críticas: gestão, internacionalização, atratividade e valorização patrimonial”¹⁰⁵ (2011: 10). No fundo, os objetivos dos SBIDM, vão ao encontro dos objetivos da própria Universidade e pressupõe-se que ao museu seja dado o seu valor patrimonial e ao mesmo tempo atrativo.

Para o efeito, fez-se uma revisão da literatura no que concerne a esta matéria. Deste modo e segundo Varão, “como parte integrante do planeamento estratégico da organização esta deve calcular e planear os Recursos Humanos necessários para satisfazer as necessidades dos seus planos de actividades” (2006: 60). Sílvia Varão (2006) baseia-se na norma NP 4427: 2004 – Requisitos para um sistema da qualidade na gestão das pessoas, em que no ponto 6.1 da mesma, “prevê que o Planeamento dos Recursos Humanos esteja integrado e alinhado com o Plano Estratégico da Organização”. Ou seja, para que haja um equilíbrio entre o PRH e o PE na organização, deverão ser tidos em conta a missão e a visão; as políticas da organização; o planeamento estratégico da organização e os planos de atividades com base no plano estratégico. Esta autora defende que “a gestão estratégica envolve a identificação da missão; [a] definição dos objetivos que concretizam a missão; [a] análise *SWOT*; e [a] escolha estratégica que permitirá atingir as metas e os objetivos” (2009).

Já na opinião de Bilhim, “a gestão estratégica emerge como o processo de formulação e implementação de planos que orientam a organização. Em bom rigor, a gestão estratégica integra o planeamento estratégico, as decisões operacionais e o funcionamento quotidiano

¹⁰⁴ Ver Anexo 44.

¹⁰⁵ Esta informação pode ser consultada em: < <http://www.ua.pt/conselhogeral/ReadObject.aspx?obj=21579>>.[Consult. em 17 ago. de 2012].

da organização” (2009: 47). Parece-nos que este processo tem de ser contínuo e sempre que necessário adaptado pelos gestores do topo.

Parece de facto que tanto no Plano Estratégico, como no Plano Diretor a análise *SWOT* terá de estar presente na fase inicial de ambas as implementações. Só assim qualquer organização/instituição poderá atingir os objetivos e os fins a que se propõe.

O local onde se encontra o Museu da Universidade de Aveiro é um local privilegiado, na medida em que está integrado na academia e isso pressupõe um grande comprometimento social.

De acordo com a perspetiva de Pérez Valencia “La universidad y el arte no pueden ser ajenos a cuanto ocurre a nuestro alrededor, Po e ello, las propuestas de acción deben plantear posiciones com las cuestiones com temporáneas, para amplificar nuestra visión de las cosas y para hecer del receptor un ente com capacidad de decisión crítica” (2010: 29). Segundo esta perspetiva, consideramos que o autor refere a universidade, por esta servir âmbitos de estudo e de investigação. Obviamente, a arte não foge à regra. Esta instituição de ensino superior é o meio ideal para os “estudos artísticos e genéricos”. Deste modo, faz todo o sentido que haja um museu na Universidade de Aveiro que sirva o ensino e a aprendizagem da arte contemporânea, em contexto académico e social, que permita o surgimento de novos artistas e criadores. É missão deste museu, gerir, conservar e divulgar o património artístico que faz parte do espólio da Universidade de Aveiro. A visão é alargar o âmbito do museu a nível local, regional, nacional e até internacional, onde serão prestados serviços de excelência, direcionados a longo prazo. Algumas doações têm reconhecimento no estrangeiro, nomeadamente pintura e gravura de *Hélène de Beauvoir*, vidros de várias proveniências, escultura, cerâmica, entre outros.

Ao museu, estão intrinsecamente ligados valores, tais como a criatividade, o empreendedorismo, o dinamismo e a inovação, mostrando a marca da Universidade de Aveiro e apropriando identidade do museu. Nesta medida, poderão definir-se três tipos de objetivos: culturais, educativos e sociais. Os culturais visam promover o estudo, a classificação e a recuperação dos objetos doados, procedendo à sua sistematização. Importa gerir as coleções existentes e as que poderão ser incorporadas no futuro. Outro

objetivo é coordenar e assegurar as exposições temporárias, temáticas ou permanentes, tendo em vista públicos diferenciados.

Quanto aos objetivos educativos, propõe-se chamar a atenção para o estudo científico e técnico destas coleções a partir de cronologias e das áreas temáticas, nunca esquecendo os cursos que fazem parte da Universidade de Aveiro (cursos de *Design*, Novas Tecnologias da Comunicação, Turismo, as Tecnologias da Informação, o *Marketing*, Tecnologia e *Design* do Produto). Pretende-se ainda promover a sua divulgação através da comunicação para vários públicos, com programas educativos específicos. Os objetivos sociais, por sua vez, baseiam-se na participação da sociedade civil, na formação das pessoas, através de ações educativas, na prestação de apoios, de voluntariado, na transmissão de algumas informações e conhecimentos que poderão ser de extrema importância no âmbito museológico.

As coleções pertencentes ao espólio do Museu da Universidade de Aveiro poderão criar no nosso imaginário um “laboratório e ideias” não só através da arte expressa nas coleções mas também “na arte em contexto atual e através da mesma coleção”. Ela poderá ser feita, refeita e vista sob variados temas, possibilitando a reflexão e a crítica por parte de quem a vê e sente. Segundo Pérez Valencia, “el arte contemporáneo puede ser valorada como algo vivo. (...) ver la obra en el contexto en el que habita” (2010:30).

Consideramos que o plano estratégico a elaborar deverá ser baseado no modelo que se adotou do *Smithsonian National Museum of America History*¹⁰⁶. Deste modo propõe-se:

- ❖ Difundir o acesso do museu, através da digitalização das coleções existentes recorrendo ao uso das novas tecnologias da informação e melhorar os serviços disponibilizados pelo museu aos visitantes quer presencialmente, quer virtualmente;
- ❖ Reforçar a educação através do uso do museu enquanto “laboratório de ideias e métodos”, educando de modo informal e simultaneamente sirva de complemento ao sistema de educação formal;

¹⁰⁶ Esta informação pode ser consultada em: <http://www.si.edu/Content/Pdf/About/SI_Strategic_Plan_2010-2015.pdf>.[Consult. 25 jun. de 2012].

- ❖ Criar parcerias interdisciplinares com instituições congêneres cujos objetivos sejam os mesmos, incentivando deste modo a que o Museu da Universidade de Aveiro passe a pertencer à Rede Nacional de Museus;
- ❖ Reforçar as coleções existentes e desenvolver um plano de coleções com iniciativas museológicas, através de mostras e exposições; reforçar os serviços organizacionais e estruturais com base na missão, na visão e nos valores desta instituição museológica e que se traduzam em benefícios tanto para o “público” como para a instituição;
- ❖ Medir anualmente o desempenho específico dos técnicos com base nos planos de desenvolvimento individual para aferir se o trabalho prestado necessita de ser reajustado, alterado ou de apoio formativo.

3.2. Plano Diretor

O Museu da Universidade de Aveiro está integrado na Universidade, atualmente, sem instalações definidas para esse fim e, presume-se que, sem orçamento. O acervo é significativo, daí a necessidade de existirem seis elementos a desempenhar funções técnicas nas instalações que hoje são partilhadas com o Arquivo da Universidade, perfazendo um total de três salas (incluindo a reserva) e de um gabinete.

O museu, a biblioteca e o arquivo, têm o mesmo diretor, uma vez que são valências que pertencem aos mesmos serviços. Atualmente o museu virtual está em desenvolvimento e, apesar destas contingências atrás referidas, os serviços museológicos em parceria com os serviços de biblioteca têm, ao longo da sua existência, efetuado inúmeras exposições. Essas exposições são dirigidas para públicos diversos e as informações, obtidas pelas folhas de sala, encorajam os técnicos na procura de uma melhoria contínua, quanto ao trabalho museológico que aí se faz.

Por se tratar de um museu afeto a uma instituição pública, a este plano poder-se-á considerar um período de 10 anos, ou em alternativa, e face às constantes mudanças estruturais e organizacionais, um período mínimo de três a cinco anos. O plano traçado, deverá incluir todos os planos, quer institucionais, quer os que serão mencionados ao longo

deste projeto. Seria desejável que, fossem previstas necessidades físicas de alargamento do museu, e de capital e de risco, visando necessidades de equipamento e de orçamentos. Durante este período de tempo, o diretor deve adotar como estratégia alguns pontos a reter, nomeadamente: atrair mecenas, criar parcerias, fidelizar os públicos, manter a segurança interna e externa do museu.

Um plano diretor deve incluir o plano estratégico a ser elaborado com base na missão, devendo esta, por sua vez, ser clara e bem definida. A visão, visa o alargamento do âmbito do museu a nível local, regional, nacional e até internacional. Porém, estão intrinsecamente ligados valores, tais como, a criatividade, o empreendedorismo, o dinamismo e a inovação, mostrando a marca da UA.

Para a elaboração do plano, deverão constar dados essenciais para a definição dos seus objetivos atuais e futuros, no que se refere por exemplo¹⁰⁷ (2001:49).

- Ao número de visitantes;
- Ao número de funcionários;
- Ao orçamento;
- À inclusão de um mapa do museu;
- (6) pontos - chave a serem abordados;
- (6) fatores críticos para o sucesso;
- Plano financeiro (despesas e receitas);
- Vise os objetivos atuais;
- Contemple indicadores de desempenho.

E no que se refere à visão, esta deverá ser o mais abrangente possível.

Este plano diretor deverá ser efetuado em processo contínuo, e ser reavaliado ao longo do processo de implementação. O processo revela que a instituição museu detém um desempenho credível e que ao longo do tempo, se torna viável.

¹⁰⁷Estes exemplos foram adotados, para o efeito, consultar o seguinte endereço: <http://www.usp.br/cpc/v1/imagem/download_arquivo/roteiro1.pdf>.[Consult. em 30 de jun. de 2012].

Nesta primeira fase, da elaboração do plano diretor, deverá ser efetuada uma análise *Swot* (*Strengths/Weakness/Opportunities/Threats*) por um período de 5 anos. Esta abordagem consiste na deteção, análise e comparação entre os pontos fortes e as oportunidades que existem, no meio em que o museu está implantado, ou se vai implantar, e a partir daí estudar a melhor estratégia para a sua implementação. O mesmo deverá ser feito em relação aos pontos fracos e ameaças, para que se consiga averiguar quais os aspetos que requerem maior atenção e até propor alterações no caso de já se encontrarem implementados.

Esta ferramenta analítica permite-nos saber se o número de visitantes aumentou ou diminuiu em determinado período de tempo, permite-nos conhecer a situação financeira do museu, ou se é necessário recorrer a um possível aumento de verbas ou até mesmo a mecenas, patrocinadores ou doadores, se a gestão do acervo está em conformidade com o que inicialmente foi definido, se o atendimento junto dos utilizadores está a ser bem desempenhada, se as atividades comerciais praticadas na instituição, através da comercialização do *merchandising* e do *marketing* promocional, estão a ser consideradas.

Aliado ao plano diretor deverá estar o plano financeiro, uma vez que “direção, política, legislação, alterações sociais e demográficas, economia, mercados, tecnologia, padrões de desempenho, em áreas de atividade do museu são conceitos que traduzem a visão, a missão e os objetivos específicos e mensuráveis da instituição museu”¹⁰⁸ (2001: 38 a 47). Um plano diretor deverá ser considerado um documento de trabalho, e um meio para atingir um fim.

À elaboração deste plano, cabe a definição de uma melhor política cultural na triangulação dos espaços de biblioteca, do arquivo e do museu.

Propõe-se para a criação do Museu da Universidade de Aveiro, a existência de um quadro de pessoal que sirva um período de pelo menos 10 anos e que possa corresponder a todas as necessidades básicas da estrutura organizacional, nomeadamente a financeira e de recursos humanos, de equipamentos, de espaços técnicos e expositivos.

¹⁰⁸Esta informação pode ser consultada em: <http://www.usp.br/cpc/v1/imagem/download_arquivo/roteiro1.pdf [Consult. 25 nov. 2011].

Porque os Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia (SBIDM) dependem da Universidade de Aveiro, apresenta-se de seguida e como proposta o organigrama previsto do museu¹⁰⁹ que em termos de funcionalidade e operacionalidade, possibilite o bom funcionamento do Museu da Universidade de Aveiro.

3.3. Plano de Coleções

Pretende-se que neste plano, sejam agendadas exposições de coleções uma vez por mês o que equivale a doze exposições anuais, mantendo deste modo a sala de exposições do museu sempre ocupada. Como o museu está integrado na universidade, as exposições devem ser alternadas entre as coleções existentes do próprio museu e as coleções dos departamentos, por exemplo no Departamento de Geociências com a coleção de mineralogia, no Departamento de Biologia com a coleção de animais embalsamados, entre outros.

No que respeita ao suporte virtual e mais propriamente às coleções, poderá ser criado, à semelhança do que acontece no *Smithsonian National Museum of America History*¹¹⁰ uma página que contemple: as exposições a decorrer, as exposições que já estão agendadas, as exposições das coleções anteriormente efetuadas e as exposições virtuais. Ainda neste plano poderão ser considerados ou até mesmo criados laboratórios de conservação e restauro para manutenção e preservação das coleções existentes no espólio do Museu da Universidade de Aveiro. Outras hipóteses a considerar seriam a criação de um serviço empréstimo de objetos da coleção, traçar uma política de aquisições no sentido de adquirir bens museológicos cujas modalidades fossem por compra, por doação e legado, recolha ou outras a considerar. E que ao delinear este plano de coleções, estivessem também contempladas perspetivas de estudo e de investigação das coleções existentes. Permitindo a todos os públicos, ter acesso aos conteúdos das coleções, sistematizar conhecimentos, e conduzir à promoção de reflexões, de experiências de futuros projetos e protocolos.

¹⁰⁹ Ver Anexo 46.

¹¹⁰ Esta informação poderá ser consultada em: < <http://www.si.edu/>>.[Consult. em 30 jun. 2012].

3.4. Plano de Exposições

Consideramos que uma exposição assume o discurso expositivo e museográfico desde a sua realização, até à transmissão e interpretação das coleções por parte dos visitantes. Deste modo, é no plano de exposições que deverão ser consideradas como fundamentais o planeamento prévio de agendas ou calendarização de exposições a efetuar no museu. Contudo, não esquecer que a previsão de orçamentos para exposições é fundamental. Ao mesmo tempo, é através de uma exposição que o museu se expressa e comunica com o seu público. Deste modo e de acordo com Dias (2009: 28) “uma exposição é como um meio de comunicação e produção de conhecimento”.

Parafraseando Costa, “os museus [devem ir] ao encontro dos públicos e das comunidades” (2007: 9). Segundo Dean, uma exposição “é um grupo polivalente de elementos que, de forma completa, apresenta ao público uma coleção ao mesmo tempo que disponibiliza um conjunto de informação no sentido de permitir a sua aceção pelo público” (1994:161).

Os museus da atualidade procuram outras formas de angariar mais públicos e de fidelizá-los. São exemplo disso, o uso recorrente de material interativo e didático utilizado pelos museus que permitem aliciar e criar uma sociabilização entre as pessoas, despertando nelas, novas ideias, novos conceitos e novas formas de usar e interpretar a informação museológica.

Nas últimas décadas, o tema da avaliação das exposições, segundo Dean (1994: 91), tem merecido grande importância, havendo cada vez mais literatura relacionada com esta temática. A avaliação das exposições em contexto museológico, permite aos profissionais e aos visitantes, aprender com os sucessos e os fracassos, num processo de melhoria contínua.

Este plano deverá ser elaborado perspetivando um período de 5 a 10 anos e à partida deve ter um orçamento estipulado para despesas com recursos humanos, (dentro e fora do museu, dado que por vezes têm de se contratar equipas *outsourcing*), desde: *designers*, eletricitistas, equipa de investigação, e de despesas com materiais e equipamentos, e se for o

caso de manutenção e segurança. Poderá estar previsto no plano de exposições o recurso a patrocinadores e a mecenas por forma a suavizar a componente financeira do museu, nomeadamente no que se refere à montagem e desmontagem da exposição e a uma avaliação final sobre determinada exposição.

Cada vez mais se constata que o trabalho inerente às exposições implica interdisciplinaridade e integração das equipas que fazem parte dessas atividades. Neste ponto, pretende-se esclarecer a importância das exposições e a complexidade da sua realização. Outro aspeto muito importante a considerar, será a necessidade de se efetuarem estudo de público, sendo estes, uma ferramenta essencial para o desenvolvimento do plano de atividades expositivas, nomeadamente a planificação do discurso e conteúdos expositivos a desenvolver.

Passa-se a delinear um possível plano de exposições¹¹¹, que deve ser avaliado permanentemente, deste modo deve-se:

- 1- Definir o objetivo da exposição;
- 2- Definir a equipa;
- 3- Definir o público-alvo;
- 4- Definir despesas;
- 5- Espaço físico a utilizar.

Por fim, a contagem do número de visitantes é imprescindível para avaliar se determinada exposição teve ou não sucesso.

Pretende-se que o planeamento das exposições do MUA seja agendado anualmente, tendo em vista as coleções existentes e as suas características em função do público-alvo. Assim, considera-se importante – as expectativas do público visitante quanto aos temas expostos; considera-se que o discurso museológico da cada exposição se traduza numa linguagem compreendida por todos; que as temáticas escolhidas pelo museu suscitem a curiosidade do público; e que haja uma interação entre o público e o pessoal técnico do museu, que pode traduzida em visitas guiadas às diferentes exposições a realizar sempre que necessário. Outro aspeto a considerar será o empréstimo de objetos pertencentes à coleção deste

¹¹¹Esta informação pode ser consultada no seguinte endereço: <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:QBEehRX4a0AJ:www.usp.br/cpc/v1/imagen/download_arquivo/roteiro_2.pdf+roteiro+museologico+plano+de+exposi%C3%A7oes&hl=pt-PT&pid=bl&srcid=>>.[Consult. em 15 abr. de 2012].

acervo, a outras instituições ou museus congéneres, por forma a reforçar os contextos museológicos ou museográficos destes e será no fundo um meio encontrado para angariar receitas para o Museu da Universidade de Aveiro.

No que respeita à coleção dos cartazes, por exemplo, poder-se-á criar “uma exposição interativa com a instalação de *ateliers*” para a criação de novos cartazes produzidos pelo público que visita esta coleção” (Pais, 2000: 130).

No que concerne por exemplo, à coleção das peças de vidro, sugere-se que se efetuem exposições de objetos estabelecendo comparações entre os objetos do dia-a-dia, com os objetos utilizados no passado, ou até mesmo mostrar a importância do fabrico do vidro, através de filmes para formar e informar o público. Poderá ser convidado um artista de fabrico do vidro, de forma a mostrar a criação de uma peça simplista (um copo ou uma garrafa) para reforçar a interpretação da referida exposição. Importa proporcionar uma interação com o público, possibilitando-o a participar, por exemplo, “na técnica do sopro” aquando da criação de uma peça de vidro. Formalizar debates públicos, conferências ou *workshops*, que permitam o aprofundamento de conhecimentos científicos e que complementem e reforcem a componente educativa das exposições. Por fim, que sejam previstas edições de brochuras ou de folhetos informativos sobre esta matéria, que suscitem o interesse e aprendizagem sobre os conteúdos expositivos.

São este tipo de ações que suscitam grande interesse nas exposições e que levam o público a pensar nessas experiências e a relacioná-las. No caso da existência de públicos com necessidades especiais, o contacto com os objetos e com as peças realizadas permitem o enriquecimento das experiências dessas ações e o conhecimento empírico das mesmas. Nesta medida, as exposições devem ter uma componente lúdica e emotiva. Ou seja, a museografia utilizada no museu deve ser didática para que os visitantes possam desfrutar da exposição que vão ver, despertando ideias, sugestões e apelando a sensações.

Este plano só deverá ser definido após o estudo prévio das coleções existentes. No que respeita às coleções, podemos dividi-las em dois grupos distintos:

- **Exposições permanentes**, vocacionadas mais para temas expostos do que propriamente para os objetos em si, cujo fim deverá servir para fomentar as áreas

temáticas e científicas, através da pesquisa efetuada na realização das referidas exposições;

Por exemplo: No que respeita às coleções de vidro (refere-se esta a título de exemplo) importa focalizar o estudo dos materiais nomeadamente o vidro e as técnicas associadas à sua composição; importa a sua contextualização histórica; que avanços foram incrementados ao longo da história e da técnica; podem ser abordadas questões quanto ao impacto económico, social e político deste material em Portugal.

- **Exposições temporárias** – estas exposições devem ser pensadas e estudadas com cautela para que haja uma articulação com o projeto museológico e museográfico, baseando-se na apresentação dos objetos do museu, nomeadamente das coleções existentes. Estas exposições irão possibilitar a focalização de um determinado tema relacionando-o com outras peças a apresentar;

Por exemplo: com a coleção de cartazes, pode ser criada a possibilidade de, na mesma exposição, se exporem outros cartazes de outras instituições através de protocolos efetuados entre as partes, desde que exista uma relação entre as temáticas para que possa fazer sentido; podem propor-se exposições de trabalhos de cartazes realizados ao longo da vida da Universidade, aspeto a ser considerado, ou aproveitar a exploração de temas e fazer exposições que por sua vez se desdobrem. Como estas exposições são temporárias e provisórias, devem visar temas e “modos expositivos” com características alternativas que possibilitem a utilização do uso de vídeos, audiogramas, palestras, etc. Outra alternativa a esse tipo de exposições (ainda que numa fase exploratória) seria a itinerância das exposições com a colaboração de outras instituições culturais na cidade de Aveiro. Outro aspeto bastante interessante a considerar será a área pedagógica para todos os tipos de público. Nesta medida, sugere-se a criação de uma sala ou de uma galeria de atividades cuja finalidade seja o seu papel lúdico e educativo. Pretende-se que estas ações sejam promovidas através de uma interação direta com as coleções expostas e com as que se encontrem na reserva museológica. Ações essas de multidisciplinaridade, de descoberta de recursos, de exploração de tecnologias, de descoberta de aptidões e com isto, dando a oportunidade ao público de conhecer, de olhar e de sentir a cultura material colocada à sua disposição de forma interativa.

Com estas experiências deseja-se mostrar e explicar algumas das técnicas utilizadas para o efeito, incentivar o público ao estudo da cultura material disponível e dar a conhecer os espólios em reserva museológica.

- **Exposições itinerantes** – Estas exposições, poderão ser consideradas como promotoras de divulgação científica, cultural e de interação social¹¹².

Sendo uma exposição um recurso de ensino informal, a exposição itinerante vai reforçar o papel social dos seus visitantes, na medida em que os públicos se interrelacionam e crescem juntos socialmente. Quanto à divulgação científica, este tipo de exposições, são uma forma de difundir conhecimento e ao mesmo tempo permitem a descentralização das coleções do seu ambiente habitual, transportando deste modo “o património museológico a lugares e populações distantes dos grandes núcleos culturais”(Oliveira: 2007, 2462)¹¹³.

No fundo podemos traduzir as exposições itinerantes, como sendo uma aproximação do museu à escola. Contudo, partilhamos também da opinião de Oliveira, na medida em que “diferente da escola, a educação em museus tem como objetivo de trabalho o bem cultural, perseguindo objetivos como a aprendizagem, a informação, a comunicação e a construção de cidadania (2007: 2462).

No plano de exposições do MUA, seria desejável que este tipo de exposições estivesse também contemplado, uma vez que a região de Aveiro é bastante significativa em termos de população e de escolas.

3.5. Plano de Serviço Educativo e Eventos

¹¹²Esta Informação pode ser consultada em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ptp/v7n2/v7n2a03.pdf>>.[Consult. a 15 out. 2012].

¹¹³Esta Informação pode ser consultada em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/17924/1/O%20museu%20e%20a%20escola%20que%20rela%C3%A7%C3%A3o%20O%20caso%20do%20Museu%20Agr%C3%ADcola%20de%20Entre%20Douro%20e%20Minho.pdf>>.[Consult. a 17 ago. de 2012].

A Lei n.º 47/2004 de 19 de Agosto, Lei Quadro dos Museus Portugueses, no seu 42.º artigo, informa-nos que a função educativa de um museu, não pode estar dissociada da sua função socializadora e cultural. Deste modo, “cabe ao museu desenvolver de forma sistemática programas de medição cultural e atividades educativas que contribuam para o acesso ao património cultural e às manifestações culturais”. E ainda, o museu deve “promover a função educativa no respeito pela diversidade cultural tendo em vista a educação permanente, a participação da comunidade, o aumento e a diversificação dos públicos”. A área educativa tem sido uma grande aposta dos museus atuais, porque dinamiza, promove e difunde o património cultural que detém, este é um dos aspetos contemporâneos. O museu passa a ser um agente cultural, que de acordo com Costa, “o museu [dever servir] como recurso de aprendizagem e como instrumento de educação permanente” (2007: 12)¹¹⁴.

Quanto ao plano educativo, e de acordo com Rodrigues, “o museu tem de encontrar novas formas de partilha e de comunicação com a comunidade escolar” (2006: 22). Neste caso concreto, e em primeiro lugar a comunidade académica da UA, seguidamente, outros públicos como referido anteriormente. Uma das formas encontradas, e como “o museu é [um] espaço público, com obrigações públicas, [é seu dever] oferecer várias abordagens e estratégias comunicativas aos seus visitantes (Pardal: 2008, 101).

Deste modo, os Serviços de Biblioteca Informação Documental e Museologia, inseridos num espaço de Ensino Superior, enquadram-se no âmbito do ensino/aprendizagem, sendo este, um dos objetivos propostos pela Universidade de Aveiro. Considera-se que os objetivos culturais se devem enquadrar através do ensino/aprendizagem.

No que concerne à coleção dos cartazes, o contributo deste acervo, será o de servir a via do ensino e da investigação em contexto académico, pois a coleção irá suscitar a curiosidade e o estudo do *Design*, do *Design* Gráfico, da História do *Design* em Portugal, num determinado espaço temporal, bem como dos seus autores, o estudo do grafismo, por parte dos alunos e professores na área do *Design*, da Comunicação, das Novas Tecnologias da Comunicação, cujos cursos por acaso, são lecionados nesta Universidade, sendo uma mais-valia.

¹¹⁴ Ver Museus e sociedade: actas [da] Conferência de Caminha, 2007.

Se for o caso, o diretor dos serviços, o curador, o historiador, os técnicos especializados, deverão fazer investigação sobre esta área específica, para que possam transmitir informações exatas, necessárias à compreensão das diferentes formas visuais e aos aspetos técnicos, no sentido de explicar o porquê das técnicas utilizadas, bem como os aspetos estéticos. Tudo isto numa tentativa de compreender e utilizar uma linguagem estética, tentando perceber a essência e a função das manifestações de arte inseridas, no contexto de cada cartaz, e de cada área temática, porque são quatro as áreas temáticas que agrupam os cartazes. Poderão existir, no futuro, outras coleções e exposições através de parcerias, trocas e aquisições que o MUA possa vir a travar.

Dentro do mesmo contexto, Padró considera que, “a educação em museus, se constitui-se, por um lado, a partir de conceções sobre o ensino e aprendizagem, versões sobre a produção do visitante no museu, estratégias educativas nas salas, noções sobre a possibilidade do museu e as narrativas que afirma, contrasta, contesta, explora e legitima” (2005: 50).

Os museus, as bibliotecas e os arquivos são instituições que prestam serviços, sempre direcionados para o público. E é nesta medida, que os objetivos educativos têm que direcionar a sua atenção: nos públicos, nos não públicos e fidelizar os já existentes. Não nos podemos esquecer de referir, no mesmo grau de importância, o público virtual e globalizante que é de extrema importância na medida em que confere, através das novas tecnologias da comunicação e da informação, “tempos e espaços e modos de vida” (Santos, 2007: 41). Daí existir a urgente necessidade de conhecer “sociologicamente os públicos” (Santos, 2007: 39). Deste modo, deverá ser efetuada uma avaliação dos públicos, com base em inquéritos ou questionários.

Fazendo referência, mais concretamente, ao Museu da Universidade de Aveiro e, por exemplo, à coleção de cartazes, deverá existir a preocupação de contemplar todos os públicos, uma vez que a função da exposição dos cartazes, é demonstrar que, para além de comunicar, educar, investigar, também é possível cativar públicos meramente a título de lazer, o que acaba por ser uma das funções dos museus. Outra preocupação que se deverá ter em conta é a de abrir portas à comunidade civil da cidade de Aveiro, sensibilizando o público, para os valores culturais existentes na MUA, permitindo a observação e a sua capacidade crítica. Devem criar-se estratégias de fidelização dos públicos, através de

formação, da captação, da educação, da motivação das pessoas para estas práticas expositivas, seja de caráter temporário ou permanente.

A este propósito, importa realçar que deverão ser efetuadas outras exposições temporárias, uma vez que a coleção de cartazes assim o permite, dada a riqueza de conteúdos das suas diversificadas temáticas. E isso consegue-se prestando um serviço de excelência, que permita a esses públicos passar a palavra a outros, acerca trabalho prestado pelos técnicos especializados do Museu da Universidade de Aveiro.

Apela-se a que exista uma dinâmica entre as coleções deste museu e a comunidade, através da implementação de um serviço educativo.

As novas práticas museológicas esclarecem que deve existir uma articulação entre os espaços, as coleções e as estruturas de conhecimento e investigação. Assim sendo, seria desejável criar-se de raiz, um sistema de Serviço Educativo no museu. Um Serviço Educativo, vocacionado para uma vertente pedagógica, com o objetivo de criar um programa que tenha em vista a captação, a sensibilização e motivação de públicos diferenciados, para as diferentes temáticas, podendo agendar mensalmente, exposições temporárias. Desta forma, pretende-se desenvolver um ambiente de cidadania e de socialização, de formação, de espírito crítico, de apelo à cultura visual e à arte em geral. Por isso, este Serviço Educativo visará que através da observação dos cartazes e de atividades didáticas e lúdicas, se desenvolvam e sejam recriados desenhos, grafismos, novos cartazes com uma visão personalizada, de quem os produz. Os melhores trabalhos, daí resultantes, serão expostos e validados por docentes do Curso de *Design* da Universidade, conjuntamente com artistas plásticos da cidade com conceituado nome na “praça”. Estabelecendo-se assim, uma relação entre os públicos em geral e a academia em particular, através deste contato assente em ações pedagógicas e intensificadas pela relação entre a comunidade académica e os públicos. Criando para o efeito, hábitos culturais e de estudo nas pessoas. Esta dinâmica, exposição de cartazes e público da academia, nomeadamente alunos e professores, poderá servir de complemento às aulas do Curso de *Design*, ao nível da história do *design*, do estudo do grafismo, dos seus autores e de determinada época. Por se tratar de um serviço novo, este terá um acompanhamento especializado por professores do Departamento de Comunicação e Arte, com marcação de datas específicas, proporcionando uma visita guiada, acompanhada de explicação artística.

As visitas à Exposição dos Cartazes poderão ser, ou não, acompanhadas, sendo desejável que o sejam. Neste âmbito, poder-se-á fomentar também, conversas com artistas plásticos da cidade, nomeadamente Artur Fino, Hélder Bandarra, Jeremias Bandarra, entre outros, que darão o seu parecer, acerca dos resultados dos trabalhos produzidos e que posteriormente serão expostos.

Seria desejável que o museu contemplasse outros espaços, tais como oficinas e *ateliers* apetrechados com material e recursos didáticos, produzidos para o efeito, e que servissem para a criação de atividades multidisciplinares. No que diz respeito à história do *design*, do design gráfico, às artes visuais e performativas, possibilitaria ao público uma cultura visual, estética e técnica pela observação desta exposição.

Do resultado dos trabalhos realizados pelos públicos, poderão ser criados cadernos elucidativos, como uma coleção designada por “Cartazes”, produzidos pela Comissão Editorial da Universidade e posteriormente divulgados pela comunidade académica e comunidade civil. Deverá ser oferecido um exemplar à Biblioteca, para memória futura. Com esta coleção temática de Cadernos pretende-se que a mesma seja dada a conhecer, assim como alguns novos artistas, no âmbito das suas atividades.

Este é mais um desafio e um incentivo em que o Museu da Universidade de Aveiro deveria apostar, no sentido de ir ao encontro de públicos diversificados talentosos, apostando em áudio guias e módulos tácteis para pessoas com deficiências visuais e auditivas, incentivando, assim, a sua participação.

Com este Serviço Educativo, pretende-se um outro objetivo, que é o da criação de parcerias locais, regionais, nacionais e internacionais, com outras instituições que partilham os mesmos interesses.

A comunicação dos Serviços Educativos será feita, com recurso a pessoal especializado, nomeadamente, a áreas da educação, da psicopedagogia, da sociologia, da comunicação ou a áreas de animação sócio-cultural.

Será contemplado, um técnico superior por ser uma pessoa com formação especializada na área, detentora de conhecimentos, que lhe permitem fazer a distinção entre os discursos museológicos e a sua comunicação para os públicos diversificados

No que respeita aos eventos que o museu possa disponibilizar, seria importante ter um animador sócio cultural. Este elemento será, no fundo, um mediador de ações, uma vez que lhe cabe o papel do levantamento e da criação das atividades, tendo para isso que ter algum conhecimento nesta área em concreto. O seu papel deverá ser, o de coordenar todas as atividades ao nível da programação, do ensino, da educação apostando sempre na melhoria contínua destes serviços.

3.6. Plano de Comunicação e de Marketing

Neste plano de comunicação, importa abordar alguns conceitos programáticos e explicar o conceito de Discurso Museológico e qual a sua importância em contexto museológico.

O principal ponto de referência são os museus e deve pensar-se na museologia numa perspetiva mais alargada, daí considerar-se que a comunicação abarca várias áreas, entre as quais os museus. Estaremos prontos para nos questionarmos sobre o que é a comunicação no museu. Para reforçar esta ideia, Pardal assegura “o museu em toca a sua dimensão comunicativa, quer interna, do(s) privado(s), quer externa, do(s) público(s), integra o conceito de instituição de mediação da comunicação” (2008: 38).

Uma forma de comunicação poderá ser considerada através de uma programação anual com exposições agendadas, com o lançamento de cadernos de coleção, cujos desenhos sejam desenvolvidos pelo público que utiliza o espaço museu, sempre que visite exposições. Poderão ser realizados *workshops*, marcadores de livros onde conste informação relativa ao Museu da Universidade de Aveiro e poder-se-á mesmo pensar na criação de um boletim informativo e *spots* publicitários na rádio local, como meio de promoção e de divulgação da existência do museu. Como comunicam os museus? Quem está envolvido nesse processo comunicacional? Porque comunicam os museus?

As exposições são consideradas meios de comunicação, deste modo e de acordo com Hooper-Greenhill, “os museus são meios de comunicação por excelência” (1994: 2). A mesma autora salienta que, os museus devem transmitir ideias, conhecimentos e valores, através de exposições e de programas educativos, como forma de comunicação.

Os museus utilizam normalmente dois tipos de comunicação – a comunicação interpessoal (de forma direta e efetuada entre os técnicos dos museus e os visitantes) e a comunicação de massas (de forma indireta e efetuada para um grande número de pessoas, nomeadamente através de exposições e publicações internas e externas, funcionando ambas como meios de comunicação). O objetivo de qualquer tipo de comunicação, atrás referido, serve para atingir públicos diversificados e com preferências diferenciadas.

Para haver comunicação, tem de existir um emissor, um recetor e um canal que transposta a mensagem. O emissor é aquele que detém a fonte de informação e o recetor é quem interpreta a referida mensagem. Em termos de públicos, e no que diz respeito às questões museológicas, a mensagem tem um canal de suporte muito variável, cuja reação ou resposta considera-se fundamental. No entanto, as mensagens podem sofrer “ruídos” que interferem e condicionam a passagem da informação.

Porém, as exposições, para além de serem consideradas meios de comunicação, são vistas como meios educativos. Nos espaços museológicos, convém perceber-se como é compreendida e apreendida a educação nos museus. E, num contexto museológico, a educação deve ser direcionada para todos os públicos, e deve fazer parte do percurso de desenvolvimento das pessoas ao longo da vida.

No caso concreto, interessam mensagens culturais que se direcionem para os museus, para as exposições e para os públicos.

O Instituto dos Museus e da Conservação (IMC) obriga a que os museus tenham um regulamento de funcionamento, no qual estão contemplados planos e estratégias de comunicação.

Os museus têm de ter políticas de ação educativas, políticas de propaganda, políticas de *marketing* ligadas à comunicação, com trabalhos relacionados com a área educativa. Nos museus, o *marketing* é utilizado para cativar o público e é considerado um meio de divulgação. Contudo, da mesma forma que existem planos e estratégias de comunicação, os museus devem preocupar-se com as questões expositivas – sabendo à partida que as “exposições são a essência dos museus”. Embora, hoje em dia, se considere que o principal objetivo seja o de conduzir o público a participar nas ações museológicas.

Estas políticas passam pelos objetivos, pelos tipos de exposição (permanente ou temporária), pelos conteúdos, pelas áreas expositivas, pelo público-alvo, pelos guiões científicos e expositivos, pela interpretação, pelo *design* e pela produção. A própria filosofia expositiva acaba por depender da natureza dos museus e dos objetos expostos. Porém, é na interpretação dos objetos expositivos que está a chave das exposições.

O museu, do ponto de vista comunicacional, pode ser considerado por si só um *mass-média*. Num museu tudo é comunicação!

No contexto museológico irá ser abordado, o que é que um museu transmite, o que comunica e como é feita essa abordagem. Os objetos expostos transmitem uma mensagem cujo recetor é o visitante, embora a forma como a abordagem é feita possa ser variável. Assim, por exemplo, numa exposição os objetos comunicam um tema, uma época, um determinado contexto, que pode ser conhecido ou não pelo público. A mensagem escrita, normalmente bilingue, tem recurso a uma legenda explicativa junto de uma determinada peça (objeto).

As exposições, normalmente, permitem dois tipos de discurso – o histórico e o do grafismo ou da cenografia, servindo para valorizar a exposição. As exposições, temporárias, permanentes, ou itinerantes, são espaços com várias leituras e “os discursos expositivos” são culturais e dependem sempre das faixas etárias dos visitantes. Assim sendo, a cenografia e a própria montagem das exposições são formas de comunicação.

De acordo com Semedo, “*os museus são hoje em dia reconhecidos como instituições socioculturais constituídos por diferentes níveis, muitas vezes dissonantes de discursos e que vivem atualmente uma «crise de posicionalidade que tem produzido novos tipos de «fazer» formas críticas de profissionalismo e novas formas de «fazer museus»*” (2005, 19).

Outro ponto de vista, não menos importante é o de Padró que defende que “é importante reconhecer as representações sobre o sujeito, o significado, as tecnologias da exposição e outras práticas (...) em que “a reflexão sobre a educação no museu como um discurso, pode levar a repensar os museus como espaços políticos e poéticos” (2005: 49). Mas, para concluir esta ideia do discurso museológico e a sua representação, deve-se ter em conta o papel dos conservadores, curadores e museólogos, na medida em que os critérios deverão

ser repensados a nível expositivo e educacional, fazendo com que as interpretações que os visitantes retiram, nunca se esgotem.

Futuramente, os museus terão de se preocupar mais, com os novos públicos que estão a surgir nestas instituições. Segundo Pérez Santos, “un público que será cada vez más diverso, donde tomarán importancia sectores sociales hasta ahora poco visitantes de museos: tercera edad, discapacitados, minorias culturales, personas com niveles educativos bajos, etc.” (2000, 224).

Deverá ser disponibilizada mais qualidade nos serviços oferecidos e terão de ser criadas condições para que pessoas com necessidades especiais procurem estes espaços mais amiúde, no que diz respeito: às necessidades dentro e fora do museu, à sinalética, aos audio-guias, ao material informativo, entre outros.

De seguida, falar-se-á da importância das exposições como meios de comunicação na divulgação de conhecimentos e, assim, segundo García Blanco, “cuando una exposición se entiende como medio de comunicación para divulgar conocimientos y cambiar actitudes es necesario tener en cuenta y encontrar el punto medio entre los objetivos de la institución productora y los del visitante; [...] Todo lo qual se sintetiza e nun intenso serio de armonizar la estrategia de comunicación con la estrategia de la visita” (1999, 177). Ainda na perspectiva da autora, “el arte há-de ser instrumento de comunicación entre culturas”¹¹⁵.

Esta afirmação tem toda a pertinência e faz todo o sentido. No plano de comunicação [a] necessidade de comunicação [é o] fator decisivo para o sucesso das organizações culturais”¹¹⁶. Segundo Curvelo (2009), *apud* Simonetta Luz Affonso (2009) afirma que “afinal não se pode comunicar o que não se conhece”¹¹⁷.

De facto, e para acompanhar este raciocínio, as instituições museu para divulgarem o que detêm, devem, em primeiro lugar, fazer uma avaliação ou um estudo prévio dos espólios que existem e para isso são necessários planos de comunicação interna e externa para se passar a mensagem. Nesta medida e em primeiro lugar, deve atribuir-se valor às coleções por parte de quem trabalha com elas. Em segundo lugar, como meio de divulgação, deve proceder-se à comunicação das atividades da instituição, dos projetos, das próprias

¹¹⁵ Idem, p. 26.

¹¹⁶ Citado por Rita Curvelo, 2009, pag. 47.

¹¹⁷ Citado por Rita Curvelo, 2009, pag. 28.

coleções, através da internet, com a criação de redes sociais, divulgação pelos meios de comunicação social, enviar *press releases*, cartazes publicitários, *web*, *intranet* (internamente), boletim, *newsletters*, visitas guiadas através da criação de um espaço virtual. Deverá existir um sistema de informação fluido onde constem: novas compras, novas doações, novas exposições, variados eventos, podendo também criar-se um E-museu. “Por último, la extensión en rede es el futuro de los museus, por ello necesitamos abrir espacios para globalizar las ideas”¹¹⁸.

As duas áreas de comunicação e marketing, apesar de distintas, complementam-se, na medida em que o marketing necessita da comunicação para poder passar a mensagem, no que se refere à divulgação e venda de produtos e serviços nas instituições culturais, neste caso concreto os museus.

Assim, ara falarmos em marketing, importa lembrar o que é o *marketing*. O termo em si é muito vago, dado existirem várias definições possíveis desde os anos sessenta do século XX até aos nossos dias. Contudo, subsistiu uma teoria desenvolvida por Borden, em 1965¹¹⁹, que acabou por ser a teoria principal para enquadrar neste contexto e que é a teoria do *Marketing Mix*, ou a teoria dos quatro “P’s” – *Price, Product, Promotion, Place*.

De acordo com Kotler, (2008: 28) esta teoria no contexto de *marketing* dos museus, baseia-se em quatro conceitos chave, sendo: o preço é tudo o que cria valor acrescentado através de processos de troca com os visitantes, em benefício destes, referem-se as entradas gratuitas, os descontos, as exposições especiais gratuitas, os *memberships* grátis, entre outros. Contudo, os museus necessitam de doadores e de mecenas ou de subsídios públicos ou privados para serem auxiliados e poderem praticar esta gratuidade.

No que respeita ao produto, são todos os serviços que os visitantes querem ou precisam num museu, nomeadamente: exposições, programas educativos, o *design* do museu, a marca, a qualidade do serviço, entre outros exemplos.

A promoção diz respeito às práticas que são utilizadas pelos museus para atraírem o maior número de públicos. Essas ações são feitas através do diretor de marketing, com propaganda, com promoções, exposições, publicidade e comunicação externa, venda de

¹¹⁸ *Idem*, p. 29.

¹¹⁹ “The concept of the marketing mix”, in G. Schwartz, *Science in Marketing*. Chichester: Wiley, 1965.

produtos de *merchandising* das lojas dos museus e outros, restaurantes, cafés, salões de chá, livrarias, etc.

O lugar é considerado o canal de distribuição ou seja, os locais onde os visitantes podem adquirir os produtos e alguns dos serviços do museu, em lojas, lojas virtuais, informações dos museus via internet, ou outras lojas como por exemplo em aeroportos. Na atualidade, considera-se importante acrescenta-se outro P, de pessoa, uma vez que o pessoal afeto ao museu presta serviços ao visitante e interage com ele. Para um museu é importante que a equipa seja, cortês, simpática e profissional na prestação das informações e dos serviços aos visitantes.

Deste modo o produto encontra-se associado à qualidade, à inovação, à imagem, ao logótipo; a promoção é efetuada através de propaganda, de promoções, da comunicação e da divulgação; o local engloba o museu, ou outros locais físicos ou virtuais, onde os visitantes trocam experiências e serviços com os produtos disponibilizados pelo museu.

Estas são linhas condutoras que poderão ser aplicadas às instituições museus, tendo em conta, um conhecimento profundo de vários aspetos tais como - o produto, o mercado, os clientes, a concorrência entre outros equipamentos culturais.

Hoje em dia, e na maioria dos casos, em quase todos os equipamentos culturais a divulgação é feita através do *marketing* cultural que essas instituições produzem. No âmbito cultural e de acordo Curvelo (2010), *apud* Filipe Serra, (2010) “o *marketing* deverá ser visto como um “instrumento de comunicação” e um “instrumento de distribuição e aproximação de públicos”¹²⁰. A autora, ainda menciona que na opinião de Filipe Mascarenhas, “(...) temos também de pensar no *marketing* associado a um conceito de sustentabilidade das organizações culturais” (Curvelo: 2010, 58).

De facto o *marketing* da atualidade, visto numa perspetiva cultural, deve ter como objetivo primeiro os públicos e deve ter em conta os recursos disponíveis como os “instrumentos de gestão cultural” (Curvelo, 2010 *apud* Macarenhas, 2010).

Nas organizações culturais existem “o produto” e o “serviço” e no caso dos museus em particular, que é o que importa focar, tem de haver uma preocupação na seleção, na escolha

¹²⁰ Citado por Rita Curvelo (2009, p. 26).

dos acervos/coleções para se poder comunicar com os vários públicos, fidelizando-o. Considera-se que é nesta medida que está a chave na qual o museu passa a ter um papel democrático enquanto instituição aberta ao público.

Reconhece-se pela revisão da literatura sobre marketing cultural, que este é uma ferramenta de comunicação utilizada pelos equipamentos culturais e que o êxito dos mesmos se deve ao facto de conseguirem comunicar para o exterior. Esta comunicação tem de ser específica e diferenciada. Pode pensar-se, por exemplo numa exposição ou num museu, cada qual tem as suas especificidades e o seu público. Pegando nesta ideia, reconhece-se que os especialistas nesta área deverão desempenhar o papel de *marketeer*, dado que têm de saber comunicar o “produto e o serviço”.

Segundo Curvelo, (2010) *apud* Miguel Lobo Antunes, (2010) tem como opinião “qualquer gestão, de qualquer entidade cultural, tem de ter sempre em atenção estas duas vertentes – o marketing e a comunicação” (2009:191). Por serem vertentes que apesar de distintas se complementam.

Na área cultural assiste-se hoje a uma procura de mecenas que facilitem e apoiem as atividades dessas instituições. Quem pratica essa atividade só tira partido de tal situação, porque fica com uma imagem de marca ligada e com uma responsabilidade social acrescida.

Os grandes eventos culturais, de facto, têm de ter um grande suporte financeiro a apoiá-las uma vez que o Estado não tem capacidade financeira para abarcar tanta despesa na área cultural. É exemplo disso a Caixa Geral de Depósitos “máquina económico-financeira” que apoia largamente âmbitos culturais nacionais.

Para reforçar esta ideia, Curvelo cita Emílio Rui Vilar, que afirma que existe “um alargamento e diversificação da atividade mecenática, que passou a ser um elemento importante da política de imagem das grandes empresas” (2010: 138). Atualmente a utilização da Lei do Mecenato tem vindo a ser incrementada pelos museus, cujos apoios são fundamentais para a sua manutenção.

Outra forma de *marketing* que o futuro Museu da Universidade de Aveiro poderá desenvolver será a criação de uma loja física e virtual para venda de *merchandising* com

fins comerciais, alusiva às coleções existentes e ao material com o logótipo do museu e que em termos de portabilidade fosse fácil para quem quisesse adquirir o referido material. De referir que a sigla MUA, foi pensada para posteriormente se poder desenvolver material de *merchandising* para a loja do museu.

Cabe aos responsáveis por esta área em concreto, a responsabilidade da criação e de manutenção da loja (espaço físico e virtual). E como meio de divulgação e marketing deverão desenvolver um bom produto, com uma imagem simples e apelativa e que contenha referências informativas atualizadas do sítio do museu. Para o efeito sugere-se, por exemplo, um folheto de propaganda¹²¹. De seguida sugerem-se outros materiais a desenvolver com base nas coleções, tais como:

- ❖ Porta lápis (com o logótipo do MUA)¹²²;
- ❖ Tabuleiro para dois cafés (com estampagem baseada na coleção dos cartazes e na coleção de HB);
- ❖ Pisa papéis em vidro ou material acrílico (com o logótipo do MUA ou com folhas secas do herbário da UA, ou de desenhos das coleções existentes);
- ❖ Sacos e *t-shirts* com imagens da coleção de cartazes;
- ❖ Criação de réplicas (em miniatura da coleção de arte pública existente na UA);
- ❖ Criação de réplicas da coleção de cerâmica, atribuindo-lhe um cunho de contemporaneidade podendo utilizar os desenhos escolhidos para a criação do logótipo do museu, do estacionamento, do *outdoor*, da bandeira do museu, etc.;
- ❖ Criação de lenços de seda com os desenhos, as gravuras ou pinturas baseados na coleção de quadros da malograda pintora *Hélène de Beauvoir*;
- ❖ Criação de serigrafias dos quadros, gravuras e pinturas da coleção de *Hélène de Beauvoir*;
- ❖ Criação de serigrafias dos quadros dos artistas plásticos de Aveiro;
- ❖ Criação de uma linha temática de postais das várias coleções, podendo estes serem postais individuais ou em conjuntos de sete;
- ❖ Criação de *sets* (individuais) de vários formatos com base em todas as coleções;

¹²¹ Ver anexo 48.

¹²² Ver anexo 47.

- ❖ Criação de caixas de comprimidos (cujo material seria de folha de ferro fina, também conhecida por folha Flandres com uma dimensão de 4.5cm de diâmetro e 2.5 cm de altura;
- ❖ Criação de objeto de abrir cartas ou correio (em acrílico com desenhos das coleções existentes no museu;
- ❖ Objetos e material já existente no *merchandising* dos museus (lápiz, marcadores, venda de livros sobre os autores das coleções).
- ❖ Gancho – suporte de carteiras de senhora para se colocar nas mesas.

Estas são algumas das ideias que foram surgindo e que desenvolveriam em parte, a própria sustentabilidade do museu. Tendo em conta que na Universidade ainda não existe uma loja deste tipo, considera-se que a sua criação poderá representar uma mais-valia para o museu, uma vez que a Universidade recebe muitos visitantes estrangeiros (por exemplo alunos do *Programa Erasmus*, provenientes de todos os pontos do mundo), professores estrangeiros, professores convidados, outros visitantes pontuais. A loja tornar-se-ia a embaixadora da Universidade de Aveiro e das coleções existentes, nos quatro cantos do mundo, permitindo aos visitantes levarem uma recordação.

Outro aspeto a considerar, serão as parcerias. Estas são uma forma de contrato entre instituições públicas ou privadas que visam facilitar o alcance dos objetivos propostos. Poder-se-á dar o exemplo de prestação de serviços e de trocas culturais (que podem ser ou não de carácter financeiro). No que respeita às instituições museológicas, Laureano refere a Lei n.º 47/2004 de 19 de agosto e segundo o artigo 95.º na Secção III, diz que, “o Estado, as Regiões Autónomas e os municípios promovem a constituição de parcerias entre entidades públicas e privadas para a criação e qualificação de museus tendo em vista o enriquecimento do património cultural” (2011: 65).

Continuando este raciocínio, Rocha, considera que os museus “fazem parte do produto turístico local e devem estar comprometidos o seu papel cultural”¹²³ (2010: 25). Devem desenvolver e adequar os serviços que prestam em função do público-alvo, nomeadamente

¹²³ Esta informação pode ser consultada em: <http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_4/24.pdf>. [Consult. em 25 set. 2012].

através da utilização das novas tecnologias e criação de atividades inovadoras. Este processo de marketing tem como objetivo a integração dos públicos que visitam os museus. Dessa forma, o turismo cultural deve oferecer aos turistas e visitantes, o desejo de conhecer e experimentar culturas diferentes das suas, e esta modalidade do turismo é voltada para a apreciação cultural, seja através de experiências ou obtenção de conhecimento (Rocha, 2010 *apud*. Barreto, 2001).

Assim, os museus podem ser considerados fontes informacionais culturais e potenciais atrativos turísticos. Nesta medida, compete aos museus desenvolverem estratégias de *marketing* para aproveitarem o turismo cultural de cada localidade, pois é uma ferramenta de gestão indispensável a todo o tipo de organizações.

Ainda na linha desta perspectiva turística e do seu crescimento, está o papel social do museu, onde se cruzam diferentes estilos de pessoas com vivências e gostos diversificados, e onde se constata que as atividades culturais são possíveis através da troca de conhecimentos e de experiências.

Segundo Rocha, (2010) *apud* Molin e Souza (2006), “para se tornarem mais atrativos, os museus devem procurar agregar valores e, para isso, seus gestores precisam considerar as oportunidades que podem ser possibilitadas pelo marketing, por meio de estratégias capazes de atrair maior público e atingir de forma otimizada, os objetivos da instituição” (2010:28).

Os museus que utilizam as estratégias de marketing conseguem realizar atividades que visam atingir os seus objetivos e valores, bem como a satisfação dos públicos.

Na opinião de Rocha (2010) *apud* Kotler (2000), afirma que as estratégias de marketing adotadas em organizações como os museus podem contribuir para a obtenção dos objetivos da instituição, de forma mais eficaz. Isto é, tais estratégias devem visar a possibilidade de maiores recursos para a instituição, de estímulos aos funcionários e a procura de novos clientes, por meio de parcerias, eficientes e eficazes.

Tendo em conta que o *marketing* também visa a qualidade do produto (neste caso, os museus e as coleções), um aspeto que deverá ser considerado na implementação das

futuras instalações do Museu da Universidade, é que esta, seja de fácil acesso, de preferência dentro da cidade de Aveiro, com um bom parque de estacionamento que contemple espaços para autocarros. No que respeita ao interior do museu, este deverá contemplar espaços amplos com luz direta e zonas de descanso para os visitantes. Outros aspetos positivos a considerar, serão os painéis informativos, brochuras, cadernos informativos, cartazes etc, com recurso ao bilingue direcionado aos visitantes. Já no que se refere às coleções, estas deverão ser tratadas, organizadas e conservadas. Quanto às exposições, a informação e comunicação são fatores imprescindíveis para o sucesso das mesmas.

Poderão ainda ser criados mapas informativos em painéis verticais, ou mapas em formato papel desdobrável, servindo de orientação aos visitantes, escusado será dizer que a sinalética é fundamental. O pessoal do museu deverá ter formação técnica na área museológica ou noutras, desde que sejam aéreas com formação superior. Contudo, não se deverá esquecer da criação de uma loja, tendo em conta os aspetos turísticos culturais atrás referidos.

Mediante tudo o que foi falado anteriormente, aconselha-se que o museu, se sirva do marketing para se promover, com o objetivo de atrair públicos diversificados por forma a fidelizá-los.

O marketing assume vertentes ligadas ao setor cultural que permitem adaptá-lo às realidades museológicas e sem fins lucrativos.

Porque esta temática é atual e deveras pertinente, podemos referir que em Março de 2012 foram organizadas Jornadas em Guimarães, mais propriamente no Paço dos Duques, em que Carvalho (2011) testemunha “a importância do marketing na promoção dos museus”¹²⁴. Deste modo, Carvalho (2011) considera que, como o universo da museologia teve um grande desenvolvimento ao longo dos últimos anos e que na maior parte das vezes não lhe é atribuída a importância que lhe é devida no que concerne aos seus ambientes territoriais, no seio da cultura, na economia e na sociedade, “os museus têm de conseguir

¹²⁴ Esta informação poderá ser consultada em:< <http://nomundodosmuseus.hypotheses.org/3838>> .[Consult. 24 de abr. de 2012].

comunicar com a sua comunidade de base mas, também, com a sua região, com o seu país e com outras dimensões internacionais, vincando a sua importância estratégica na promoção da cultura, na fixação da população e no desenvolvimento económico através da organização de eventos culturais, integrando-se na vida da sua comunidade e divulgando os seus produtos num mercado cada vez mais competitivo, suscitando o interesse e a visita de públicos diferenciados”.

Assim sendo, este plano conjunto de comunicação e de marketing deve prever a angariação de fundos, de mecenas, de patrocinadores, e de voluntários que possam apoiar e desenvolver as práticas do museu. E desenvolver o trabalho museológico, no âmbito do turismo cultural.

3.8. Plano de Emergência

Este plano visará o estabelecimento de um conjunto de normas, regras e procedimentos cujo objetivo é prever catástrofes naturais ou tecnológicas até mesmo financeiras que possam vir a surgir no futuro em Aveiro e mais concretamente na Universidade, abrangendo diretamente o museu. Nesta proposta contemplou-se a necessidade de elaborar um plano de emergência, propondo a criação de um gabinete de crise.

Os museus precisam de ter planos de emergência bem elaborados para o caso de se confrontarem com incêndios, inundações, enchentes, vendavais, terremotos, guerras, entre outros cataclismos. Deste modo, “a segurança de museus é um assunto de extrema complexidade”¹²⁵ (2003:11).

Para colmatar tais situações, os museus devem efetuar contactos com os bombeiros e a polícia local, no estabelecimento de acordos aquando da elaboração do seu planeamento, com o objetivo de saber exatamente como purgar as coleções existentes no museu, como as transportar, onde colocá-las temporariamente e, por fim, como manter a segurança numa situação desta natureza.

¹²⁵ Sobre este assunto pode ser consultada mais informação no seguinte endereço: <<http://pt.scribd.com/doc/36567032/Museologia-Roteiros-Praticos-Seguranca-em-Museus-4>>.[Consult. em 19 abri. de 2012].

No que se refere ao planeamento “é necessária uma visão crítica, de carácter geral, que permita a coordenação de todas atividades envolvidas no projeto e planeamento dos espaços de exposições, considerando a segurança desses espaços e dos objetos a serem expostos”¹²⁶. Outro assunto não menos importante diz respeito à informação que a equipa do museu deve ter, ou adquirir, no que diz respeito a riscos. Seria desejável saber como proceder, em caso de emergência, no que diz respeito à salvaguarda de pessoas e bens.

Os museus encontram-se normalmente desprovidos de recursos financeiros e humanos. Paralelamente, existe muita falta de conhecimentos sobre estas matérias e falta de consciencialização em relação a estes problemas. Por outro lado, há muita falta de literatura neste domínio, que permita ajudar os responsáveis do museu a colmatar tais eventualidades.

Assim, deve existir um envolvimento de equipas multidisciplinares na avaliação prévia dos riscos. Contudo, existem procedimentos que devem ser seguidos numa tentativa de diminuir-los. Deverá existir segurança física dentro e fora do museu, planos de segurança internos e sigilosos, extintores, vigilância permanente das coleções que se encontrem em exposições, em reservas, e seguros, no caso de transporte de peças, controle eletrónico de segurança, alarmes ligados à polícia, e ainda a instalação de circuitos fechados de televisão (CFTV) que acabam por ajudar na vigilância das pessoas.

Segundo o Decreto-Lei n.º 173/2004 de 21 de Julho¹²⁷, “O desenvolvimento tecnológico, industrial e urbano que caracteriza a sociedade moderna e que tem proporcionado maiores níveis de bem-estar no mundo actual coexiste com a proliferação de conflitos e de factores de desagregação das sociedades e dos Estados que fazem perigar os interesses nacionais, levantam novos problemas e constituem importantes desafios que terão de ser enfrentados. Os actuais riscos e ameaças expressam-se sob novas formas, de onde se destacam as acções de natureza terrorista e a utilização de meios de destruição maciça. (...) Estas realidades são acentuadas pela globalização, que permite que a difusão e o acesso à informação se façam em tempo real e que qualquer alteração que ocorra em determinado ponto do planeta seja passível de se repercutir, de imediato, em regiões bem distantes”.

¹²⁶ *Idem.*

¹²⁷ Esta informação pode ser consultada em: <<http://legislacao.mai.gov.info/i/sistema-nacional-de-gestao-de-crisis/>>.[Consult. em 2 de out.].

Nas instituições públicas ou privadas, os assuntos que se relacionam com a proteção das pessoas, com o património e com o ambiente, deveriam ser consideradas como principais, o que na maioria das vezes não acontece. Essa proteção deveria ir ao encontro, não só de medidas de prevenção, mas também de ações adotadas através de um plano prévio, no sentido de prever consequências em situações de acidentes naturais ou não, ou até mesmo de catástrofes.

Então, como definir objetivos na criação de um plano de emergência? Será a definição de um conjunto de diretrizes e informações adotadas em vários procedimentos de ordem técnica e administrativa que visem dar uma resposta eficiente e imediata em situações de emergência. Deste modo, este plano de emergência constituirá um instrumento de prevenção na identificação dos riscos e, ao mesmo tempo constituirá um instrumento de gestão através de ações de organização, planeamento e controlo contra esses riscos.

Pretende-se que os objetivos específicos desse plano sejam:

- ❖ Identificar os casos de emergência que eventualmente possam surgir na região de Aveiro e tentar arranjar formas de impedimento antes de ocorrerem;
- ❖ Identificar soluções para os problemas que possam surgir;
- ❖ Procurar estratégias de proteção de pessoas, do património existente e do meio ambiente, apoiadas em ligação direta com a proteção civil, os bombeiros e a polícia local;
- ❖ Após uma situação de emergência, reorganizar as pessoas e os serviços, conduzindo-os à normalidade.

Neste controlo, poderão ser consideradas a prevenção de (incêndios, explosões e emissões) provocados pela precária utilização de produtos químicos existentes em ambientes internos, bem como de acidentes naturais, como os riscos de inundações e desmoronamentos, também devem ser considerados.

Na elaboração deste plano, retêm-se aspetos positivos, sobretudo porque a elaboração de planos fazem parte de ações de gestão. Podem também antecipar-se ações positivas na deteção de riscos, e na regulamentação escrita de documentos validados, ou testados. É

importante existir uma relação entre a instituição em apreço e outras instituições, governamentais ou não, no que respeita ao conhecimento dos seus pontos fracos ou fortes e ainda, no final, deve ser elaborado um relatório para constatar as causas e efeitos do apuramento dos riscos. Porém e em face da atual situação política, económica e social, deve ser criado na Universidade de Aveiro e consequentemente por decisão política, um Gabinete de Crise, cuja missão será a de apoiar pessoas ou instituições neste caso concreto o museu integrado na Universidade de Aveiro em situações de debilidade financeira, causadas pelas diversas formas de risco anteriormente referidas.

Cabe então à Universidade de Aveiro, esta importante decisão política e institucional, uma vez que, “esta decisão prende-se com o facto de se estar a verificar um número crescente e significativo de [instituições] a atravessar graves problemas, que implicam em muitas situações o recurso a apoios”¹²⁸ [externos às instituições]. A fase que determina a execução do referido Gabinete prende-se com o desenvolvimento de ações a determinar, e por fim o apoio, que será desenvolvido por técnicos. No que se refere a este grupo de apoio, e segundo o artigo 4.º da Lei n.º 173/2004 de 21 de Julho, designado na alínea b), deverá ser constituído por “conselheiros e peritos de reconhecida competência técnica de áreas de atividade relevante para a gestão de crises, bem como outras entidades ou personalidades de qualquer sector de atividade nacional” e a outros que dizem respeito ao planeamento e às comissões civis de emergência, mencionadas na alínea a) do mesmo artigo.

No que se refere ao planeamento “é necessária uma visão crítica, de carácter geral, que permita a coordenação de todas as atividades envolvidas no projeto e planeamento dos espaços de exposições, considerando a segurança desses espaços e dos objetos a serem expostos”¹²⁹ (2003:11). Outro assunto não menos importante é que a equipa do museu deve estar devidamente informada dos riscos, e eventualmente deve saber como proceder em caso de desastres desta natureza na salvaguarda dos bens culturais patrimoniais da instituição.

¹²⁸ Esta informação foi retirada de: < <http://ccipd.pt/criacao-de-gabinete-de-crise/>>.[Consult. em 2 de out.].

¹²⁹ *Idem.*

A saber, “cabe ao Gabinete de Crise tomar as decisões relativas à gestão da crise”¹³⁰. No que diz respeito à UA, associa-se por analogia, que este Gabinete, seja coordenado por técnicos da área da gestão, da área financeira e do direito, pertencentes à Universidade de Aveiro. E uma das formas pensadas para a criação deste Gabinete, será o apoio a mecenas, em especial bancos, ou ainda solicitar apoio financeiro à Santa Casa da Misericórdia, uma vez que existem determinados fundos respeitantes a prémios que nunca foram levantados e que poderiam ser aproveitados nestas situações.

¹³⁰ Sobre este assunto, consultar o artigo 3.º do Decreto-lei n.º 173/2004 de 21 de Julho.

3.9. Plano de Desenvolvimento Individual

Ao longo do tempo, houve uma evolução dos recursos humanos no geral e nos museus em particular. Porém, “a falta de pessoal, quantitativa e qualitativa, é afinal endêmica e crônica. Em 2002, uma auditoria feita à gestão do Museu do Louvre identificou uma situação caótica que se traduzia no incumprimento sistemático dos horários de turno, ausências injustificáveis, longos intervalos e pausas, mesmo no sector das bilheteiras, falta de pessoal de guardaria e vigilância, entre outras situações alarmantes” (Serra, 2007: 29).

Tendo em conta que são dez anos que separam esta ideia, o retrato é o mesmo. Continua a acontecer o mesmo nos museus portugueses, que trabalham nomeadamente com escassez de recursos humanos e de recursos financeiros. Contudo, os museus devem funcionar tendo previsto nos seus quadros, pessoal formado e preparado para o desempenho de cada tipo de funções. Para tal, é necessário que existam carreiras cujos conteúdos funcionais sejam adaptados aos objetivos museológicos, e para isso o pessoal deverá ter formação superior, técnica e profissional adequada. A formação contínua deve ser uma aposta inquestionável para os profissionais qualificados.

No contexto atual, as organizações têm vindo gradualmente a tornarem-se mais flexíveis, e hoje reconhece-se largamente que o contributo individual é visto, não tanto isoladamente, mas integrado em equipas pluridisciplinares, com objetivos de negócios [e outros] bem definidos (Câmara et al.: 2007, 52). Outro aspeto a ter em conta, e para que haja um aumento de produtividade nestas equipas, deverá existir flexibilidade e polivalência no trabalho que desempenham. O que se torna desejável é que as equipas passem a ter maior poder de decisão e necessitem de autonomia no desempenho das suas funções. (Câmara: 2007, 72).

Portanto, é no plano diretor que deverá constar a avaliação de desempenho dos funcionários do museu, com vista à finalização das metas e dos objetivos inicialmente traçados. Deste modo, a maior parte de museus “querem aplicar medidas ou indicadores específicos de desempenho que os ajudem a demonstrar credibilidade e eficiência”¹³¹.

¹³¹Esta informação pode ser consultada em: <http://www.usp.br/cpc/v1/imagem/download_arquivo/roteiro1.pdf>. [Consult. em 5 jun. de 2012].

Neste âmbito, a UA elaborou um Plano de Atividades para o ano de 2012, no qual traçou objetivos estratégicos bem definidos como sendo – a consolidação «do papel da UA como motor de desenvolvimento económico, social e cultural da região e do país»; o reforço do «impacto da investigação produzida»; o melhoramento do «sucesso escolar» e da «formação»; «aprofundar uma cultura de qualidade transversal às diferentes funções da universidade»; «melhorar o posicionamento interno da UA»; «reforçar a atratividade da UA assente num modelo sustentável»; e por fim a «valorização do património»¹³². Ainda no Plano de Atividades 2012, consta uma proposta de Mapa de Pessoal e Orçamento. E, é precisamente no que diz respeito aos trabalhadores (docentes e não docentes) que iremos focar o desenvolvimento deste tema, tendo em vista a intenção de um plano de desenvolvimento individual para cada trabalhador. Estes planos fazem parte do sistema de avaliação e servem para atingir os objetivos da instituição por forma a melhorar a comunicação entre as chefias e o pessoal afeto aos serviços.

Segundo Rodrigues (2012) “este é um tema que remete, nas organizações para a área de recursos humanos e para a necessidade de compatibilizar os objetivos institucionais com os objetivos pessoais e o desenvolvimento de competências”¹³³.

No referido plano, serão identificados sistematicamente quais as áreas que devem melhorar e, em caso de necessidade, apelar à mobilidade de pessoas a lugares mais adequados. Quais as pessoas que precisam de formação para que, de forma autónoma, desempenhem as suas funções com competência e qualidade.

Para o efeito e de acordo com o organigrama previsto¹³⁴, o museu deverá ser composto por um Diretor que gere e coordena toda a equipa especializada e técnica, traçando planos e propostas de forma a organizar, desenvolver, gerir o pessoal e os serviços.

¹³²Esta informação pode ser consultada em: <https://mail.ua.pt/OWA/WebReadyView.aspx?t=att&id=RgAAAADROA32mRjaRoOqNEeF9MSpBwAeMq%2fS0DOdQJOVj7KWTjBSAAAAIg0QAAeMq%2fS0DOdQJOVj7KWTjBSAAAAJs39AAAJ&attid0=EACxaXRReoEOR6IephhdguQg&attcnt=1&pspid=_1341156794301_570029491>. [Consult. em 3 de ago. 2012].

¹³³Conversa informal, tida com a Professora Doutora Dalila Rodrigues.

¹³⁴ Ver Anexo 46.

Assim e de acordo com o organigrama previsto:

À **Direção** compete administrar:

- ❖ Recursos humanos, recursos estratégicos, recursos financeiros;
- ❖ Organização geral do museu;
- ❖ Gestão das coleções;
- ❖ Programação (anual ou sazonal);
- ❖ Exposições (permanentes, temporárias, e/ou itinerantes);
- ❖ Atividades culturais;
- ❖ Representar o Museu da Universidade de Aveiro.

Ao **Técnico de Secretaria (2)**, compete prestar:

- ❖ Assistência à Direção nos serviços gerais;
- ❖ Apoio ao serviço administrativo;
- ❖ Apoio à gestão de recursos humanos;
- ❖ Apoio à gestão recursos financeiros;
- ❖ Apoio às instalações;
- ❖ Apoio aos equipamentos;
- ❖ Apoio na segurança / vigilância do edifício;
- ❖ Apoio na manutenção e limpeza do edifício.

Ao **Museólogo ou Técnico Superior (2)**, compete:

- ❖ Gestão do núcleo;
- ❖ Gestão das coleções;
- ❖ Gestão das atividades culturais;
- ❖ Gestão das exposições.

Técnicos Superiores Especializados (6) compete:

- ❖ Inventariação, Investigação, tratamento técnico e gestão das coleções.

Técnicos Superiores Especializados (1) compete:

- ❖ Produção de exposições.

Técnico Superior (1), apoio:

- ❖ Serviço educativo.

Técnico Superior na área da Comunicação e Marketing (2) compete:

- ❖ Comunicação interna e externa ao museu;
- ❖ Desenvolvimento virtual do museu;
- ❖ Desenvolvimento de produtos para *merchandising*;
- ❖ Desenvolvimento de estratégias de comunicação, de publicidade, de venda de produtos e serviços.

Técnico Superior de Serviços de Informática (1) compete:

- ❖ Apoio técnico e informático
- ❖ Em alternativa, 1 elemento afeto aos Serviços de Tecnologia de Informática e de Comunicação da Universidade de Aveiro.

Serviço de edições

- ❖ Afeto à Comissão Editorial da Universidade de Aveiro.
- ❖ Desejável – serviços de edições e publicações internas do próprio museu.

Manutenção

- ❖ Limpeza diária
- ❖ Manutenção das instalações
- ❖ ***Como alternativa, equipa de limpeza afeta à Biblioteca e ao Arquivo da UA.

Vigilância (Técnico de Segurança/Vigilância (um)

***Como alternativa, equipa de segurança afeta à Biblioteca e ao Arquivo da Universidade de Aveiro.

Receção (um)

- ❖ Atendimento dos visitantes;
- ❖ Prestação de informações e orientações;
- ❖ Bengaleiro / Cacifos.

Loja

- ❖ De preferência uma pessoa que fale línguas.

Prevê-se ainda:

Técnico especializado (um)

- ❖ Carpintaria
- ❖ Iluminação
- ❖ Montagens

***Como alternativa, equipa técnica existente na Universidade de Aveiro, ou seja pessoal afeto aos Serviços Técnicos da Universidade de Aveiro.

Conclusão

Tendo em conta que o Museu da Universidade de Aveiro está em desenvolvimento enquanto espaço físico e virtual visou-se, com este projeto, desenvolver uma proposta de melhoria aquando da sua implementação. Para tal, adotou-se um conjunto de ferramentas de gestão museológica, imprescindíveis aos museus da atualidade e à sua sustentabilidade. Por conseguinte, realizou-se um estudo em museus nacionais e internacionais com base na utilização destas ferramentas e sobre o uso de boas práticas, onde essa constatação é notória. O estudo serviu para justificar as propostas apresentadas, nos diversos planos, para a realização das componentes de gestão museológica desta instituição.

Dado o que foi exposto, e porque o museu se encontra enquadrado num contexto académico, pretendeu-se realçar a sua importância, as suas características, as suas especificidades, as vantagens e os constrangimentos, perante os públicos em geral. No desejável prosseguimento deste estudo, considera-se importante fazer, futuramente, um paralelismo entre a afluência do número de visitantes da biblioteca com o número de visitantes do museu.

Ao longo deste projeto, abordou-se a importância das três áreas: biblioteca, arquivo e museu, e foram-se atribuindo despretenciosamente sugestões de melhoria. Contudo, importa realçar que, apesar de fazerem parte dos mesmos serviços, os técnicos profissionais devem ser especializados em cada área em concreto. No que concerne ao tratamento e estudo das coleções existentes, este deve ser considerado primordial e feito de imediato. Porém, este estudo não se dá por terminado, uma vez que pretendo colaborar profissionalmente na área de museologia em geral e na constituição do museu em particular.

Desenvolveu-se a distinção dos museus, dos museus polinucleados, dos museus subdivididos por núcleos e da sua importância em contexto académico. Abordou-se, neste projeto, as coleções existentes no espólio da UA e a sua relevância, bem como o destaque que deve ser dado aos doadores. Contudo, o maior desafio deste trabalho passou pela realização dos planos de gestão museológica e pela adaptação ao contexto académico, considerando-os como fundamentais no desenvolvimento das práticas museológicas.

Também foi importante constatar a pertinência deste museu na Universidade de Aveiro integrado no centro da cidade, ambos com possibilidade de expansão.

5. Fontes impressas e bibliografia

AA.W. - Museus da Universidade do Porto. Projeto Museológico. Relatório base do programa preliminar. *In: Revista da Faculdade de Letras: Ciências e Técnicas do Património*. 2002, I Série, vol. 1, pp. 221-246.

ALMEIDA, ANTÓNIO Manuel Passos – Contributos ao Estudo da Museologia Portuense no século XIX. O Museu do colecionador João Allen e o Museu Municipal do Porto. *In: Revista da Faculdade de Letras: Ciências e Técnicas do Património*. 2006-2007, I série, vol. V-VI, pp. 31-55.

AMBROSE, Timothy - *Museum basics*. 2nd ed. London : Routledge, 2007.

AMORIM, Inês - *História da Universidade de Aveiro: a construção da memória 1973-2000*. Aveiro: Universidade de Aveiro. 2001.

O belo ver de Hélène de Beauvoir : pinturas e desenhos, Portugal, 1940-1945 : catálogo das exposições. Aveiro : Universidade de Aveiro. Fundação João Jacinto de Magalhães : Câmara Municipal de Aveiro, 1994.

BILHIM, João - *Gestão estratégica de recursos humanos*. 4ª ed. Lisboa : ISCSP, 2009.

CÂMARA, Pedro B. da, - *Novo humanator: recursos humanos e sucesso empresarial*. Alfragide: D. Quixote, 2010.

CASTELLS, Manuel - *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. - Madrid : Alianza Editorial, 1999.

CHOAY, Françoise – *A alegoria do património*. Lisboa: Edições 70, cop. 1999.

Conferência “Museus e sociedade” : actas [da] Conferência. Caminha: Câmara Municipal, 2007.

- Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Material*. Paris: Unesco, 2003.
- CURVELO, Rita - *Marketing das artes em direto*. Lisboa : Quimera, 2009.
- DEAN, David – *Museum exhibition: theorie and practice*. London: Routledge, 1994.
- Decreto-Lei n.º 173/2004 de 21 de julho*. Diário da República, n.º 170, I SÉRIE – A. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2004.
- Decreto-Lei n.º 97/2009 de 27 de abril*. Diário da República, n.º 810, 1.ª série. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2009.
- DELICADO, Ana – Produção e reprodução da ciência nos museus portugueses. *In: Análise social, Vol. XLIII (1.º), 2008, pp. 55-57*.
- DIAS, Ana Maria Romãozinho, - *Palavras de ciência: uma exposição sobre ciência referida na imprensa*. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2009.
- Os discursos museológicos: arte e públicos*. - Aveiro: A. Pardal, 2008
- Estatísticas de cultura – 2009*. Lisboa: INE, 2009.
- GARCÍA BLANCO, Ángela – *La exposición: un medio de comunicación*. Madrid: Akal, 1999.
- GIDDENS, Anthony – *As consequências da modernidade*. – Oeiras: Celta, 2002.
- HOOPER-GREENHILL, Eilean – *The educational role of the Museums*. London: Routledge, 1994.
- Inquérito: estatísticas da cultura 2009*. Lisboa: INE, 2009.
- KARP, Cary – La legitimité du musée virtuel *.In: Les nouvelles de L' ICOM, n.º 3, (2004)*.
- KOTLER, Neil G. - *Museum marketing and strategy : designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. San Francisco (CA) : Jossey-Bass, 2008.
- LAUREANO, Abel – *Direito dos museus: legislação básica anotada*. Porto: Legis, 2011.

Lei n.º 107/2001 de 8 de setembro. Diário da República, n.º 209 – I SÉRIE-A. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2001.

Lei 47/2004 de 19 de agosto. Diário da República, n.º 195 – I SÉRIE-A. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2004.

Linhas : revista da Universidade de Aveiro. - Aveiro : Universidade de Aveiro, 2004.

LORD, Barry e LORD, Gail Dexter –*Manual de gestão de museus.* Barcelona: Editorial Ariel, 1998

LOURENÇO, Marta C. - Nota breve sobre os museus e as coleções das universidades europeias. *In: Rede Portuguesa de Museus: boletim*, 2004, n.º 19, pp. 13 – 18.

MENDES, Ana Rita, et.al - *Portugal primeiro: empreendedores precisam-se.* Lisboa: Edições Sílabo, 2011.

Nova Enciclopédia Larousse – Lisboa: Círculo de Leitores, 1997.

OLIVEIRA, Genoveva – Novos desafios na programação dos museus – Será mais importante criar exposições e programas museológicos ou criar experiências inovadoras para os visitantes? *In: 3.ª Jornada de trabalho de museologia.* Guimarães: Paço dos Duques, 2012.

PADRÓ, Carla – Educación en museos: representaciones y discursos. *In: SEMEDO, Alice.* – *Museus, discursos e representações.* Porto: Edições Afrontamento, 2005.

FORTUNA, Carlos et al. - Projeto e circunstância: culturas urbanas em Portugal. *In: A recreação e reprodução de representações no processo de transformação das paisagens urbanas de algumas cidades portuguesas.* Porto: Edições Afrontamento, 2002, p. 18.

PÉREZ-SANTOS, Eloísa – *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones.* Gijón: TREA, 2000.

PÉREZ VALENCIA, Paco – *Tener un buen plan: la hoja de ruta de toda colección: el plan museológico*. 2010.

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

RODRIGUES, Rui Miguel Pires - *Entrelaçar caminhos - dinâmicas de uma parceria educativa: escola e museu (o museu dos Cordofones de Domingos)*. Porto: R. Rodrigues, 2006.

SANTOS, Helena – Públicos e Museus: considerações sobre alguns eixos de mudança. *In: Museus e sociedade: actas [da] Conferência*. Caminha: Câmara Municipal, 2007.

SCHWEIBENZ, Werner – *Virtual Museums. ICOM news: newsletter of the International Council of Museums*. Vol. 57, n.º 3 (2004), p. 3-8.

SEMEDO, Alice – *Museus, discursos e representações*. Porto: Edições Afrontamento, 2005.

SERRA, Filipe Mascarenhas - *Práticas de gestão nos museus portugueses*. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2007.

TAMANINI, Elizabete – Museus e educação: reflexões acerca da experiência no Museu Arqueológico de Sambaqui de Joinville.- *In: Pasos: Revista de Turismo Y Património Cultural*. (Vol. 1, n.º 1, pp. 79-84, 2003).

3810-UA: programa de televisão da Universidade de Aveiro. Aveiro: Universidade, 2005.

VARÃO, Sílvia - *Gestão de recursos humanos para principiantes : NP 4427:2004 - requisitos para um sistema da qualidade na gestão das pessoas* ; com a colaboração de Bernardo Braga, Luísa Duarte, Miguel Carvalho. Lisboa : Edições Sílabo, 2009.

Webgrafia

Cartazes [Em linha]. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2011. [Consult. 9 nov. 2011].

Disponível em WWW: <<http://arquivo.sinbad.ua.pt/Cartazes/>>.

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de - *As transformações da relação museu e público sob a influência das tecnologias da informação* [Em linha] . [S.l.: s.n.], 2006. [Consult. 7 out. 2011]. Disponível em WWW: <http://www.marketing-e-cultura.com.br/website/pratica/prat001-b.php?cod_artigo=31>.

Cerâmica Contemporânea [Em linha]. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2012. [Consult. 2 nov. 2012]. Disponível em WWW: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11732>>.

Criação de gabinete de crise [Em linha]. [S.l.: s.n., 2011]. [Consult. 2 out. 2011]. Disponível em WWW: <<http://ccipd.pt/criacao-de-gabinete-de-crise/>>.

Núcleo museológico revive Escola de Farmácia de Coimbra. *In: O despertar*, p.8 (2011). [Em linha]. [Consult. 6 jun. 2011]. Disponível em WWW: <http://www.uc.pt/ffuc/imagens/ffuc_foi_noticia/Desp08.pdf>.

Estatísticas dos Açores [Em linha]. [S.l.: s.n., 2012]. [Consult. 3 set. 2012]. Disponível em WWW: <<http://estatistica.azores.gov.pt/upl/%7Bf611e372-a96c-4582-b25a-0f9b5e1c71d6%7D.pdf>>.

Estatísticas do INE [Em linha] . [S.l.: s.n., 2011]. [Consult. 8 dez. 2011]. Disponível em WWW:<<http://www.ine.pt>>.

Estatutos do ICOM, adoptados na 16.^a Assembleia Geral do ICOM (Haia, Holanda, 5 de Setembro de 1989) e alterados pela 18.^a Assembleia Geral do ICOM (Stavanger, Noruega, 7 de Julho de 1995) e pela 20.^a Assembleia Geral do ICOM (Barcelona, Espanha, 6 de Julho de 2001) Artigo 2.º [Em linha]. [Consult. 18 Out. 2010]. Disponível em WWW:<URL:<http://www.icom-portugal.org/conteudo.aspx?args=55,conceitos,2,museu>>.

Francisco Madeira Luís [Em linha]. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2012. [Consult. 4 jun. 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11741>>.

A importância do marketing para os museus como atrativo turístico: um breve estudo no Museu do Índio da Cidade de Manaus-AM [Em linha]. [S.l.: s.n.], 2010. [Consult. 25 set. 2012]. Disponível em WWW: <http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_4/24.pdf>.

Museologia [Em linha]. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2012. [Consult. out. 2012]. Disponível em WWW: <<http://www.ua.pt/sbidm/museu/default.aspx>>.

Plano diretor. *In: Museologia: Roteiros práticos 1* [Em linha]. [Consult. 25 nov. 2011]. Disponível em WWW: <http://www.usp.br/cpc/v1/imagem/download_arquivo/roteiro1.pdf>.

Plano de exposições. *In: Museologia: Roteiros práticos 2* [Em linha]. [Consult. 15 abr. 2012]. Disponível em WWW: <<https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:QBEehRX4a0AJ:www.usp.br/cpc/v1/ima>>

gem/download_arquivo/roteiro2.pdf+roteiro+museologico+plano+de+exposi%C3%A7oes
&hl=pt-PT&pid=bl&srcid=>.

Segurança em museus. *In: Museologia Roteiros Práticos 4* [Em linha]. [S.l.]: EDUSP, [s.d.] . >.[Consult. 19 abr. 2012]. Disponível em WWW: <http://pt.scribd.com/doc/36567032/Museologia-Roteiros-Praticos-Seguranca-em-Museus-4>>.

OLIVEIRA, Sílvia & SILVA, Bento . O museu e a escola: que relação? O caso do Museu Agrícola de Entre Douro e Minho. *In: Actas do IX Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogía*. [Em linha]. Corunha: Universidade da Corunha, 2007. pp. 2460-2471. (ISSN 1138-1663). [Consult. 17 ago. de 2012]. Disponível em WWW: < <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/17924>>.

Pintura [Em linha]. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2012. [Consult. 4 set. 2012]. Disponível em WWW: < <http://www.ua.pt/sbidm/museu/PageText.aspx?id=11734>>.

A Ria de Aveiro [Em linha]. [Consult. 30 Out. 2010]. Disponível em WWW: <<http://www.tiosam.org/enciclopedia/index.asp?q=Aveiro>>.

SANTOS, Maira Elisabete - A Exposição itinerante enquanto promotora de divulgação científica: atitudes, padrões de interesses, e percepções dos visitantes. *In: Psicologia: teoria e prática*. [Em linha]. Vol. 7, n.º2, p. 49-86 (2005). [Consult. 15 out. 2012]. Disponível em WWW: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ptp/v7n2/v7n2a03.pdf>>.

Sistema nacional de gestão de crises [Em linha]. [Lisboa.: Ministério da Administração Interna., 2012]. [Consult. 2 out. 2012]. Disponível em WWW: <<http://legislacao.mai.gov.info/i/sistema-nacional-de-gestao-de-crises/>>.

Smithsonian [Em linha]. [S.l.: s.n., s.d.]. [Consult. 30 jun. 2012]. Disponível em WWW: <<http://www.si.edu/>>.

Strategic Plan [Em linha]. [S.l.: s.n., s.d.]. [Consult. 25 jun. 2012]. Disponível em WWW: <http://www.si.edu/Content/Pdf/About/SI_Strategic_Plan_2010-2015.pdf>.

Universidade de Aveiro: Plano de atividades 2012 [Em linha]. [Consult. 17 ago. 2012]. Disponível em WWW: <<http://www.ua.pt/conselho geral/ReadObject.aspx?obj=21579>>.

Virtual museum – Encyclopædia Britannica [Em linha]. (2010). [Consult. 18 dez. 2011]. Disponível em WWW: <[URL:http://www.britannica.com/EBchecked/topic/630177/virtual-museum](http://www.britannica.com/EBchecked/topic/630177/virtual-museum)>.

6. Anexos

Anexo 1

Anos	Total	Polinucleados	Núcleos
2007	292	63	152
2008	321	75	187
2009	363	90	225
2010	360	91	246

Variação	Total	Polinucleados	Núcleos
2007/08	10%	19%	23%
2008/09	13%	20%	20%
2009/10	-1%	1%	9%

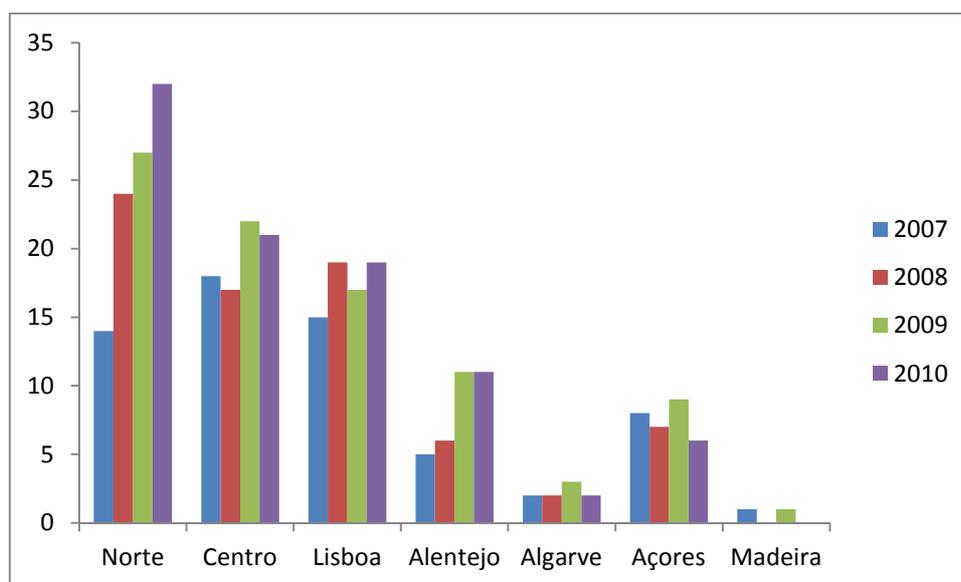
TAB. 11- Dados gerais relativos aos anos de 2007 a 2010 e às subdivisões dos museus por tipologia e variação.

Anexo 2

Polinucleados				
NUTS	2007	2008	2009	2010
Norte	14	24	27	32
Centro	18	17	22	21
Lisboa	15	19	17	19
Alentejo	5	6	11	11
Algarve	2	2	3	2
Açores	8	7	9	6
Madeira	1	0	1	0
Açores +Madeira	9	7	10	6
Total Global	63	75	90	91

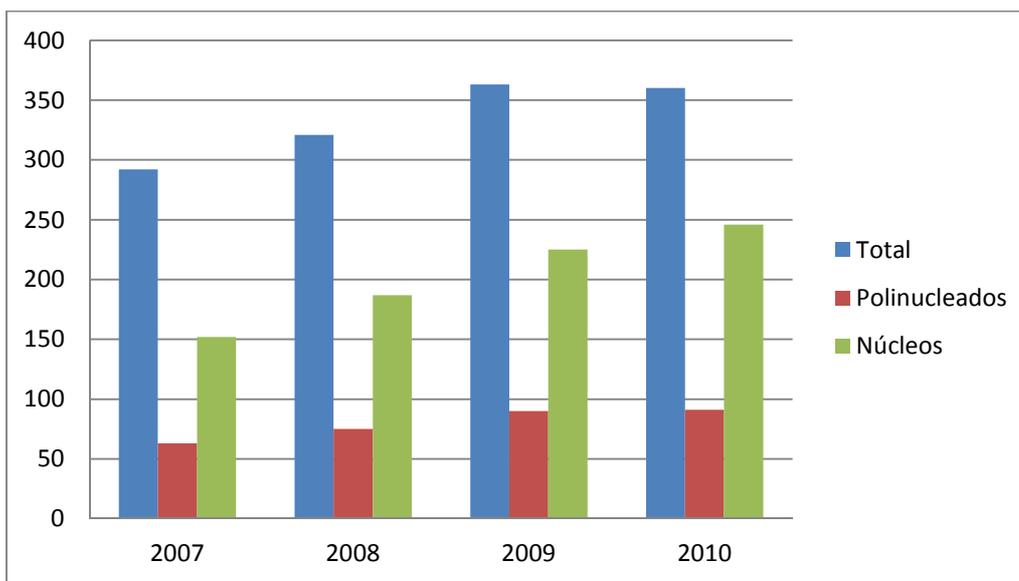
Fonte: www.ine.pt

TAB. 12 - Dados relativos à existência do número de museus polinucleados por regiões (NUTS) dos anos de 2007 a 2010.



GRAF. 1 – Representação gráfica do total dos museus polinucleados existentes por regiões, relativa aos anos de 2007 a 2010.

Anexo 3

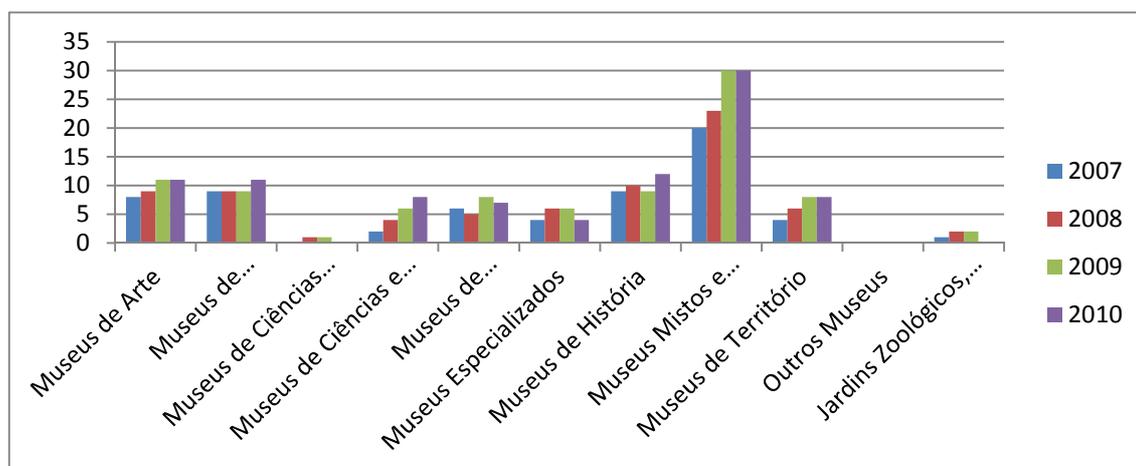


GRAF. 2– Representação gráfica do total dos museus existentes por tipologias relativa aos anos de 2007 a 2010.

Anexo 4

Polinucleados				
Tipologia	2007	2008	2009	2010
Museus de Arte	8	9	11	11
Museus de Arqueologia	9	9	9	11
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	0	1	1	0
Museus de Ciências e de Técnica	2	4	6	8
Museus de Etnografia e de Antropologia	6	5	8	7
Museus Especializados	4	6	6	4
Museus de História	9	10	9	12
Museus Mistos e Pluridisciplinares	20	23	30	30
Museus de Território	4	6	8	8
Outros Museus	0	0	0	0
Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários	1	2	2	0
Total Global	63	75	90	91

TAB. 13- Dados relativos à tipologia e ao número de museus polinucleados existentes entre 2007 e 2010.

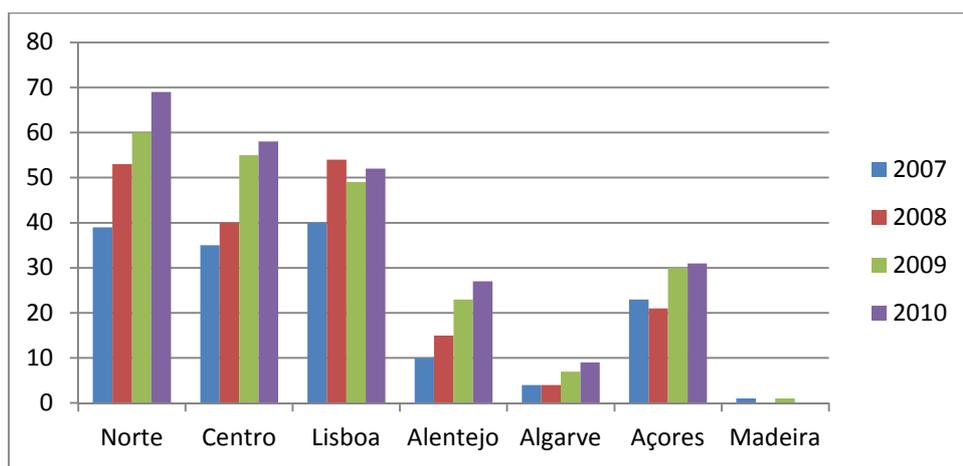


GRAF. 3 - Representação gráfica do total dos museus existentes por tipologia e ao número de museus polinucleados existentes entre 2007 e 2010.

Anexo 5

Núcleos				
NUTS	2007	2008	2009	2010
Norte	39	53	60	69
Centro	35	40	55	58
Lisboa	40	54	49	52
Alentejo	10	15	23	27
Algarve	4	4	7	9
Açores	23	21	30	31
Madeira	1	0	1	0
Total Global	152	187	225	246

TAB. 14 – Dados relativos aos anos de 2007 a 2010 dos museus subdivididos por núcleos e por regiões (NUTS).

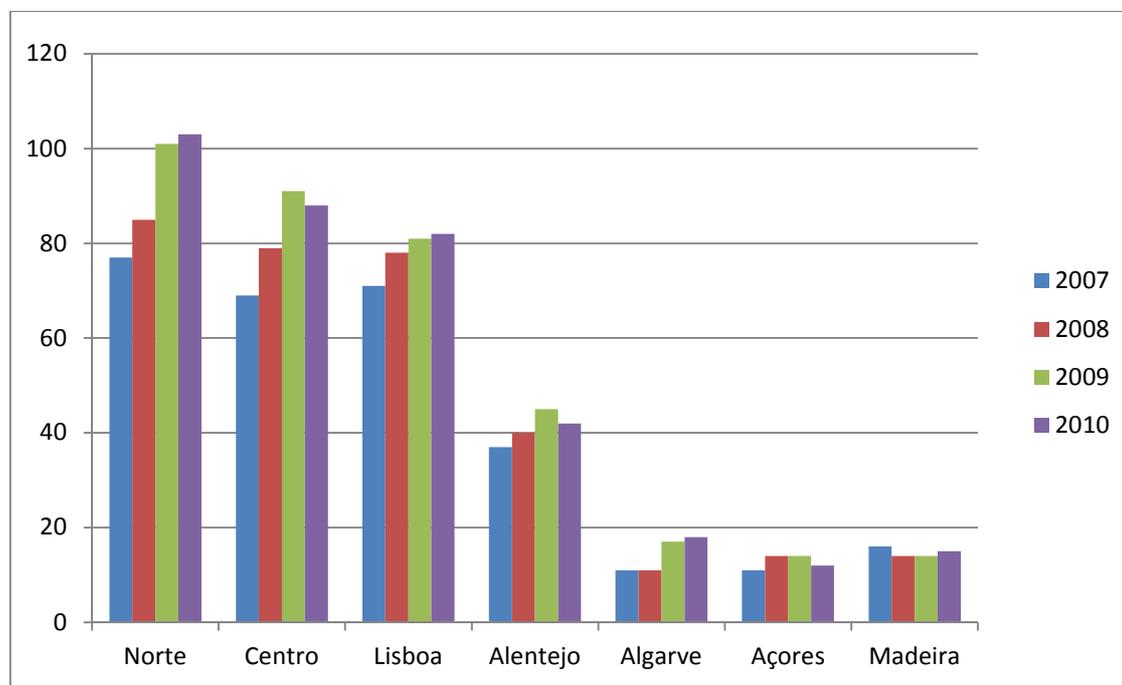


GRAF. 4– Representação gráfica do total dos museus existentes por núcleos e regiões relativa aos anos de 2007 a 2010.

Anexo 6

NUTS	2007	2008	2009	2010
Norte	77	85	101	103
Centro	69	79	91	88
Lisboa	71	78	81	82
Alentejo	37	40	45	42
Algarve	11	11	17	18
Açores	11	14	14	12
Madeira	16	14	14	15

TAB. 15- Dados relativos à existência do número de museus por regiões (NUTS) e dos anos de 2007 a 2010.



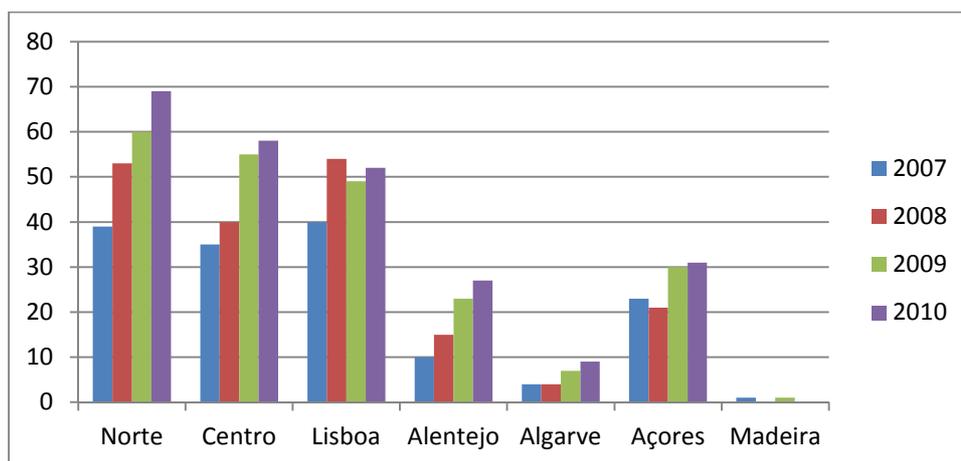
GRAF. 5– Representação gráfica do total dos museus existentes por regiões relativa aos anos de 2007 a 2010.

Anexo 7

Núcleos				
NUTS	2007	2008	2009	2010
Norte	39	53	60	69
Centro	35	40	55	58
Lisboa	40	54	49	52
Alentejo	10	15	23	27
Algarve	4	4	7	9
Açores	23	21	30	31
Madeira	1	0	1	0
Total Global	152	187	225	246

Fonte: www.ine.pt

TAB. 16 - Dados relativos à existência do número de museus por Núcleos, por regiões (NUTS) dos anos de 2007 a 2010.



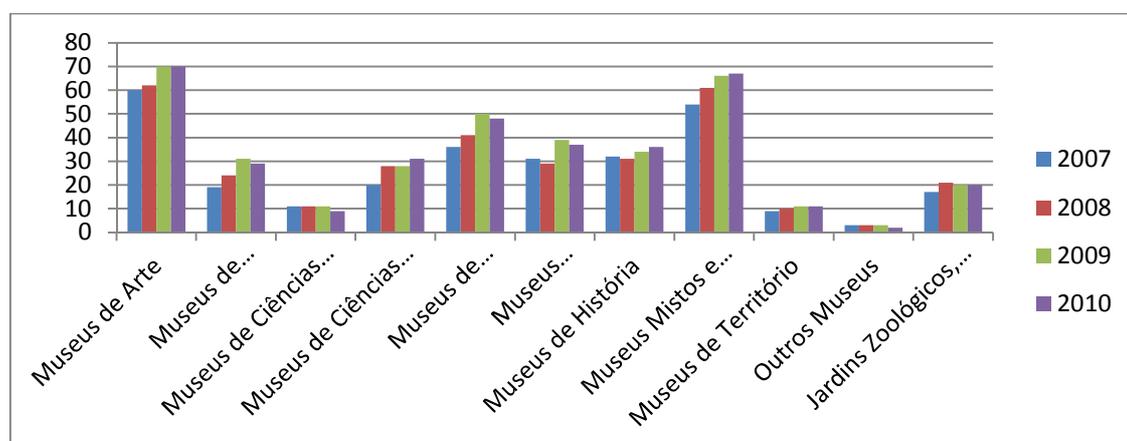
GRAF. 6 – Representação gráfica do total dos museus existentes por núcleos e por regiões, relativa aos anos de 2007 a 2010.

Anexo 8

Núcleos				
Tipologia	2007	2008	2009	2010
Museus de Arte	60	62	70	70
Museus de Arqueologia	19	24	31	29
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	11	11	11	9
Museus de Ciências e de Técnica	20	28	28	31
Museus de Etnografia e de Antropologia	36	41	50	48
Museus Especializados	31	29	39	37
Museus de História	32	31	34	36
Museus Mistos e Pluridisciplinares	54	61	66	67
Museus de Território	9	10	11	11
Outros Museus	3	3	3	2
Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários	17	21	20	20
Total dos museus	292	321	363	360

Fonte: www.ine.pt

TAB. 17 - Dados relativos à tipologia e ao número de museus existentes por núcleos, dos anos de 2007 a 2010.

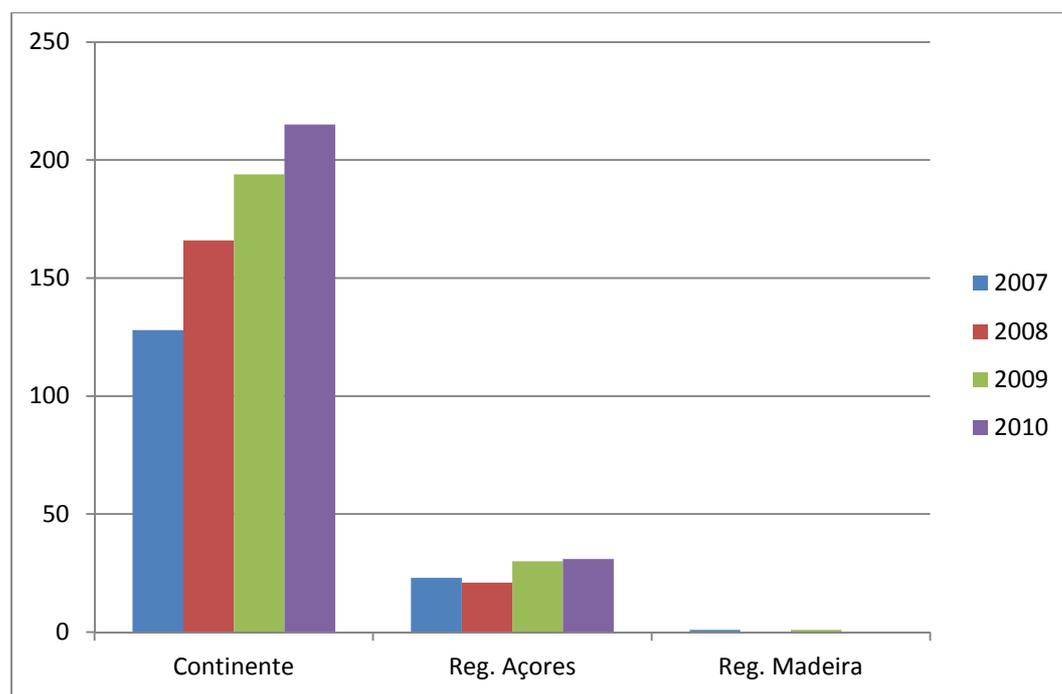


GRAF. 7 - Representação gráfica do total dos museus existentes por tipologia e por núcleos, relativa aos anos de 2007 a 2010.

Anexo 9

Núcleos				
NUTS	2007	2008	2009	2010
Continente	128	166	194	215
Reg. Açores	23	21	30	31
Reg. Madeira	1	0	1	0
Total Global	152	187	225	246

TAB. 18 - Dados relativos ao total de museus por núcleos existentes por regiões (NUTS) entre 2007 e 2010.



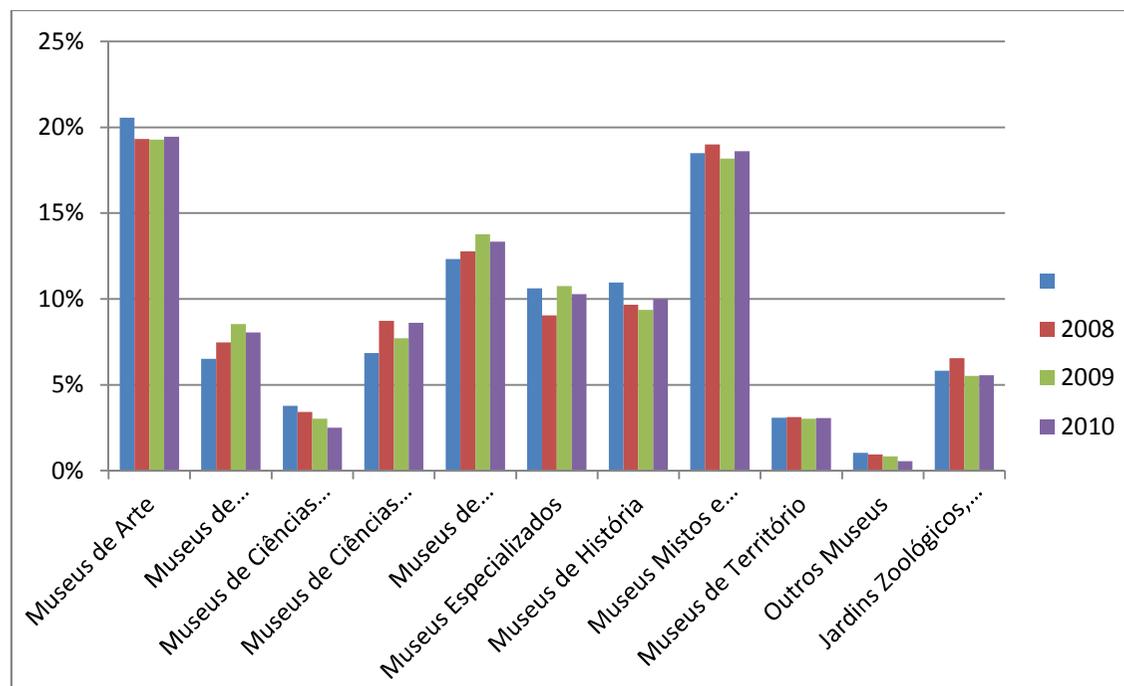
GRAF. 8 - Representação gráfica do total de museus por núcleos existentes por regiões entre 2007 e 2010.

Anexo 10

	2007		2008		2009		2010	
Tipologia								
Museus de Arte	60	21%	62	19%	70	19%	70	19%
Museus de Arqueologia	19	7%	24	7%	31	9%	29	8%
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	11	4%	11	3%	11	3%	9	3%
Museus de Ciências e de Técnica	20	7%	28	9%	28	8%	31	9%
Museus de Etnografia e de Antropologia	36	12%	41	13%	50	14%	48	13%
Museus Especializados	31	11%	29	9%	39	11%	37	10%
Museus de História	32	11%	31	10%	34	9%	36	10%
Museus Mistos e Pluridisciplinares	54	18%	61	19%	66	18%	67	19%
Museus de Território	9	3%	10	3%	11	3%	11	3%
Outros Museus	3	1%	3	1%	3	1%	2	1%
Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários	17	6%	21	7%	20	6%	20	6%
Total dos museus	292		321		363		360	

Fonte: www.ine.pt

TAB. 19 - Dados relativos à evolução tipológica dos museus por anos e por percentagens.

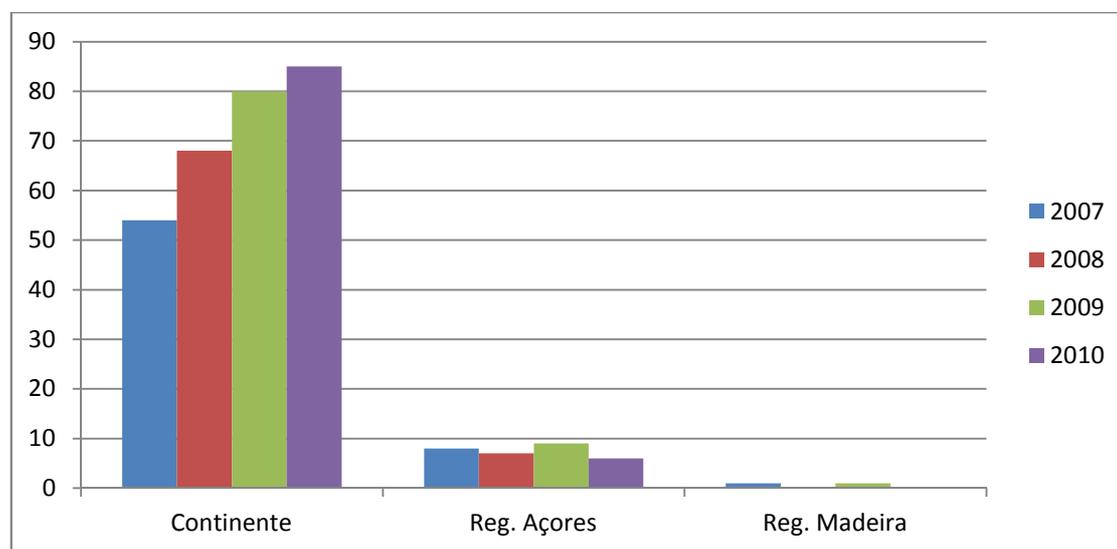


GRAF. 9 - Representação gráfica do total dos museus existentes por evolução tipológica dos museus, relativa aos anos de 2007 a 2010 e por percentagens.

Anexo 11

Polinucleados				
NUTS	2007	2008	2009	2010
Continente	54	68	80	85
Reg. Açores	8	7	9	6
Reg. Madeira	1	0	1	0
Portugal	63	75	90	91

TAB. 20 - Dados relativos ao total de museus polinucleados existentes por regiões (NUTS) entre 2007 e 2010.

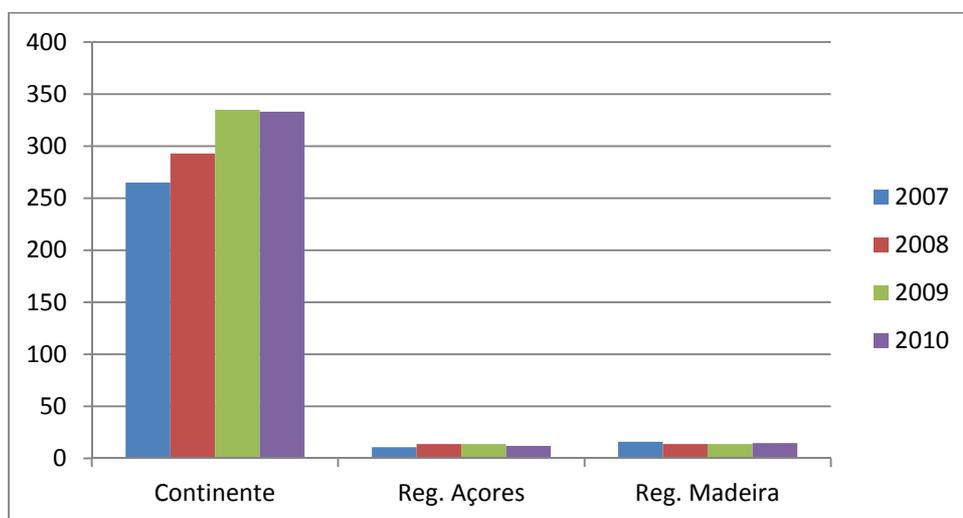


GRAF. 10 - Representação gráfica do total de museus polinucleados existentes por regiões entre 2007 e 2010.

Anexo 12

Museus				
NUTS	2007	2008	2009	2010
Continente	265	293	335	333
Reg. Açores	11	14	14	12
Reg. Madeira	16	14	14	15
Total Global	292	321	363	360

TAB. 21 - Dados relativos ao total global de museus existentes por região (NUTS) entre 2007 e 2010.



GRAF. 11 - Representação gráfica do total global de museus existentes por região (NUTS) entre 2007 e 2010.

Anexo 13

Quem?	O quê?	Quando?	Porquê?	Onde?	N.º total de Vis./Ano	Sites na internet
Louvre		1793		Paris	8.500.000	http://www.louvre.fr/
British Museum		1753		Londres	5.569.981	http://www.britishmuseum.org/
Metropolitan Museum of Art		1870		Nova Iorque	4.891.450	http://www.metmuseum.org/
National Gallery		1824		Londres	4.780.030	http://www.nationalgallery.org.uk/
Tate Modern		1897		Londres	4.747.537	http://www.tate.org.uk/
National Gallery of Art		1937		Washington	4.605.606	http://www.nga.gov/
Centre Pompidou		1977		Paris	3.530.000	http://www.centrepompidou.fr/
Musée d'Orsay		1898		Paris	3.022.012	http://www.musee-orsay.fr/
Museo Nacional del Prado		1819		Madrid	2.763.094	http://www.museodelprado.es/
National Museum of Korea		1909		Coreia do Sul	2.730.204	http://www.museum.go.kr/

Elaboração da autora

Fonte: <http://www.theartnewspaper.com/attfig/attfig09.pdf>¹³⁵

TAB. 22 – Estudo de visitantes de Museus Internacionais.

¹³⁵ Os dados deste estudo reportam-se ao ano de 2009.

Anexo 14

Quem?	O quê?	Quando?	Porquê?	Onde?	N.º total de Vis./Ano	Sites na internet
Palácio Nacional de Sintra		1910		Sintra /IMC	373.801	http://pnsintra.imc-ip.pt/
Paço dos Duques		1910		Guimarães/ IMC	344.999	http://pduques.imc-ip.pt/
Palácio Nacional de Mafra		1910		Mafra / IMC	261.068	Em reestruturação (Consultado em 21-10-12)
Museu Nacional dos Coches		1910		Lisboa /IMC	191.021	http://www.museudoscoches.pt/
Museu Nacional de Arte Antiga		1911		Lisboa/IMC	129.036	http://www.mnarteantiga-ipmuseus.pt/
Museu Monográfico de Conímbriga		1962		Conímbriga/ IMC	97.865	http://www.conimbriga.pt/
Museu Nacional do Azulejo		1965		Lisboa / IMC	86.907	http://mnazulejo.imc-ip.pt/
Museu Nacional de Arqueologia		1893		Lisboa /IMC	85.343	http://www.mnarqueologia-ipmuseus.pt/
Museu Grão Vasco		-		Viseu /IMC	81.576	Em reestruturação (Consultado em 21-10-12)
Museu de Alberto Sampaio		1928		Guimarães /IMC	74.590	http://www.museudoscoches.pt/

Elaboração da autora
 Fonte: <http://www.ipmuseus.pt/pt-PT/recursos/estatisticas/ContentDetail.aspx>¹³⁶

TAB. 23 – Estudo de visitantes de Museus Nacionais.

¹³⁶ Os dados deste estudo reportam-se ao ano de 2011.

Anexo 15

Palácio Nacional de Sintra			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Coleções - estilos arquitetónicos:	Exposições temporárias - várias	Visitas gerais	Imprensa- fornecem informação atualizada
Gótico		Visitas com <i>ateliers</i>	Grupo de amigos
Mudejar	Palácio com (9) salas	Visitas temáticas	Disponibiliza documentos em vários formatos
Manuelino		Visitas com animação histórica	
		Diversas atividades lúdico-pedagógicas	
		Jogos de pista	Página oficial bilingue
Gestão de coleções - Matriznet		Outras Atividades	Sem recurso a redes sociais
		Visita fora do horário normal	Loja
		Grupo coral	Edições e Publicações do museu
		Colóquios de 2 em 2 anos	
		5.ªs à noite no Palácio (anual)	
		Noite dos museus (anual)	
		Ciclo de concerto de Natal	
		Ciclo de concerto dos Reis	

TAB. 24 – Estudo do Palácio Nacional de Sintra.

Anexo 16

TAB. 25 – Estudo do Paço dos Duques.

Paço dos Duques			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência das coleções -	Exposições temporárias – várias	Visitas guiadas	<i>Newsletter</i> (mensal)
Pintura		Visitas temáticas	Imprensa- fornecem informação atualizada
Mobiliário		Visitas lúdico-pedagógicas	Associação de amigos do Paço dos Duques
Textéis		Atividades pedagógicas e culturais	Apoio a museus região norte
Cerâmica		Outras Atividades	Jornadas europeias do património
Escultura		Filme Recursos Humanos	Ações de formação
Gravura		Peça do mês	Disponibiliza documentos em vários formatos
Armas		Colóquios de 2 em 2 anos	Página oficial bilingue
		5.ªs à noite no Palácio (mensal)	Redes sociais: Tripadvisor.com.br
Gestão de coleções - Matriznet		<i>Workshop</i> de fotografia	Loja
		Jornadas de trabalho em Museologia	Cedência de espaços
		Programação	Site do Paço dos Duques
		Oficinas – várias	Voluntariado
		Danças antigas	Estagiários
		Jogos de pista	Mecenas
		Teatro de fantoches	Parcerias
		Recriação histórica	Acessibilidades especiais
			Roteiro em braille
			Rampas, elevadores
			Seleção de peças- tocar e apreender
			Programação específica

Anexo 17

Museu Nacional dos Coches			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Coches - meio de transporte	Exposições permanentes (3)	Plano de atividades	<i>Newsletter</i> (mensal)
Acessórios:	Exposições temporárias (2)	Visitas guiadas	Folheto informativo em 4 línguas
de viatura	Exposições anexas por núcleos (4)	Visitas temáticas	Visitas virtuais a várias salas
de cavalaria	Exposições realizadas -várias	<i>Peddy paper</i>	Página oficial bilingue
de corteja		Fins de semana:	Redes sociais: <i>facebook</i>
de fardamento		festas de aniversário	Loja
		domingo em família	Cedência de espaços
Gestão de coleções - Matriznet		<i>Atelier</i> de douramento	<i>Site</i> do Museu Nacional dos Coches
			Voluntariado
Biblioteca			Estagiários
			Mecenas
			Parcerias

TAB. 26 – Estudo do Museu Nacional dos Coches.

Anexo 18

Museu Nacional de Arte Antiga			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência das coleções - Arte -séc. XII ao séc. XIX	Exposições permanentes - 70 salas por 3 pisos	Programação do Serv. Educativo	<i>Newsletter</i> (mensal)
		Ações para educad./professores	CD-ROM
		Ações acreditadas para professores	Amigos do MNAA
		Iniciação à linguagem plástica	Publicações das coleções do museu
		Estudo de projetos	Visita virtual à exposição permanente
Gestão de coleções - Matriznet		Ações de formação - várias	Página oficial sem recurso ao bilingue
	Exposições temporárias -	Protocolos de colaboração	Redes sociais:
Biblioteca	7 anuais	Ofertas de estágios	<i>youtube</i>
	1 a decorrer	Gabinete de desenho e gravuras	<i>twitter</i>
		Preparação de visitas	<i>facebook</i>
			<i>Tripadvisor.com.br</i>
			Loja
		Programa de atividades	Cedência de espaços
		Visitas gerais	Voluntariado
		Visitas orientadas	Estagiários
		Visitas específicas	Mecenas
			Patrocinadores

TAB. 27 – Estudo do Museu Nacional de Arte Antiga.

Anexo 19

Museu Monográfico de Conímbriga			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência das coleções -	Exposições permanentes -	Formação	Notícias -anúncios
Ruínas da cidade romana	(4 salas)	Cursos de formação - vários	Conferências
Museu		Laboratório e oficina de restauro	Seminários
Gestão de coleções - Matriznet			DVD
		Atividades	Página oficial bilingue
Biblioteca		Apoio pedagógico às visitas	Redes sociais:
		Jogos de pista	<i>facebook</i>
Plano de Conservação		Caça ao tesouro	<i>twitter</i>
		<i>Ateliers - vários</i>	Loja
		Apoio direto aos professores	
Regulamento interno			

TAB. 28 – Estudo do Museu Monográfico de Conímbriga.

Anexo 20

Museu Nacional do Azulejo			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência das coleções -	Exposições permanentes -	Programas interativos	Imprensa- fornecem informação atualizada
Azulejaria séc. XVI até à atualidade	(3 pisos)	Visitas orientadas	Conferências
		Ateliers-cerâmica e azulejaria	Seminários
Gestão de coleções -Matriznet	Exposição temporária -	Recurso para professores - <i>download</i>	DVD
	temática	Programas pessoas nec. Especiais	Amigos do museu
Biblioteca especializada		Cadernos de atividades prof. (<i>pdf</i>)	Publicações do museu
Biblioteca digital de imagem	Exposição itinerante		Vários <i>links</i> -instituições congéneres
Arquivo		Atividades	Página oficial bilingue
Dept.º intervenção e restauro		Festas de aniversário	Redes sociais: <i>facebook</i>
		Oficinas de pintura de azulejos	Loja
Dept.º de investigação e informação			Cafetaria/Restaurante
			Cartaz
			Mecenas

TAB. 29 – Estudo do Museu Nacional do Azulejo.

Anexo 21

Museu Nacional de Arqueologia			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência das coleções - vários núcleos	Exposições permanentes - (2)	Programa educativo 2012/2013	Imprensa - notícias atualizadas
		Ciência viva nas férias	Peça do mês e <i>site</i> do mês
Pertinência do edifício - Mosteiro Jerónimos	Exposições temporárias - (2)	Outras atividades	Amigos do museu
			Edições do museu
	Exposição virtual - recurso bilingue	Serviço Educativo e de extensão cultural	Publicação de revista portuguesa de arqueologia
Gestão de coleções -Matriznet	Recurso:	Programa de atividades 2012/2013	<i>Links</i> para projetos nac. e estrangeiros
		Imagens das exposições	<i>Links</i> instituições congêneres
Arquivo	Edições das exposições	Jogos educativos e temáticos	<i>Links</i> úteis:
	Ficha de inventário	<i>Ateliers</i> pedagógicos	Conservação
Biblioteca <i>-online</i>	Cartaz da exposição	Apoio aos investigadores	Restauro
		Programas de aprendizagem de cerâmica	Armazenamento
Visita virtual à reserva geral			Acondicionamento
			Página oficial trilingue
5 reservas do acervo		E-laboratório	Redes sociais: não existem
			Loja virtual em reestruturação
			Acessibilidades especiais
			<i>Site</i> preparado - necessidades especiais

TAB. 30 – Estudo do Museu Nacional de Arqueologia.

Anexo 22

Museu de Alberto Sampaio			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência das coleções - vários núcleos	Exposições temporárias	Programa educativo 2012/2013	Notas de imprensa
		Visita geral	Amiguinhos do museu
		Visita leve	Publicações dos museus
Gestão de coleções -Matriznet		Visita de descoberta	Página oficial bilingue
		Visita adaptada- deficiência visual	Roteiros da visita
Arquivo: documental e fotográfico	Visitantes- estatísticas atualizadas (online)	Visitas animadas	Colaborações editoriais
		Visitas ao centro histórico	Página oficial bilingue
Biblioteca			Redes sociais: <i>facebook</i>
		Outras atividades	Loja/Livraria
Visita virtual		Dias especiais	Cedência de espaços
		Abre portas período noturno (jul. e ago)	Mecenas
		Lançamento de livros	Patrocinadores
		Lançamento de DVD	
		Equipa de xadrez	
		Cursos do museu	
		O Museu vai à escola	

TAB. 31 – Estudo do Museu Alberto Sampaio.

Anexo 23

Museu do Louvre			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	10 Exp. Permanentes	Visitas descoberta	Página em várias línguas
Patrimônio universal que cobre 8 mil anos de história.		Visitas conferência	Mini <i>site</i> de arte
	6 Exp. Temporárias	Visitas com 1 guia - sob reserva	Video virtual com audiovisual
Coleções em 8 departamentos/ várias salas		Visita com mala pedagógica	Dossiers multimedia
	10 Exp. Permanentes	7 Visitas -Rota de turismo	5 Contos infantis multimédia
Mediateca online:		Histórias/Contos	Revista trimestral e <i>online</i>
5 Vídeos; 10 obras; 20 recursos - (PDF)	3 Alas expositivas	<i>Workshops</i>	Jornal <i>online</i>
		4 Filmes a decorrer	Folhetos de visita gratuitos
6 Bases de dados referenciais em Linha		Espectáculos ao vivo	Guias e Brochuras gratuitas
		Cinema	Informação em vídeo e linguagem gestual
		Ateliers (formação para educadores)	Publicações adaptadas em <i>braille</i>
		Ateliers (formação para vários setores)	Edições e produções audiovisuais
		Ateliers (várias deficiências)	Sala de audiovisuais
		Ateliers (adultos)	Audioguias (7 línguas)
		Ateliers (crianças)	Dicionário multimédia das artes
		1 Colóquio	Boletim dos Amigos do Museu -(PDF)
		11 Conferências	Sociedade dos Amigos do Museu
		3 Concertos	6 parcerias
		3H no Jardim- atividades ao ar livre	2 projetos interativos
		5 Projetos a decorrer	5 redes sociais
		6 Projetos sociais	Aplicações móveis -iPhone e Android
		3 Projetos museográficos	8 Lojas
		Projetos em várias línguas:	1 Loja <i>online</i>
		7 Escavações	Livrarias
		54 Aquisições de arte	15 Cafés/Restaurantes
		43 Restauros	Cedência de espaços
		20 exposições no mundo	Mecenas
			Parcerias
			Empréstimo de cadeiras de rodas
			Empréstimo de carrinhos para crianças
			Empréstimo de marsupiais

TAB. 32– Estudo do Museu do Louvre.

Anexo 24

British Museum			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	1 autopsia em suporte virtual	Visita <i>online</i>	Brochura do museu <i>online</i>
2 milhões de objetos		1 Video	Livros editados pelo museus
5.000 mil objetos iluminados	5 Exp. Agenda 2013	1 Video e audio -autópsia	Serviço de impressões
Arte do período Antiguidade Clássica		Visita com mala pedagógica	<i>Memberships</i>
	2 Exp. Pagas	5.ªs à noite	Filme e rádio MOMA
Arquivo de imagens da coleção - virtual		Noites abertas	Programas de rádio
	2 Exp. Gratuitas	A Galeria fala	Impressão de imagens digitais do museu
Arquivo do Museu		Galeria de desenho	Serviço de <i>catering</i>
	1 Exp. Aberta até tarde Paga	<i>Workshops</i>	Cafés/Restaurantes
Biblioteca e Arquivo		Cinema	Alugueres de espaço
	3 Exp. Online	Espetáculos ao vivo	<i>Downloads</i> de enventos para Mp3
Biblioteca de imagem <i>online</i>		Teatro	5 Redes sociais
		Conferências	Loja <i>online</i>
Salas de estudo das coleções		13 Eventos a decorrer	Loja do Museu aberta à noite
		3 Palestras agenda 2013	<i>Suite</i> contemporânea com instalações de acesso às coleções
10 Dep.tºs curatoriais de pesquisa		1 palestra a decorrer	
		Atividades de matemática	
Centro de pesquisa de antropologia		Programas de rádio	
		Eventos noturnos (exclusivo)	
		Serviços de tradução	
		Encontro anual dos Amigos do <i>British Museum</i>	
		4 Jogos didáticos e interativos	

TAB. 33 – Estudo do British Museum.

Anexo 25

Metropolitan Museum			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	Exp. Permanentes	Visitas em português	Pag. Oficial em 10 línguas (inclui português)
2 milhões de obras de arte que		Visitas guiadas em várias línguas	<i>City Pass</i> Museu- atrações Nova Iorque
abrange 5.000 anos de história de	6 Exp. Agenda 2013	Palestras nas galerias	Publicações <i>online</i> - catálogos das exp. e col.
todo o mundo		Conferências	<i>Met's bulletin</i>
	23 Exp. Temporárias agenda 2013	Filmes para adultos	Memberships
8 Bibliotecas		Atividades em família	Grupos de Amigos Curatorias
		Atividades para estudantes	Voluntários - guias
Biblioteca e Arquivo		Salas de estudo de arte	Dep.º de comunicação
		Audioguias p/ visitas guiadas	Loja <i>Met online</i>
Arquivo do museu		Linguagem gestual	Lojas várias
		Interpretação de voz	Patrocínios de exposições
Gab. de investigação científica		Calendário de eventos agenda 2013	Empréstimo cadeira de rodas
		Galeria que fala	10 Redes sociais
Conservação das coleções		Filmes/ Documentários	11 novas instalações
		Eventos no Jardim	Álbum de fotos <i>online</i>
Pesquisa curatorial		Dança	Gabinete de imprensa
		Palestras com simpósio	Voluntariado
Mapa interativo das coleções- 400 galerias		Interação com artistas	Viagens com programs <i>MET</i> (20 destinos)
		Elaboração de trabalhos insp. nas coleções	
		Concertos	
		Cursos e <i>Workshops</i>	
		Programas governamentais	
		Programas fazer arte	
		Programas de verão	
		Programas estudantes da faculdade	
		Programas de sociabilização das pessoas	
		Estágios profissionais	
		Bolsas de investigação	
		Bolsa de estudo em arqueologia	

TAB. 34 – Estudo do Metropolitan Museum.

Anexo 26

National Gallery			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	1 Exp. Gratuita até jan. 2013	Visitas guiadas	Cd-rom
2.300 pinturas da Europa e do mundo		Visitas alunos	DVD
Monumentalidade do edifício	6 Exp. Agenda 2013	Visitas adultos	Publicações livros, catálogos, guias
		Visitas em 7 línguas	Boletim técnico
Conservação da coleção	Exp. Regionais em parceria	Visitas em família	Parcerias
		Filmes com audioguias	Loja <i>online</i> (especializada em arte)
"Descoberta " coleção online	Exp. para fins escolares	Filme Leonardo da Vinci	Recursos <i>online</i> de arte visual
		Guia do impressionismo	Download wall paper
Biblioteca de imagens <i>online</i>	Exp. para pesquisadores	"Ter uma chance" - visual. de 10 obras primas	5 Redes sociais
		Video - leitura e poemas	Aplicações <i>iPhone</i>
Biblioteca		Estudo da pintura <i>online</i>	Serviço de reprodução de pinturas
		Projeto - descobertas científicas	Café
Arquivo		Projeto NIRP - pesquisa e inventário	Restaurante
		Glossário de termos de arte <i>online</i>	Cedência de espaços
Arquivo <i>online</i>		Palestras	Linguagem gestual
		3 Equipas de educadores	
Gabinete de conservação e restauro		Atividades - Andar e falar	
		Atividades - Tocar e ouvir	
Dep.tº científico		Histórias na carpete	
		<i>Worshops</i> de arte	
Empréstimo de obras da coleção		Programas para pessoas deficientes	
		Estágios curatoriais	
		Atividade da Galeria em todo o país	

TAB. 35 – Estudo do National Gallery.

Anexo 27

Tate Modern			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	1 Exp. <i>online</i>	Tate ajuda nos exames	Auditorio digital
70.000 obras de arte britânica, desde 1500 até 2012; Arte moderna e contemporânea	10 Exposições a decorrer	Video	Gabinete de reprodução de imagens
		Cinema	Gabinete de imprensa
		Desenho	Revista <i>Tate Etc. online</i>
Biblioteca -coleção única de arte britânica	Exp. da coleção pelas 4 <i>Tate's</i>	Pintura	Publicação da revista em formato papel
		Escopo das coleções	7 Redes sociais
Biblioteca de imagem	Arquivo online das exp. 1951-2012	Sala de pintura e desenho	Ensino sobre o uso do tlm na Tate
		3 Artistas <i>online</i>	Aplicação <i>iPad</i> da revista <i>Tate Etc.</i>
Arquivo	Galeria de realismos - considerada a exp. mais importante da Tate Modern (Paga)	16 jogos interativos <i>online</i>	Guias com aplicação <i>iPhone</i>
		5 Filmes didáticos <i>online</i>	Voluntariado
Glossário de termos de arte (arquivo <i>online</i>)		6 atividades na Tate	Salas de estar na Galeria
		Programas escolares	Café
Expansão da coleção (3 países)		8 Projetos a decorrer	Restaurantes
		Projeto Turbina (multicultural)	<i>Memberships</i>
Catálogo de 2.500 obras da coleção <i>online</i>		Eventos jardim/horta comunitária	<i>Pocket Art Gallery</i> interativa
		Eventos corporativos	Loja <i>online</i>
Reprodução/Digitalização da coleção		Entretenimento privado	
		Tate ajuda nos exames	
Extenso programa de empréstimo da coleção			
Mapa interativo coleção de arte			

TAB. 36 – Estudo do Tate Modern.

Anexo 28

National Gallery of Art			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	1 Exp. fotografia (novo recurso <i>online</i>)	Guia de visitas em 9 línguas	Guias de arte <i>online</i>
600 anos de história desde a Idade Média até aos dias de hoje	10 Exposições a decorrer	11 Vídeos + arquivo 2007-2012 (<i>online</i>)	Leitores (uso)
		Vistas áudio	Portáteis e áudio-digitais
		Visitas em língua estrangeira	11 Boletins diferentes tems <i>online</i>
Coleção <i>online</i>	18 Exp. Permanentes	Palestras	Brochura digital
		5 Vídeos interativos (<i>online</i>)	Reprodução de guias
Base de dados <i>online</i>	Arquivo online das exp. 1941-2009	Arte fotografia documental (novo recurso <i>online</i>)	Serviço de reproduções de fotografias impressas
		Calendário de filmes	Botim do museu
Biblioteca	3 Exp. Itinerantes agenda 2013	Ouçã em linha	Aplicações para <i>iPad</i>
		Conversa com artistas (recurso a auscultadores)	Cd-rom crianças
Repositório de imagens digitais da coleção		Vídeo áudio (pintura americana)	Jogos interativos
		Vídeo infantil	Voluntariado
Depat.º de coleção de imagens		Vídeo educativo (comunidade <i>online</i>)	Mecenas
		Programa <i>Art Zone</i> - (interativo)	Pista de gelo
Conservação e restauro		10 Eventos agenda 2013-2014	4 Cafés/Restaurantes
		Filmes p/ crianças	1 Livraria
		Concertos	2 Lojas - 1 <i>online</i>
		Dept.º de Educação -atividades infantis	
		Atividades em família	
		<i>Slideshow</i> de 18 etapas de 1 estudo	
		conservação de 1 obra	
		Estudo de 1 imagem analítica de Picasso	
		Linguagem gestual	
		Filmes áudio - (invisuais)	
		Jazz no jardim	

TAB. 37 - Estudo National Gallery of Art.

Anexo 29

Centre Pompidou			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	1 exp. Única Dáli	Visitas temáticas	Catálogo da visita em 3 línguas
7.600 obras de arte moderna e contemporânea da Europa séc. XX e XXI		Visitas guiadas	Filme turístico em 7 línguas
	1 Exp. Itinerante -dispositivo de jogos e de experiências	Visitas de formação - individual e grupo	Folheto turístico em 10 línguas
Biblioteca		Visitas comentadas das exposições	Associação para o Desenvolvimento do museu
	25 Exp. Por ano	4 Visitas ao emblemático edifício	Sociedade dos Amigos do Museu
Base de dados <i>online</i>		Oficinas	Publicações de cadernos do museu
	Revista em video da exposição	<i>Workshops</i>	Audío guias
Enciclopédia interativa das coleções em linha		Curso de desenvolvimento para crianças (2 - 12)	Serviço multimédia
		Estúdio 13/16 - adolescentes	Serviço de fotos com <i>copyright</i>
		3 Bolsas de estudo	Loja <i>online</i> em bilingue
		Estágios profissionais	Cafés/Restaurantes
		Atividades em família	Terraço panorâmico
		<i>Ateliers</i>	12 Mecenas
		<i>Ateliers</i> infantis	Apoio Mecenático tecnológico
		Sessões da tarde com voluntários	Voluntariado
		<i>Dossier</i> pedagógico em linha	15 Parcerias
		Videos	Restaurante
		Filmes	Redes sociais
		Filmes experimentais	<i>Wireless</i> gratuito por 1h.30m
		Cd-roms	
		Campo social -profissionais e voluntariado	
		Fórum anual de descobertas	
		Fórum anual de visitas inter-institucionais	
		2 Teatros	
		Oficinas criativas	

TAB. 38 - Estudo do Centre Pompidou.

Anexo 30

Museu d' Orsay			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	2 Exp. Permanentes	Visita à distância	Produções audio visuais (8 temáticas)-150 filmes
Coleção de pintura e escultura de arte ocidentais desde 1848-1914	4 Exp. Temporárias	Visitas em linguagem gestual	Livro de visitas <i>online</i>
		Visitas às coleções	Catálogo da exposição
		Visitas às exposições	Edição de 1 revista única em tablet tátil
Biblioteca	6 Exp. Itinerantes agenda 2013	Visitas conferência	Álbum de exposição
		Pesquisa de eventos em 4 línguas	Restaurante do museu c/ 6 exposições
	Exp. com recurso a video	2 Conferências agenda 2013	Cafés-literários c/ acesso audio e agenda 2013
		1 Conferência - Teatro e retaro	Parceiros média - (jornais, revistas, tv, rádio)
	Arquivo de exposições passadas	1 Colóquio	Redes Sociais
		1 Curso de história agenda 2013	Loja <i>online</i>
		Espetáculo em família	Aplicações para tlm da exposicoes e museu
		À mesa - Programa de degustação e <i>gourmet</i>	Mecenado e Parcerias
		Noites c/ alunos da Escola do Louvre e do	
		Conservatório Superior de Música e Dança	
		Cinema	
		Galeria de videos (22 filmes num minuto)	
		2 Filmes para crianças	

TAB. 39 – Estudo do Musée d’Orsay.

Anexo 31

Museu del Prado			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	1 Exp. Permanente	Visitas guiadas	Página do museu em 12 línguas
7.600 pinturas		Visita guiada à Sala de Leitura da Biblioteca	Boletim do museu
1.000 esculturas	8 Exp. Temporárias	Conto de Natal	Patrocínios
4.800 estampas		4 Concertos de canções de Natal	Publicação impressa da enciclopédia
8.200 desenhos	1 Exp. Itinerante	Itinerários didáticos	Amigos do Museu do Prado
Das mais importantes do mundo		Ciclo anual de Conferências da Fundação dos	Loja
Desde o séc. XII até XIX	Exp. Temáticas no auditório	Amigos do Museu do Prado	Sala de imprensa
		3 Conferências	Serviço de Impressão
Coleção p/ exp. 1.300 obras		Prado em família	PradoMedia - audioguias e dossiers temáticos (273)
		Conversa educativa sobre exp. Temáticas	
Biblioteca, Arquivo e Documentação		Curso monográfico	Projeto editorial da Fundação dos Amigos do Museu do Prado
		Formação de professores	
Biblioteca digital de imagens		Projetos de investigação	
		Rede de Bibliotecas de Museus	
Investigação		Vídeo e áudio interativo	Redes Sociais
		Eventos corporativos	
Restauro			
Enciclopedia da coleção <i>online</i>			
5.000 obras da coleção <i>online</i>			
***Plano de coleções			

TAB. 40 – Estudo do Museu del Prado.

Anexo 32

National Museum of Korea			
Plano de Coleções	Plano de Exposições	Plano de Serviços Educativos/ Eventos	Plano de Comunicação e Marketing
Pertinência da coleção :	6 Exp. Permanente	Visitas guiadas várias línguas	Guias de utilização do museu - 4 línguas
310 mil relíquias desde a Idade do Paleolítico até séc. 20		Visita virtuais às exposições	<i>Site</i> em 9 línguas
	3 Exp. Temporárias	Conto de Natal	Mapa do <i>site</i> em 9 línguas
		Programas de Turismo (10 x ano)	Guias de visita em 6 línguas
12 histórias da coleção	6 Exp. Especiais	Competições de pintura e escrita	Audioguias
		Academia multicultural	Médie e imprensa -133 notícias
Destaque de 2049 peças da coleção	1 Exp. Internacional de turismo	Aulas ao sábado (família, irmãos, amigos)	3 Lojas no museu
		4 Concertos	1 Loja <i>online</i> em Koreano
Base de dados - apoio à coleção		1 Pintura budista	Empréstimo de cadeiras de rodas
		1 Dança	Empréstimo de carrinhos de bebé
		2 Festividades do ano novo	1 Revista do museu
		6 atividades feitas à mão	1 revista de conservação
		6 <i>workshops</i>	2 Jornais (pdf e ebook)
		9 Palestras	52 livros publicados (4 são recomendados)
		0 eventos <i>online</i>	
		11 eventos ao sábado	Caixas multibanco
		101 Videos	Redes Sociais
		Projeto inédito para crianças:	
		-ver, tocar e sentir	
		Aberto às 4. ^{as} à noite até às 21h	
		1 Programa diário p/ crianças	
		2 Programas de férias p/ crianças	
		2 Programas de fins semana p/ crianças	
		2 Programas de fins semana p/ crianças	

TAB. 41 – Estudo do National Museum of Korea.

Anexo 33

Entrevista a Francisco Madeira Luís

1. O que é para si o colecionismo? Parafraseando Francisca Hernández Hernández “é o respeito pelo passado, o instinto de propriedade, o verdadeiro amor pela arte [ou] o puro prazer de ter e de colecionar”?
2. A coleção de cartazes do Professor Madeira Luís está desmantelada por várias instituições? Não acha que se a coleção estivesse toda reunida num espólio só, teria outro impacto muito maior? O que o levou a tomar esta atitude?
3. Porquê da escolha de uma “coleção de vidro pouco convencional”¹³⁷?
4. De todo o espólio que recolheu ao longo da vida, qual é a peça ou as peças que contam a melhor história?
5. Em Novembro de 2009, o Comité Internacional de Museus – Grupo do Vidro fez uma primeira abordagem e visita a este acervo reconhecendo-lhe um elevado valor histórico e representativo da produção videira portuguesa. Mediante esta constatação como se sentiu?
6. Todo o “espólio Madeira Luís” marca um período que vai de 1850 ou seja ao final do período da Revolução Industrial até ao final da Segunda Guerra Mundial (1939-1941). Sabemos que estes dois períodos marcantes da história foram os precursores do desenvolvimento tecnológico mundial, nalguns países mais cedo, noutros mais tardiamente? Como explica estes acontecimentos à luz das Artes e da Cultura em geral? E qual a sua importância para a Universidade de Aveiro?
7. Gostaríamos que nos desse uma sugestão. Na sua opinião qual o sítio ideal para a criação do Museu da Universidade de Aveiro?
8. Em Novembro de 2009, o Comité Internacional de Museus – Grupo do Vidro fez uma primeira abordagem e visita a este acervo reconhecendo-lhe um elevado valor histórico e representativo da produção videira portuguesa. Mediante esta constatação como se sentiu?
9. No seu entender, quais as estratégias de comunicação mais eficazes para promover o património existente na UA?
10. Se estivesse no papel de entrevistador que outra questão quererá colocar?

¹³⁷ Esta informação pode ser consultada na Revista Linhas, 2010, n.º 13, p. 47.

Anexo 34

“Casa das três palmeiras”



Fonte: [http://maps.google.pt/maps?q=casa%20vale%20de%20guimaraes %20aveiro&hl=pt-PT&biw=1280&bih=671&prmd=ivns&ie=UTF-8&sa=N&tab=il 21](http://maps.google.pt/maps?q=casa%20vale%20de%20guimaraes%20aveiro&hl=pt-PT&biw=1280&bih=671&prmd=ivns&ie=UTF-8&sa=N&tab=il 21)

FIG. 3: Imagens fotográficas da Casa das Três Palmeiras.

Anexo 35

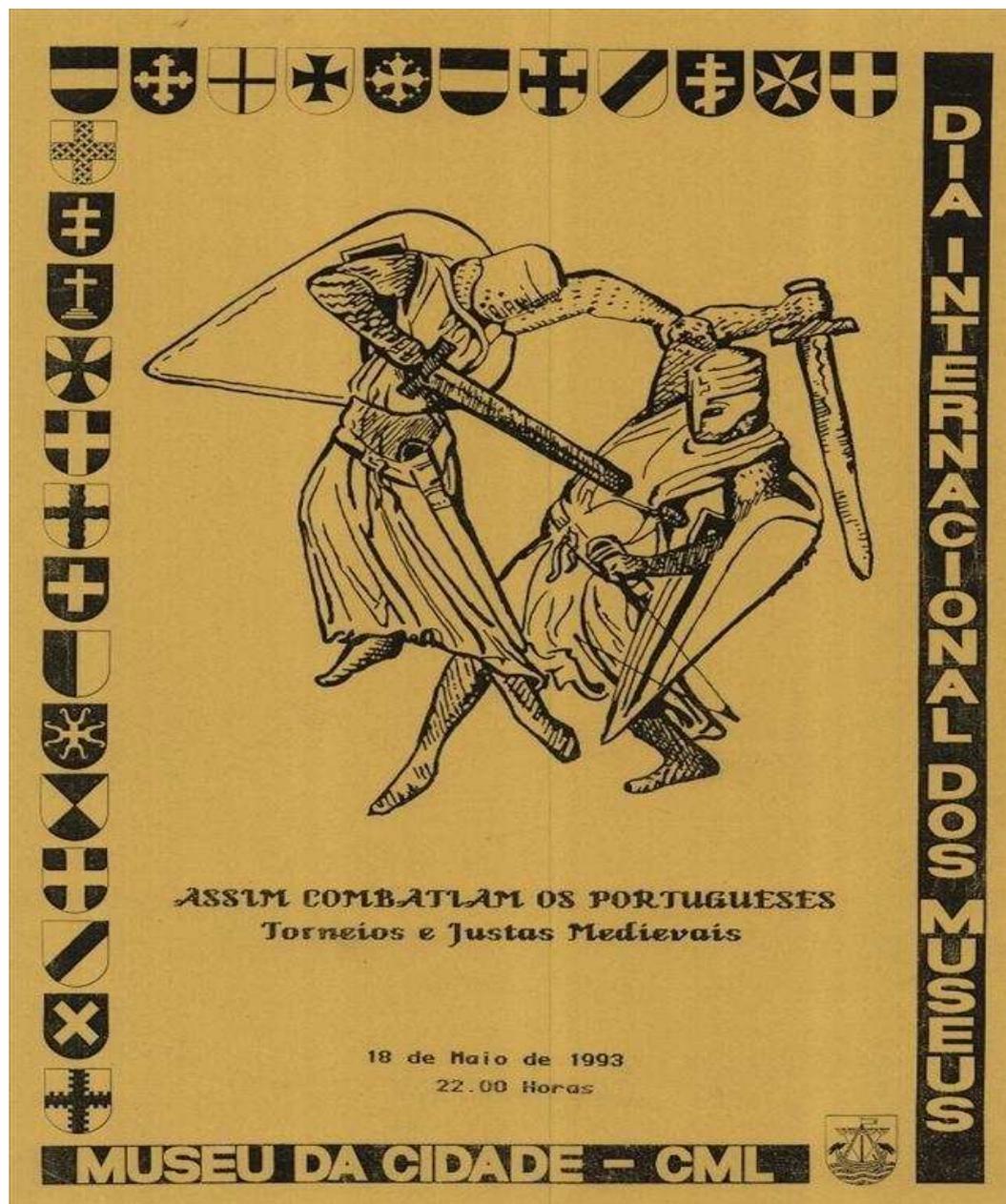


FIG. 4 - Área temática: Políticos.

Título: Contra o Racismo autores secundários composição gráfica de Rui Perdigão edição [Lisboa : s.n.], 2000 dimensões 60 x 40 cm. Descritores: Xenofobia, Racismo

Texto do cartaz: Hotel Altis, 10/11 Abril. Mesas redondas de consulta Observatório Europeu contra o racismo e xenofobia = Round tablesconsultationonthesphereofthe EUMC onracismandxenophobia

Anexo 36



Fonte: <http://sinbad.ua.pt/cartazes/CT-ML-I-3450>

FIG. 5: Área temática: Sociais.

Título: Dia internacional dos museus. Lisboa: Câmara Municipal, 1993 dimensões 42,5 x 30 cm.

Descritores: Museus

Texto do cartaz: Assim combatiam os portugueses; Torneios e justas medievais - 18 de Maio de 1993 - 22.00 horas; Museu da Cidade - CML

Anexo 37

Mês da Dança
Abril

Espectáculos

- 2 e 3 | **Companhia Instável**
do Porto
- 9 e 10 | **Cê Dê Cê**
de Setúbal
- 16 e 17 | **Companhia Clássica Contemporânea**
do Porto
- 23 e 24 | **Companhia de Dança de Almada**
- 30 | **Dança Oriental**
por Myriam Szabo

29 | **Dia Mundial da Dança**
no Teatro Aveirense,
com as Escolas e Grupos de Dança do Distrito de Aveiro

Workshops

- 5 a 8 | **Dança Contemporânea**
por José Seabra
- 12 a 15 | **Composição Coreográfica**
por Ana Figueira
- 19 a 22 | **Dança Clássica**
por Maria Franco
- 26 a 28 | **Dança Oriental**
por Myriam Szabo

organização:  COMPANHIA DE DANÇA DE AVEIRO

apoios: 

patrocinadores:  FeiraNova BRANCAUTO

ESPECTACULOS e WORKSHOPS no "Estaleiro" - Parque Municipal D. Pedro V - Aveiro (junto ao Estádio do Beira-Mar)

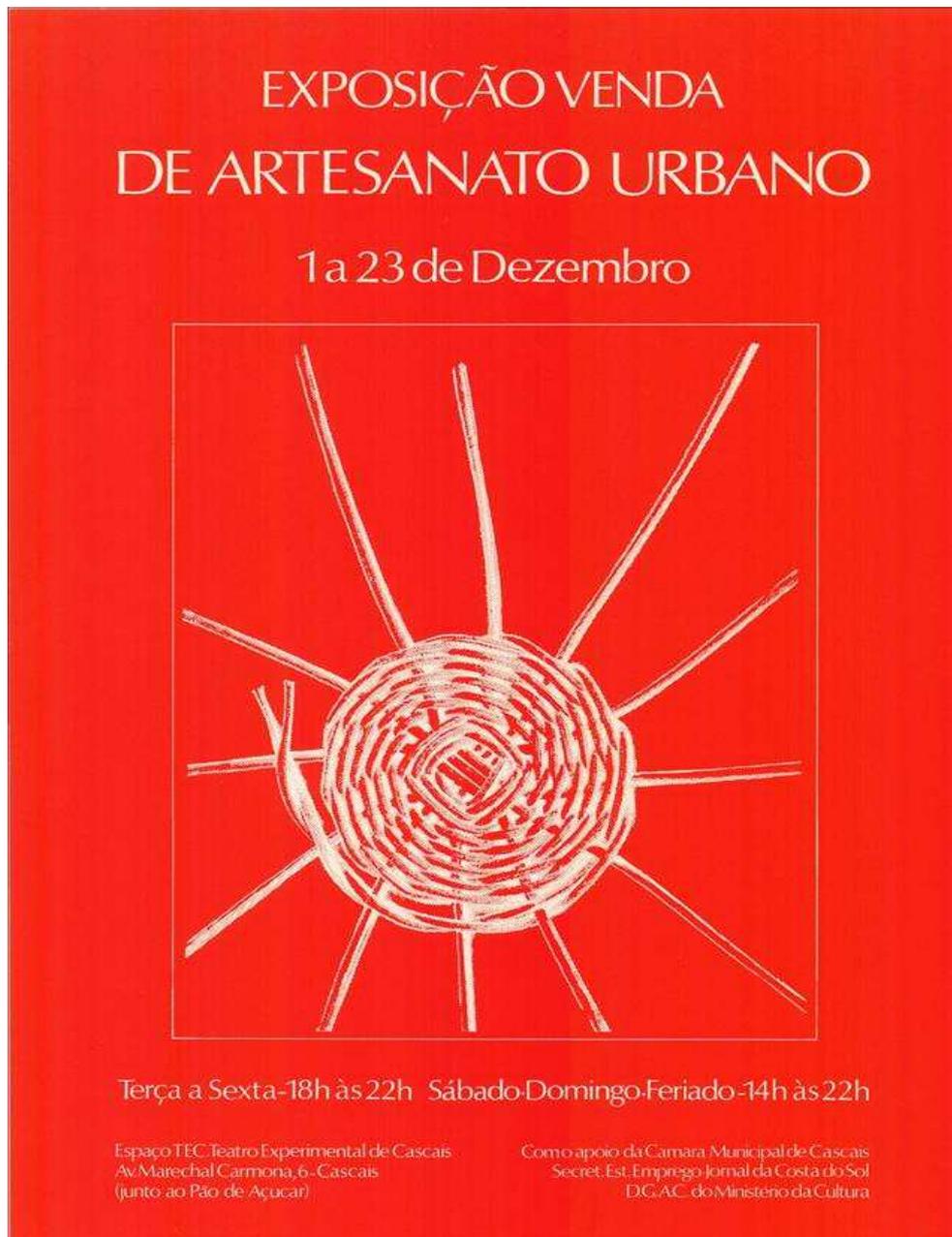
Fonte: <http://sinbad.ua.pt/cartazes/CT-UA-II-414>

FIG. 6: Área temática: Dança.

Título: Mês da dança Abril autores secundários design de Flávio Viana edição Aveiro: Companhia de Dança, [1999] dimensões 68 x 48 cm. Descritores: Dança

Texto do cartaz: Descrição do programa: espectáculos e workshops. Organização: Companhia de Dança de Aveiro. Lista de apoios

Anexo 38



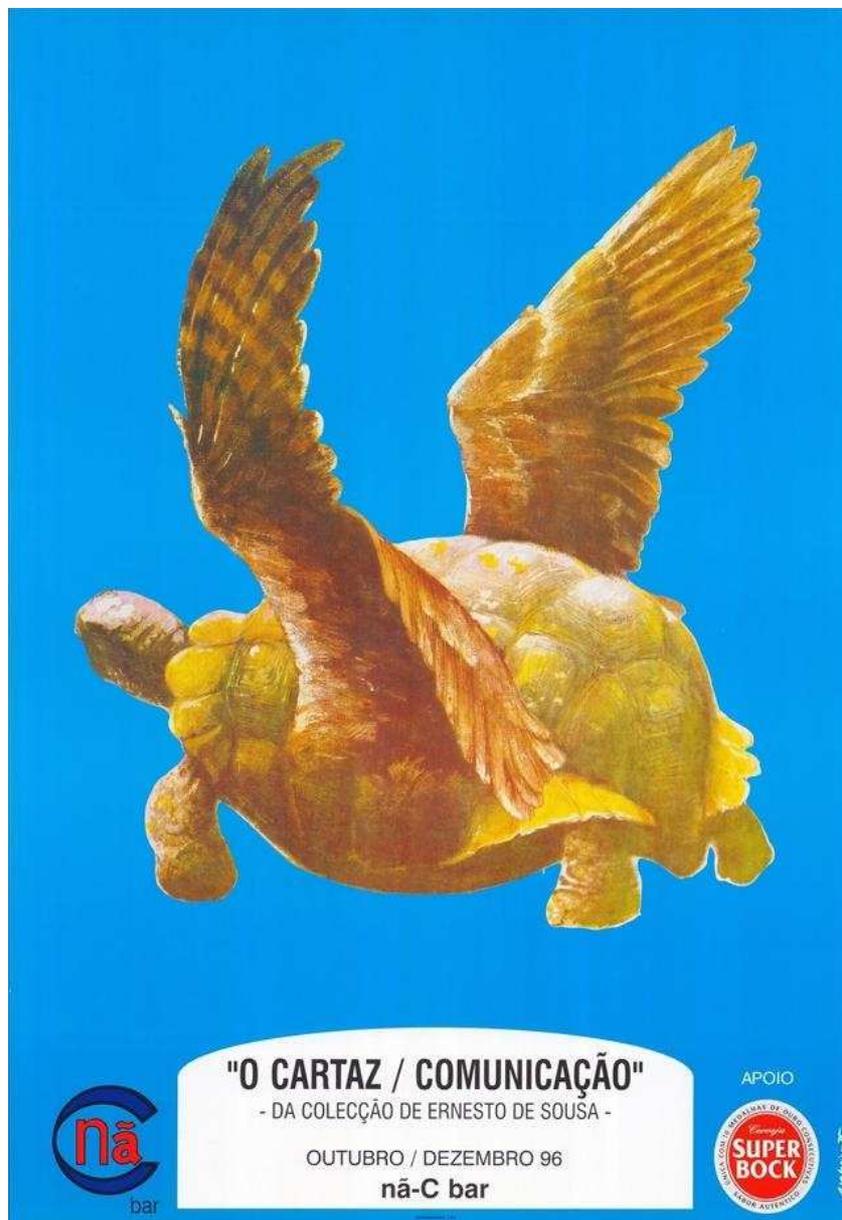
Fonte: <http://sinbad.ua.pt/cartazes/CT-ML-I-3814>

FIG. 7: Área temática: Exposições.

Título: Exposição Venda de Artesanato Urbano: 1 a 23 de Dezembro edição [Cascais : s.n., 197-?] dimensões 50 x 35 cm. Descritores: Exposições, Artesanato

Texto do cartaz: Terça a Sexta - 18h às 22h, Domingo, Feriado - 14h às 22h; Espaço TEC - Teatro Experimental de Cascais, Av. Marechal Carmona, 6 - Cascais (junto ao Pão de Açúcar); Com o apoio da Camara Municipal de Cascais Secret. Est. Emprego Jornal da Costa do Sol D.G.A.C. do Ministério da Cultura

Anexo 39



Fonte: <http://sinbad.ua.pt/cartazes/CT-ML-I-3799>

FIG. 8: Área temática: Eventos.

Título: O cartaz - comunicação: da colecção de Ernesto de Sousa edição [Portugal : s.n.], 1996 dimensões 49 x 34 cm. Descritores: Fotografia

Texto do cartaz: Outubro/Dezembro 96; nã-C bar nome do impressor (Normagrafe, Lda)

Anexo 40



Fonte: <http://sinbad.ua.pt/cartazes/CT-ML-II-3638>

FIG. 9: Área temática: Espectáculos teatrais.

Título: A Barraca conta: Zé do telhado edição [Portugal: s.n.], 1978 dimensões 67 x 47 cm. Descritores: Teatro

Texto do cartaz: Texto de Helder Costa; Música de Zeca Afonso; Cenografia de João Brites; Encenação de Augusto Boal; António Cara d'Anjo, João Maria Pinto, João Soromenho, Luis Lello, Manuel Marcelino, Margarida Carpinteiro, Maria do Céu Guerra, Mário Viegas, Orlando Costa, Paula Guedes, Santos Manuel; Subsidiado pela Secretaria de Estado da Cultura

Anexo 41



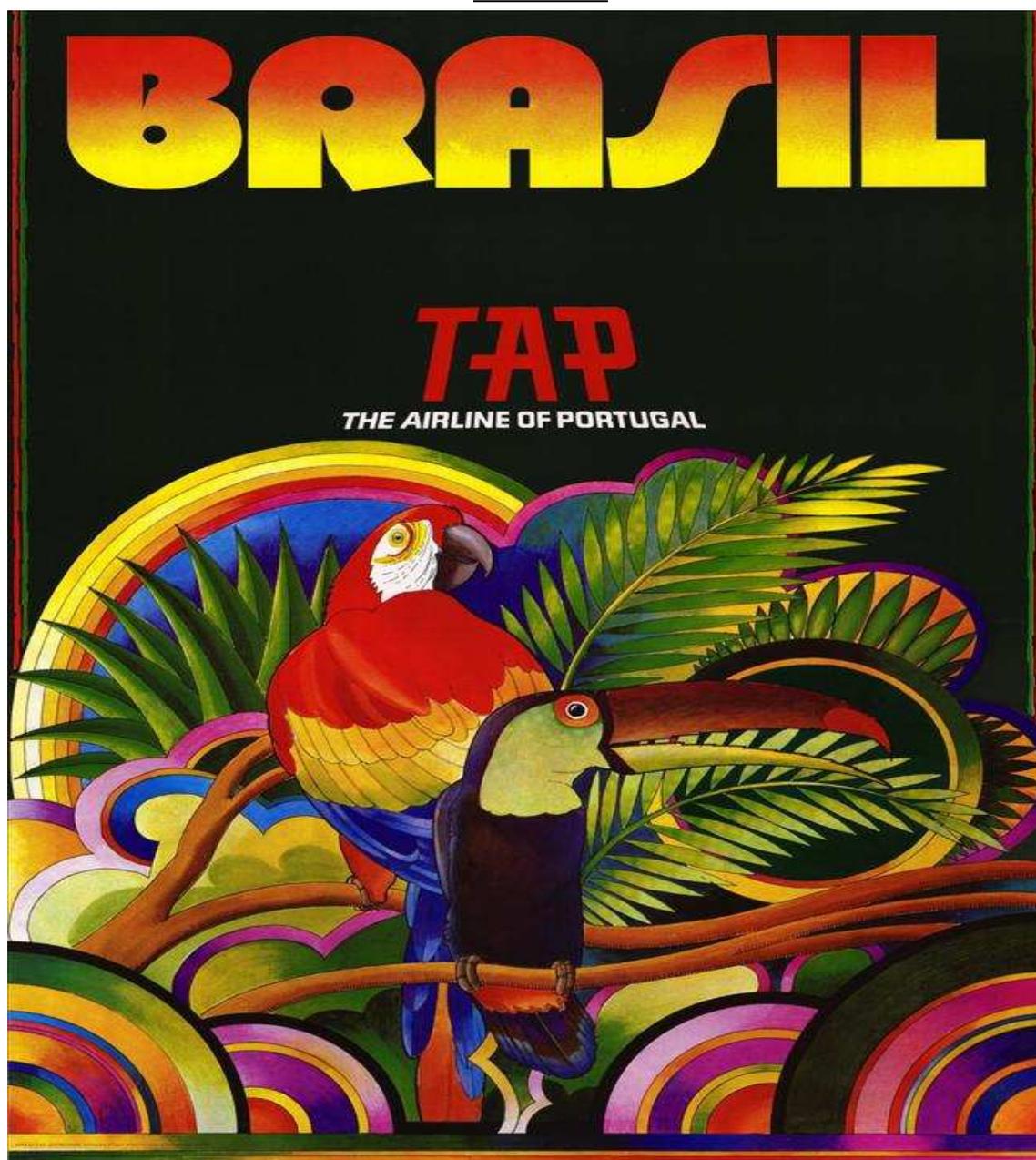
Fonte: <http://sinbad.ua.pt/cartazes/CT-ML-II-1364>

FIG. 10: Área temática: Comerciais.

Título - Filhos da Madrugada cantam José Afonso edição Lisboa : BMG, 1994 dimensões 98 x 68 cm.
Descritores: Música portuguesa

Texto do cartaz: Madredeus, Maio Maduro Maio, GNR, Coro dos Tribunais, Sitiados, A Formiga no Carreiro, Vozes da Rádio, Os índios da Meia Praia, Tubarões, Venham mais Cinco, Peste & Sida, O Homem da Gaita, Ritual Tejo, Canto Moço, Delfins, Vejam bem, Diva, Canção de Embalar, Opus Ensemble, Era um Redondo Vocábulo, Xutos & Pontapés, Coro da Primavera, Sétima Legião, Cantigas do Maio, Resistência, Chamaram-me Cigano, Entre-aspas, Traz outro Amigo também, Mão Morta, O Avô Cavernoso, Frei Fado D'El Rei, Que amor não me engana, Censurados, O que faz falta, Brigada Victor Jara, Ronda das Mafarricas, UHF, A Morte saiu à Rua, Essa Entente, Senhor Arcanjo, Grândola Vila Morena

Anexo 42



Fonte: <http://sinbad.ua.pt/cartazes/CT-ML-II-2508>

FIG. 11: Área temática: Viagens.

Título: Brasil : TAP, The Airline of Portugal. Lisboa : Espiral/TAP-Advertising Division. Casa Portuguesa-Lisboa, [s.d.] dimensões 68 x 48 cm. Descritores: Transporte aéreo, Turismo, Portugal

Texto do cartaz: TAP, The Airline of Portugal

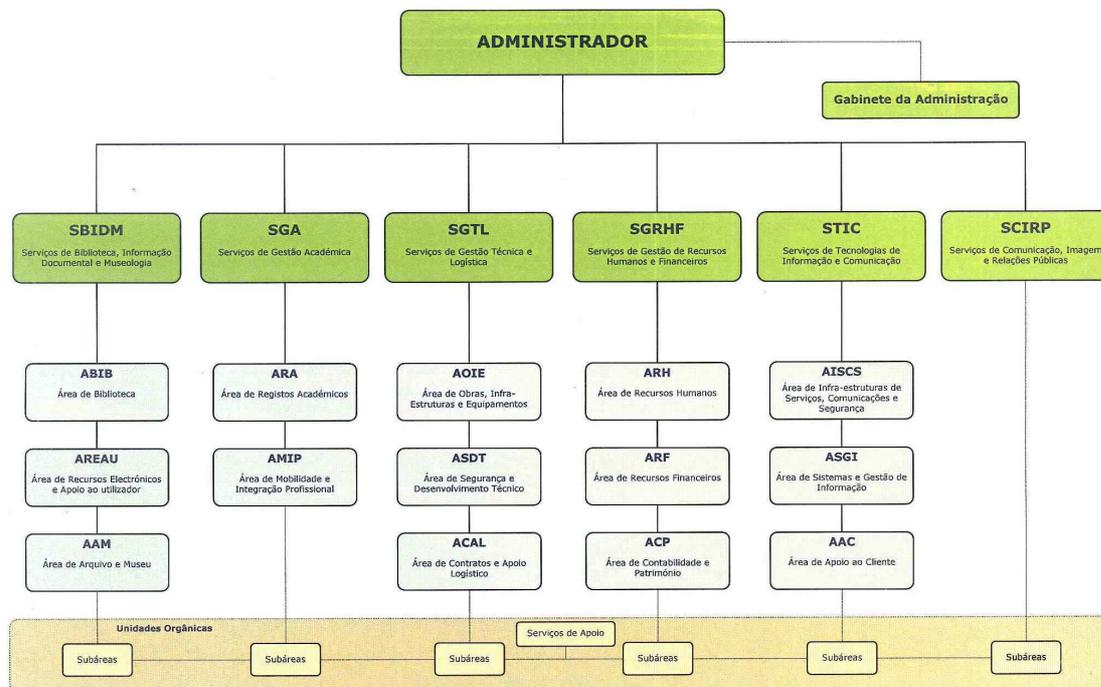
Anexo 43



Fonte: Créditos fotográficos – Dr.ª Susana Lopes

FIG. 12: Marcas de fabricantes de faianças portuguesas.

Anexo 44



Fonte: <http://www.ua.pt/PageText.aspx?id=11247>

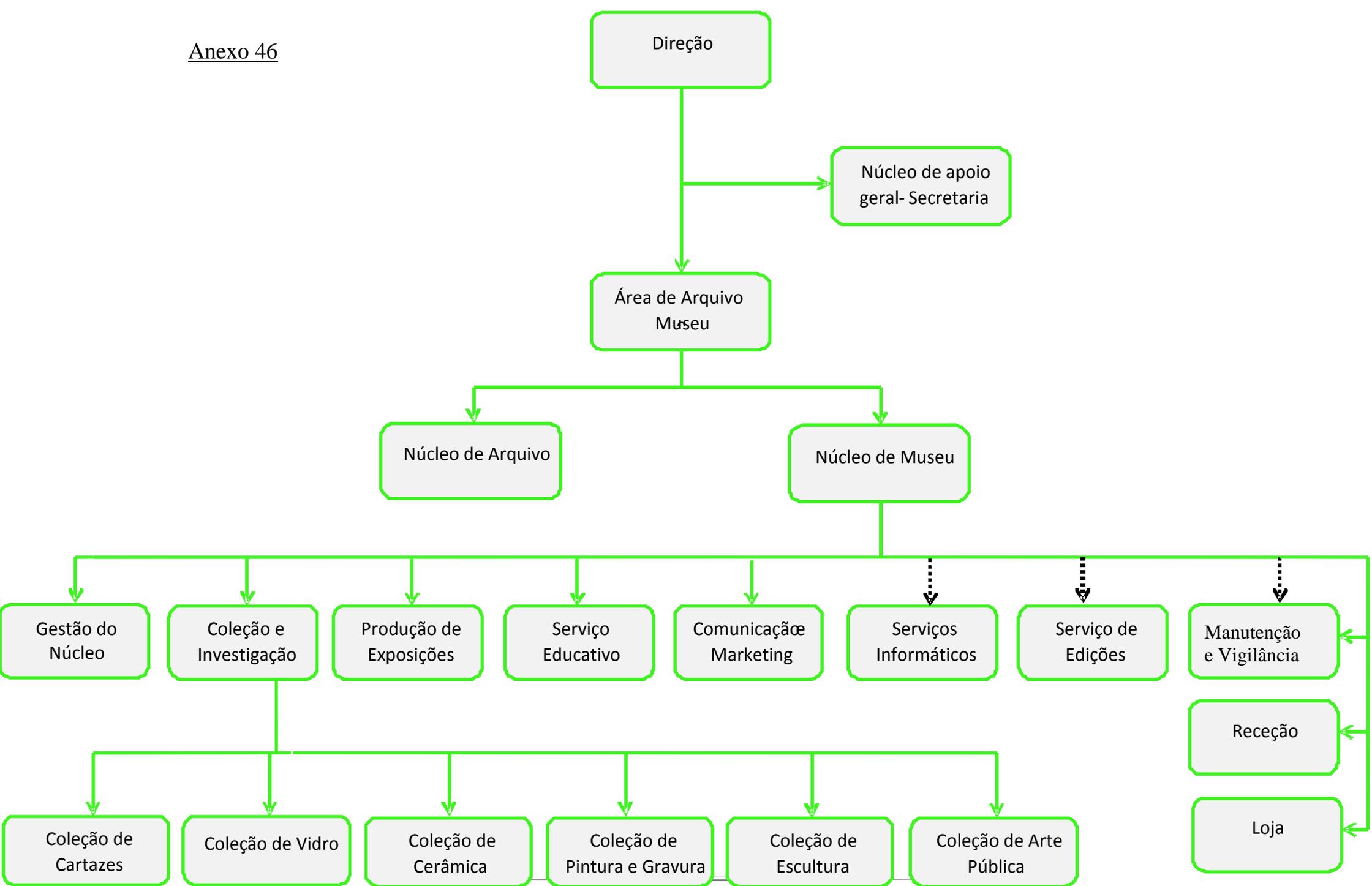
FIG. 13: Organograma geral da UA.

Anexo 45



Fonte: <http://www.ua.pt/sbidm/PageText.aspx?id=12603>

FIG. 14: Organograma dos SBIDM.



Anexo 47



Autor: Daniel Soares

FIG. 15: Logótipo do MUA.

Anexo 48



Autor: Daniel Soares

FIG. 16: Cartão de visita.

Anexo 49

	Título da Peça	Identificação & Descrição	Imagem
	ANIMAL ALMA	<p>Designação: Animal Alma Local: Jardim do Espelho de Água entre os edifícios do Departamento de Engenharia Cerâmica e do Vidro e a ESSUA Autor: Manuel Patinha Materiais: Aço galvanizado Dimensões: 335x216x108cm Colocação no Campus: ano 2000</p>	
	ESTÁTUAS DE PEDRA	<p>Designação: Estátuas de Pedra Local: Jardim junto à entrada no edifício da Reitoria Autor: Paulo Neves Materiais: Pedra Colocação no Campus: ano 2001</p>	
	CALANDRA	<p>Designação: Calandra Local: Átrio do edifício da Biblioteca da Universidade Autor: Manuel Patinha Materiais: Aço galvanizado Dimensões: 80x175x80cm Colocação no Campus: ano 2000</p>	

	PAINEL TIMOR	<p>Designação: Painel Timor Local: Escadaria de entrada do edifício Departamento de Didáctica e Tecnologia Educativa Autor: Crianças das escolas do pré-primário e 1.º ciclo, da Região de Aveiro Materiais: Azulejos e tintas para azulejo</p>	
	VOAR MAIS ALTO	<p>Designação: Voar mais alto Local: Muro lateral do CIFOP frente à entrada do edifício da Reitoria Autor: Zé Penicheiro Materiais: Painel em cerâmica Dimensões: 15,6x5,5m Colocação no Campus: ano 2004</p>	
	PLACES UNDER SKY	<p>Designação: Places Under Sky Local: Jardim lateral junto ao edifício da Reitoria Autor: Panaite Chifu Materiais: Madeira Dimensões: 500x740x890cm Colocação no Campus: ano 2004</p>	

	ONÍRICA SERENIDADE NA ESPERANÇA...	<p>Designação: Onírica Serenidade na Esperança...</p> <p>Local: Fachada Principal do edifício da Reitoria</p> <p>Autor: Xico Lucena</p> <p>Materiais: Granito</p> <p>Dimensões: 95x210x85cm</p> <p>Colocação no Campus: ano 2009</p>	
	GRANDE ENLACE	<p>Designação: Grande Enlace</p> <p>Local: Átrio de entrada do edifício da Reitoria</p> <p>Autor: Manuel Patinha</p> <p>Materiais: Aço e Vidro Espelhado</p>	
		<p>Designação: Título desconhecido</p> <p>Local: Junto ao jardim lateral do edifício do Departamento de Matemática</p> <p>Autor: Paulo Neves</p> <p>Materiais: Mármore</p> <p>Dimensões: 230x190x120cm</p> <p>Colocação no Campus: ano 2010</p>	

	UN SUEÑO SOÑADO EN LA ESCALERA	<p>Designação: Un Sueño Soñado en la Escalera</p> <p>Local: : Entrada do edifício do Complexo Pedagógico</p> <p>Autor: Paco Pestana</p> <p>Materiais: Madeira</p> <p>Dimensões: 636x138x15cm</p> <p>Colocação no Campus: ano 2004</p>	
	OS ANJOS TAMBÉM TÊM ASAS	<p>Designação: Os Anjos também têm Asas</p> <p>Local: Entrada do edifício do Complexo de Cantinas do Crasto</p> <p>Autor: Paulo Neves</p> <p>Materiais: Madeira</p> <p>Dimensões: pequena 360x75x75; grande 490x75x80cm</p> <p>Colocação no Campus: ano 2004</p>	
	TENSÃO BIO-GRAVÍTICA III	<p>Designação: Tensão Bio-Gravítica III</p> <p>Local: Fachada Este do edifício do Complexo Pedagógico</p> <p>Autor: Xico Lucena</p> <p>Materiais: Granito</p> <p>Dimensões: 390x90x27cm</p> <p>Colocação no Campus: ano 2009</p>	

		<p>Designação: Título desconhecido</p> <p>Local: No jardim entre o edifício do Complexo Pedagógico e o edifício do Laboratório Central de Análises</p> <p>Autor: Isaque Pinheiro</p> <p>Materiais: Mármore</p> <p>Dimensões: 120x220x180cm</p> <p>Colocação no Campus: ano 2010</p>	
		<p>Designação: Título desconhecido</p> <p>Local: Na Alameda Central entre o edifício do Departamento de Geociências e o edifício do Departamento da Química</p> <p>Autor: Volker Schnüttgen</p> <p>Materiais: Mármore</p> <p>Dimensões: 270x150x120cm</p> <p>Colocação no Campus: ano 2010</p>	

Anexo 50