

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Planeamento Museológico

Orientação Conceptual

Fernando Miguel dos Reis Marques dos Santos

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

Orientador

Professor Doutor Mário Canova Moutinho

Co - Orientador

Professor Vitor Manaças

Departamento de Ciências Sociais

2001

ABSTRACT

The present study aims at understanding the museology planning from a communicational standpoint within the range of some national museums (i.e. to what extent museums plan and prepare for receiving its visitors). This study focuses on three museums of reference, two of which are linked of the authority of the Portuguese Institute of Museums - IPM, and the other connected to a cultural centre.

The range of museums was diversified so as to enlarge the scope of the study. For that purpose the selection took into account a museum that had opened recently; a museum that had been recently improved; and a museum that retained its characteristics.

This study analyses the following aspects:

- Exterior Enveloping: All works carried out by the museums in order to accomplish communication with the public.

- Interior Enveloping: The variety of matrices that are proposed by the museums in order to receive the public.

- Public Analysis: The opinions conveyed by the public.

In the end, this dissertation presents a set of possible solutions to improve public / institution relationships.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que colaboraram para a realização desta dissertação.

Índice

Introdução.....	6
Conceito de Envolvente	7
Abordagem Metodológica.....	11
Recolha de Dados	12
Fontes primárias e fontes secundárias	12
Fontes secundárias.....	12
Fontes primárias	12
Escolha dos museus	13
Estrutura da Dissertação.....	14
Envolvente exterior.....	14
Elementos chave associadas ao conceito da envolvente exterior:	14
Envolvente interior.....	15
Elementos chave associadas ao conceito da envolvente interior:	15
I - ORIENTAÇÃO NA ENVOLVENTE DE UM MUSEU	19
Envolvente exterior	21
Publicidade directa:.....	21
Envolvente directa externa do museu.....	21
Propaganda Directa	21
Propaganda indirecta	22
Propaganda na envolvente externa directa.....	22
Envolvente Interior de um Museu	25
Públicos tipo	26
Grupo / individual	26
Deficientes	29
Crianças e adolescentes.....	30
Idosos	30
Grupos	31
Serviços museológicos de interacção com o visitante.....	32
Entrada na exposição	34
Espaço de Exposição.....	34
Introdução às formas de expor em museus.....	37
1º - Efeito estético dos objectos	37
2º - Facilidade do público de ver e estudar os objectos	38
3º - A protecção dos objectos:	39
Princípios de leitura de textos.....	39
1º - Ninguém lê tudo	39
2º - Tem de se ter em atenção quando se utiliza grande quantidade de texto em MAIÚSCULAS.....	40
3º - Um painel introdutório deve de ser cuidado	40
4º - Uso mínimo de fontes.....	41
5º - Os espaçamentos	41
6º - Utilização de fundos	42
7º - Localização dos textos	43
Mobiliário de utilização usual.....	43

Vitrinas	43
Os estrados.....	44
Os Plintos.....	45
II - Museu Nacional de Etnologia	46
Plantas do Museu.....	47
Caracterização do Museu Nacional de Etnologia.....	50
Situação do Museu	50
Serviços do Museu	52
Orçamento e finanças.....	54
Aquisições : política e prática	55
Entrevista com a Dr. ^a Ana Margarida coordenadora do Serviço Educativo do Museu de Etnologia	57
Museu Nacional De Etnologia - Envoltente Exterior	62
Caracterização da actuação do Museu.....	62
Envoltente Exterior	64
Envoltente Interior do Museu Nacional de Etnologia	68
Análise dos visitantes ao Museu Nacional de Etnologia.....	75
Gráficos dos inquéritos realizados ao público visitante do Museu Nacional de Etnologia.....	80
III - Museu Nacional do Traje.....	92
Plantas do Museu.....	93
Caracterização do Museu Nacional do Traje	95
Situação do Museu	95
Serviços do Museu	97
Orçamento e finanças.....	100
Aquisições : política e prática	101
Entrevista com a Dra. Ana Leitão, responsável pelo. Serviço Educativo do Museu do Traje	102
Museu Nacional do Traje - Envoltente Exterior.....	107
Envoltente Exterior	108
Envoltente Interior do Museu do Traje	112
Análise dos visitantes ao Museu do Traje	120
Gráficos dos inquéritos realizados ao público visitante do Museu Nacional do Traje	124
IV - MUSEU DO DESIGN.....	136
Plantas do Museu	137
Caracterização do Museu do Design.....	138
Situação do Museu	138
Serviços do Museu	140
Orçamento e finanças.....	142
Aquisições : política e prática	143
Entrevista à Dr. ^a Bárbara Coutinho coordenadora do Serviço Educativo do Centro de Exposições do CCB.....	146
Museu do Design - Envoltente Exterior.....	154
Envoltente Interior do Museu do Design	161
As exposições temporárias	166
Análise dos visitantes ao Museu do Design	169
Gráficos dos inquéritos realizados ao público visitante do Museu do Design.....	174
V - Conclusão	192
Planeamento Museológico	196

Serviços dos Museus.....	202
Necessidades Físicas dos Grupos	203
Exposição	203
Lacunas no planeamento dos museus analisados	206
Museu de Etnologia	206
Museu do Traje	206
Museu do Design	207
Breves considerações sobre o Público.....	210
Cruzamento de dados sobre a opinião do público visitante dos Museus analisados	214
Bibliografia	223
Anexo.....	227

Introdução

O objectivo deste trabalho é contextualizar o visitante no museu, analisando as formas como estes, locais de guardar memórias, cativam a sociedade para verem o seu trabalho, analisando assim a produção de um saber abrangente.

Waldisa Rússio Guarnierí resume nos seus textos sobre "Interdisciplinaridade em Museologia"- escritos para o seminário do curso de museologia da FESP de SP, organizadora do 1º curso de Museologia em nível de pós-graduação no Brasil- o que deve ser a museologia e as suas intenções:

"(...) 2. A museologia é uma ciência nova e em formação. Ela faz parte das ciências humanas e sociais. Possui um objecto específico, um método especial, e já experimenta a formulação de algumas leis fundamentais. O fato museológico é a relação profunda entre o homem, - sujeito conhecedor, e o objecto, parte da realidade sobre a qual o homem igualmente atua e pode agir. Essa relação comporta vários níveis de consciência e o homem pode apreender o objecto por intermédio de seus sentidos: visão, audição, tato, etc. Essa relação supõe em 1º lugar e etimologicamente falando, que o homem "admira o objecto".

(...) 4. Esta relação profunda entre homem e objeto (objeto, ideia, criação) que constitui o fato "museal" ou museológico, se estabelece no recinto institucionalizado do museu. Esta idéia de instituição é útil porque ela cobre bem, tanto o pequeno museu quanto o grande museu tradicional, passando pelo ecomuseu, certamente uma das maiores conquistas e descobertas da museologia contemporânea.

*5. O que caracteriza um museu é a intenção com que foi criado, e o **reconhecimento público** (o mais amplo possível) de que é efetivamente um museu, isto é, uma autêntica instituição. O museu é o local do fato "museal", mas para que este fato se verifique com toda a sua força, é necessário "musealizar" os objetos (os objetos materiais tanto quanto os objetos conceito). Podemos assim "musealizar" objetos que são vestígios, provas da existência do homem e seu ambiente, de seu meio natural ou modificado por ele próprio.*

À musealização concerne objetos que possuem valor de testemunho, de documento e de autenticidade com relação ao homem e à natureza.(...)"¹

Para dar resposta às perguntas, 'o que leva o público ao museu?', 'serão só os profissionais e os estudantes os interessados em ir ao museu na ânsia de aprofundar conhecimentos?', ou o 'museu poderá ser um local de prazer e de lazer, tornando-se abrangente para um público o mais amplo possível?'

Para que isso aconteça o museu deve trabalhar em duas frentes; dentro e fora de 'portas'.

Para a caracterização museológica foram designadas duas tipologias:

- Envolvente Exterior.
- Envolvente Interior.

Conceito de Envolvente

A palavra *envolvente*, do verbo *envolver*, vem definida no dicionário como: "*abarcas; cingir; abranger; meter dentro de envoltório; enrolar; enfaixar; incluir; cercar; sendo o seu sentido figurado: comprometer; implicar; misturar; confundir; intrigar*"².

É este conceito de *abranger* que se quer explorar neste trabalho, incluindo nestas duas envolventes (exterior e interior), uma série de requisitos que o museu deve satisfazer para conseguir que o público o visite, respondendo às perguntas essenciais: Existe?; Onde está?; O que dá?.

Considerou-se que na envolvente exterior estariam incluídos os métodos de publicidade e propaganda museal, tanto directa como indirecta. Por publicidade directa entenda-se todos os suportes gráficos e audiovisuais, espalhados da forma mais abrangente possível: mundo, continente, país, cidade, bairro, na tentativa de alertar a população, porque a actividade museológica deverá ser, idealmente, referida no universo do conhecimento.

¹ Guarnieri, Waldisa Rússio. (2000). A interdisciplinaridade em Museologia. Comunicação inicialmente feita no 1º Curso de Museologia em nível pós-graduação no FESP de São Paulo, Brasil, repetida Comunicação apresentada na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, Portugal. (p. 1/3)

² Diciopédia, O poder do conhecimento, Porto Editora Multimédia, Software desenvolvido para Windows 95, 98, 200, Me Ou Windows NT 4.0(SP6).2001. www.portoeditora.pt

Para que a actividade do museu seja referida tanto por especialistas como por conhecedores, este deve-se socorrer de várias ferramentas, (anúncios gráficos, radiofónicos, televisivos, na internet etc.) edições de imagem museológica tão integradas quanto possível na imagem corporativa do museu para que a mensagem seja sempre entendida da mesma forma e não suscite equívocos³ tanto na geografia mais lata como na circunscrita à vizinhança da instituição ou mesmo no seu espaço físico.

De forma indirecta, a propaganda pode passar e renovar-se tão constantemente quanto a vontade, se forem utilizadas as novas auto-estradas informativas de meios informáticos.

Estaremos neste contexto a falar, desde um sítio na Internet, à edição personalizada de suportes informáticos, como apresentações em formato de CD, realizados no próprio museu. Este tipo de suporte não se substitui a outros tradicionais, de edição gráfica, vem sim tornar-se num complemento mais acessível economicamente.

Denise C. Studart refere-se à utilização dos meios multimédia nos textos da sua intervenção na conferência "Localmente e Mundialmente: Novas Estratégias de Comunicação em Museus"

"(...) Os computadores multimédia oferecem um grande potencial que não pode ser desprezado pelos museus. Todavia, é importante que o museu defina previamente as finalidades e os objectivos do uso destas tecnologias e como integrá-las na sua política de comunicação. Entre as principais qualidades da utilização de computadores multimédia está a sua habilidade em arquivar e manipular enormes quantidades de informação em texto e imagem(estática e em movimento), e a possibilidade de associações e conexões entre os dados (de acordo com a capacidade e as especificações do "hardware"). Os museus podem fazer uso destas tecnologias de diversas formas. Por exemplo, internamente, o museu pode usar estas tecnologias para realizar a documentação e o gerenciamento de suas coleções de forma eficiente e rápida (considerando que o "software" seja planejado de forma a possibilitar diversas aplicações que atendam às necessidades do museu). Para uso externo, o museu pode colocar a disposição do público (cada vez

³ Equívocos do género - será que existem dois museus que se dedicam à mesma actividade no mesmo local?, isto só porque o museu não teve o cuidado de utilizar sempre a sua imagem de marca.

de forma mais ampla através da Internet e de CD-ROMs) um vasto universo de informações" ⁴.(p. 3).

Na envolvente exterior e na propaganda foram considerados também os meios de informação disponíveis nos museus em forma de edição gráfica (guias, catálogos, livros, portfólios, postais, convites, artigos de promoção etc.), porque, de alguma forma, estes suportes foram concebidos para passagem de informação e prolongamento de memória do museu, com o intuito de extrapolar as portas da instituição servindo de suporte memorial para o interessado. Um visitante que vá ver uma exposição num museu, e que esta lhe agrade, se transportar consigo algum suporte de informação, será a esta que ele se irá socorrer quando mais tarde quiser reavivar a sua memória ou partilha-la com outras pessoas. Por esta razão, estes suportes de comunicação estão abrangidos pela envolvente exterior; se bem que eles sejam criados dentro de portas, a sua vida útil será iniciada quando saírem da instituição ou entrarem na consulta de biblioteca.

Mário Moutinho refere nos seus textos; "Autonomia, ritmo e criatividade na museologia contemporânea" que:

"Se este princípio a museologia como meio de Comunicação é progressivamente reconhecido decorre dele que a museologia não é apenas o que acontece nos Museus.

Antes pelo contrário, a museologia como meio de comunicação deverá ser cada vez mais entendida como um recurso exterior ao Museu. E se assim for, teremos de considerar a distinção entre a museografia, como tudo o que diz respeito ao Museu, da expografia entendida como uma escrita, como sendo esse meio de comunicação.

Que o museu recorra à expografia ou não, deixa de ser uma obrigatoriedade, para ser uma opção tomada em função de cada projecto de intervenção montado no seio de cada museu.

⁴ Studart, Denise, C. (2000) Localmente e Mundialmente: Novas Estratégias de Comunicação em Museus. Texto para discussão no CECA-Brasil para a conferência do CECA, Viena, 1996. Comunicação apresentada na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2000 Portugal.

Por seu lado a expografia procurará cada vez mais cortar o cordão umbilical com a instituição museal para ser uma espécie de fruto que cada um pode colher e utilizar como bem entender.

(...) A expografia, deixando de estar acorrentada ao serviço das colecções, passa a poder ser um recurso para desenvolver e apresentar ideias dentro e fora do Museu."⁵

A envolvente interior de um museu é composta pela instituição física e por tudo o que ela inclui, para a recepção aos visitantes, razão de ser da sua existência. Aqui considera-se todos os serviços com vista a satisfazerem as necessidades dos visitantes tanto a nível físico como intelectual, não sendo objecto de estudo deste trabalho outros serviços existentes nos museus de cariz mais administrativos.

Para além dos serviços, existem certas características que os espaços físicos das instituições museais devem possuir para que a circulação de informação e de indivíduos dentro destas se formalize sem percalços. A análise dos grupos de visitantes com mais exigências é crucial para que os museus satisfaçam o leque mais abrangente possível de indivíduos.

Dentro do espaço de exposição existem diversos tipos de questões a ponderar para que a exposição cumpra o seu desígnio que é informar pedagogicamente o visitante.

⁵ Moutinho, Mário Canova, Autonomia, Ritmo e criatividade na museologia contemporânea. Textos para a comunicação dos encontros "Linguagem, Tecnologias e Processos Museológicos" na Universidade de São Paulo. 2000. (p. 10)

Abordagem Metodológica

A abordagem metodológica em que assenta o presente estudo é de natureza qualitativa e indutiva, em que os conceitos são desenvolvidos através de observação empírica do mundo real. O argumento para a sua adopção consiste no facto de que as explicações fenomenológicas que não sejam baseadas na observação e experiência do mundo real não são aplicáveis ao uso real.

A abordagem positivista foi rejeitada por se basear na asserção de que *“a abordagem positivista – quantitativa se baseia no pressuposto de que é necessário separar o fenómeno investigado do ambiente envolvente para se poder objectivamente avaliar a realidade. As técnicas de recolha de dados tendem a ser numéricas, de formato quantitativo de que deriva o seu nome (...) uma abordagem quase exclusivamente ligada ao ponto de vista epistemológico positivista”*. (M.J.Durão, 2000)⁶.

Neste estudo, a abordagem quantitativa foi rejeitada por não se adequar à compreensão da interpretação feita pelo indivíduo do ambiente circundante. A abordagem qualitativa, pelo contrário, considera o valor do contexto e procura compreender as experiências vivenciadas dos participantes nesses mesmos contextos.

Uma das características fundamentais da abordagem qualitativa consiste na flexibilidade que por sua vez potência a exploração e descoberta através de estratégias como:

- o Observação directa – usada neste caso para identificar e caracterizar a estrutura física bem como os conceitos sobre os quais incidem este estudo.
- o Inquéritos e entrevistas – que viabilizaram a exploração e compreensão das relações existentes entre o espaço físico e os seus utentes, bem como as suas entidades responsáveis, para que finalmente fosse possível cumprir com o objectivo final deste trabalho, que consiste em apresentar soluções possíveis para o melhoramento do relacionamento entre o público e a instituição.

⁶ “The Positivist – Quantitative Approach is based on the assertion that it is necessary to separate the phenomenon researched from the surrounding environment so as to assess reality objectively, techniques of data collection tend to be numerical, quantitative form from which it derives it’s name, quantitative (...) approach is almost exclusively linked to the positivist epistemological viewpoint” (M.J.Durão, Colour and Space: An Analysis of Colour Meaning Expression and the Perception of Space. Tese de Doutoramento, The University of Salford. 2000, p. 137.).

Recolha de Dados

Fontes primárias e fontes secundárias

Em virtude de ser nas fontes secundárias que se encontram razões de estudo, estas devem ser analisadas previamente. (...) Os dados primários são essenciais para encontrar os requisitos de estudo. (M. J. Durão 2000).

Fontes secundárias

As fontes secundárias, remetem para a existência de dados relevantes que satisfazem necessidades múltiplas e que podem ser trabalhadas, para que nos indiquem percursos a desenvolver dentro daquilo que se pretende investigar. As bases desta informação, são principalmente material publicado (fontes bibliográficas) em artigos de revistas, livros especializados, conferências, dissertações, internet, etc.

Estas fontes são informações que de alguma forma já foram trabalhados e que permitem a elaboração de conceitos fundamentais.

Os conceitos de envolvente exterior e interior, referem-se a uma pesquisa secundária realizada através de leituras preliminares, que identificam e caracterizam conceitos de planeamento museológico, com vista a uma eficaz orientação comunicativa entre o museu e o seu público. Estas informações são os conceitos base obtidos para satisfazer os dados necessários à pesquisa primária, realizada com os três museus objecto deste estudo.

Fontes primárias

Para a recolha dos dados primários foi utilizada uma combinação de observação directa em trabalho de campo, análise documental, entrevistas e inquéritos realizados aos principais intervenientes no processo de estudo.

Escolha dos museus

Para a execução deste estudo foram ponderados à priori, os principais museus da cidade de Lisboa, numa análise selectiva que teve em conta vários factores tais como a localização, o reconhecimento por parte do público, a abrangência do tema, e a importância desses museus enquanto representantes da salvaguarda da memória colectiva. Desta selecção foram eleitos cinco museus: Museu da Fundação Calouste Gulbenkian, Museu do Chiado, Museu Nacional de Etnologia, Museu Nacional do Traje e Museu do Design.

Factor decisivo para a escolha dos museus analisados, foi a condição de todos eles estarem de alguma forma relacionados com artefactos ligados à vivência do homem em sociedade. Para além dos itens anteriormente referenciados, optou-se por uma selecção de instituições que se diferenciavam no seu período de concepção; por esta ordem optou-se pelos três seguintes museus.

- Um museu concebido de forma tradicional, onde a existência de um espaço físico, projectado com uma função totalmente distinta, é adaptada a uma nova realidade, de espaço museológico, com todas as inerências que são exigidas a um museu a ter que ser adaptadas ao espaço existente (Museu Nacional do Traje, construído entre 1770/80, como casa de habitação e inaugurado em 1977).
- Um museu com um edifício concebido para o efeito, mas que tivesse recebido obras de melhoramento recentes, de forma a estar actualizado com as novas exigências museológicas (Museu Nacional de Etnologia, construído em 1976, com obras 1999/2000).
- Um museu que tivesse um projecto de cariz recente (Museu do Design, construção do edifício, 1989/1992, inauguração do Museu 1999)

Estrutura da Dissertação

A estruturação deste trabalho é formada por uma primeira parte onde foram delineados alguns conceitos de planeamento museológico, englobados em duas áreas:

- Envolvente Exterior
- Envolvente Interior

Envolvente exterior

Na envolvente exterior o principal conceito é a organização, para que o público chegue consciente daquilo que o museu tem para lhe oferecer.

Para tal, o museu tem de se precaver com uma série de infra-estruturas que permita a recepção e comunicação com o visitante. Estas infra-estruturas irão permitir que o público localize o museu, e tenha acesso à informação das actividades que aí se desenvolvem.

A envolvente exterior termina quando o visitante entra no espaço de recepção museológico, recomeçando quando o visitante sai da instituição fazendo-se acompanhar com algum documento de memória sobre momento que viveu.

Elementos chave associadas ao conceito da envolvente exterior:

- Publicidade;
- Propaganda;
- Merchandising;
- Mailing;
- Material didáctico e informativo;
- Meios audiovisuais;
- Sítio na internet;
- Sistemas de avaliação.

Envolvente interior

Na envolvente interior os conceitos de organização passam pelo acolho e conforto do público, enquanto este está de visita ao museu, esta visita deverá satisfazer tanto o público que procura o museu para passar uns momentos lúdicos, como o público especializado que pretende mais e melhores informações sobre o tema exposto.

Para isso o museu deverá satisfazer vários níveis de estudo, e apresentar esses níveis de formas distintas.

Para satisfazer os vários tipos de público, o museu deve possuir uma série de serviços de interacção com o visitante, que vai desde o espaço de recepção, com todas as suas exigências; passando pelos serviços especializados de atendimento ao público inseridos nos serviços educativos; zonas de lazer e descanso, acessos não discriminatórios e formas associativas de apoio ao visitante e ao próprio museu.

No espaço de exposição o museu deve dispor de: boa circulação; legendagem e sinalética legível; iluminação apropriada; cenografia de acordo com os destaques pretendidos; informação específica e generalizada sobre a exposição.

Elementos chave associadas ao conceito da envolvente interior:

- Públicos tipo;
- Serviços de interacção com o público visitante;
- Espaço de exposição.

Uma segunda parte onde seguidamente se dedica um capítulo à análise de cada museu, estes são compostos pelos seguintes itens:

- Folha de Rosto: - Esta folha é centrada unicamente com o logotipo de cada museu, numa marca de água que personaliza a identidade do museu estudado, e efectiva a separação entre os museus analisados.

- Plantas dos Museus: - as plantas dos museus, retiradas dos guias institucionais, servem para integrar os leitores no contexto físico de cada instituição, estas páginas são identificadas na margem superior da folha com o logotipo do museu, para uma vez mais reforçar a imagem de marca do museu.

- Caracterização do Museu: - Com os conceitos de envolvência delineados, foram realizados uma série de entrevistas baseadas em perguntas abertas⁷, com os responsáveis museológicos a fim de caracterizar os museus tratados de forma homogénea.

Com os directores dos museus procedeu-se a uma entrevista estandardizada⁸ com a finalidade de caracterizar de forma homogénea a organização museológica; situação do museu a nível do seu planeamento físico; de serviços prestados à comunidade; de planeamento orçamental; e planeamento de aquisições.

Das entrevistas realizadas com os directores dos museus, retirou-se partes significativas de forma a complementar e qualificar a caracterização das envolventes museológicas.

⁷ - Diferença entre perguntas abertas e fechadas.

As perguntas abertas, onde o inquirido não seja dirigido a aceitar uma resposta já previamente estabelecida, mas que permita dar uma resposta livre, são menos susceptíveis de serem tendenciosas, devido à amplitude e liberdade a que o inquirido está sujeito. (Hakin, 1987).

As respostas fechadas, do tipo pragmático, sim ou não, ou quantificáveis, do género; muito bom; bom; suficiente; mau etc., são mais objectivas e menos ensaiadas nas respostas. (Frankfort - Nachmias e Nachmais, 1992), aqui podem ocorrer falsas opiniões porque a pessoa é obrigada a uma escolha. Este tipo de pergunta é indicada para questões particulares e assuntos específicos, permite quantificar opiniões. (Maria João Durão, 2000).

⁸ - *"Quanto mais estandardizada for uma entrevista, mais fácil será agregar e quantificar os resultados. Uma entrevista estruturada pode adoptar a forma de um questionário ou de uma lista que sejam completados pelo entrevistador e não pelo entrevistado. Se entrevistar pela primeira vez, será mais fácil usar um formato estruturado."* Judith Bell (1993, p.120)

- Entrevistas com as Responsáveis dos Serviços Educativos: - Estas entrevistas são reproduzidas neste estudo na sua quase integralidade pela sua importância para a caracterização da actuação destes serviços, as actividades que estes desenvolvem, os meios que as sustentam, e as formas de intervenção social destes Serviços com a comunidade.

- Envolvente exterior / Envolvente interior / Inquéritos ao visitante - A análise de trabalho de campo suportou-se por uma observação directa e inquéritos realizados ao visitante. Estes inquéritos basearam-se em perguntas do tipo fechadas, para que fosse possível quantificar parâmetros de satisfação dos inquiridos.

Com base em perguntas do tipo fechadas, foram elaborados os inquéritos aos visitantes dos museus, baseado no seu conhecimento empírico, na experiência em que tinham sido envolvidos na sua visita ao museu, com intuito de apurar:

- O tipo de público que visita cada museu;
- O conhecimento da exposição;
- As motivações que levaram o visitante até aquela instituição, (excluindo os visitantes dentro da escolaridade obrigatória, que se deslocam ao museu inseridos em visitas de estudo, este tipo de grupo que perfaz grande percentagem de visitas, é exactamente por isso dos visitantes que mais apoio tem dentro dos museus, faz a sua visita em contextos pedagógicos leccionados nas escolas, como tal é normalmente acompanhado pelos Serviços Educativos, no entanto o pretexto de se deslocar ao museu poderá não ser por intuito próprio. O público escolar fora da escolaridade obrigatória já foi inserido neste estudo).
- A regularidade da visita;
- A circulação dentro da instituição;
- As condições em que essa visita foi efectuada;
- O interesse do público pelo merchandising⁹;
- A forma como avalia o público toda a envolvente interior do museu.

⁹ Merchandising - conjunto de objectos destinados a promover uma instituição.

Toda a parte de análise da envolvente exterior e envolvente interior, é acompanhada por fotografias ilustrativas dos principais itens abordados durante essa análise, sendo as fotografias colocadas sob um fundo de cor associada à cor do logotipo do museu, vermelho para o Museu de Etnologia, azul para o Museu do Traje, verde para o Museu do Design e magenta para as exposições temporárias deste museu.

I - ORIENTAÇÃO NA ENVOLVENTE DE UM MUSEU

A orientação para o visitante chegar dentro do Museu, poderá ser a diferença entre o sucesso e insucesso de uma exposição.

Entenda-se 'orientação' no seu sentido mais lato de palavra, existindo segundo Winkel¹⁰ (1975) diversos níveis de orientação;

“(...) A disponibilidade de um sistema de orientação total é essencial se o museu quiser que os visitantes percebam e captem os seus objetivos(...)”

Segundo Michael Belcher existem quatro tipos de orientação para o visitante: a geográfica, a intelectual, a conceptual e a psicológica¹¹.

¹⁰ Belcher, Michael, Organización y diseño de exposiciones Trea Ediciones, 1991. *Organização e design de exposições*, fala sobre Winkel “ *La disponibilidad de un sistema de orientación globalizado es absolutamente esencial si el museo quiere garantizar que los visitantes perciban y capten sus fines y objetivos. La ausencia de un enfoque integrado puede llevar a desarrollar estrategias ineficaces en el despliegue expositivo de sus salas con el aumento consiguiente de frustración, aburrimiento y cansancio.*” (p. 123)

¹¹ ob.cit. Belcher, Michael, “1. Geográfica. Información sobre cómo llegar allí, incluida en el folleto del museo, señalización hasta el museo; el museo debería estar incluido en los distintos planos de la ciudad, planos turísticos, etc.; los visitantes deberían disponer de folletos con los planos del museo tanto en propia mano como expuestos por todas partes en el edificio. Sistema de señalización interna del museo y de las exposiciones.

2. Intelectual. Folletos introductorios y temáticos, publicaciones y listas de lectura, catálogos, bolsas de material didáctico, paneles introductorios a los temas de la exposición, charlas y vídeos.

3. Conceptual. Guías y folletos sobre la organización del museo y de las exposiciones concretas, bolsas de material didáctico, paneles explicativos, organización en una secuencia numérica, áreas de orientación.

4. Psicológica. Artículos de promoción del museo y de la exposición. Hojas de trabajo para la exposición y bolsas de material didáctico.” (p.125)

1 – Geográfica – Informação sobre como chegar até ali, incluída no folheto do museu, sinalização até ao museu, o museu deveria de estar assinalado nas diferentes plantas da cidade, plantas de turistas etc.; Os visitantes deveriam ter disponibilizados folhetos com as plantas do museu tanto consigo como em indicação/informação exposta por todas as partes do edifício. Sistema de sinalização interna do museu e das exposições¹².

2 – Intelectual – Folhetos introdutórios e temáticos, publicações e fichas de leitura, catálogos, pastas de material didáctico painéis introdutórios aos temas da exposição, vídeos etc..

3 – Conceptual – Guias e folhetos sobre a organização do museu e das exposições aí patentes, pastas de material com o dossier de imprensa, painéis explicativos, organização segundo uma sequência numérica, áreas de orientação.

4 – Psicológica – Artigos de promoção do museu e da exposição; fichas de trabalho para a exposição e pastas de material didáctico para ateliers ou trabalhos de campo.

¹² Na orientação geográfica existem dois níveis, a orientação exterior e a orientação interior.

Envolvente exterior

Estão incluídos na orientação exterior (envolvente exterior) todos os tipos de publicidade e propaganda, directa e indirecta, que facilitem o acesso ao Museu do modo mais confortável possível causando o menor transtorno a quem o pretende visitar; Deve-se evitar que o visitante percorra percursos labirínticos que o conduzam ao cansaço, (chegando enervado ou mal humorado à visita), não tendo assim, condições psicológicas para absorver nenhum dos ensinamentos que o Museu pretende transmitir.

Publicidade directa:

- Cartazes espalhados por 'Mupis'¹³ ; Bibliotecas; Escolas; Faculdades; Institutos; Outros museus; Teatros; Centros turísticos; etc.
- Anúncios em jornais; Publicações culturais; Autocarros; Taxis; Transportes públicos; Estações de transportes públicos.
- Indicações direccionais ao longo da cidade para automobilistas.

Envolvente directa externa do museu

Propaganda Directa

- Indicação de parque automóvel/autocarro, público e privado do Museu.
- 'Outdoors'¹⁴ personalizados; Telas plastificadas; que podem conter informações ou o logotipo¹⁵ do Museu. 'Totens'¹⁶ .

¹³ Sistemas de publicidade de mobiliário urbano para cartazes publicitários.

¹⁴ Sistemas de publicidade exterior com cartazes de grandes dimensões.

¹⁵ Logotipo - conjunto de letras que fazem a designação da empresa/instituição. Funcionam em conjunto com o símbolo para definir a imagem. Quando caracterizadas de forma específica, podem adquirir o estatuto de símbolo.

Propaganda indirecta

- Sitio na Internet, onde se possam consultar os acessos mais indicados para chegar ao Museu, imagens das exposições patentes com informações sobre estas, assim como os portfólios¹⁷ existentes no Museu.

- De modo a facilitar informação e documentação específica sempre que se justifique, o Museu deverá organizar diversos tipos de portfólios das exposições nele patentes para poder enviar ou facultar; para a imprensa, para universidades escolas ou entidades que o solicitem. Os portfólios deverão ser elaborados por especialistas nas matérias expostas, com documentação fotográfica de aspectos expositivos. Estes portfólios deverão também estar disponíveis no sitio de Internet do Museu.

- O Museu deverá, sempre que se justifique enviar um 'mailing'¹⁸ de convite para a inauguração de acontecimentos no interior da instituição com uma imagem ilustrativa do evento a apresentar. Recorrendo a uma base de dados de pessoas que de alguma forma sirvam para publicitar o Museu e demonstrem interesse nestas actividades, estas irão servir como local de tertúlia e discussão de assuntos directamente relacionados com as actividades museológicas.

Propaganda na envolvente externa directa

Outras estratégias de publicidade/propaganda indirecta poderão ser feitas nas imediações do Museu, com :

- Cartazes alusivos à exposição na fachada do Museu.



¹⁶ Sistemas de publicidade com iluminação, de interior ou exterior com imagens impressas.

¹⁷ Portfólio - Conjunto de projectos para apresentação da experiência e método de trabalho.

¹⁸ 'Mailing' - Envio de informação publicitária ou não para uma base de dados de indivíduos possivelmente interessados.

- Telas plastificadas, tipo bandeira, estruturadas com o logotipo, ou alusivas à exposição, na fachada ou em fachadas próximas, como indicadoras do percurso directo até ao Museu.

- Réplicas de peças existentes no Museu ou na exposição, deverão ser colocadas no exterior em locais próprios dentro ou fora de vitrines. Poderão também ser utilizados plintos publicitários onde as fotos são impressas sobre película e coladas sobre um plástico transparente, iluminadas por trás. Partes de objectos passados a fundição com molde de areia, colocados na via pública para suscitar surpresa e interesse; estas peças, réplicas de excertos dos objectos expostos, poderiam ser vendidas na loja do museu tal como outros objectos promocionais.

- Reclamos luminosos colocados em mastros de bandeira, com as respectivas bandeiras ou telas plastificadas alusivas ao Museu.

- Suportes de informação substituíveis para o chão, tipo 'Floor Windo', colocados no interior da instituição museal. Podendo ser estes de sinalética, de publicidade ou informativos.

- 'T-shirts', relógios, chapéus de chuva, canetas, porta chaves, borrachas, ímans para frigoríficos, serviços de louça ou objectos decorativos etc., com imagens da exposição ou com o logotipo do museu, seriam colocados à venda na loja do museu, tal como todas as publicações do museu.

- Pastas de material didáctico, com desdobráveis informativos sobre a exposição, jogos didácticos, etc. Se possível, uma colecção de diapositivos ou de outro tipo de comunicação, por exemplo material audiovisual, (um vídeo, ou um CD-rom), relacionado com o tema exposto, para preparação e análise da visita que poderá ser enviado para as escolas; faculdades ou outros locais que se julgue pertinentes.

- Sistemas de avaliação das exposições em realização no museu para a instituição se manter ao corrente da opinião do visitante, das suas necessidades e preferências.



Estes meios publicitários e de propaganda seriam estratégias do museu se expandir para fora do seu espaço físico, activando assim a memória no seu visitante, ou cativando novos públicos.

A publicidade directa ao museu - enquanto instituição, ou à exposição aí patente - na envolvente exterior tem por função informar e cativar o público não fidelizado que não saberia da existência, ou não lhe despertaria a curiosidade daquela exposição ou daquela instituição, se não existissem os meios que foram referidos anteriormente.

A publicidade dirigida a um público potencialmente interessado, deverá ser por exemplo colocada em locais de reunião estudantil alertando para as novidades existentes. Para este tipo de público pode-se recorrer a um tipo de publicidade indirecta, que deverá conter mais informações, como o meio de chegar ao Museu e tudo o que este pode oferecer ao seu visitante e ao seu estudioso; não só em termos de expografia mas também em termos de pesquisa e estudo de publicações que de alguma forma tenham a ver com as actividades do Museu.

Toda a envolvente directa do Museu deverá possuir um aspecto de festa para afastar qualquer imagem entediante que os museus possam ter; daí o recurso a toda a panóplia de telas plastificadas, réplicas no exterior etc., a qual poderá provocar impacto no meio urbano e social envolvente, alertando para a presença de um local de educação e conhecimento ao dispor do visitante.

Reportando agora para algumas das directivas da *Mesa Redonda de Santiago do Chile*¹⁹ de 1972, referenciada nos documentos e depoimentos sobre "A memória

¹⁹ A mesa redonda de Santiago do Chile pôs em evidência a prioridade da acção museal no campo da intervenção social. Na qual o museu é uma instituição ao serviço da sociedade, da qual é parte integrante e que possui em si próprio elementos que lhe permitem participar na formação das consciências das comunidades que serve. Saindo desta mesa redonda as seguintes ideias principais:

- Museu integral.
- Museu enquanto acção - instrumento dinâmico de mudança social.
- Os ecomuseus são os herdeiros directos desta mesa redonda.
- Dinamização e multiplicação do museu local.
- Nascimento de uma rede de museologias nacionais.
- Intensificação dos esforços na recuperação do património cultural para desempenhar um papel social.
- Os museus devem colocar as suas colecções o mais acessível possível.
- As técnicas museográficas tradicionais devem de ser modernizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o objecto e o visitante.
- Necessidade da existência de centros de formação.
- Os museus devem estimular o desenvolvimento tecnológico.
- Um Serviço Educativo deveria ser organizado nos museus que ainda o não possuíssem a fim de poderem cumprir a sua função de ensino.

do pensamento contemporâneo"²⁰, de Marcelo Matos Araújo e M.^a Cristina O. Bruno que referem alguns aspectos aqui mencionados.

“(...) – As técnicas museográficas Tradicionais devem ser modernizadas para estabelecer uma melhor comunicação entre o objecto e o visitante;(...)”

– Os museus devem criar sistemas de avaliação que lhes permita determinar a eficácia da sua acção em relação à comunidade .

- Sistemas de serviços educativos com meios audiovisuais (...)”

Assim o Museu deverá extrapolar de alguma forma o seu conhecimento para além da sua instituição.

Envolvente Interior de um Museu

Quando o visitante chega pela primeira vez ao Museu, este deve estar equipado de todas as formas para lhe dar as boas vindas, preocupando-se de forma efectiva com as suas necessidades.

Ao passar a porta de uma instituição museal o visitante entra na envolvente interior do Museu. A entrada deverá ser um local funcional, permitindo que o utilizador identifique imediatamente onde se deve dirigir sem grande esforço; a recepção deve ser facilmente visível, é nela que se vai formar a primeira e, por vezes, decisiva opinião sobre o espaço que vai albergar o visitante nos instantes seguintes.

O Museu é naturalmente um espaço de lazer e de aprendizagem específica e global, logo, este primeiro espaço deverá satisfazer uma série de necessidades do visitante, devendo reflectir a sua imagem corporativa. Isto sem olvidar que os tipos de utilizadores poderão ser tão distintos como jovens; idosos; deficientes; famílias; adultos; individualidades; grupos; enfim, público global e público especializado.

²⁰ Araújo, Marcelo M. e M.^a Cristina O. Bruno. A memória do Pensamento Museológico Contemporâneo. Documentos e depoimentos. Comitê Brasileiro do ICOM. 1995 (p. 21)

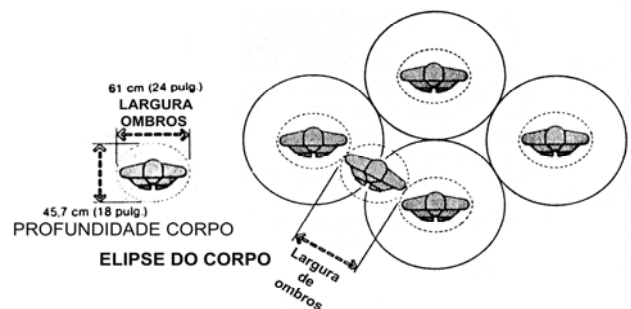
Públicos tipo

O público é o alvo de todos os museus, este é tão vasto e distinto que os museus se devem de preparar para receber os tipos de público mais particulares, estes caracterizam-se porque de alguma forma e que por algum motivo, exigem mais atenção.

Passando agora a analisar de forma sucinta as necessidades de algumas classes dentro destes grupos:

Grupo / individual

Figura 1 – Ilustração da 'zona de contacto' de Furin, baseada numa zona de topo de elipse corporal, cujo o eixo menor é em relação à profundidade do corpo e o maior com a largura do corpo para se ter a sensação de bem estar. (Fonte: - Las dimensiones humanas en los espacios interiores, p.41).



Para que qualquer pessoa se sinta bem, exige um espaço em seu redor em forma de elipse, tendo em conta que a dinâmica espacial também afecta a interacção das pessoas com a envolvente, ao projectar percursos é necessário ter em atenção estas dimensões.

As dimensões ocupadas no espaço próprio de cada indivíduo, para que estes se sintam bem, são indicadas por alguns autores numa distância que pode variar entre 450 a 750mm ao redor do corpo; este é o espaço mínimo que os indivíduos podem dedicar a pessoas amigas ou familiares, para aquelas pessoas que não apresentam qualquer tipo de desconforto quando próximas. Para o relacionamento com outros indivíduos desconhecidos, esse espaço deve aumentar entre 760 a 1200mm, ou seja uma distância sempre superior ao alcance de um braço estendido, se esta

distância for encurtada as pessoas ressentem-se psicologicamente, dando mais atenção ao indivíduo que se aproxima delas.

O Espaço Pessoal dos indivíduos, poderá ser dividido em 4 zonas distintas para cada situação social, como sugerem Osborne e Heath²¹ (1979).

- Íntimo (0 a 45cm) - Reservado para contactos físicos e íntimos entre pessoas de grande confiança.

- Pessoal (45 a 120cm) - Espaço destinado a contactos amigáveis com pessoas conhecidas.

- Social (120 a 360cm) - Espaço destinado a contactos profissionais com colegas de trabalho ou em eventos sociais.

- Público (mais de 360cm) - Distância a ser mantida em encontros com desconhecidos.

Para que a circulação dentro de um espaço museológico se efectue sem problemas de maior, estas devem estar sujeitas a algumas medidas base:

- Distância de observação de objectos expostos (100 a 160cm) - Estas medidas podem ser distintas consoante os objectos que se expõe; se for um objecto exposto numa parede, a distância do indivíduo ao objecto deverá estar compreendida entre 75cm a 100cm, como distância mínima. Para poder ser calculada devidamente esta distância de observação, o objecto a ser exposto poderá ser envolto num rectângulo imaginário para calcular a sua diagonal. A distância do observador deverá estar compreendida entre a medida dessa diagonal e o seu dobro.

Para um objecto colocado numa vitrina essa distância vai diminuir, pois este tipo de mobiliário obriga a uma aproximação para que se consiga ver os objectos expostos dentro dele. Aí dever-se-á reservar um espaço de um metro em redor da vitrina para observação dos objectos dentro desta.

- Zona de circulação de indivíduos (93cm a 140cm) - segundo o Dr. John Fruin o espaço ocupado por um indivíduo em circulação para que este se sinta confortável e sem incomodar ninguém situa-se entre 93cm mínimo e 121cm.

²¹ (Osborne , D.J. and T.O. Heath, - The role of social space requirements in ergonomics. Applied Ergonomics, p. 99 - 103, 1979).

- Zonas de cruzamentos de indivíduos (200 a 250 cm) - para que haja cruzamentos de indivíduos que estejam em observação e em circulação. Estas dimensões deverão ser contempladas em corredores que sejam zonas de exposição e circulação para que permita a circulação de mais do que um indivíduo sem que haja interferência no espaço pessoal de cada um.

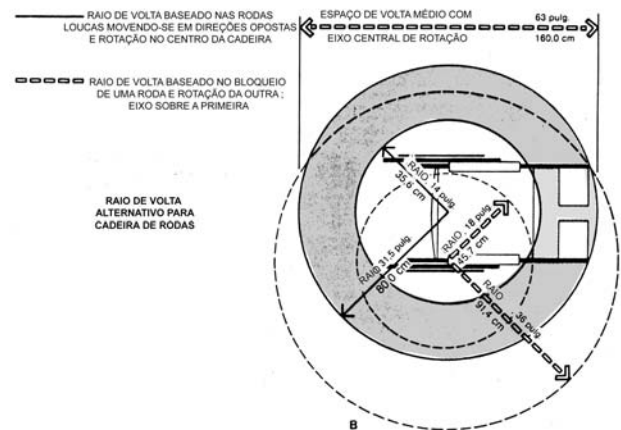
Cadeiras de rodas

As pessoas que se deslocam em cadeiras de rodas, exigem maior amplitude de espaço para interagirem com a sua envolvente, na figura em baixo diferencia-se entre a mudança de direcção executada por uma pessoa a guiar uma cadeira ou um indivíduo sozinho.

Figura 2 – Dimensões das cadeiras de rodas.
 Fonte de dados :- American Nacional Standards Institute (A.N.S.I. Pub. A 117-1961, actualizado em 1971). As dimensões das cadeiras de rodas variam segundo o modelo e o fabricante; deve-se medir cada caso. O conhecimento da cadeira é importante para determinar o raio da volta. Ao calcular as larguras é essencial ter em conta o que excede de pé para além do limite do apoio de pés. A.N.S.I. assinala que o modelo de encartar da cadeira de rodas, fabricado com tubo metálico e com o assento e encosto em “tecido” e de uso mais comum está dentro das dimensões indicadas.

B – Raio de volta alternativo.

(Fonte:- Las dimensiones humanas en los espacios interiores, p.51).



Pessoas com muletas

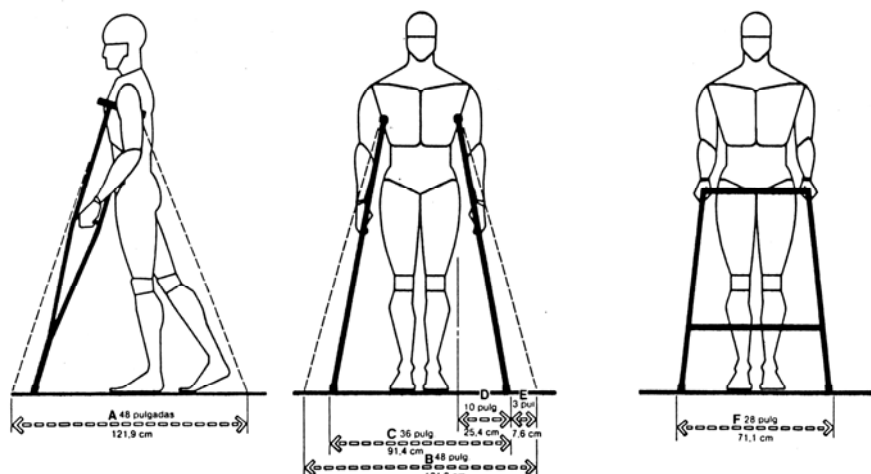


Figura 3 – Muletas. O uso de muletas altera significativamente a forma, o passo, e velocidade do utilizador. A troca de direcção, o subir e descer escadas é por vezes difícil ou mesmo impossível. A fraca mobilidade em que o utilizador se encontra reduz notavelmente o nível de actuação, principalmente quando este se encontra com a necessidade de abrir e fechar portas, levantar-se ou sentar-se. (Fonte - Las dimensiones humanas en los espacios interiores, p. 54)

Deficientes

O desenvolvimento cultural das pessoas deficientes, físicas ou mentais é tão importante como a de qualquer outra pessoa. Para os deficientes mentais o Serviço Educativo do Museu deverá ter monitores especializados para acompanhar este tipo de público específico. Para os deficientes físicos o Museu deverá estar provido de acessos horizontais (elevadores de escadas), oblíquos (rampas) ou verticais (ascensores) a todos os espaços públicos de apresentação de colecções, devendo a circulação dentro destas áreas ter em conta o facilitar a passagem de cadeiras de rodas, ou de pessoas deficientes motoras, para além do seu natural acompanhante bem como os seus cruzamentos com outros indivíduos.

Os corredores principais de acesso aos locais deverão estar desimpedidos, no mínimo dois metros de largura, para ser possível a circulação e mudança de direcção de uma cadeira de rodas. Os restantes locais de circulação deverão de ser providos de um espaço mínimo de 95cm para a circulação de um indivíduo dito normal, e com 122cm para uma pessoa com canadianas: se somarmos as duas

larguras facilmente verificamos que o cruzamento dos dois indivíduos só se poderá processar em locais com aproximadamente dois metros (217cm).

Crianças e adolescentes

Neste grupo, as crianças a partir dos quatro anos de idade são habitualmente providas de uma intensa espontaneidade e uma grande receptividade, devendo os museus ser sensíveis às suas necessidades. Será ideal por isso existir no Museu um espaço lúdico apropriado, onde os pais pudessem deixar temporariamente as crianças, (no caso da visita às exposições não sejam apropriadas a estas). Este tipo de espaço deverá disponibilizar sempre, que solicitado um responsável para gerir a segurança deste local.

Os adolescentes, normalmente pessoas privilegiadamente em formação, procuram uma especialização nas vias da sua formação ou vocação, tentando constantemente saber mais e descobrir coisas novas, que a maioria das pessoas possa desconhecer, tais como locais com impacto, que tenham algum magnetismo para a aventura e para a descoberta. Deverão por isso ser um dos alvos de cativação preferencial para os museus, permitindo-lhes a entrada no espaço científico e de reservas dos museus sempre acompanhados por alguém responsável dos Serviços Educativos para fazer um acompanhamento cuidado.

Idosos

São um grupo de pessoas com muitas semelhanças ao anterior, (excepto na mobilidade), espíritos, de uma maneira geral, já pacificados que não perderam, contudo o ensejo do conhecimento.

A sua procura deverá ser mais calma e a sua necessidade de recuperar forças deverá estar contemplada no local de exposição, possibilitando espaços de repouso agradáveis, permitindo simultaneamente a contemplação da exposição.

Como característica, este grupo etário possui por vezes pessoas desocupadas mas não inúteis, os museus poderiam inseri-los em sistemas de voluntariado, estes poderiam existir e ser realizados com este tipo de público, tanto em colaboração

com os locais de estudo científico, com o Serviço Educativo, como com as reservas museológicas, resolvendo assim uma das mais problemáticas insuficiências de pessoal que ocorrem nestas instituições e ao mesmo tempo gerando terapias ocupacionais para este grupo social. Poderiam por exemplo, ser ministrados e criados cursos de monitores exteriores ou interiores, formação de ateliers, funções lúdicas, auxiliares de conservadores etc.

Grupos

Os grupos são um dos tipos de público mais exigentes para os serviços que os museus oferecem, requerendo das suas instalações todos os recursos nelas existentes. Na visita à exposição estes grupos são normalmente acompanhados por um guia e aí necessitam de espaço de circulação de grupo (como vimos na figura 1 a 'zona de contacto' de uma pessoa segundo Fruin²² é uma elipse que no seu maior eixo tem 64cm), para uma pessoa circular sem interferir com nada e em segurança devido aos próprios movimentos do corpo, segundo o mesmo autor, o espaço de circulação deve de estar compreendido entre 93cm e 121cm. As instituições deverão prever o número máximo de pessoas que poderão circular em conjunto de modo a evitar quebra na assimilação de informação auditiva durante as explicações. Habitualmente é na chegada e na preparação para a visita que se torna mais problemática a presença deste tipo de público.

Na chegada à recepção e atendendo a possibilidade simultânea da presença de vários grupos, originando períodos de espera alguns grupos poderão necessitar de utilizar todos os serviços 'extras' que o Museu lhes oferece: as instalações sanitárias, (que deverão ser em numero suficiente para satisfazer um grupo mínimo de pessoas), os cafés ou restaurantes (que não deverão de ser exíguos), a área de recepção (que deverá de ter em numero suficiente assentos para descanso e espera dos restantes membros do grupo), as lojas (que deverão ser amplas), e ainda os parques infantis (que deverão ser facilmente visíveis).

²² Dr. Jonh J. Fruin fala no seu livro "Pedestrian Plannig and Design", 1971, em zonas de: 'contacto'; 'não contacto' e 'circulação'.

Serviços museológicos de interacção com o visitante

O espaço de entrada é um local de transição a todos os níveis (físico, psicológico), é a preparação para a viagem que se está prestes a realizar. É aqui que se vai formalizar a primeira e por vezes definitiva ideia sobre o local que se irá visitar, é a passagem física do exterior para o interior, se no primeiro está frio ou calor, no segundo estará sempre a mesma temperatura e iluminação, a mesma humidade relativa, etc..

Por todas estas razões, o espaço de recepção deverá ser de transição gradual, poderá ter alguns objectos expostos unicamente para suscitar interesses, sem que prejudiquem a circulação entre os diversos serviços.

Assim sendo a entrada é um local importante para um museu, esta deveria satisfazer outras necessidades para além da simples entrada e venda de bilhetes; Michael Belcter no seu livro elabora uma listagem dessas necessidades²³.

"1 – Indicação de recepção para venda de entradas

2 – Uma zona de orientação que ofereça planos, sinalização e possivelmente um mostrador de informação.

3 – Uma área de recepção com assentos em que os visitantes possam esperar e encontrarem-se com os amigos

4 – Um serviço de bengaleiro para que se possa deixar bagagens e casacos.

5 – Um serviço de lavabos

²³ "1. Un mostrador de recepción para la venta de entradas.

2. Un área de orientación que ofrezca planos, señalización y posiblemente un mostrador de información.

3. Un área de recepción con asientos en la que los visitantes puedan esperar y encontrarse con los amigos.

4. Un servicio de guardarropía para dejar abrigos y bolsos.

5. Un servicio de lavabos con baños y aseos.

6. Un cuarto para madres en el que se pueda atender a los bebés.

7. Un cuarto de enfermería con servicio de primeros auxilios.

8. Un parque de sillas de ruedas en el que se pueda disponer de sillas de ruedas para los bebés, para los ancianos o visitantes incapacitados.

9. Servicio de teléfono.

10. Un servicio de ventas con una amplia gama de suvenires y publicaciones informativas.

11. Un servicio de cafetería para atender las distintas necesidades, desde un refresco hasta las comidas del día más importantes."

Belcher, Michael, (1991) Organización y diseño de exposiciones, (p. 135)

6 – *Um serviço de fraldário em que as mães possam atender as necessidades dos seus bebês.*

7 – *Um serviço de enfermagem para primeiros socorros*

8 – *Um serviço de cadeiras de rodas que possa dispor de cadeiras de rodas para idosos, ou visitantes deficientes motores, e ainda dispor de carrinhos de bebês para facilitar a visita com crianças de colo.*

9 – *Serviço de telefone.*

10 – *Serviço de vendas com ampla gama de lembranças e publicações informativas*

11 – *Um serviço de cafeteria para responder às distintas necessidades, desde um refresco até às refeições mais importantes do dia.”*

É de crer que se poderá acrescentar um elemento essencial a alguns museus menos vocacionados para a visita de crianças.

12 – *Um serviço de parque infantil lúdico.*

Este serviço deverá permitir o entretenimento e ocupação de crianças com supervisão de vigilantes durante a visita dos progenitores às exposições.

Desta listagem dos serviços de recepção poder-se-á considerar que alguns deles não necessitam de se situar à entrada do museu, desde que nela se encontre assinalada a sua existência. Ao organizar os serviços enunciados, é necessário estabelecer quais as prioridades de cada um deles e analisar as limitações físicas do edifício, que poderão impor certas restrições.

Entrada na exposição

A entrada na exposição deve fazer-se da maneira mais simples e sem obstáculos físicos de algum tipo. Deverá existir uma pequena introdução escrita ao tema que nos espera, não demasiado extensa; pois caso contrário corre-se o risco de que a maior parte do público não a leia.

Os objectos expostos devem ser organizados em percursos bem definidos, para que a mensagem seja entendida integralmente e para que a circulação à sua volta seja eficaz, permitindo-se assim apreciar o objecto na sua total magnitude.

A maioria dos percursos de circulação ocidentais baseia-se no princípio de que os visitantes circulam na mesma direcção em que se lê, quer isto dizer da esquerda para a direita. Se por algum motivo, a circulação for alterada ou a arquitectura não permitir um entendimento imediato, o percurso deve estar bem indicado no chão ou em qualquer outro tipo de suporte de informação sinalética.

Espaço de Exposição

Segundo Lehbruck²⁴ (1974), o espaço de exposição pode-se agrupar em cinco situações básicas distintas; 'Arterial', 'Pente', 'Corrente', 'Estrela' e 'Bloco', ou na conjugação de duas ou mais situações.

²⁴ Idem Belcher, Michael, *Organización y diseño de exposiciones* (p.137-142).

Figura 4 - a) 'Arterial' - A exposição desenvolve-se pelas paredes principais da sala e por um núcleo central; esta forma expositiva poderá resultar pior se houver um fluxo de público grande à exposição porque só prevê a circulação num sentido.

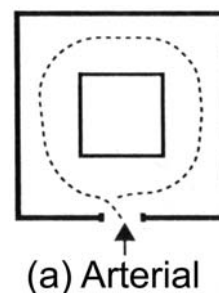


Figura 5 - b) 'Pente' - Este modelo consiste num caminho principal que é interrompido por diversos locais de exposição, transformando-se assim numa série de salas abertas e desconectadas, que permitem uma circulação em diversos sentidos e uma escolha livre da orientação da exposição, podendo o visitante organizar a visita da forma que lhe convier.

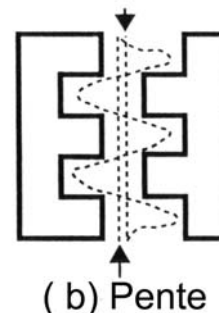


Figura 6 - c) 'Corrente' - Este sistema consiste em diversas salas juntas por grandes aberturas permitindo uma circulação livre entre elas e uma cadência de visita a cada uma das salas, existindo grande espaço de circulação em cada uma delas.

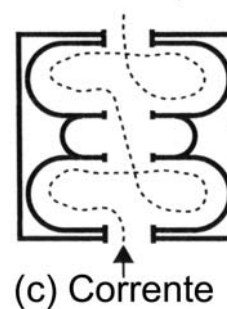


Figura 7 - d) 'Estrela' - Este sistema é o que organiza a sala numa forma radial em direcção ao centro, dividindo-a em diversos espaços, permitindo ao visitante a visão global do centro da sala para os vários espaços, além de que cada espaço poderá ser temático e sistemático ao mesmo tempo. O visitante poderá assim optar por qualquer uma das salas sem prejuízo das outras.

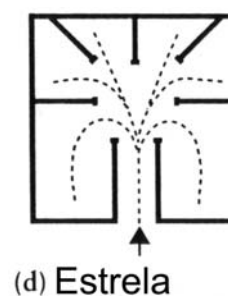
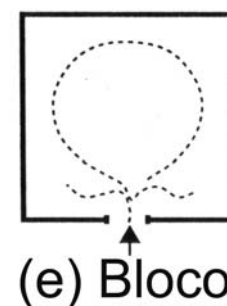


Figura 8 - e) 'Bloco' - Este sistema baseia-se unicamente nas quatro paredes da sala sendo livre toda a área central, podendo o visitante seguir a sua direcção sem nenhum entrave.



Para além destes sistemas de montagem de exposições existe a conjugação de um ou mais sistemas dando origem a uma série de opções : Linear; Livre; Corredor; Alcova; Misto.

O espaço deve ser projectado conforme o tipo de exposição que aí se pretenda exhibir.

Figura 9 -

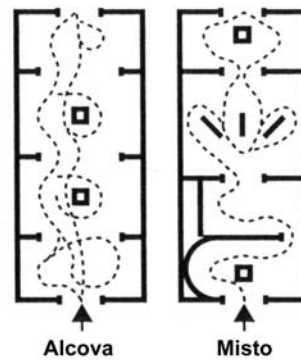
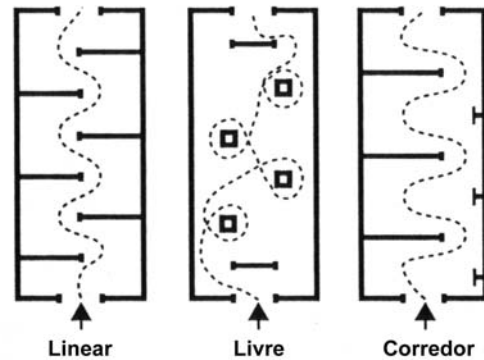
'Linear' - Conjunto de salas contíguas que se sucedem de um lado e doutro do espaço arquitectónico, interligadas entre si.

'Livre' - Percurso não definido; que tem por influência da forma como se lê no ocidente, devido a isso, o início faz-se pelo lado esquerdo, salvo indicação contrária.

'Corredor' - Conjunto de salas contíguas, de um só lado do espaço arquitectónico.

'Alcova' - Sistema de várias zonas laterais e centrais, sem que exista um limite demarcado entre elas.

'Misto' - Sistema que pode englobar todos os outros anteriores.



Introdução às formas de expor em museus

Para encontrar a solução correcta para a exposição o conservador/museólogo deve-se rodear de uma equipa interdisciplinar, tendo evidentemente em conta o tipo de exposição, com colaboradores de várias especialidades que podem ser:

- Arquitecto;
- Designer;
- Engenheiro electrotécnico;
- Engenheiro químico;
- Técnico de conservação;
- Uma série de colaboradores específicos para cada exposição;

Para além destes deve ainda socorrer-se de:

- Associações participativas (associações para dinamizar a acção museal junto da comunidade local).
- Recursos a entrevistas ao público (sistemas de avaliação de opinião dos visitantes para manter o museu ao corrente, da passagem de informação das suas acções).

É necessário ter em conta, também, que numa equipa interdisciplinar é essencial o diálogo, a troca de ideias para que se consiga chegar a uma melhor solução, sendo sempre inevitável cedências de parte a parte entre os vários técnicos.

O material expositivo deve satisfazer as seguintes necessidades:

1º - Efeito estético dos objectos

2º - Facilidade do público em ver e estudar os objectos

3º - A protecção dos objectos:

1º - Efeito estético dos objectos

O contexto em que o objecto é inserido na exposição é tão importante quanto o destaque, em função do protagonismo que se pretende dar a cada um dos objectos.

Assim pode-se tirar partido da iluminação que incide sobre o objecto, do cenário envolvente da sala, ou até da encenação do próprio objecto desde que esta não tenha mais impacto do que o objecto que se pretende expor.

Destaques em altura serão ajuda preciosa para a encenação e para a hierarquização dos próprios objectos.

2º - Facilidade do público de ver e estudar os objectos

Enumeram-se a seguir os vários níveis de leitura que o museu deve de oferecer :

a) 1º Nível de leitura

Sinalética orientadora de localização dos diversos locais dentro do museu.

b) 2º Nível de leitura

Introdução sintetizada daquilo que se vai ver imediatamente na exposição, em painéis, não devendo estes ser muito extensos, pois o público tem uma grande solicitação da sua atenção no ambiente imediatamente próximo .

c) 3º Nível de leitura

Leitura da legendagem de cada objecto exposto, com as principais características da peça; autor; data; materiais; dimensões; origem; com mais informações adicionais se for pertinente.

d) 4º Nível de leitura

Resumo da sala de exposição com factos mais detalhados acerca das peças e seu envolvimento com o exterior.

Aqui estão incluídos catálogos e desdobráveis publicados pelos museus, assim como guias de exposição fornecidos aos visitantes, e publicações institucionais publicadas pelos museus ou por agentes exteriores, mas que sejam referentes a estes e à sua colecção.

e) 5º Nível de leitura

Especificamente para um público estudioso que queira saber mais pormenores sobre a documentação do museu.

Aqui estão incluídos todos os tipos de publicações efectuadas pelas instituições, sejam elas de carácter de estudo, como inventários das peças e outros tipos de registo de peças, desdobráveis, textos e portfólios construídos pelos Serviços Educativos etc., assim como suportes digitais, físicos ou virtuais.

3º - A protecção dos objectos:

a) – Contra o desgaste da acção do ar, luz, poeiras, etc.

Aqui estão incluídos os ar condicionados, o controle de agentes nocivos, da humidade relativa, e a utilização de vitrines ou vidros protectores, (Vidro “triplex”, vidros inertes que não deixam passar os raios degradantes, vidros difusores, vidros anti-UV, vidros de segurança anti-UV, plásticos especiais e estores de tela branca).

b) – Contra o desgaste do próprio público.

A circulação de visitantes pode por vezes alterar situações térmicas ou de humidade relativa, assim como o movimento de poeiras residuais, etc.

c) - Destaques de exibição de objectos em exposição:

Aqui estão incluídos todos os tipos de mobiliário para exposições e a própria iluminação dos objectos.

Princípios de leitura de textos

1º - Ninguém lê tudo

As pessoas não tem a preocupação de ler tudo o que encontram, têm tendência para ler as letras maiores e passar uma vista de olhos sobre o resto, realizando a chamada leitura diagonal; se encontram alguma coisa que se destaca ou lhes chama a atenção, dedicam-se então a ler esse trecho. É necessário estimular o interesse e proporcionar algum mistério na leitura, pois a solicitação ao redor é muita.

2º - Tem de se ter em atenção quando se utiliza grande quantidade de texto em MAIÚSCULAS

ESTE TIPO DE 'LETTERING'²⁵ É MAIS DIFÍCIL DE LER, POIS OBRIGA A UM ESPACEJAMENTO MAIOR ENTRE PALAVRAS DO QUE O REALIZADO COM UMA ESCRITA DE MAIÚSCULAS E MINÚSCULAS. A MAIOR PARTE DAS FONTES NÃO FORAM CONCEBIDAS PARA SEREM USADAS SÓ COM ESTE TIPO DE LETRAS. AS LETRAS COM SERIFAS COMO A 'TIMES', DIFICULTAM MAIS A LEITURA DO QUE AS LETRAS SEM SERIFAS, COMO POR EXEMPLO A 'ARIAL'. QUANDO UTILIZADAS EXCLUSIVAMENTE EM MAIÚSCULAS AS LETRA E OS ALGARISMOS DEVEM DE SER DE TRAÇOS SIMPLES E UNIFORMES. UM TEXTO COMPRIDO EM MAIÚSCULAS TORNA-SE MONÓTONO VISUALMENTE, E OBRIGA-NOS A ESCOLHER UM “**BOLD**” OU UM “*ITÁLICO*” PARA DESTACAR ALGO MAIS IMPORTANTE NO TEXTO.

3º - Um painel introdutório deve de ser cuidado

Ao apresentar uma imagem, a informação ganhará em elucidação;(uma imagem vale por muitas palavras, e capta mais a atenção).

O texto deverá ser como que um sumário daquilo que se vai ver.

Poderá utilizar-se com cuidado a **cor**, ou **destaques de cor** no texto, mas com atenção e economia, de modo a não criar efeitos prolixos visualmente dispersos e fatigantes, de difícil leitura.

Os símbolos ou logotipos atenderão a alguns requisitos :

- Contornos fortes: a figura deve ter contornos bem definidos para atrair a atenção.
- Simplicidade das formas: formas simples despojadas de detalhes são mais facilmente perceptíveis.

²⁵ 'Lettering' - conjunto de tipologias relacionadas com as letras, tipo, corpos e fontes

- Figuras perceptíveis: as figuras inteiras, completas, obedecendo à teoria de "Gestalt"²⁶, são mais facilmente percebidas
- Estabilidade da forma : a figura não deve permitir interpretações dúbias, como acontece quando há dissimulação entre figura e fundo

4º - Uso mínimo de fontes

Num texto a proliferação de fontes é uma dificuldade acrescida na leitura.

A homogeneidade do texto, é tão importante quanto a identidade corporativa de uma empresa. A proliferação de tipos de letras, “**bold**”, “*itálico*”, **CORPOS** (tamanhos), ou fontes (desenhos de letras), confunde e dificulta a leitura do texto.

5º - Os espaçamentos

Os espaçamentos entre linhas ou palavras, se forem muito pequenos, com facilidade originam saltos de uma linha para a outra, perdendo-se a pessoa na sua leitura, provocando por vezes desistências ou enfado nos leitores. Por seu lado se os espaçamentos forem grandes demais, o texto torna-se cansativo e ocupa muito espaço.

As dimensões das letras e algarismos dependem da distância visual a que o leitor se encontra. Normalmente recomenda-se que a altura das letras e algarismos seja 1/200 da distância em milímetros a que estas se encontram do seu observador. Por exemplo se o observador estiver colocado a 1 metro do painel a ler, a letra deverá ter 5mm de altura. Se o leitor tiver uma estatura média (com o seu globo ocular a 1,64m) e a letra estiver colocada sobre uma superfície com 15cm de altura, esta deverá ter 7,5mm ou 8mm de altura.

²⁶ Teoria de 'Gestalt'

- Lei da proximidade - Objectos situados suficientemente próximos entre si são percebidos como um todo
- Lei da similaridade - Formas ou colecções de objectos similares são reconhecidos como um grupo.
- Lei da continuidade - Figuras incompletas são completadas na mente do observador.

As proporções recomendadas são as seguintes:

- Largura da letra $2/3$ da altura
- Espessura do traço $1/6$ da altura
- Distância entre letras $1/5$ da altura
- Distância entre palavras $2/3$ da altura
- Intervalo entre linhas $1/5$ da altura
- Altura da minúscula $2/3$ da altura da maiúscula

6º - Utilização de fundos

O fundo como tal só tem por finalidade servir de suporte a um texto. Este não deverá em hipótese alguma criar interferências com o que está em primeiro plano. Se utilizarmos uma cor única no fundo, o corpo de letra terá de ser aumentado para dar uma **leitura tão boa** como sobre o fundo branco.

Toda a leitura se complica quando, se pretende utilizar mais do que uma cor como fundo/imagem, aí teremos que utilizar destaques de cor, ou utilizar um corpo de letra suficientemente destacado para que a leitura seja agradável.

Dependendo da cor do fundo, a cor da letra deverá criar contraste com o fundo mas sempre sobrepondo-se a este, e não deverá ser aplicada uma cor com intensidade lumínica semelhante à intensidade do fundo.

Se, se aplicar uma ilustração ou um logotipo como fundo este deverá estar tão esbatido quanto possível para não entrar em conflito com o que está em primeiro plano.

A legibilidade depende do contraste e tende a aumentar com a adição do preto. Diversos estudos experimentais realizados sobre a acuidade das cores revelaram os seguintes resultados por ordem decrescente:

- 1)- Azul sobre o Branco
- 2)- Preto sobre o Amarelo
- 3)- Verde sobre o Branco
- 4)- Preto sobre o Branco
- 5)- Verde sobre o Vermelho
- 6)- Vermelho sobre o Amarelo
- 7)- Vermelho sobre o Branco

- 8)- Laranja sobre o Preto
- 9)- Preto sobre o Magenta
- 10)- Laranja sobre o Branco

7º - Localização dos textos

Um texto introdutório em painel deverá ser colocado a uma altura acessível à maior parte do percentil²⁷ de pessoas.(segundo o livro de ergonomia consultado o percentil para homens ao nível do olho é de 164,3cm e para mulheres é de 152,9 cm logo a média dos dois será de 158,6cm ou arredondar para baixo e nunca para cima).

O centro do texto deverá ser colocado a este nível, dependendo da extensão deste.

A legendagem deverá ser colocada ligeiramente mais abaixo mas nunca num local que obrigue o visitante a fazer muito esforço físico, (de modo a não fatigar demasiado o visitante).

Mobiliário de utilização usual

Vitrinas

As vitrinas são contentores que têm por função proteger os objectos no seu interior: de roubos, de danos e do próprio visitante, oferecendo um micro clima que mantém, dentro dos limites considerados correctos, estáveis a temperatura e a humidade relativa, independentemente das oscilações exteriores, devem ainda proteger os objectos das radiações ultra violetas, do pó, da contaminação de insectos etc.

²⁷ Percentil - É a quantidade de percentagem de pessoas que é abrangida pelas tabelas Antropométricas, (estudos efectuados sobre as dimensões do corpo humano). Os projectistas/designers socorrem-se dos dados das tabelas Antropométricas para que a utilização das situações seja satisfatória para o maior número de utilizadores possível.

As vitrinas devem apresentar os objectos de forma confortável, tanto do ponto de vista do visitante como da manutenção, sem esquecer que não podem pôr em perigo os objectos na montagem, desmontagem ou na sua limpeza.

A concepção e a utilização destes contentores tem de estar o mais integradas possível no desenho da exposição, devendo ser realizadas em materiais que não danifiquem de forma alguma os objectos no seu interior. Será óptimo se tiverem iluminação, sistemas de manutenção de temperaturas e de humidade relativa e alarme incorporadas.

Deverão não oferecer ao público arestas ou zonas proeminentes susceptíveis de criar lesões. Deverão ainda ser niveladas e estáveis mesmo quando sejam abalroadas inadvertidamente; As vitrines deverão respeitar as normas ergonómicas e apresentar visíveis todos os níveis de exposição para todos os objectos no seu interior, sem que causem grande esforço no visitante.

Desde que as vitrinas satisfaçam os requisitos anteriores, poderão ser de parede, de chão, autoportantes, ou suspensas, se bem que estas últimas sejam o tipo de vitrina que poderá apresentar mais problemas.

Os estrados

Os estrados são elementos de destaque de objectos de uma colecção, e normalmente deverão ser: Elementos neutros dentro da exposição, quer dizer, que não devem ser mais fortes do que os objectos a destacar, mas de alguma forma devem valorizar aquilo que está em exposição, criando assim níveis de destaque; devem possuir as dimensões que permitam ser possível a contemplação total do objecto e a circulação à volta deste; poderão ter vários níveis de altura, consoante os objectos a expor, e os destaques desejáveis para o efeito; deverão ter contemplados na sua produção locais e pontos de iluminação, eventual ventilação e passagens eléctricas que sejam necessárias. Não devem criar recantos ou desníveis que, de algum modo poderão encobrir parcial ou totalmente as peças que estejam em exposição.

Os Plintos

Os plintos são tal como os estrados elementos de destaque de uma colecção, deverão ter os mesmos requisitos que os anteriores. Diferenciam-se destes; porque são geralmente mais altos, servem para destacar elementos isoladamente; tendo por função colocar a nível óptimo de observação objectos, que pelas suas dimensões ou características necessitam de um suporte elevatório. Estes objectos que requerem plintos, não ficariam com o mesmo protagonismo se fossem colocados sobre estrados.

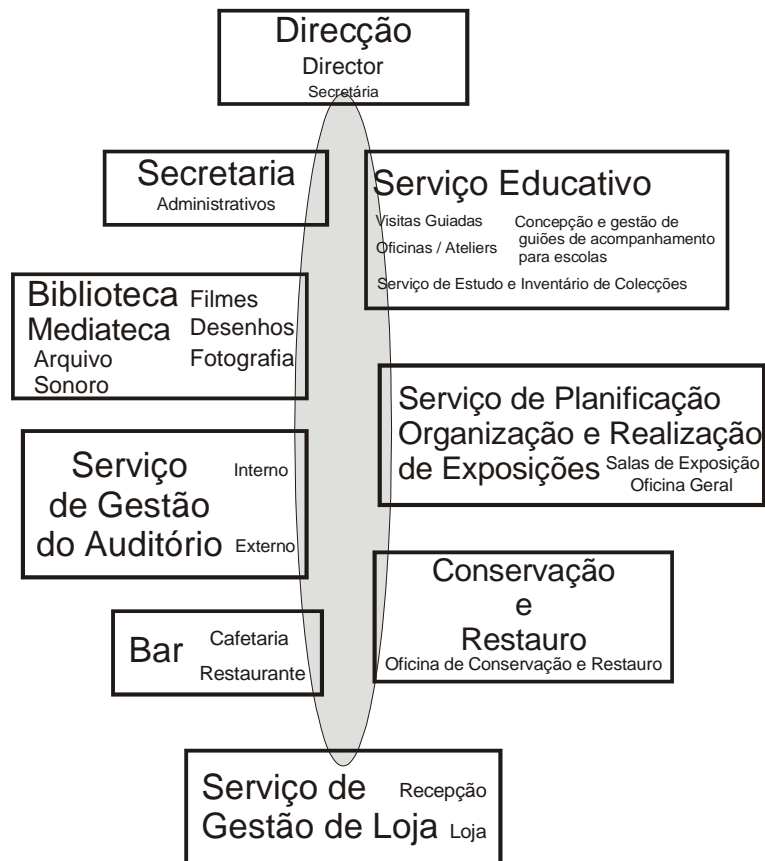
II - Museu Nacional de Etnologia

Plantas do Museu

Caracterização do Museu Nacional de Etnologia

Situação do Museu

- **Nome do Museu:**
Museu Nacional de Etnologia
- **Localidade:**
Belém / Lisboa
- **Data da fundação:**
1965
- **Data da construção:**
1976
- **Organograma:**



- **Autoridade responsável pelas entrevistas para trabalhar no Museu:**
Director Professor Doutor Joaquim Pais de Brito.
- **Principal âmbito de interesse:**
Etnologia.
- **Principal/s colecção/s:**
As principais colecções do Museu são:
 - Alfaia agrícola.
 - Instrumentos musicais.
 - Makonde (Objectos moçambicanos).
 - Escultura angolana
- **Número de obras existentes no Museu:**
30 mil
- **Número total de obras modernas/contemporâneas:**
Impossível de dizer.
- **Em exposição permanente:**
Não existe exposição permanente.
- **Em reserva:**
30 mil – 4 mil visitáveis.
- **Dispõe de áreas diferentes para expor a colecção permanente e exposições temporárias?**
Sim. Neste Museu, não existe uma exposição permanente, as reservas poderão eventualmente assumir esse papel.
- **Oficina de restauro:**
Sim.

Serviços do Museu

- **Horário do museu: – Abertura: –**
 - Terça feira – 14h00
 - 4^a/5^a/6^a Sábado e Domingo – 10h00
- **Encerramento:**
 - 18h00
 - 18h00
- **Numero médio anual de visitantes:**

20 mil em 1996/97.
- **Recepção:**

Sim.
- **Serviço de Imprensa:**

Sim.
- **Serviço Educativo:**

Sim.
- **Biblioteca pública:**

Sim.
- **Atelier infantil:**

Sim.
- **Venda de livros e publicações:**

Sim.
- **Venda de artigos promocionais ligados ao Museu:**

Sim.
- **Restaurantes ou cafetaria:**

Sim, Cafetaria que serve refeições.
- **Reservas abertas ao público:**

Sim.
- **Acessos para diminuídos físicos:**

Sim, elevadores, rampas, interiores.
- **Catálogo da colecção permanente:**

Não.

- **Principais exposições temporárias nos últimos 5 anos:**
 - "Onde mora o Franklin";
 - "O voo do arado";
 - "Histórias de Goa";
 - "Índios, nós";
 - "Instrumentos Musicais Populares Portugueses".
- **Fazem-se catálogos, cartazes ou postais para as exposições temporárias?**

Sim.
- **Associação de apoio ao Museu:**

Não.
- **Meios informáticos de informação ao visitante:**

Estão em construção.

(De momento existe uma página no sítio do IPM).

www.ipmuseus.pt
- **Meios interactivos Museu/visitante/Museu:**

Livro de honra de cada exposição colocado ao lado da recepção.
- **O Museu vem assinalado em plantas e roteiros da cidade:**

Sim.
- **Indicação ao nível de tráfego da localização do Museu:**

Há mas agora só temos 2 placas mas nas imediações restritas; foram pedidas recentemente placas para o Terreiro do Paço.
- **Existe informação intelectual:**
 - **Folhetos introdutórios:** - Sim
 - **Publicações:** - Sim
 - **Catálogos:** - Sim
 - **Material didáctico:** - Sim
 - **Vídeos:** – Não, (encontram-se em fase de preparação)
 - **Artigos de promoção:** - Sim
- **Há intervenção de especialistas na informação intelectual e na montagem e organização das exposições?**

Gráficos; Designers; Arquitectos; Antropólogos residentes.

Orçamento e finanças

- **Gastos anuais fixos de financiamento:**

Não tem orçamento próprio.

Uma exposição de maior investimento pode atingir entre 25 a 40 mil contos.

Há uma programação que é apresentada de 2 em 2 anos, possuindo o Museu programação até 2006.

- **Despesas extraordinárias:**

Não responde.

- **Destino das receitas do Museu:**

I.P.M.

- **Publicidade que percentagem:**

0%.

- **Valor aproximado da colecção (para efeitos de seguro):**

Não há avaliação.

- **Valor das exposições (para efeitos de seguro):**

Os museus do estado não são segurados.

- **Valores gastos de carácter regular:**

Não responde.

- **Valores gastos de outros tipos:**

Não responde.

- **Origens dos fundos:**

Orçamento do Estado e 3º quadro Comunitário de Apoio.

- **Valores gastos no ano transacto em exposições permanente e temporárias:**

No ano transacto o Museu esteve fechado.

- **Valores de: Montagem e organização %; Informação %; Publicidade à exposição instituição %:**

Não responde.

Aquisições : política e prática

- **Crítérios de aquisição de obras:**

Acaso do contexto da preparação da exposição, portanto, a recolha de peças deve estar inserida no contexto de um sólido trabalho de campo.

- **Como é reunida a informação?**

Proposta de doações. Pode haver uma proposta que preenche ou completa uma lacuna do Museu. O contexto de preparação de uma exposição, foi o que aconteceu com a exposição “Os Índios, Nós”. As colecções são adquiridas no âmbito de uma metodologia de pesquisa de terreno; poderá ser possível pagar o trabalho a especialistas, (por hipótese, cite-se o exemplo de um antropólogo que desenvolvia trabalho de pesquisa sustentado com este grupo dos índios do Wauje, do Alto Ximgu e aí passou cerca de 5 meses e constituiu uma importante colecção para o Museu Nacional de Etnologia). No caso das propostas de doações o Museu, dependendo da qualidade das peças, decide aceitar ou não a doação da colecção.

Quando a peça entra para ser adquirida, já vem com um conjunto de informações de genuinidade absoluta, pois às vezes aparecem peças absolutamente espantosas mas que, quando são estudadas, descobre-se que foram inventadas muito recentemente (há uma pequena ala das reservas só de peças sem significado porque são peças de turismo, como um artesanato moderno).

A situação ideal é as colecções serem constituídas no terreno, salientando-se que desta forma a aquisição consegue-se a um preço mais favorável; de tal maneira é importante esta forma de trabalho, que os índios neste processo já queriam construir um Museu para eles. As peças que andam a circular em antiquários são de tal maneira caras que, com esse dinheiro, poder-se-iam pagar duas investigações a dois antropólogos de 4 meses cada, e cada um deles reuniria no mínimo, 50 peças.

- **Responsável pela escolha de peças para o Museu:**

A Direcção do Museu, ouvindo colegas e discutindo com especialistas.

- **A selecção refere-se principalmente a artistas de renome internacional, ou a artistas nacionais?**
Internacionais.
- **Percentagem do orçamento que é aplicada em cada um dos casos:**
Não responde.
- **Aquisição de novas obras/peças: directamente aos artistas, através de galerias de arte, em vendas comerciais, ou a coleccionadores particulares.**
Há de tudo, mas a maior parte é constituída no terreno.
- **Lista de artistas a quem as obras tenham sido adquiridas nos últimos 5 anos:**
Muito vasta.
- **Orçamento anual ordinário para a aquisição de obras:**
Não responde.
- **Orçamento para obras de melhoramento nas formas expositivas:**
Orçamento da exposição.
- **Orçamento extraordinário:**
Não responde.
- **Orçamento gasto em exposições temporárias:**
1800 contos até 60mil contos.

Respostas conferidas em entrevista gravada pelo director do Museu Nacional de Etnologia Professor Doutor Joaquim Pais de Brito em 9 de Abril de 2001.

Entrevista com a Dr.^a Ana Margarida coordenadora
do Serviço Educativo do Museu de Etnologia

- Quais as funções e como se organiza o Serviço Educativo do Museu?

- "São 3 os pólos, uma área que dá apoio aos ateliers/oficinas do Serviço Educativo. É da competência deste Serviço fazer investigação e tratamento da informação, desde inventário de colecções ao trabalho de recolha vídeo, considerando que isso são mais valias para o trabalho posterior que é comunicado com o público. Ao terceiro pólo cabe fazer o acompanhamento do público escolar e não só, desde o pré-escolar, até aos grupos seniores universitários, incluindo também aqui as universidades da terceira idade, escolas oficiais ou particulares, grupos de IPS, SS, grupos de hospitais, com pessoas que estão em reabilitação, pessoas com problemas do foro psíquico, ou seja públicos escolares e todos os outros. Também se pode fazer e também se faz para o visitante a nível individual como para grupos, visitas às 'Galerias da Vida Rural', (reservas visitáveis), e quando há tempo fazemos visitas pré estabelecidas com hora marcada às reservas, acompanhadas de visitas guiadas às exposições, tentando fazer uma relação muito personalizada com o público.

Como o Serviço Educativo funciona de 2^a a 6^a feira (o Museu de 3^a feira à tarde a domingo), não funcionando ao fim de semana, salvo pontualmente quando há oficinas ou ateliers a decorrer, ou actividades pré definidas, fazemos contactos para orientação de futuras visitas, aproveitando o facto do Museu estar fechado, faz-se visitas explicativas para professores, mostrando quais as abordagens que fazemos para as idades dos respectivos alunos, depois os professores é que fazem o acompanhamento dos seus alunos.

Cabe também ao Serviço Educativo fazer publicações, estamos neste momento a trabalhar num guião para os "Instrumentos Musicais Populares Portugueses", sendo o objectivo deste guião permitir aos grupos escolares até aos 12 anos, (porque os catálogos são direccionados para o público mais velho), que possibilita aos professores fazer a sua própria visita sem que haja visita orientada por alguém do Museu, é uma forma de podermos responder a um maior numero de pessoas, visto o Serviço por vezes lhe ser impossível satisfazer todas as solicitações. Este

guião ajuda na preparação da visita e também no próprio acto da visita, podendo ser lido e feito pelos próprios alunos, estes vão respondendo às perguntas que lhes são feitas.

Para além deste guião de acompanhamento, facultamos quando solicitado, um dossier completo sobre a exposição para que ao professores se possam preparar, partindo do pressuposto que todas as exposições tem um catálogo que é preparado pela equipa que produz a exposição. Como o catálogo nem sempre é acessível o Serviço Educativo faz instrumentos intermédios e publicações intencionalmente para utilização de determinados grupos etários, tentando sempre comunicar da melhor forma os conteúdos das exposições.

Por exemplo na reabertura do Museu, foi enviado um 'mailing' para todas as escolas de Lisboa e arredores. Para a exposição "Instrumentos Musicais Populares Portugueses", foi feita uma circular de divulgação para as escolas próximas do Museu.

Outra coisa que é feita com os grupos da pré primária são pequenos teatros, por exemplo para a exposição dos índios foram feitas algumas réplicas de máscaras e objectos e fazemos um pequeno teatro antes de se entrar com eles na exposição, explicamo-lhes o que é o Museu, dando-lhes algumas noções dos momentos históricos , a questão do descobrimento do Brasil, para que quando entrem na exposição haja um diálogo e não uma visita com um guia.

Para as oficinas contamos com a colaboração de uma professora de musica de uma escola próxima do Museu. Para grupos do ensino básico do 1º e 2º ciclo, vamos fazer oficinas, este é outro trabalho do Serviço Educativo, que é a constante colaboração com as escolas da área, e com instituições mais próximas, inclusive eu faço parte da 'Assembleia de Escola', de uma escola preparatória e secundária de uma área próxima ao Museu, havendo outros elementos que fazem parte de assembleias de outras escolas da área circundante, para que o Museu cumpra o seu objectivo que é trabalhar com a comunidade."

- Como fazer uma marcação? Há algum dia da semana que esteja destinado às pessoas que aparecem sem fazer marcação prévia para visita guiada?

- "Não. Se chegar um grupo ao Museu que queira fazer uma visita guiada e se no Serviço Educativo não estiver ninguém disponível eles não irão ter visita guiada. Está em todas as informações disponíveis que para ter visita guiada é necessário fazer marcação prévia. De qualquer das formas às 3ª feiras da parte da manhã há uma visita guiada com os responsáveis de grupos que não podem ser acompanhados pelos Serviços.

É importante que o Museu seja um espaço de entretenimento lúdico, de contacto com outras realidades e para grupos escolares o mais importante da vinda a museus não é eles dominarem completamente aqueles objectos em termos científicos, mas perceberem como é que o Museu comunica as vivências daquela sociedade e a utilidade dos objectos em si. O Serviço Educativo tem uma reunião semanal onde são ponderadas essas questões."

- Os ateliers como funcionam?

- "Não existe nenhuma formula. Nem todas as exposições têm ateliers, estes são pensados sempre em função das exposições, podem-se fazer oficinas em que se produz objectos, ou fazer trabalhos que apelem à expressividade corporal, ao teatro, procuramos sempre alguém convidado que domine as técnicas que serão empregues nos ateliers, desde professores de música, teatro, trabalhos manuais, procuramos sempre contar com a ajuda dessas pessoas, fazendo uma interligação dos antropólogos que conhecem as temáticas e os responsáveis pelos ateliers que conhecem as técnicas que aí serão ensinadas.

Neste momento estamos a preparar o atelier para os instrumentos musicais para o qual contamos com a colaboração de uma professora de música.

Procuramos ter contacto com o que se faz noutras instituições, mantemos contacto com outros Museus, para saber como eles funcionam.

Faz parte dos nossos projectos realizar ateliers para famílias à semelhança do que faz o CCB, ao Sábado de manhã.

Os visitantes individuais podem ter acesso às publicações realizadas pelos Serviços Educativos, tanto os pais que visitam com os filhos até aos 12 anos tem

acesso ao guião, se forem adultos poderão recorrer às fichas intermédias para a visita à exposição. Estas fichas só existem para os 'instrumentos musicais', mas é nossa intenção fazer para todas as exposições temporárias."

- Trabalhos com a comunidade?

- "Vamos procurar trazer mais animação aos jardins fazendo divulgação no Restelo, sessões de cinema nas escolas próximas, o Serviço Educativo desloca-se ao local e faz a apresentação do Museu quando é solicitado para isso."

- Divulgação?

- "A divulgação que efectivamente se faz fica muito aquém daquela que nós pretendemos fazer."

Na altura das exposições os jornais são informados com alguma antecedência, aliás, já há a preocupação da Comunicação Social nos procurar; existe uma relação bem conseguida, faz-se divulgação nos jornais, para a exposição dos Índios fez-se um 'spot' publicitário, mas só correu no canal RTP2, o Serviço Educativo tem por hábito saber; quando é feita uma marcação, pergunta-se como teve conhecimento da exposição, ficou-se assim a saber que muitos professores tiveram conhecimento a partir deste 'spot' publicitário televisivo.

Estamos neste momento a tentar realizar um sítio no Internet, para poder divulgar o Museu, isso estará dependente se há verba ou não, será uma página de convite ao visitante.

É publicitado na Agenda Cultural de Lisboa. Mas penso que os Museus em Portugal estão um pouco divorciados dos públicos, não há a preocupação de trabalhar com o público. Os Museus não têm a noção dos públicos que os visitam."

- Há manifestações exteriores publicitárias para atrair públicos?

-"Foram feitos 'mupis' somente para serem colocados no exterior do edifício, isto tem a ver com a questão fundamental, dinheiro.

Réplicas e pequenas lembranças só foram feitas para o Voo do Arado.

O Serviço Educativo está a trabalhar num DVD, para as "Galerias da Vida Rural" Portuguesa.

Em relação à legendagem,(que é um dos pontos fracos da exposição 'Os Índios, Nós'), deveria corresponder a cada objecto um desenho, mas entendeu-se que alguns não necessitavam. O que suscitou algumas críticas por parte do público.

Como o Serviço Educativo nos grupos que encaminhamos dispensa a legendagem, mas o visitante individual não, e tem criticado que não é evidente a correspondência entre a legenda e o objecto.

No catálogo essa deficiência não se nota pois todos os objectos estão devidamente identificados."

Museu Nacional De Etnologia - Envolvente Exterior

Caracterização da actuação do Museu

O Museu de Etnologia fica situado na Av. Ilha da Madeira perto de Belém em Lisboa. Os excertos da entrevista seguinte, efectuada ao seu Director, o Professor Doutor Joaquim Pais de Brito, procura caracterizar através das suas respostas, a dinâmica da actuação deste Museu.



Foto 1 - Fachada principal do Museu.

- Qual a missão deste museu?

- *"Começa com uma pergunta tão ampla que quase não tem resposta.*

(...) O Museu é criado em 1965, por uma equipa de antropólogos pioneiros na Antropologia em Portugal que consideraram indispensável associar e incorporar na investigação os próprios artefactos produzidos pelas sociedades e culturas estudadas, que desta forma, seriam veículos de comunicação para um público amplo."

- Inicialmente pretendeu-se criar um museu relacionado com a cultura Portuguesa ou abrir o leque de estudos para todas as culturas ultramarinas?

- *"Aí houve uma tensão não muito acentuada, mas implícita no projecto. O Museu é criado no âmbito do Ministério do Ultramar, nesse sentido a sua vocação institucional e política seria a representação do Portugal de além mar, mas na verdade nos homens que o propuseram – Jorge Dias, Ernesto Veiga de Oliveira, Benjamim Pereira, Margot Dias, Fernando Galhano, etc.,- foi no sentido de uma perspectiva muito mais universalista que englobasse a diversidade das culturas do Mundo; Teoricamente todos os povos do mundo, inclusive Portugal; mas a tónica da presença das colónias era muito marcante, talvez e, certamente, por já ter existido nos anos 40 um projecto de Museu Colonial; e antes disso já tinha havido um Museu Colonial no Séc. XIX, que acabou. As colecções que nele existiam encontram-se hoje na Academia da Sociedade de Geografia, em Lisboa.*

Nos anos 60, em pleno contexto de guerra colonial, devido a fortes marcas nacionalistas, nas instituições do estado o que era interessante era a representabilidade das colónias. Como missão, esta visava o conhecimento.

Mais recentemente, a missão do Museu nas últimas décadas, visa articular a investigação, a museologia e a museografia.

É um museu que procura trazer algumas questões que não são necessariamente a etnografia dos povos que não estão contidas nas suas colecções; é um museu que é capaz de dar respostas a solicitações exteriores, e, portanto, a missão do museu não é passível de ser definida.

O Museu é um produtor de sociedade, mais do que mostra de culturas, ele cria e produz sociedade."

- Como pretende atingir esses objectivos e qual a estratégia?

- "Das maneiras mais formais e clássicas e das maneiras mais passíveis de serem inventadas, consoante aquilo que nos oferecem as instituições: por exemplo, através de estágios de investigação e iniciação à investigação para jovens antropólogos, este é o quarto ano em que temos estagiários a desenvolver tarefas importantes dentro do Museu. Como espaço de formação, ele cria novos agentes no cruzamento das áreas da antropologia e da museologia, na criação de protocolos com instituições locais ou nacionais; nos quais é possível fazer projectos em conjunto, e neste caso o Museu tanto sai fora de portas para ir fazer uma experimentação, ou dar o contributo museológico ou museográfico a uma autarquia, como trabalha activamente na investigação dum arquivo sonoro ou num arquivo audiovisual, num outro tipo de protocolos; Ou então, candidatando-se sob os processos normais aos concursos nacionais de investigação a bolsas de investigação em determinada área.(...)."

- No programa museológico que tipo de actividades estão incluídas?

- "(...), um dos patamares é toda a documentação que o Museu detém, que é uma reserva de conhecimento para a investigação e documentação imediata das colecções e, esta transforma-se também numa documentação a trabalhar de maneira a chegar aos públicos de diferentes formas: em edições, em consulta na



Foto 2 - Acesso de cargas e descargas.

mediateca, etc.. Nessa documentação existem registos em papel, desenho, fotografia, filme e som.

Em todas as actividades esta documentação entra em jogo, às vezes assumindo-se mesmo como tarefa concreta do museu; por exemplo: nos arquivos estamos a trabalhar (com terceiro estágio de jovens antropólogos) com incidência nos arquivos de filmes, e particularmente no vídeo, que começou com uma ficha para o inventário dos fundos gravados em vídeo.(...)

Quando se faz uma exposição sobre instrumentos musicais, entra em jogo um conjunto imenso de coisas que não podem ser confundidas com a simples divulgação, como a edição de um livro, ou de um catálogo. Um catálogo não é apenas a divulgação associada a uma exposição, é num catálogo que se mostra até onde foi possível fazer reflexão, que gente esteve implicada, que contributos houve nesse processo todo.(...)²⁸

Envolvente Exterior

O Museu está identificado a nível de tráfego por sinalização junto a Belém, no início da Av. Ilha da Madeira, e perto do cruzamento desta com o quarteirão que é ocupado pelo Museu estando este perpendicular a esta avenida.(foto 5-6)

É um edifício concebido para o efeito, de arquitectura simples jogando com diversos volumes revestidos a pedra que se articulam entre si através de módulos envidraçados.

Toda a arquitectura do Museu é envolvida por jardins tornados públicos (oferecidos à CML, aquando das obras de ampliação deste, entre 1998 e 2000, tempo este em que o Museu se encontrou fechado), tendo sido construído um parque lúdico infantil junto à entrada principal.



Foto 3 - Acesso pela Av. da Ilha da Madeira.



Foto 4 - Envolvente exterior - Jardim e parque infantil.



Foto 5 - Sinalética de tráfego.



Foto 6 - Sinalética de tráfego.

²⁸ - Entrevista gravada com o Professor Doutor Joaquim Pais de Brito, em Abril de 2001

A fachada principal do edifício é dividida da esquerda para a direita (para quem está à frente deste) pelo auditório, recepção e sala de exposições; é na parede exterior desta que se situa a identificação do Museu assim como um cartaz que anuncia as exposições e as actividades museológicas.(foto 7)

A lateral do modulo de exposições dá para o parque automóvel reservado ao Museu e para outro fronteiro a este, para autocarros. (foto 8-9)

O acesso ao Museu pode ser feito através deste parque automóvel por um pequeno lance de escadas que dá passagem para a entrada principal, junto a esta está a identificação institucional em duas placas metálicas: uma identificadora de que o Museu pertence ao Ministério da Cultura e conseqüentemente à rede de Museus do IPM; a outra placa é identificadora do Museu, apresentando o seu horário de funcionamento.

Os acessos ao Museu de Etnologia estão preparados para deficientes e/ou carrinhos de bebé, mas só se o visitante vier da Av. da Ilha da Madeira, de outro modo será mais complicado, pois este percurso está relacionado com o movimento de cargas e descargas a efectuar quando da montagem e da desmontagem de exposições ou outras actividades museológicas.

Se o visitante de cadeira de rodas se deslocar de automóvel poderá estacionar o seu carro no parque do museu, mas para atingir este tem duas hipóteses: ou vai até à avenida e faz o seu acesso ao Museu sem grandes problemas, pelo caminho algo longo para deficientes, chegando já cansado ao Museu ou, se for mais aventureiro, poderá arriscar descer as escadas que unem o parque ao Museu, isto porque durante as recentes obras ninguém se lembrou de fazer um acesso para deficientes o qual ligasse o parque automóvel ao acesso para o Museu de uma forma mais directa do que todo o caminho que liga o parque à entrada pela avenida.

Depois de se descer o lance de escadas, é fácil subir para o caminho de rampa que é desnivelado com o passeio, para quem vem do parque de estacionamento.



Foto 7 - Cartaz Exterior ('Outdoor').



Foto 8 - Vista do parque de estacionamento.



Foto 9 - Escada de passagem do parque para o acesso ao Museu



Foto 10 - Acesso a deficientes.

À excepção destes dois pequenos percalços, a envolvente exterior do Museu de Etnologia até está preparada para receber pessoas que se desloquem com cadeiras de rodas ou carrinhos de bebé.

A promoção feita pelo Museu, sempre que há um novo evento, consiste na realização de contactos com alguns programas culturais de televisão, 'mailing' para a sua base de dados, cartazes colocados em escolas ou faculdades, (assim como na fachada do edifício), 'Outdoors', e portfólios especializados para imprensa e por vezes para professores, lamentando-se mesmo assim o seu director da falta de aderência do público²⁹.

Por coincidência ou não, recorde-se que por alturas da Páscoa de 2001, a respeito da inauguração da exposição "Instrumentos Musicais Populares Portugueses", uma televisão fez uma reportagem de fim-de-semana cultural onde incluía a visita a este Museu e a esta exposição. Quem não aproveitou o conselho da televisão e não foi ao Museu durante esse fim-de-semana, e esperando até à 3ª-feira seguinte, fez mal, pois ao chegar à porta do Museu deparou-se com um letreiro informando o mesmo que o Museu iria estar encerrado durante 15 dias para desinfestação remetendo os visitantes para depois dessa data, (devido à chegada da Primavera deu-se a eclosão de vida parasitária nas reservas museológicas).

Seguidamente, o Museu entre Julho e Setembro esteve a funcionar a meio gás, pois a sua exposição principal "Os Índios, Nós", foi desmontada devido a compromissos de calendarização. Somente em Setembro foi inaugurada a seguinte exposição, "Arte das mulheres "Inuit: Vozes de Cape Dorset" (título que vinha, a designar na publicação do IPM ficando com o título definitivo em "Isumavut: A expressão Artística de nove mulheres de Cape Dorset"), neste meio tempo, o Museu funcionou com a exposição "Instrumentos Musicais Populares Portugueses" e as reservas visitáveis "Galerias da Vida Rural".

²⁹ (...) "É evidente que este Museu tem problemas, porque é que vem pouco público ao Museu, se está a 500 metros da linha dos Museus mais frequentados de Lisboa. Porque não tem exposições permanentes, e ao não ter exposições permanentes a dificuldade da negociar com as agências turísticas fica diminuída, mas por outro lado quem vem cá a cima e visita o Museu depara-se com muitos livros e catálogos, é dos Museus que mais produz neste sentido e dos que mais vende. Mais de metade dos visitantes anuais são escolas, porque é que o público não vai aos museus?, não sei, também não lê..., muitas razões..."(...) (transcrição de parte da entrevista gravada com director do Museu).

É de difícil compreensão, como um Museu com tão ricas colecções nas suas reservas, (que vão de colecções de objectos etnográficos sobre os 'Makonde' de Moçambique, e de outras ex-Colónias Portuguesas até objectos recolhidos na África Ocidental, na Ásia do Sudeste e no Brasil, a arquivos fotográficos, fílmicos e sonoros) não tenha preparado nada para estes meses de interregno na sua sala principal de exposições. Tal facto consequentemente, reflectiu-se na adesão quase nula do público ao Museu em vários dias destes meses.

O Museu possui uma página na internet no sítio do IPM (www.ipmuseus.pt). Trata-se de uma página generalista com poucas informações, não constando sequer a data e o nome das exposições em curso no Museu. Aqui são apenas fornecidos dados institucionais, com duas imagens fotográficas de peças, sem informação alguma sobre elas. Na página seguinte deste sítio faz-se uma apresentação do Museu indicando quais são as suas colecções, com uma única imagem, mais uma vez sem legenda.

Com estes dados, algo sumários e irregulares, torna-se difícil que o Museu atraia novos públicos aos seus eventos.

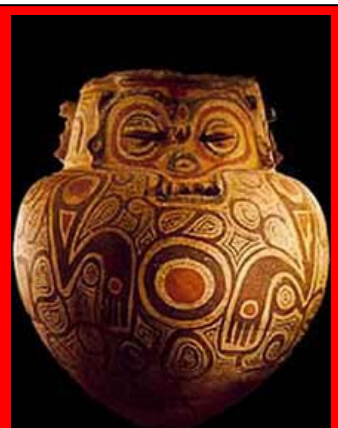


Foto 11 - Imagem do sítio da internet.

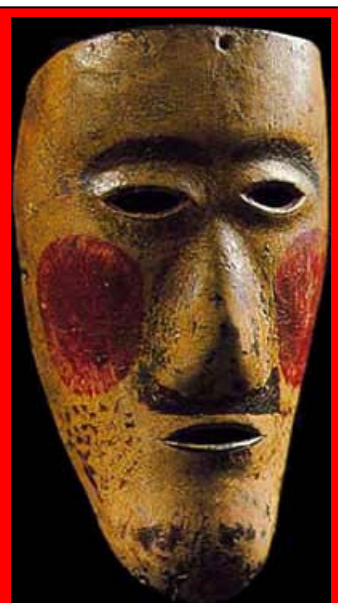


Foto 12 - Imagem do sítio da internet.

Envolvente Interior do Museu Nacional de Etnologia

Ao entrar na envolvente interior do Museu de Etnologia, o visitante tem acesso visual à recepção, à cafetaria e à sala de exposições principal. Para se aceder à sala de exposições principal, existe uma escadaria (foto 14), estando do lado esquerdo desta um painel informativo em vidro dos serviços do Museu (foto 19), podendo ficar-se a par das exposições a decorrer (faltando as informações sobre as reservas visitáveis); o horário dos serviços de biblioteca, da livraria, da cafetaria, do Serviço Educativo; tomar conhecimento de que existe um serviço de cadeira de rodas, e ainda das proibições de fotografar com tripé ou flash, de filmar, de transportar animais ou de fumar. Outros painéis de sinalética alertam-nos para a existência de um auditório, de salas de formação, instalações sanitárias, etc.. A sinalética para a nova biblioteca, ou sobre o acesso para deficientes ainda não se encontra colocada. Estes, para saber qual o percurso a utilizar terão de se dirigir à recepção e alguém irá com eles para lhes indicar o caminho. Visto não ser possível para as pessoas com cadeiras de rodas entrarem pela porta 'normal', estas terão de contornar toda a sala de exposições e entrar pelas traseiras da sala ou apanhar um elevador que dará para a sala do primeiro andar para visitar as exposições patentes neste.

A recepção, instalada no luminoso hall³⁰, que também serve para acções do Serviço Educativo conjuga no mesmo espaço a venda de bilhetes, o pequeno bengaleiro³¹, a venda de algumas reproduções



Foto 13 - Zona de entrada e vista para a recepção.



Foto 14 - Escadaria de acesso à sala principal de exposições.

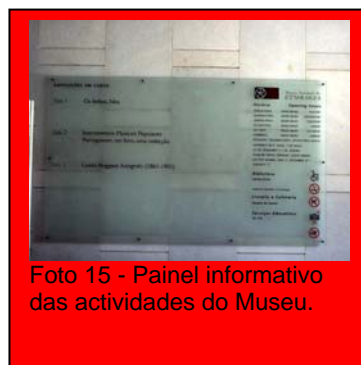


Foto 15 - Painel informativo das actividades do Museu.

³⁰ No hall falta-lhe no entanto um local de espera/descanso para os visitantes; não tendo estes a possibilidade de esperar neste local, podem no entanto deslocarem-se para o hall junto do auditório e da sala 3 e aí descansar ou esperar por alguém; outra hipótese será entrarem na cafetaria e aí aguardar pois esta é toda em armação de vidro e alumínio, o que permite uma visualização quase integral sobre o hall da recepção.

³¹ Na recepção tem de se solicitar o serviço de bengaleiro pois caso contrário não existe nenhum local para guardar os pertences dos visitantes, e mesmo este é de reduzidas dimensões não sendo possível guardar muitas bagagens.

de objectos ligados à agricultura tradicional³², a livraria e discoteca ligadas ao tema etnográfico³³. O serviço telefónico público está mesmo ao lado da recepção o que poderá constituir um pequeno incómodo relativo à privacidade nos telefonemas.

A cafetaria (foto 17), frontal à recepção, é um espaço de lazer e ao mesmo tempo de recolhimento, dando uma das fachadas em vidro para o jardim interior contíguo ao hall podendo o visitante desfrutar de uma pequena esplanada contígua ao jardim.

A biblioteca divide-se por dois espaços, um de arquivo de consulta, que era uma sala de exposição, tendo sido transformada para acolher parte da biblioteca enquanto esta estava em obras, é um local escuro e desconfortável (foto 18), situado no piso -1, junto ao WC. O outro é um espaço inaugurado recentemente depois das obras efectuadas no Museu: trata-se de um espaço amplo e luminoso no 1º andar, junto aos Serviços Administrativos que está identificado no desdobrável com a planta do Museu como mediateca.(foto 19).

Aqui pode-se consultar não só livros especializados, mas também recorrer aos arquivos fílmicos, sonoros e fotográficos, (futuramente pode-se recorrer a arquivos digitalizados).

O Museu possui para apresentar os seus eventos além do espaço principal de exposições com dois pisos, uma terceira sala multifunções, de exposições complementares à exposição principal ou de passagem de vídeos, diaporamas ou outros eventos, e as reservas visitáveis³⁴, "Galerias da Vida Rural".



Foto 16 - Loja / Recepção / Livraria do Museu.



Foto 17 - Aspecto do átrio de entrada com a cafetaria ao fundo.



Foto 18 - Aspecto da biblioteca no piso -1.

³² As reproduções que são vendidas na recepção estão ligadas à exposição "Voo do Arado" e terão ligações também com as reservas visitáveis, pois estas procuram evocar a vida rural.

³³ É de referenciar que este museu edita regularmente livros de referência etnológica e catálogos de excelente qualidade gráfica.

³⁴ É intenção do seu director que, até ao final de 2002, abram mais alas de reservas visitáveis, estando em estudo a área geográfica da América do Sul, com todo o portfólio que o Museu adquiriu com a exposição "Os Índios, Nós", outra área relativa ao continente africano, com incidência sobre a

A sala principal e a terceira sala normalmente complementar desta, teve patente ao público enquanto este Museu foi objecto de estudo, dois tipos de eventos. Enquanto na sala principal estava a exposição "Os Índios, Nós", nesta terceira sala acolhia a exposição do fotógrafo italiano "Guido Boggiani (1861 - 1901)", com imagens de índios da Amazónia: esta exposição assentava numa forma de organização 'Arterial'³⁵, explícita e sem pretensões, dava as informações necessárias em sistema bilingue sem equívocos para o visitante. (fotos 20-21)

Também neste mesmo local, durante a exposição sobre as mulheres 'Inuit', foram exibidos vídeos sobre as vivências dos índios 'Inuit', sendo estes unicamente narrados ou legendados em Inglês o que dificultou a compreensão do público português.

A exposição "Os Índios, Nós" que preencheu o piso térreo do espaço principal de exposições durante o primeiro semestre de 2001, foi uma exposição desenvolvida à volta de um percurso luminoso e sinuoso que, nas palavras do director do Museu seria assim definido: "*(...) eu não sei se vai resultar, espero que resulte, o atravessamento de toda a exposição por um rio suspenso de redes, de lugares de dormir. (...)*

Eu sugeri que o caminho de redes devia de repercutir num outro de pura abstracção e o arquitecto tomou-a de uma forma muito interessante, estabelecendo um caminho de luz. O primeiro é etnografia. Cada rede é uma rede de um grupo étnico.

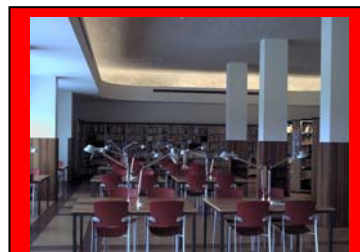


Foto 19 - Aspecto da nova Biblioteca / Mediateca.



Foto 20 - Vista geral da exposição sobre o fotógrafo "Guido Boggiani (1861 - 1901)".

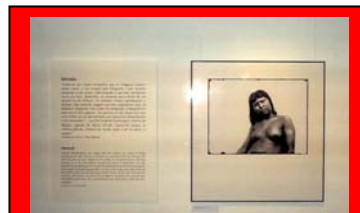


Foto 21 - Texto explicativo, legenda e fotografia da exposição sobre o fotógrafo.

África portuguesa; refira-se ainda que também o universo lúdico, expressivo, festivo e religioso possui um extenso acervo nas reservas deste Museu, futuramente será organizada numa outra reserva visitável, que incidirá sobre estes aspectos. O Museu pretende assim colmatar possíveis lacunas museográficas como as que sucederam no presente ano.

³⁵ No capítulo 'Espaço de Exposição' foram apresentados várias tipologias possíveis para organizar um espaço de exibição, estes sistemas formais de organização espacial podem ser : Arterial; Pente; Estrela; Bloco; ou a conjugação destas.

(...) *Esse caminho marcado pelas redes de dormir é em si mesmo um caminho conceptualmente pensado em termos da estrutura arquitectónica do espaço da exposição. (...)*³⁶(fotos 22-23)

O espaço desta exposição, com esta estrutura de organização espacial que referimos, promove um percurso livre tendo o visitante a possibilidade de optar qual o núcleo que deseja ver primeiro, sem ser obrigado a seguir o percurso direccionado da exposição, estando esta organizada da esquerda para a direita, (da mesma forma como se lê), este tipo de organização é o mais comum na civilização ocidental.

A exposição compunha-se de vídeos sobre os índios e sobre as suas influências na sociedade brasileira, (foto 25), fotografias de época (fotos 28), e artefactos produzidos pelos índios. No final da sala (zona mais afastada da porta e, por onde entram os visitantes de cadeiras de rodas), era apresentado um diaporama, (foto 27); definindo-se como local de descanso, disponibilizado num banco para assistir à apresentação de slides que documentavam a vida local e social dos Índios de hoje.

Os artefactos estavam basicamente expostos, em vitrines, e no caso de objectos de maiores dimensões estavam colocados sobre estrados de reduzida altura.

A exposição era serpenteada centralmente por uma forma sinuosa que, como foi referido, evocava um rio (materializada num estrado com luz), onde estavam em exposição várias redes de dormir, suspensas e textos explicativos colocados directamente sobre esta forma, que definia o percurso de toda a exposição.

A legendagem (ponto em que esta exposição pecou desde o início), era ineficiente e por vezes escassa, não servindo muitas vezes para a identificação dos objectos expostos. Inicialmente, existiam objectos que estavam identificados e outros que não estavam; devido às reclamações do público a legendagem foi refeita,



Foto 22 - Aspecto geral da exposição sobre os Índios com o elemento central.

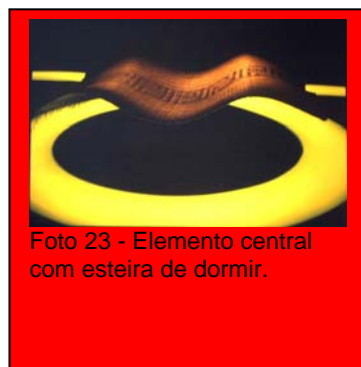


Foto 23 - Elemento central com esteira de dormir.



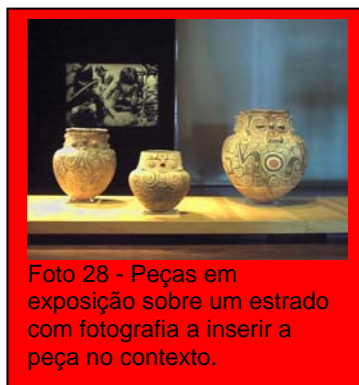
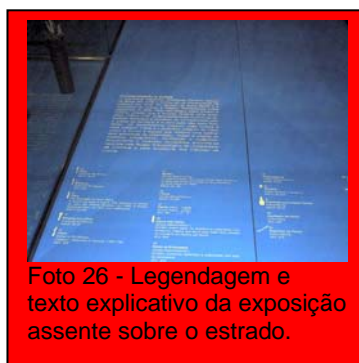
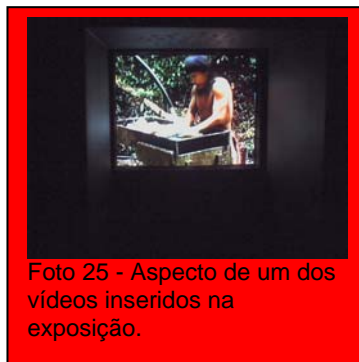
Foto 24 - Painel introdutório da exposição "Os Índios, Nós".

³⁶ Entrevista dada pelo Professor Doutor Joaquim Pais de Brito à publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais N.º 9 Junho de 2001, (p. 25)

mas mesmo assim encontravam-se objectos que estavam identificados na legenda com desenhos e números e noutros casos, só com números, provocando discrepância e sérias dificuldades de compreensão de algumas peças. Todas as legendas tinham informação numérica; porém os objectos nem sempre a tinham, principalmente os objectos que situados dentro de vitrinas, (aqui as legendas eram colocadas também no interior da vitrina). As legendas não possuíam as informações suficientes para a total compreensão do objecto, sendo rara a legenda que identificava a data do objecto; não tendo algumas o país de origem, tornando-se assim difícil a total compreensão da exposição. No entanto havendo a total identificação do objecto no catálogo produzido para acompanhar a exposição, é verdade que este ficará como documento de memória. Mas, conseqüentemente na memória do visitante poderá ficar a ideia de um Museu que não se preocupa com as suas necessidades, pois habitualmente será uma percentagem mínima de público que irá adquirir o catálogo.

Os textos escritos somente em Português, colocados sobre os estrados. Como já foi referido, encontravam-se a uma distância superior a 1 metro, o que implica que a altura da letra como já foi referido anteriormente, deverá ser superior a 5mm para ter boa legibilidade a esta distância. Se para os textos explicativos da exposição o corpo de letra seria de uma leitura razoavelmente fácil, para a legendagem o corpo de letra era demasiado pequeno.

Outra exposição patente nesta sala no piso 0, (enquanto este Museu foi objecto de estudo), foi a exposição "ISUMAVUT: A Expressão Artística de Nove Mulheres de Cape Dorset", organizada em vários núcleos, divididos pelas nove mulheres 'Inuit' apresenta objectos artísticos destas, (basicamente pintura, desenho e escultura), numa conjugação de expor 'mista', apresentando os objectos, essencialmente expostos em vitrines ou colocados em paredes amovíveis, existindo alguns objectos sobre estrados. Os diversos núcleos de peças das mulheres 'Inuit' estão separadas por



fotografias impressas em tecido servindo estas também para separação dos espaços.

Nesta exposição a legendagem é imediata, estando colocada ao lado de cada peça; tanto estas como os textos estão escritos de forma bilingue (Português e Inglês).

O acesso à exposição "Instrumentos Musicais Populares Portugueses" que está patente no primeiro piso da principal sala de exposições, realiza-se através de uma escadaria do lado direito de quem entra para esta sala. foto

Os propósitos desta exposição seria a realização de uma amostragem de instrumentos e objectos ligados à música, que pelas dimensões dos objectos se realiza integralmente em suportes dentro de vitrinas, pontuada com algumas fotografias ilustrativas destes em actuação. (Foto 31)

A legendagem dos objectos sendo mais explícita, mas nem por isso exemplar, está concentrada num lado da vitrina (sendo esta de vidro e por vezes com quatro frentes).

Os textos que acompanham a exposição dão exclusividade à língua portuguesa.

O percurso de exposição opta mais uma vez por um sistema livre, escusando um percurso obrigatório para a compreensão da exposição.

O Museu Nacional de Etnologia, possui uma característica única nos museus analisados: São feitas visitas guiadas às reservas visitáveis('Galerias da Vida Rural'), sem marcação prévia; às onze horas no período da manhã, e às quinze horas no período da tarde, excepto ao fim-de-semana,(segundas e terças feiras de manhã, dias a que o Museu está fechado) com marcação prévia este tipo de acompanhamento não tem horário para ser realizado. Contudo faz parte dos projectos do seu director tornar visitáveis todas as reservas aí existentes. As reservas não visitáveis de momento são local de trabalho científico dentro do Museu, as visitas a estas zonas poderiam implicar um significativo atraso nos trabalhos que aí



Foto 29 - Aspecto geral da exposição sobre as mulheres de 'Inuit'.



Foto 30 - Aspecto da mesma exposição.



Foto 31 - Exposição sobre os Instrumentos de Musica.



Foto 32 - exposição de objectos dentro das vitrinas das reservas visitáveis.

decorem, sendo estas reservas só visitáveis por público especializado, investigadores ou grupos escolares, todos eles mediante marcação prévia.

As 'Galerias da Vida Rural' assentam numa forma de expor muito linear, que poderá estar inserida numa tipologia tipo 'Arterial', a sala do edifício tem por base um rectângulo onde centralmente estão colocadas uma série de vitrinas, dividindo estas a sala em duas partes, existindo objectos expostos nas duas alas formadas pela divisória em vitrinas. Estas são por um lado formadas pelas vitrinas e pelo outro por objectos de maiores dimensões relacionados com a vida rural, podendo estes estar assentes em estrados ou no próprio chão, em alguns casos existem vários níveis de objectos expostos sob um sistema de calhas, não permitindo uma observação totalmente compreensível destes objectos, mas nunca podemos esquecer que estamos nas reservas de um Museu, onde luz, humidade relativa, e circulação de ar têm de estar controladas e onde a importância destas se sobrepõe a uma encenação de uma exposição. No início de cada núcleo existem textos e fotografias que acompanham a exposição numa cercadura por cima das vitrinas, os textos explicativos têm por função uma integração e caracterização dos objectos na vivência do homem que os utilizou. Estas visitas são sempre acompanhadas por alguém do Serviço Educativo do Museu, facto que levou o Museu à não legendagem dos objectos, possuindo apenas uma etiqueta de referência museológica, mas também neste caso não se sente a necessidade da existência de uma legendagem pois qualquer duvida será prontamente esclarecida pelo guia da exposição.

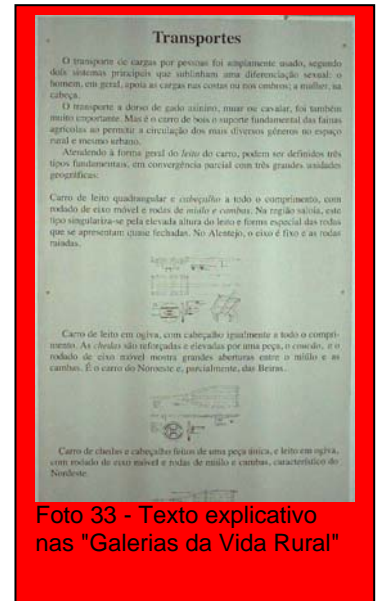


Foto 33 - Texto explicativo nas "Galerias da Vida Rural"



Foto 34 - Vista de uma das alas das reservas visitáveis.



Foto 35 - Vitrinas de exposição nas mesmas reservas.

Análise dos visitantes ao Museu Nacional de Etnologia

O Museu de Etnologia foi dos museus estudados aquele que mais vicissitudes apresentou ao desenvolvimento deste estudo. Começou por demorar cerca de 3 meses para dar uma resposta afirmativa ou negativa à carta onde se proponha este museu para estudo. Demorou mais 3 semanas até que o seu director tivesse disponibilidade para ser entrevistado, (é durante a entrevista que é oficializada a colaboração dos serviços museológicos com este estudo), a entrevista foi realizada a 9 de Abril de 2001, quando a primeira carta de pedido de estudo foi entregue em mão na recepção do Museu em Janeiro de 2001.

Já todo o processo corria quando por alturas da Páscoa o Museu fechou por um período de 15 dias para desinfestação, depois de ter sido indicado na televisão como um itinerário de fim-de-semana, que aconselhava uma visita à recém inaugurada exposição de "Instrumentos Musicais Populares Portugueses".

Em Junho a exposição "Índios, Nós" é encerrada conjuntamente com a exposição "Guido Boggiani fotógrafo (1861-1910)", neste período e até Setembro data em que é inaugurada a mostra sobre as mulheres 'Inuit', a única exposição a decorrer no Museu era a apresentação dos instrumentos de música, "Instrumentos Musicais Populares Portugueses" e as reservas visitáveis "Galerias da Vida Rural", como se pode ver em anexo os cadastros dos dias nesta altura são lamentáveis, no dia 16 de Agosto 5ª feira o Museu teve 0 (Zero), visitantes, no dia 18 de Agosto o Museu recebe apenas 1 (um) visitante português e 6 estrangeiros, estes dias foram reflexo de todo o mês de Julho e Agosto.

Todas estas vicissitudes, conjuntamente com a pouca apetência do público para responder a inquéritos, chega-se a Outubro, mês em que o Serviço Educativo coloca a decorrer um inquérito ao público, o que leva os recepcionistas a suspender o inquérito que ainda decorria para realizar este estudo sobre a opinião dos visitantes. Devido a todos estes factores esta sondagem não atingiu o número pretendido de inquiridos, ficando a mesma pelos inquéritos conseguidos até essa data, conjuntamente com a análise de bilheteiras efectuada pelas vendas de bilhetes.

Tal como nos outros Museus analisados, também aqui a percentagem de público feminino (57%) é superior ao visitante masculino (43%).

A média de idades³⁷ dos visitantes inquiridos desta instituição está situada entre as seguintes faixas etárias: - 18-24 anos; ⇒20%;

- 25-39 anos;⇒ 20%;

- 40-61 anos;⇒ 48%;

- + de 61anos;⇒ 12%.

Deste conjunto de inquiridos foi realizada uma estatística sobre o nível de habilitações: - Estudantes: ⇒ 17%³⁸

- Até ao 12º ano: ⇒ 17%

- Cursos Médios: ⇒ 22%

- Licenciados: ⇒ 44%

- Mais do que a Licenciatura - 0%

O tipo de público que recorre a esta instituição é essencialmente um visitante interessado em aprender, pois 33% dirige-se ali por razões profissionais, 28% por razões pedagógicas e somente 6% evoca razões familiares, 33% dos visitantes apresentou razões lúdicas para visitar o Museu. Já em relação ao tema apresentado pelo Museu 51% dos visitantes alega que este lhe agrada a nível pessoal, 14% profissional, 14% são estudantes (não inseridos em visitas de estudo) e 21% dos visitantes nutre curiosidade em relação ao tema exposto.

O meio de transporte eleito é mais uma vez o automóvel(43%), estando muito próximo dos visitantes que se deslocam em transportes públicos (42%), vindo muita gente a pé desde Belém aumentando a percentagem de pessoas que adere a outro tipo de meio de transporte para chegar ao Museu.

Este Museu tem uma forte ligação com as escolas havendo assim uma grande parte de visitantes que não estão incluídos nos visitantes de 'motivação pedagógica'



Foto 36 - Aspecto dos jardins do Museu, fachada virada para o rio Tejo.



Foto 37 - Aspecto do parque automóvel do Museu

³⁷ As escolas com as visitas de estudo são em meses de calendário escolar a maioria dos visitantes, no entanto neste estudo tentou-se privilegiar outro leque de visitantes que não os estudantes que se dirigem aos Museus integrados em visitas de estudo, os professores normalmente tomam o lugar destes respondendo por todos, no entanto para efeitos estatísticos só contam os nomes de quem assina os inquéritos.

³⁸ A percentagem de estudantes aqui mencionada, não está directamente relacionada com a intencionalidade da visita à exposição, parte destes pode ter-se deslocado ao museu por outros motivos.

mas que são de importância impar nas percentagens de visitas aos museus (em Janeiro de 2001, 43%, em Fevereiro, foi de 63% do global do público visitante).

O meio de transporte preferido do público inquirido para se deslocar às exposições, é o automóvel(47%), seguidamente o transporte público(39%), 15% do público opta por chegar aqui com os seus próprios meios depois de um passeio por Belém.

Devido ao bom parque automóvel e de camionetas o público tem facilidade em parquear o seu veículo para visitar este Museu.

O público que se dirige ao Museu é substancialmente um 'Visitante ocasional', que na sua maior parte visita esta instituição pela 1ª vez (52%), somente 22% é um 'Visitante regular' que acompanha as exposições, o 'Visitante ocasional' que já veio ao museu mas que a ultima vez foi à mais de dois anos ocupa um segmento de 22%.

Tal como nos outros museus também aqui os órgãos de comunicação têm uma acção preponderante no cativar dos públicos e na publicidade aos museus (50%). A "Agenda Cultural" (11%) e os conselhos de outras pessoas(12%) estão aqui equiparados estando 'outros meios de publicidade'(os convencionais), bem colocados para levar público a esta instituição(19%).

Pode-se observar no quadro N°6 que o tipo de visitas preferidas são visitas livres (57%), entre o público não profissional, ficando o público profissional (com ligações profissionais ao tema do Museu), dividido entre visitas guiadas (14%) e livres(11%).

Do público que prefere visita guiada (34%), apenas 18% consegue este tipo de visita.

Este Museu até à data de realização deste estudo, não possui nos seus serviços nenhum dia instituído para realização de visitas guiadas às exposições sem marcação prévia³⁹, o que obriga o público a marcar com bastante antecedência a sua visita às exposições com o Serviço Educativo, basicamente quem recorre a este sistema é o público escolar.

Na critica do público a 'Localização dos textos', quadro 20, está equitativamente dividida pelo bom (21%),e pelo mau (21%), estando



Foto 38 - Vista da cercadura superior das reservas visitáveis.

³⁹ Este tipo de visitas foram instituídas já no decorrer deste estudo e só às "Galerias da Vida Rural".

a maioria do público com a sua opinião situada na faixa do suficiente (54%).

A 'Legendagem dos objectos', ponto em que o Museu sentiu alguma debilidade, levando-o a tentar colmatar essa fraqueza, a maioria das opiniões situa-se na faixa dos suficientes(61%), seguindo-se os bons(21%) e muito perto com 18% situa-se a opinião do mau.

Na avaliação aos 'Textos informativos', aos 'Textos explicativos', e à localização destes, o público mantém uma opinião positiva respectivamente:

'Textos informativos' - 43%, bom; 53%, suficiente; 4% mau:

'Textos explicativos' - 21%, bom; 54% suficiente;21% mau;

Localização - 21% para bom e mau; 54% para suficiente.

A "Acessibilidade às peças" quadro 22 (54%bom; 43%suf.) é positiva nas exposições em análise realizadas por este Museu, assim como a 'Visualização das peças' inseridas nestas (quadro 23), (57% bom; 36%suf.) e a 'Aproximação para ver pormenores' (quadro 24), (46% bom; 50%suf.).

Quanto ao 'Prolongamento da memória', neste Museu que detém uma actividade muito dinâmica, tanto na elaboração de livros (21% dos visitantes compraria um livro), como de catálogos (11%), estão nas preferências dos visitantes. As reproduções existentes são escassas, reportando-se unicamente para a exposição do "Voo do Arado", ou às "Galerias da Vida Rural", pois são reproduções de objectos ligados à agricultura. Outro factor de interesse é a discografia etnográfica à venda na loja do Museu.

Na sinalização os visitantes são mais críticos, tanto na sinalização dos vários locais dentro do Museu como no exterior, tendo este Museu como vantagem a sua arquitectura que permite uma visualização facilitada dos vários locais. Os locais com menor visibilidade são os serviços de higiene, (25%, bom), (47%, suficiente) (8%, mau) e a nova biblioteca que o Museu se viu obrigado a colocar uma sinalética de recurso em papel de máquina, não retirando a sinalética que indicava a biblioteca de temporária ou centro de pesquisa que estava localizada temporariamente na sala de exposições do piso (-1), respondendo o público à sinalética de biblioteca e não à sua localização, (32% bom), (31% suficiente), (15%



Foto 39 - Legendagem e peça dentro de vitrina na exposição "Os Índios, Nós"

mau); sendo a sinalização global do todas as envolventes do Museu considerada por 29% bom;48% suficiente, não respondendo à questão a restante percentagem de inquiridos.

Gráficos dos inquéritos realizados ao público
visitante do Museu Nacional de Etnologia

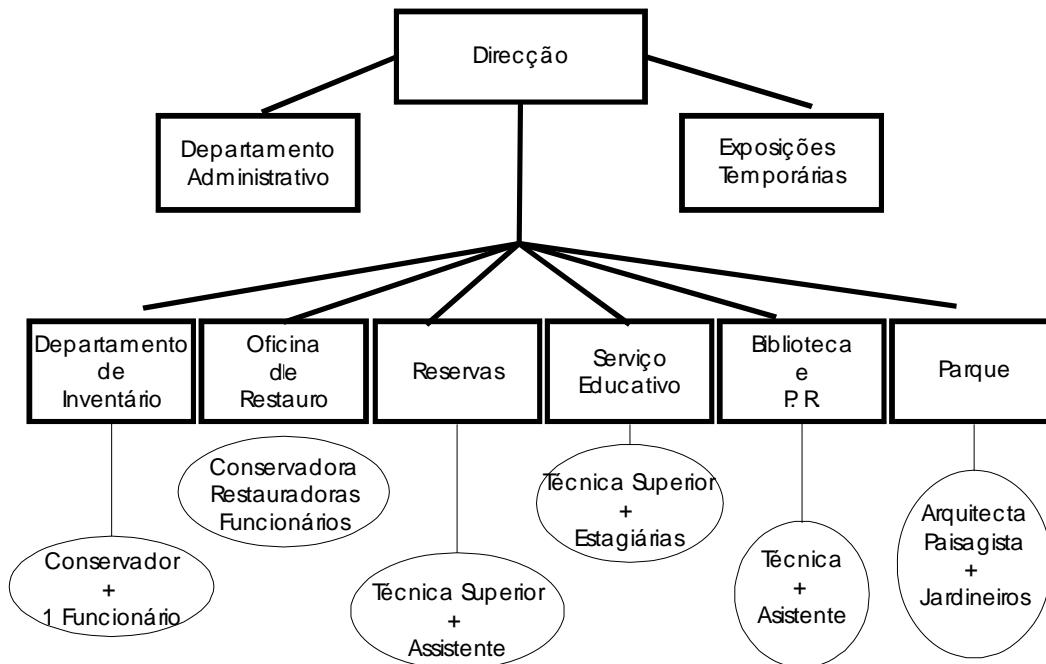
III - Museu Nacional do Traje

Plantas do Museu

Caracterização do Museu Nacional do Traje

Situação do Museu

- **Nome do Museu:**
Museu Nacional do Traje.
- **Localidade:**
Largo Júlio de Castilho
1600 Lisboa
Paço do Lumiar
- **Data da fundação:**
1977
- **Data da construção:**
1770/80
- **Organograma:**



- **Autoridade responsável pelas entrevistas para trabalhar no Museu:**
Directora Dr.^a Madalena Brás Teixeira

- **Principal âmbito de interesse:**
Traje e têxtil em geral.
- **Principal colecção:**
Traje civil.
- **Número de obras existentes no Museu:**
35 mil.
- **Número total de obras modernas/contemporâneas:**
Cerca de 20% da colecção, sendo as primeiras datadas do Sc. XVII.
- **Em exposição permanente:**
A exposição permanente, "As tecnologias têxteis", tem 14 tipos de peças diferentes.
A exposição "Moda do Século", tem patente ao público cerca de 800 peças.
- **Em reserva:**
Cerca de 34 mil e 200 peças.
- **Dispõe de áreas diferentes para expor a colecção permanente e exposições temporárias?**
Sim, a exposição "As tecnologias têxteis" que é a apresentação das principais fibras têxteis é a única exposição permanente, fica fora do edifício principal.
- **Oficina de restauro:**
Sim.

Serviços do Museu

- **Horário do museu: – Abertura – das 10.00h – Encerramento – 18.00h excepto às 2ª feira.**
- **Número médio anual de visitantes:**
60 mil.
- **Recepção:**
Sim.
- **Serviço de imprensa:**
Sim.

- **Serviço Educativo:**
Sim.

- **Biblioteca pública:**
Sim
- **Atelier infantil:**
Sim, mas funciona esporadicamente em acções específicas.
- **Venda de livros e publicações:**
Sim.
- **Venda de artigos promocionais ligados ao Museu:**
Sim.
- **Restaurantes ou cafetaria:**
Somente restaurante, está fora do espaço edificado do museu, fica situado nos jardins.
- **Reservas abertas ao público:**
Somente a público especializado.
- **Acessos para diminuídos físicos:**
Sim, elevador dentro do espaço museológico e uma exposição táctil para invisuais no espaço da recepção.
- **Catálogo da colecção permanente:**
Sim, das exposições temporárias.

- **Principais exposições temporárias nos últimos 5 anos:**

Neste Museu há quatro áreas distintas para fazer apresentações, a primeira no R/C existem várias salas com cerca de 150 m² onde se expõe traje etnográfico e tapeçarias. O 1º andar está dividido em duas partes uma onde se apresentam exposições de média duração, com seis salas onde está neste momento a exposição sobre Natália Correia, “Mátria”; a próxima será sobre fatos doutorais do Dr. Mário Soares. Na zona nobre do palácio, onde se apresentam exposições de longa duração, aí expõe-se sempre traje histórico, e as 3 últimas exposições aí realizadas foram: A exposição “Design XXI”, com designers de todo o mundo; outra, intitulada “Contradições”, com designers portugueses; seguidamente, houve a exposição “Traje de Noiva”, e, actualmente está em exibição “A moda do século, 1900 – 2000”. A "Sala anos 2000", funciona como galeria onde se apresentam peças de artistas contemporâneos que trabalham com áreas ligadas à actividade do Museu.

- **Fazem-se catálogos, cartazes ou postais para as exposições temporárias:**

Sim, catálogos.

- **Associação de apoio ao Museu:**

Não.

- **Meios informáticos de informação ao visitante:**

Sim. Existe uma página na Internet no sítio do IPM e na rede ETN.
(www.ipmuseus.pt)
(www.etn-net.org)

- **Meios interactivos Museu/visitante/Museu:**

Não.

- **O Museu vem assinalado em plantas, roteiros da cidade:**

Sim.

- **Indicação ao nível de tráfego da localização do Museu:**

Sim, a 1Km.

- **Existe informação intelectual:**

Folhetos introdutórios: – Sim.

Publicações: – Sim.

Catálogos: – Sim.

Material didáctico: – Sim, mas à venda.

Vídeos: – Sim, mas são das exposições. Não são para venda ou cedência.

Artigos de promoção: – À venda na loja.

- **Há intervenção de especialistas na informação intelectual e na montagem e organização das exposições?**

Além da direcção e das conservadoras, solicita-se exteriormente aquisição de serviços a: Artistas plásticos e Designers os espaços

Designers gráficos os catálogos.

Textos específicos a especialistas.

Orçamento e finanças

- **Gastos anuais fixos de financiamento:**
Cerca de 100 mil contos.
- **Despesas extraordinárias:**
Sim, financiadas pelo IPM e por patrocinadores pontuais.
- **Destino das receitas do Museu:**
Cofres do estado.
- **Publicidade que percentagem:**
0%
- **Valor aproximado da colecção (para efeitos de seguro):**
Não sabe, não há seguro feito pelo o Museu.
("O Estado não se segura a si próprio")
- **Valor das exposições (para efeitos de seguro):**
Não sabe, pertence ao estado.
- **Valores gastos de carácter regular:**
Vencimentos, água luz e correios. Cerca de 90% do orçamento.
- **Valores gastos de outros tipos:**
250 contos com a "Sala anos 2000", com edição de desdobrável e montagem.
Montagem total de uma nova exposição: 5 mil contos; catálogo 2 mil contos.
- **Origens dos fundos:**
Orçamento do Museu + Mecenatos + IPM.
- **Valores gastos no ano transacto em exposições permanente e temporárias:**
15 mil milhões de escudos.
- **Valores de: Montagem e organização %; Informação %; Publicidade à exposição instituição %:**
Montagem e organização: – 20% Informação: – 80%. Publicidade: - 0%

Aquisições : política e prática

- **Crítérios de aquisição de obras:**
Não há aquisição, só doação.
- **Como é reunida a informação?**
Directora e Conservadora, e por vezes, com a colaboração de especialistas.
- **Responsável pela escolha de novas peças:**
Directora e Conservadoras.
- **A selecção refere-se principalmente a artistas de renome internacional, ou a artistas nacionais?**
A artistas de renome e outros autores de média/boa qualidade artística/cultural.
- **Percentagem do orçamento que é aplicada em cada um dos casos:**
Nenhuma só existem basicamente doações.
- **Aquisição de novas obras/peças: directamente aos artistas, através de galerias de arte, em vendas comerciais, ou a coleccionadores particulares:**
São raras as obras adquiridas.
- **Lista de artistas a quem as obras tenham sido adquiridas nos últimos 5 anos:**
Gordilho, Nizuma, Catarina Baleiras, José António Tenente, José Carlos, Fátima Lopes, entre outros, mas sempre em regime de doação.
- **Orçamento anual ordinário para a aquisição de obras:**
160 mil escudos/ano.
- **Orçamento para obras de melhoramento nas formas expositivas:**
Não existe, existe sim um projecto.
- **Orçamento extraordinário:**
Não existe.
- **Orçamento gasto em exposições temporárias:**
Já foi respondido anteriormente.

Respostas conferidas em entrevista gravada, pela Directora do Museu Nacional do Traje, Madalena Brás Teixeira.

Entrevista com a Dra. Ana Leitão, responsável pelo.
Serviço Educativo do Museu do Traje

- Qual a função dos Serviços Educativos neste Museu?

Quais são as actividades que desenvolve o Serviço Educativo?

- *"A missão principal que tem, é fazer a ponte com o acervo que pode estar exposto ou não, e os diversos públicos que vêm ao museu, ou, idealmente, os que não vêm ao Museu...."*

O Serviço Educativo, tenta criar uma relação afectiva com o espaço e com a colecção e que essa relação não fique só no campo afectivo, mas que passe também para o desenvolvimento de outras capacidades, o que na pedagogia se privilegia, que é um pouco a pessoa toda. Se uma visita for acompanhada de uma vivência gratificante, com quem está a orientá-la, as capacidades cognitivas e de memória também ficam estimuladas, será nesse sentido que se dá importância à relação afectiva."

- Na prática, o que é que o Museu oferece nos Serviços Educativos?

- *"Em termos do trabalho mais visível, são as visitas guiadas; nós aqui não gostamos muito do termo "visitas guiadas", porque lembra sempre um discurso expositivo daqueles guias que associamos à infância que vão à nossa frente, abrindo portas e apontando para as coisas à velocidade padrão que eles impõem e nós ficamos como ouvintes."*

A visita, é o que nós denominamos como visita orientada (o ideal seria, visita dialogada); mas o contacto personalizado acaba por não ser possível com grupos de 15 a 30 pessoas, esse é o lado mais visível do nosso trabalho. Fazemos também (por isso é que anteriormente falei da colecção e não da exposição), projecção de diapositivos, comentadas por nós, sobre a história do traje; normalmente são pedidos por professores que estão a dar determinados períodos da história e que não os vêem representados no Museu, ou porque o Museu não tem esses períodos ou porque não se encontram de momento expostos, os temas que querem comunicar aos alunos. Por exemplo os professores que estão a leccionar Gil

Vicente, vêm pedir para se falar sobre o traje no princípio do séc. XVI; por outro lado os professores que estão a dar Almeida Garrett, pedem para que se fale sobre os meados do séc. XIX e como de momento não temos exposto tal período, fazemos uma passagem de diapositivos comentada.

Por outro lado há um trabalho que é importante e que tem de ser cada vez mais bem preparado, e que consiste, antes de cada exposição em preparar a forma como se vai apresentar oralmente a exposição ao público: isso pode ser feito estudando a fundo o tema, e depois tentam-se elaborar propostas de percursos de exploração pedagógica para diferentes idades. Evitamos trabalhar o pré-escolar porque tal requer pessoas muito especializadas, trabalhamos mais consequentemente com todas as idades daí para cima.

Pensar o percurso, seleccionar as peças de que se vai falar, tudo isso tem de ser feito em função das idades para as quais nos dirigimos; importa conhecer bem a exposição e adequá-la às várias fases etárias que nos visitam; seria ideal haver conhecimentos de psicopedagogia para se poder trabalhar com diferentes idades, sendo este o trabalho de bastidores que necessita de ser feito antes de se iniciar o trabalho com as visitas, é o esforço de fazer o ensaio dos percursos da exposição.

Há também a actividade de elaboração de fichas pedagógicas, fichas de informação sobre determinadas peças, que procuram levantar questões sobre as peças, suscitando a curiosidade de maneira que a informação vá atingir a vontade de saber. Essas fichas têm tomado ultimamente a forma de guião de exposição:

- “Encontra a peça X”*
- “Procura a peça X”*
- “Quem achas que a utilizaria?”*

Outro trabalho, que acaba por ser raro, é a preparação de visitas com professores. Por muitos motivos e mais algum, em dez professores vem apenas um preparar a visita. De facto, há muitas recusas à preparação de visitas, e assiste-se a situações um pouco ingratas, até para os miúdos, que são visitas relâmpago de dez minutos; os miúdos vão a marchar quase sem olhar para os lados, a trás do professor, que lhes diz uma ou duas coisas. No entanto, para todos os efeitos estatisticamente, visitou o Museu.”

- Existem fichas intelectuais que sejam possíveis proporcionar aos professores para que eles não necessitem de se deslocar fisicamente ao Museu, para preparação da visita? Do tipo, sítio na Internet, CD-rom, que pudesse ser disponibilizado para preparação da visita?

- "Nós enviamos normalmente por correio, aos professores que telefonam a marcar visitas e que não podem ter visita guiada, os textos introdutórios das exposições; acesso à Internet não temos, e equipamento CD-rom também não."

- Não têm tal equipamento por falta de interesse, ou por incapacidade monetária do Museu?

- "A tutela vai agora disponibilizar-nos um computador para aqui que parece que vai ter leitor de CD-rom; acesso à Internet não existe ainda aqui no Serviço Educativo."

- Quais são os públicos alvo do Serviço Educativo?

- "Mais do que ter um público alvo nós somos 'alvejados', isto é, nós não temos capacidade neste momento de ir além daqueles que nos procuram. Mesmo assim não conseguimos dar resposta a todos aqueles que nos procuram, sendo que quem nos procuram são fundamentalmente escolas do 1º e do 2º ciclo, que ocupam quase 50% das solicitações. Seguem-se depois os 7º, 8º e 9º anos. Estes variam consoante as exposições patentes. Este ano, como "A moda do Século" expõe indumentária do séc. XX, têm vindo muitos alunos do 9º ano que estão a dar isso no programa de história. Há dois anos tivemos uma exposição sobre brinquedos e aí tivemos os alunos do pré-escolar; As incidências etárias varia consoante os temas das exposições."

- Há protocolos com faculdades ligadas ao design de roupa, ou outras entidades?

- "Eu só posso falar da realidade que conheço, dos Serviços Educativos: a este nível houve duas situações desde há nove anos para cá, concretamente o Instituto

de Ciências Educativas de Odivelas, com o curso de Animação Cultural, solicitou estágios de fim de curso ao Museu. Também uma Escola de Educadores de Infância solicitou um estágio para finalistas aqui no Museu. São casos pontuais de ligações da instituição com outra instituição. Em relação a designers que se tenham dirigido ao Museu, é mais no âmbito do curso na área de desenho técnico, por exemplo, para levantamento de peças para exposição, etc.... Temos situações de alunos finalistas de faculdades que, no âmbito do programa europeu PRODEP, fizeram aqui estágio de seis meses no Serviço Educativo, que é o caso da minha colega Sónia, que começou aqui o seu estágio no âmbito do PRODEP."

- Quais as hipóteses de visitar as reservas do Museu?

- "Aí, nós fazemos um bocado o papel de intermediários. O Politécnico de Viseu (Escola Superior de Educação), pediu uma visita de professores, pois gostavam de ver o inventário, reservas, conservação e restauro. O nosso papel foi direccionar esse pedido para o Serviço de Restauro. a partir daí, já não é o Serviço Educativo a tratar, quando são visitas especializadas, é com os colegas do restauro a acção de orientar deste tipo de visitas."

- E se for só uma pessoa, o procedimento é o mesmo ? Consiste no envio de um fax e aguardar que a autorização seja dada?

- "Exactamente."

- Não estão programadas visitas guiadas às reservas e restauro?

- "Com character regular, não."

- Nem há o interesse que exista este tipo de visitas?

- "Na minha opinião, é de todo o interesse que haja. Se fosse publicado numa Agenda Cultural que esse tipo de visitas às reservas é possível, penso que iria atrair muito público. Mas isso tem a ver com o ritmo dos museus, com a capacidade que

têm nas próprias oficinas de restauro de terem pessoas disponíveis para receber visitantes, implicando mais serviços que o Serviço Educativo."

- Como vai ser a preparação do “Dia Internacional dos Museus”?

- "Um dos afazeres do Serviço Educativo é dinamizar o dia "Internacional dos Museus" e o dia "Mundial da Criança". Faz parte da tradição deste Museu, preparar esses dias de maneira que todos fiquem envolvidos, vistam uma pele diferente daquela do dia a dia e interajam com os miúdos, de maneira a que estes entrem de uma maneira muito lúdica no Museu. Tentamos que as réplicas dos trajes usadas nesse dia sejam rigorosas, tentamos que os cenários sejam bem arquitectados, que haja uma história com fundamento por detrás, mas a perspectiva lúdica é muito forte, os professores que se deslocam cá com os alunos já sabem que não vão ter uma visita clássica, vão seguir uma série de quadros vivos com personagens que contam vivências históricas de várias décadas do séc. XX; no "Traje Algarvio", cenas que lembrem a vida dos pescadores por um lado e das mulheres por outro (vão contar lendas árabes aos miúdos).

O programa tem duas vertentes; uma, o trabalhar a exposição “A Moda do Século”, e a outra tem como ponto forte o trabalhar a exposição do “Traje Algarvio”, a orla marítima em particular. Vamos ter uma série de senhoras a trabalhar em renda no exterior, existirá animação das exposições com vivências históricas relacionadas com as exposições, os próprios jardineiros do parque irão colaborar com os miúdos, fazendo jogos tradicionais portugueses. Os personagens serão todos funcionários do Museu.

Estão envolvidos nesta actividade o Serviço Educativo, o Serviço de Restauro, realizando réplicas de traje e as oficinas, na realização dos cenários."

Museu Nacional do Traje - Envolvente Exterior

O Museu do Traje instalado no antigo no Palácio Angeja-Palmela; foi mandado edificar por D. Pedro de Noronha, sob influência da arquitectura pombalina, é um edifício com duas fachadas: uma, mais sóbria com três arcadas de cantaria, que é a entrada principal para o Museu, outra com maiores proporções, é centrada por uma varanda, terminando com o corpo adjacente da capela; comprado em 1975, pelo Estado português para aí instalar o Museu.



Foto 1 - Palácio Angeja-Palmela

Este é uma instituição que; nas palavras da sua directora a Dra. Madalena Brás Teixeira, possui a seguinte missão: "- (...) a missão do Museu é recolher, conservar, estudar e expor, o traje civil em Portugal, incluindo todo o tipo de acessórios e tecnologias têxtil desde o fabrico de rendas e estampagem, e divulgar esta acção através de catálogos, exposições, e visitas guiadas, estas fazendo-se estas através de marcações." O atingir desses objectivos é pretendido programando as actividades museológicas da seguinte forma: "(...) Em relação à selecção e escolha de obras, o Museu vive essencialmente de ofertas de particulares. Muito raramente haverá peças adquiridas."

- No programa museológico que tipo de actividades estão incluídas?

"Existe uma oficina de restauro de têxteis, um sector de inventário, onde as peças são catalogadas num ficheiro com imagem; as peças são acondicionadas nas reservas, com as medidas de segurança possíveis, e com luz, humidade e temperatura reguladas.

Neste momento, as reservas estão a ser alvo de uma remodelação para serem mais eficazes ao nível da conservação.

Para divulgação, fazemos exposições temáticas, é uma maneira do museu estudar e fazer os catálogos científicos das variadas colecções.

Fazem-se visitas guiadas e animação cultural .

Às reservas, só é possível a visita a grupos especiais ou a especialistas."

- Qual é o público que pretende atingir?

"O grupo que se pretende atingir é o máximo possível, com prioridade para grupos escolares e idosos."⁴⁰

Envolvente Exterior

Passando-se seguidamente à análise da Envolvente Exterior do Museu.

Relativamente ao estacionamento de viaturas, o Museu possui um parque próprio que ocupa grande parte da zona fronteiriça ao muro que cerca a propriedade, incluindo a zona fronteiriça ao portão de entrada para o espaço museal, o parque fica situado num largo que serve essencialmente a colectividade recreativa "Academia Musical 1º de Junho de 1893" e a entrada para o palácio; o largo é centrado por um marco histórico, tipo Pelourinho. O parque reservado ao Museu está normalmente ocupado pelos automóveis do 'staf' do Museu até ao portão, e seguidamente, por clientes do restaurante, não possibilitando espaço para o estacionamento de um autocarro de para desembarcar e embarcar passageiros (mesmo que o parque reservado ao Museu, estivesse completamente desocupado seria de difícil acesso aos autocarros e possivelmente insuficiente para estes). O estacionamento de viaturas de particulares é por vezes também difícil. O restante largo fica preenchido por viaturas de clientes do restaurante, membros da academia e alguns visitantes do Museu e parque. O largo por vezes serve para a paragem das camionetas (dependendo da afluência ao largo), para largada e embarque de passageiros ficando estas normalmente paradas em segunda fila, se o parque estiver com duas camionetas as outras são obrigadas ao estacionamento num largo próximo, junto à Igreja de S. João Baptista do Lumiar, para não entrarem em conflito com o trânsito que circula pelas estreitas



Foto 2 - Largo Júlio de Castilho.

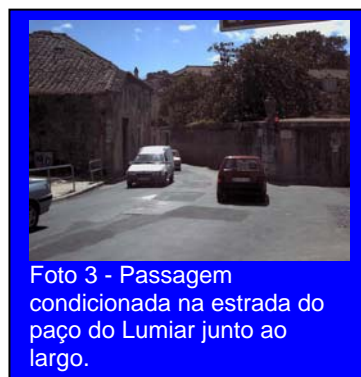


Foto 3 - Passagem condicionada na estrada do paço do Lumiar junto ao largo.

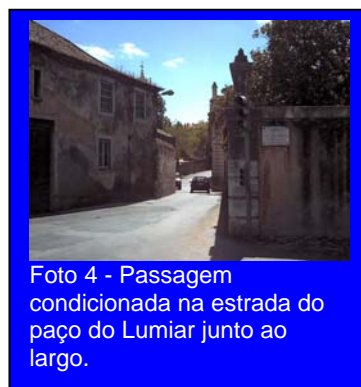


Foto 4 - Passagem condicionada na estrada do paço do Lumiar junto ao largo.

⁴⁰ Entrevista gravada, realizada à directora do museu Madalena Brás Teixeira em Fevereiro 2001.

estradas limítrofes ao Museu. Os passageiros terão depois de seguir por uma estrada muito movimentada, estreita, de dois sentidos alternados, e sem nenhuma passagem de peões, para chegar ao Museu.

Porem, quem se desloque com viatura própria, tem a sorte de ter três placas indicadoras do percurso para os museus: se vier do Campo Grande (sem, no entanto especificar qual ou a que museus se referem as indicações, só já próximo do da entrada do Museu vem o nome deste e do Museu do teatro), e uma placa em cima do cruzamento para quem vier do lado da Calçada do Carriche⁴¹, pela Avenida Padre Cruz.

Ao chegar ao Museu, o visitante poderá ter a fortuna de encontrar um lugar de estacionamento no exíguo parque em frente da entrada, que está bastante bem camuflada num acesso a uma propriedade particular, só possuindo uma pequena placa do IPM e outra do MC, sem nenhuma outra mais visível identificação do Museu⁴².

Se não tiver a sorte de estacionar neste parque, o visitante será obrigado a percorrer todo o percurso que separa o Museu do parque mais próximo junto à Igreja, atravessar a estreita estrada de passagem condicionada a um carro e estará no Largo Júlio Castilho.

A forma mais segura e prática de visitar este Museu, é sem duvida alguma chegar de táxi e não ter de se preocupar em estacionar nem em atravessar estradas perigosas.

O Museu vem assinalado, na Internet no sítio do IPM, unicamente com um pequeno texto introdutório e com os dados essenciais de funcionamento da instituição, referenciando ainda quais os transportes públicos para lá chegar. Insuficiente, para quem estiver interessado em preparar uma visita ou para despertar interesse em visitar o Museu (até mesmo para saber quais as



Foto 5 - Acesso ao Largo, com placas indicadora de Museus.



Foto 6 - Placas indicadoras da Tutela.



Foto 7 - Acesso à recepção.

⁴¹ Para quem se desloque de autocarro só é possível ficar nas imediações do museu se vier do Campo Grande. Se vier do outro sentido, ficará bastante longe do Museu.

⁴² A informação mais visível é a placa de direcção para o automobilista.

exposições aí patentes, para além da principal) esta página apresenta apenas duas imagens, sendo a segunda apenas um fragmento de traje não identificado.

Ao nível de publicidade/propaganda não existem cartazes, 'outdoors', personalizados, sítio na Internet próprio, nem 'CD' com os portfólios de peças existentes no Museu ou de colecções que tenham algo a ver com a actividade museológica. Os portfólios existentes são de fraca qualidade gráfica, são fotocópias de fotocópias, que vão dissimulando a informação que contêm ao longo das páginas por força de tanto serem reproduzidas em baixa resolução, tendo estas uma qualidade/preço exagerada. Portfólios específicos das exposições, ou de peças em reserva, com diapositivos ou postais, para dar ou vender ao público visitante, poderiam colmatar esta falha.

Para a preparação de visitas de estudo à distância são enviados textos reproduzidos dos catálogos. Recursos mais sofisticados são pouco exequíveis: não são executados portfólios específicos para esta função com imagens ou com recurso ao sítio da Internet, nem objectos promocionais; réplicas no exterior; bandeiras ou telas que identifiquem o Museu, devido à pouca disponibilidade de fundos não são utilizados, a sua directora refere ainda que não existe verba para publicidade.

"(...)- **Há acesso a publicidade / patrocinadores?**

- "O Instituto Português de Museus publica uma brochura com as actividades dos museus que é divulgada nos centros turísticos, tendo a comunicação social como obrigação a divulgação das actividades culturais. Com alguma frequência, eu vou a entrevistas na rádio e na televisão, e isso repercute-se na estatística das visitas."



Foto 8 - Imagem da página do Museu no sítio do IPM. (www.ipmuseus.pt)



Foto 9 - Portfólio pedagógico do Serviço Educativo Sobre a Exposição "A moda do Século".

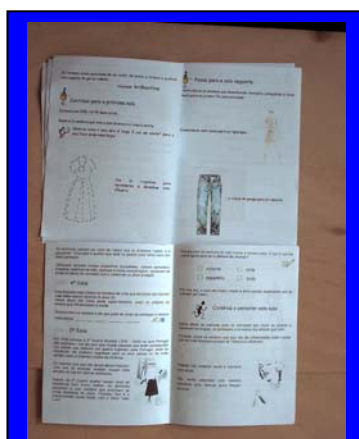


Foto 10 - Portfólio pedagógico do Serviço Educativo Sobre a Exposição "A moda do Século".

- **Que tipo de promoção é efectuada sempre que há um novo evento no museu?**

- *"A nível de material pedagógico há fichas pedagógicas que são vendidas à entrada do Museu. No caso de artigos de promoção, já houve umas bonecas com reconstituição de trajes ."⁴³*

Assim sendo, e não tendo o Museu verba destinada a processos de marketing e publicidade, torna-se então mais difícil levar ao público menos atento o conhecimento dos eventos realizados neste Museu. De todos os processos de marketing mais usuais, esta instituição socorre-se apenas de um, o 'mailing', (distribuição de convites através de correio), que anuncia os eventos a pessoas conhecidas e frequentadores habituais.



⁴³ Entrevista gravada realizada à directora do Museu Madalena Brás Teixeira em Fevereiro 2001

Envolvente Interior do Museu do Traje

Ao passar o portão do Museu do Traje inicia-se o conflito entre a orientação do visitante e a ausência desta no Museu.

Deparamo-nos com o terreiro do Palácio Angeja-Palmela, do Séc. XVIII, com uma bela frontaria, mas com uma sinalética ineficiente, (fotos 12-13), só descobrindo a recepção e a sua sinalética os mais atentos; os outros irão ter ao palácio onde um simpático guarda lhes dirá para se dirigirem à bilheteira/recepção.

Esta funciona nas antigas cocheiras do palácio, integralmente remodeladas nos meados dos anos noventa, com ar condicionado, (esta é a única parte do Museu que o possui, não existindo em mais local nenhum do Museu. As áreas das reservas estão de momento em obras para serem mais eficazes na sua missão de conservar).

Junto à entrada da recepção existe uma placa pouco maior que uma folha A4, indicadora de recepção e bilheteira bilingue, único local de identificação bilingue do Museu. O restante recurso a informação bilingue refere-se a folhas A4 de literatura em Inglês e em Francês, colocadas em suportes nas paredes das exposições.

Do outro lado da porta situa-se um painel de sinalética (deveria de estar outro igual ou talvez maior no exterior do Museu), onde se pode ler o que se pode fazer no Museu e no parque envolvente, o Parque do Monteiro Mor. Existem neste placard alguns (foto 14) pictogramas⁴⁴ de normas um pouco incompreensíveis para um parque -(como no caso do pictograma em que se podem ver duas arvores uma em primeiro plano, outra em segundo, estando uma figura humana escondida atrás da arvore que está em primeiro plano, cortada com um traço vermelho, (tendo por baixo escrito "não trepar às arvores")) quererá isto dizer que não se pode jogar às escondidas para os visitantes estrangeiros. Porquê? Continuando a leitura é proibido jogar à bola, andar de bicicleta ou mesmo passear



Foto 12 - Utilização de réplicas relativas à exposição no exterior.



Foto 13 - Entrada para a Recepção/Bilheteira.



Foto 14 - Placard de normas para o Parque do Monteiro Mor.

⁴⁴ Pictograma - Desenho de síntese de um determinado objecto, função ou situação com vista à sua leitura fácil, universal e memorizável. Por exemplo: Usados em sinalização para identificar as modalidades dos jogos olímpicos, ou como sinalização de tráfego automóvel.

cães: estaremos a falar de um parque ao ar livre? Outro pictograma indica-nos que temos flores para ver e lixo para deitar fora nos contentores; entre estes dois, existe um terceiro pictograma, com um pássaro e um peixe representados (curiosamente as espécies em liberdade mais não são do que as mesmas em qualquer outro parque de uma cidade, mas este tem a legenda para nos informar que existem pássaros e peixes. Outros pictogramas pontuam este placard: 'percurso aconselhado', 'espécies invulgares de árvores', 'proibido fazer lume', e o horário do parque e restaurante escrito em papel que a acção do tempo fez quase desaparecer. Visto alguns pictogramas não serem totalmente evidentes na informação que sintetizam, seria de toda a conveniência que este placard possuísse também informação linguística bilingue.

Ao entrar na recepção, o visitante depara-se com uma zona de exposição para invisuais, com uma brochura e uma placa identificadora em 'Braille', dizendo que a exposição é composta por uma carruagem, e cinco manequins (uma criança, ama, pai, mãe e cocheiro), trajando à época da carruagem; conseqüentemente pode-se pensar que estamos num Museu com preocupações invulgares, sensibilizado para os normalmente esquecidos deficientes.

A recepção acumula as funções de venda de artigos (ligados ou não ao Museu), publicações, e simultaneamente, venda de bilhetes. Coexistindo também neste espaço outra exposição de traje de época, que poderia estar ligada à exposição "A moda do Século", esta deveria ser possivelmente um incentivo para se explorar a exposição principal. A exposição patente na recepção, será apenas uma pequena mostra do espólio do Museu. Sem no entanto estar devidamente identificada; uma exposição deste género faria mais sentido e teria mais impacto junto do público se estivesse num local exterior ao Museu, como por exemplo, numa vitrine exterior junto à Avenida Padre Cruz.

Se o visitante tiver alguma incapacidade locomotora e, se para visitar o Museu, tiver que se deslocar em cadeira de rodas, ou se for uma família com um carrinho de bebé, existem várias barreiras



Foto 15 - Suporte de parede com textos explicativos



Foto 16 - Exposição Táctil. Para invisuais.



Foto 17 - Placa em 'Braille'.



Foto 18 - Espaço interior da Recepção.

dentro e fora do Museu. Enumerando as barreiras exteriores, começa-se pelo chão em empedrado do largo adjacente ao portão principal do Museu, calçada de basalto característica do Séc. XVIII, mas pouco prática, para quem se tiver de deslocar em cadeira de rodas. Para entrar no espaço institucional, o visitante depara-se com uma nova barreira, esta mais difícil de transpor; o portão, se bem que largo, está vedado à entrada de veículos com uma corrente, que apenas deixa duas passagens laterais junto ao muro, coincidentes com um desnível para escoamentos de água; pode-se ainda aumentar o grau de dificuldade se, junto a esse local, estiver algum carro estacionado, o que é normal num dia de actividade do Museu. Se o visitante ainda não tiver desistido da sua empresa, tem seguidamente que vencer um terreiro em cascalho sem caminho algum preparado para cadeiras de rodas ou para carrinhos de bebé, para além de uma cercadura em na mesma pedra que o largo, também esta pouco prática para uma cadeira de rodas ou para o referido carrinho. Para terminar, todos os acessos a locais de exposição e à recepção são feitos através de degraus, desprovidos de qualquer rampa.

Já dentro do edifício do Museu a circulação encontra-se mais facilitada: o visitante pode recorrer a um elevador monta cargas para aceder ao primeiro piso, onde irá encontrar uma pequena rampa de nivelamento entre duas salas, mas, em alguns locais a circulação será um pouco apertada devido à própria arquitectura do Palácio e aos estrados, que foram pouco generosos no espaço que deixaram para circulação dos visitantes.

Se o visitante for idoso, ou se possuir alguma lesão que lhe torne difícil a locomoção, este Museu não está preparado para o atender; não possui nenhum serviço de cadeiras de rodas para poder ceder aos visitantes, nem um serviço de carrinhos de bebé: sabendo-se que, por vezes, os pais se esquecem de levar cadeiras de bebé quando as crianças já têm dois ou três anos e ainda se saturam facilmente se andarem algum tempo em pé sem poderem mexer em nada, o recurso possível consiste vezes em os pais levarem as



Foto 19 - Exposição de apresentação do Museu no espaço da Recepção.



Foto 20 - Sinalética para a exposição dos Teares.



Foto 21 - Exposição de teares com trabalho demonstrativo.



Foto 22 - Placard de fibras têxteis.

crianças ao colo o que poderá acelerar bastante a visita ao Museu. Os ateliers promovidos pelo Serviço Educativo só estão preparados para receber crianças do 1º, 2º e 3º ciclos de ensino e consoante marcação prévia. Os Serviços Educativos do Museu encontram-se disponibilizados para acompanhar visitas de estudo para estes níveis etários, conforme nos refere Ana Leitão, coordenadora do Serviço Educativo em sua entrevista; no entanto, este sector reconhece que não está preparado para receber as faixas etárias mais baixas, mas há na prática o recurso da frequência do pré-escolar na solicitação para a realização de se fazerem visitas guiadas com o Serviço Educativo sendo este nível etário um importante grupo de visitas para este serviço.

Neste Museu, há quatro áreas distintas para fazer apresentações: a 1ª é a única exposição permanente do Museu. Exterior ao edifício principal, esta área apresenta as “Tecnologias Têxteis”, que constam da apresentação das principais fibras têxteis, numa sala onde se amontoam teares e outras máquinas ligadas aos têxteis, assim como placards com fibras coladas, legendadas manualmente, numa apresentação global empobrecida e já desactualizada, tendo porém como único aspectos positivos, o facto de ter em permanência trabalho in loco, e ainda a realização Workshops com alguma frequência.

Ainda fora do edifício principal, mas já contíguo a este, situa-se a sala “Anos 2000”, que funciona como galeria para apresentação de peças de artistas contemporâneos que trabalham com áreas relacionadas com a actividade museológica desta instituição. Sendo as principais formas de expor neste espaço, realizadas dentro de vitrinas ou sob estrados. Esta sala, devido às suas características e tipo de peças apresentadas, é a sala com melhores níveis de leitura de legendagem, possuindo uma apresentação que permite uma leitura total de todos os objectos aí expostos. Neste pequeno espaço encontram-se cuidados todos os aspectos museais de uma exposição: existe um texto introdutório (que ao mesmo tempo se pode considerar como texto explicativo), é executado um



Foto 23 - Entrada para a "Sala anos 2000"



Foto 24 - Aspecto de uma exposição na "Sala anos 2000"



Foto 25 - Aspecto de uma exposição na "Sala anos 2000"



Foto 26 - Aspecto da exposição do traje regional.

desdobrável, são legendadas as peças e são feitas visitas de acompanhamento à exposição. (foto 23)

Já dentro do edifício principal, no R/C, existem uma série de salas contíguas onde se apresentam trajes etnográficos e tapeçarias, estando neste momento patente ao público uma exposição sobre "O Traje Regional Algarvio". Como informação contextualizadora apresentam-se fotos de época aliadas a trajes regionais do interior e litoral desta região, com objectos ou pequenas reconstituições ligadas às profissões tradicionais. A exposição desenvolve-se em torno das paredes das diversas salas limitando-se essencialmente a estrados todos da mesma altura, com aproximadamente 10cm, e ainda com algumas vitrinas para a visualização de objectos de pequenas dimensões, uniformizando assim toda a exposição. Deste modo não é deliberadamente criado destaque para nenhuma peça, nem em termos de luz (pois esta é uniforme em toda a exposição), ou outro qualquer tipo de destaque.

A legendagem é colocada conjuntamente com os textos explicativos dos objectos expostos, (sobre K-line⁴⁵), impressos sobre fundo branco colados na parede; estes poderão ser eventualmente muito extensos para uma leitura integral. Os textos colocados em folhas A4 em Português, Inglês e Francês, reproduzem os mesmos elementos que os textos colados nos K-line.

Ao subir ao primeiro andar do edifício, encontramos as exposições principais do Museu: uma, de média duração, intitulada "Mátria", e outra de longa duração, "A moda do Século". Curiosamente, a exposição "Mátria", parece mais cuidada e de maior efeito cénico que a exposição principal. Esta exposição, dedicada à poetisa Natália Correia, reproduz alguns ambientes ligados à actividade da autora, criando assim efeitos de destaque para alguns objectos e trajes de Natália Correia, ora produzidos através de luz, ora criando ambientes cenográficos, ou com poemas reproduzidos ao longo das paredes. A legendagem é colocada na parede ao lado



Foto 27 - Aspecto da exposição do traje regional, com fotografias de época.



Foto 28 - Aspecto da exposição do traje regional, com recriação de ambiente.

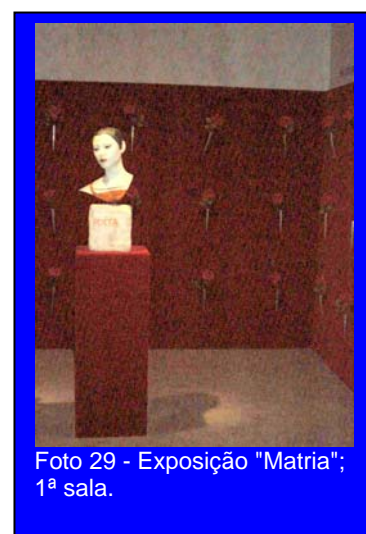


Foto 29 - Exposição "Matria"; 1ª sala.

⁴⁵ K-line - Poliestireno expandido revestido com superfície de papel ou cartolina de ambos os lados, é um material muito leve e muito acessível para trabalhar.

dos trajes, a alturas que não exija fazer grande esforço para as ler, pois estão dentro do ângulo de rotação do olho, com textos sucintos e de fácil leitura, a ausência de manequins para expor os vestidos, permite uma leitura dos objectos na íntegra. O tipo de desenvolvimento desta exposição é 'linear' (conforme as designações dadas por Michael Belcter) sendo uma série de salas, que se vão percorrendo de forma simples e objectiva, sem exigência de qualquer tipo de retorno para a compreensão integral da exposição.

A passagem desta exposição para a exposição "A moda do Século", é feita através de um corredor que desemboca na Capela do Palácio, onde estão apresentadas algumas peças em destaque de épocas distintas, entrando-se de seguida para a exposição propriamente dita, sem compreender muito bem o porquê destes fatos ali expostos, podendo originar uma articulação pouco clara entre as duas exposições.

A exposição principal desenvolve-se entre estrados e vitrinas de pequenas dimensões e algumas vitrines de parede. Nas vitrinas de pequenas dimensões aproveitou-se para expor os pequenos adereços de moda, existindo, em alguns casos, pequenas peças de vestuário; fazendo-se a legendagem em conjunto num dos lados da vitrine, verifica-se que cada objecto está identificado com uma marcação numérica estando esta colocada junto das peças; aliás, este método prolonga-se por toda a exposição, tanto nas vitrines de parede como nos estrados. Nestes últimos, a legendagem é feita em folhas de tamanho normalizado A3, colocadas num suporte de acrílico, apoiado no chão do estrado, tornando impossível a leitura sem o esforço de nos dobrarmos para conseguir ler, além de que tal método de identificação poderá ser desconfortável, ao obrigar o visitante a percorrer o mesmo caminho para fazer a correspondência entre o número que identifica o traje e a respectiva legenda (estando por vezes a legendagem a mais de um metro do objecto exposto), do local onde está colocada a legenda, não se consegue visualizar integralmente os números de todas as peças. Mais uma vez verifica-

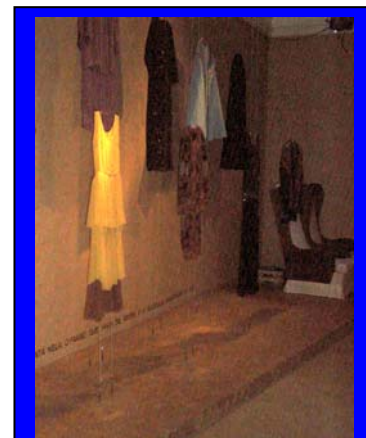


Foto 30 - Exposição "Matria";
2ª sala.



Foto 31 - Exposição "Matria";
2ª sala.



Foto 32 - Vestido de passeio
do Séc. XIX, exposto na
capela.



Foto 33 - Vestidos de Noite,
expostos na antecâmara da
capela.

se que os estrados são todos de altura uniforme, não criando assim nenhum destaque ao longo da exposição, encontrando-se, por vezes, também vitrinas apoiadas sobre os estrados. Sobre estes, existe por vezes um problema: como os estrados ocupam grande parte das salas do palácio, só deixando espaço para circulação, por vezes, de reduzidas dimensões, torna-se difícil a visualização total de algumas peças, que estão cobertas por outras mais próximas do local de circulação. Este problema deve ter sido notado aquando da montagem da exposição, pois foram colocados estrategicamente espelhos em alguns locais o que nos permite ver as costas das indumentárias, (ver foto), e visualizando outras peças que, de outra forma seriam de muito mais difícil leitura. A acompanhar a evolução do traje, ao longo da exposição vão-se encontrando algumas fotografias de época, que ilustram a utilização dos trajes em vários acontecimentos sociais.

Mais uma vez foi adoptado o sistema de concentração dos textos corridos sem destaques colados em cima de K-line, o que provoca uma fácil saturação na atenção de quem se propõe a ler os textos: estes são longos, sempre com o mesmo tipo de caracteres sem destaques, quebras em textos mais pequenos, ou outro tipo de animações. A própria colocação dos textos por vezes não será a mais indicada, (ver foto 36), estes podem estar colocados a uma distância entre dois e três metros, com manequins à frente, apresentando a informação com um corpo de letra muito reduzido para ser lido a tal distância.

Depois de terminada a visita, não são evidentes os acessos aos serviços disponíveis se o visitante quiser algo mais. As casas de banho não estão indicadas em local algum senão em cima das próprias; estas são casas de banho para uma única pessoa (existindo apenas uma pequena antecâmara com um lavatório), o que poderá dificultar a utilização destas, quando há visitas de grupos. Por sua vez só quem se dirigir ao local dos lavabos, e se for atento, poderá reparar num pequeno sinal indicador da presença de

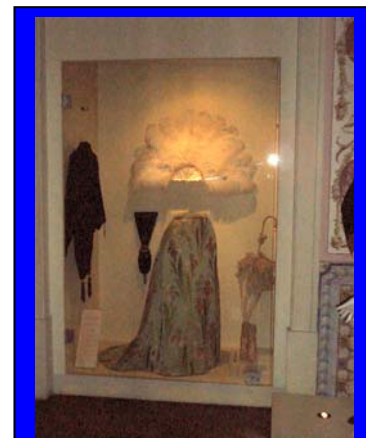


Foto 34 - Vitrina de parede, na exposição "A moda do Século"



Foto 35 - Vitrina de exposição na sala do início do século.



Foto 36 - Aspecto da exposição com legendas em 1º plano, e texto colocado na parede.

uma biblioteca, não existindo mais nenhuma sinalização deste serviço ao longo do Museu. (foto 41-42)

Aliás, em termos de sinalética, este Museu necessitaria de uma reformulação geral, esta surge em poucos locais, é de difícil visualização por vezes, não oferecendo uma coerência na realização da imagem institucional.

No que respeita ao serviço de cafetaria, este Museu limita-se a ter um restaurante (que efectivamente não pertence ao Museu) estando apenas edificado no espaço envolvente deste, sendo necessária a compra de um título de ingresso para este que se situa no Parque do Monteiro Mor. Não retira a este propósito o Museu proveito real das excelentes capacidades de ter um terreiro com espaço suficiente para montar um pequeno bar, com esplanada, para usufruto dos visitantes que aí poderiam prolongar os seus momentos de lazer, além de que poderia ser esta uma forma de atrair mais visitantes ocasionais e mesmo de os fidelizar, sendo ainda um modo do Museu capitalizar dividendos para si.



Foto 37 - Aspecto da exposição, sala anos 30, com vitrina sobre o estrado.



Foto 38 - Aspecto da exposição sala dos anos 80, com espelho junto à parede.



Foto 39 - Aspecto da sala anos 90, com fatos de criadores portugueses.

Análise dos visitantes ao Museu do Traje

O público que se dirige ao Museu do Traje teve 'Conhecimento da exposição', na sua maioria através dos meios de comunicação(37%); seguem-se aqueles que tiveram conhecimento por terceiros, habitualmente amigos ou familiares que lhes aconselharam a exposição aí a decorrer (33%), levando a Agenda Cultural uma percentagem ainda significativa de visitantes a este Museu(15%), situada em quarto lugar outras formas de conhecimento da exposição levaram 8% do público, enquanto o Turismo e a Internet levaram respectivamente 4% e 3% de visitantes.



Foto 40 - Acesso ao 1º piso do Museu; zona de espera e descanso.

Este Museu é visitado por um público essencialmente feminino (63%, contra 37% masculino), deslocando-se o público às exposições essencialmente por uma motivação lúdica (57%), a que se seguem as questões ligadas a uma motivação pedagógica (27%); motivações familiares (12%) (inquiridos que se deslocam para acompanhar alguém, sem terem razões próprias) enquanto razões profissionais, apenas motivam 3% do público visitante deste Museu.

A média de idades⁴⁶ dos visitantes inquiridos desta instituição está situada entre as seguintes faixas etárias: - 0-17anos: ⇒ 8%;

- 18-24 anos: ⇒ 28%;

- 25-39 anos: ⇒ 24%;

- 40-61 anos: ⇒ 24%;

- + de 61anos: ⇒ 6%.

Deste conjunto de inquiridos foi realizada uma estatística sobre o nível de habilitações: - Estudantes: ⇒ 28%;⁴⁷

- Até ao 12º ano: ⇒ 23%;

⁴⁶ As escolas com as visitas de estudo são em meses de calendário escolar a maioria dos visitantes, no entanto neste estudo tentou-se privilegiar outro leque de visitantes que não os estudantes que se dirigem aos Museus integrados em visitas de estudo, os professores normalmente tomam o lugar destes respondendo por todos, no entanto para efeitos estatísticos só contam os nomes de quem assina os inquéritos.

⁴⁷ A percentagem de estudantes aqui mencionada, não está directamente relacionada com a intencionalidade da visita à exposição, parte destes pode ter-se deslocado ao museu por outros motivos.

- Cursos Médios: -⇒ 18%;
- Licenciados: ⇒ 30%;
- Mais do que a Licenciatura: ⇒ 1%;

Do universo de inquiridos, 41% gosta do tema das exposições por razões pessoais; 31% considera-se apenas um curioso em relação à matéria apresentada; 17% são estudantes, (estes estudantes, são aqueles que o curso lhes dá motivação para visitarem as exposições que estão patentes no Museu) sendo apenas de 11% o grupo de profissionais da área.

O automóvel domina a forma de deslocação que os visitantes escolheram para se transportarem até ao Museu(64%), seguindo-se a escolha de transportes públicos(22%). Não estão aqui inseridos os visitantes que vão de táxi(13%) o que pode traduzir de maneira significativa a escassez de informação e transportes para e como se chegar ao Museu. Dos visitantes, são principalmente os que se deslocam em viatura própria aqueles que mais dificuldades encontraram para chegarem até ao Museu (15%) lamentando-se estes utentes por vezes da dificuldade de estacionamento; por seu lado, aqueles que se deslocaram até ao Museu em transportes públicos(6%), apontam a demora como razão principal do não contentamento.

A população visitante do Museu divide-se entre aqueles que são 'Visitantes ocasionais'(36%) (quer isto dizer, que não é a primeira vez que vão ao Museu, tendo sido, porém, a última visita realizada há mais de ano e meio), e os que visitam o Museu pela primeira vez(39%); os 'Visitantes regulares' preenchem uma percentagem menor, de 18%.

Nesta instituição, o 'Público profissional' opta na sua maioria por visitas não guiadas(34%), enquanto o 'Público não profissional' prefere na sua esmagadora maioria as visitas guiadas(54%), mas a realidade torna-se não muito fácil para este público ansioso por uma visita mais esclarecedora: só 13% dos visitantes consegue aceder a uma visita guiada, E para que tal aconteça, torna-se necessário uma



Foto 41 - Pictograma indicador de casa de banho.



Foto 42 - Pictograma indicador de Biblioteca.

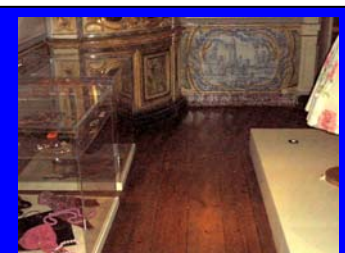


Foto 43 - Passagem de circulação na exposição "A Moda do Século"

marcação com muito tempo de antecedência em período de aulas, dando o Serviço Educativo preferência às escolas.

A circulação dentro do Museu dá-se sem entraves de maior, somente 11% dos visitantes não conseguiu encontrar aquilo que desejava, vendo-se obrigado a perguntar a alguém.

Na análise de equipamentos para deficientes apenas 16% do universo de inquiridos, reparou em algum tipo de equipamento dedicado a este género de utentes, sendo o mais indicado a exposição táctil.

Relativamente à 'Leitura dos textos', a maior parte o público considera que é boa(61%), mas há uma grande percentagem que só lhe atribui uma nota suficiente(38%); é na legendagem que a opinião se equilibra entre o bom(42%) e o suficiente(42%) havendo mesmo uma percentagem significativa que diz que a legendagem é má(15%), advindo tal julgamento por ventura do facto das legendas estarem concentradas por núcleos e colocadas próximas do chão.

A leitura dos 'Textos informativos' e 'Textos explicativos', é para o visitante inquirido positiva, sendo respectivamente: (T.I.-58% bom; 35% suf.; 3% mau; e T.E.- 47% bom; 39% suf.; 2% mau).

A 'Localização dos textos' satisfaz 13%; satisfaz bem 24%; e não satisfaz 2% dos inquiridos, os restantes (61%), omitiram a sua opinião.

Os visitantes, na sua maior percentagem consideram que a 'Acessibilidade às peças' é boa(76%), assim como a sua visibilidade(77%); será pior a aproximação para ver pormenores das peças(55% bom; 36% Suf.; 9% mau), principalmente daquelas que estão em cima dos estrados de maiores dimensões ou as que os estrados não permitem circundar.

Também a 'Compreensão do método expositivo' e a sua evolução no percurso da exposição, tal como a localização das salas satisfaz os inquiridos respectivamente: Compreensão- 58% bom; 38% suf.;

Percurso - 60% bom; 37% suf.;

Localização - 67% bom; 28% suf..



Foto 44 - Visitantes na sala dos anos 80.



Foto 45 - Visitantes lendo as legendas na sala dos anos 2000.

O Museu sofre nota menos satisfatória no que respeita à sua sinalização, seja na sinalização direccional da exposição(44% bom; 49% suf.;4% mau), como os locais de referência para o público se dirigir, estando por exemplo a sinalização da biblioteca com uma percentagem de opinião de inquiridos de 32% mau, 34% suficiente e 28% bom. Também a sinalização de casa de banho é pouco abonatória para o Museu; (27% bom; 43% suf.; 23% mau).

Na 'Sinalização geral', o público é mais condescendente classificando-a 48% como suficiente, 34% bom, e apenas 5% considera o resultado como atribui o mau, escusando-se a responder 13% do público sobre esta questão.

O público visitante do Museu do Traje, para 'Prolongamento da memória' (quadro n.º 15) opta, na sua maioria, por nada comprar para prolongar a memória da sua visita (48%). Para aqueles que gostariam de ter como recordação alguma coisa, a opção preferida recai num livro sobre a evolução do traje o mais abrangente possível (15%); indo depois o desejo para o catálogo da exposição(13%); os postais ou reproduções de trajes de época levam a preferência de 7% e 8% respectivamente, contra apenas 3% que procura material pedagógico, seja ele constituído por diapositivos ou livros de bordados para praticar em casa.



Foto 46 - Texto informativo na entrada para a exposição "Mátria"

Gráficos dos inquéritos realizados ao público
visitante do Museu Nacional do Traje

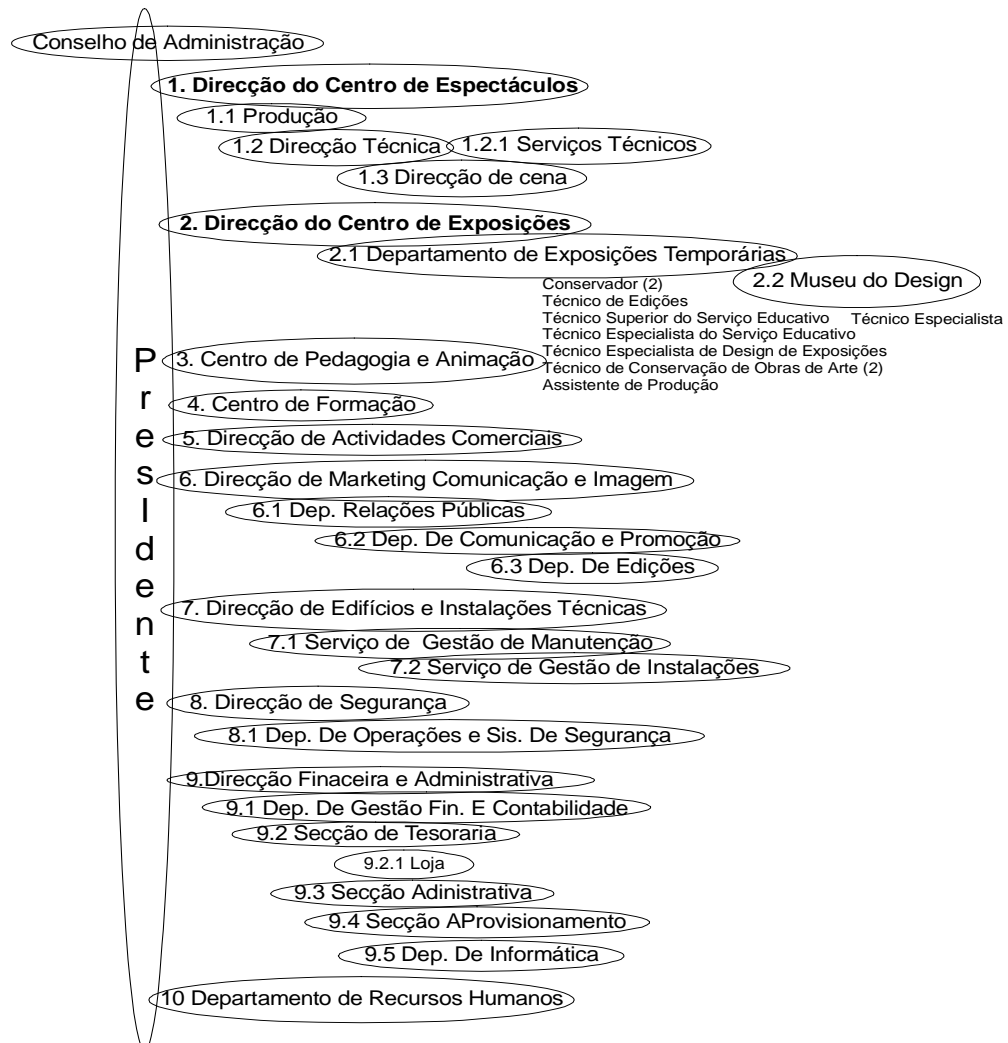
IV - MUSEU DO DESIGN

Plantas do Museu

Caracterização do Museu do Design

Situação do Museu

- **Nome do Museu:**
Museu do Design.
- **Localidade:**
Belém.
- **Data da fundação:**
1999
- **Data da construção:**
CCB - 1989/1992 - Inauguração do Centro de Exposições - 1993.
- **Organograma:**



- **Autoridade responsável pelas entrevistas para quem quer trabalhar no Museu:**
Conselho de Administração.
- **Principal âmbito de interesse:**
Design.
- **Principal colecção:**
"A colecção de design pertencente ao acervo de Francisco Capelo é composta por cerca de 800 peças que se distribuem por mobiliário e objectos utilitários."
- **Número de obras existentes no Museu:**
Cerca de 800 peças.
- **Número total de obras modernas/contemporâneas:**
"A Colecção inicia-se em 1937, cobre o período pós-guerra e desenvolve-se até à actualidade, apresentando-se numa perspectiva histórica.
Encontram-se representados todos os autores importantes que marcaram os desenvolvimentos do design nos Estados Unidos e na Europa, e mesmo na Ásia, percorrendo todas as correntes mais significativas desde o funcionalismo, passando pelo pós-modernismo até ao desconstrutivismo."
- **Em exposição permanente:**
Entre 120 a 150 peças em exposição.
- **Em reserva:**
Cerca de 650 peças.
- **Dispõe de áreas diferentes para expor a colecção permanente e exposições temporárias?**
Sim.
- **Oficina de restauro:**
Sim.

Serviços do Museu

- **Horário do Museu – Abertura – 11.00h Encerramento – 20.00h**
- **Número médio anual de visitantes:**
60 mil.
- **Recepção:**
Sim.
- **Serviço de imprensa:**
Sim.
- **Serviço Educativo:**
Sim.
- **Biblioteca pública:**
Não.
- **Atelier infantil:**
Sim, adequado aos diversos níveis de ensino.
- **Venda de livros e publicações:**
Sim.
- **Venda de artigos promocionais ligados ao Museu:**
Sim.
- **Restaurantes ou cafetaria:**
Sim, mas o bar do Museu neste momento está fechado, havendo no entanto o bar no CCB no início da Praça do Museu.
- **Reservas abertas ao público:**
Não.

"A entrada de uma colecção desta natureza requer uma adequação das reservas existentes para receberem mobiliário e objectos. Considerou-se indispensável criar uma nova reserva, de grandes dimensões."
- **Acessos para diminuídos físicos:**
No exterior existem rampas, no interior do edifício elevadores, neste momento não há possibilidade dos deficientes irem até ao mezanino, no futuro este problema será resolvido.

- **Catálogo da colecção permanente:**
Sim.
- **Principais exposições temporárias nos últimos 5 anos:**
Archizoom Today / Prémios de Design / Freeze Frame / Altamira 50 Anos / Verner Panton / Dieter Rams.
- **Fazem-se catálogos, posters, cartazes ou postais para as exposições temporárias:**
Sim. Cartazes, Catálogos, Telas plásticas.
- **Associação de apoio ao Museu:**
Não. Apenas possui um Serviço de Voluntariado.
- **Meios informáticos de informação ao visitante:**
Sim. O Museu possui uma página de Internet, no sítio do CCB.
(www.ccb.pt)
- **Meios interactivos Museu/visitante/Museu:**
Não.
- **O Museu vem assinalado em plantas, roteiros da cidade:**
Sim, em algumas plantas apenas está assinalado o CCB.
- **Indicação ao nível de tráfego da localização do Museu:**
Sim.
- **Existe informação intelectual:**
 - Folhetos introdutórios** – Sim.
 - Publicações** – Sim, do Serviço Educativo, e do Museu.
 - Catálogos** – Sim, sempre que uma exposição o justifique.
 - Material didáctico** – Sim.
 - Vídeos** – Não sobre design, somente sobre Artes Plásticas.
 - Artigos de promoção** – Sim.
- **Há intervenção de especialistas na informação intelectual e na montagem e organização das exposições?**
Sim.

Orçamento e finanças

- **Gastos anuais fixos de financiamento:**
"Questões orçamentais são de ordem interna, razão pela qual, não podemos disponibilizar qualquer tipo de informação."
- **Despesas extraordinárias:**
Não Responde.
- **Destino das receitas do Museu:**
Não Responde.
- **Publicidade, que percentagem:**
Não Responde.
- **Valor aproximado da colecção, (para efeitos de seguro):**
Não Responde.
- **Valor das exposições. (para efeitos de seguro):**
Não Responde.
- **Valores gastos de carácter regular:**
Não Responde.
- **Valores gastos de outros tipos:**
Não Responde.
- **Origens dos fundos:**
Não Responde.
- **Valores gastos no ano transacto em exposições permanente e temporárias:**
Não Responde.
- **Montagem e organização %; Informação %; Publicidade à exposição instituição %:**
Não Responde.

Aquisições : política e prática

- **Critérios de aquisição de obras:**

Não Responde.

- **Como é reunida a informação?**

"Protocolo estabelecido entre o CCB e o Dr. Francisco Capelo:

A colecção de design depositada no C.C.B. foi objecto de um protocolo em que constam os seguintes itens:

Responsabilidades do coleccionador:

- Depósito por 10 anos renováveis;

Responsabilidade do C.C.B.:

- Assegurar a montagem e instalação da colecção; depois da aprovação do projecto pelas duas partes;

- Arrecadar receitas (bilheteiras, venda de catálogos, merchandising)

- Gestão geral

Responsabilidades comuns:

- Selecção de peças para expor

- Empréstimo de peças para exposições no estrangeiro e intercâmbios.

O Museu tem uma Comissão Directiva constituída por:

- Director do Centro de Exposições

- Coleccionador

- Um Vogal do Conselho de Administração do CCB

- Uma individualidade designada pelo Coleccionador

- Uma individualidade a designar entre as duas partes com funções consultivas."

- **Responsável pela escolha de novas peças:**

Comissão Directiva.

- **A selecção refere-se principalmente a artistas de renome internacional, ou a artistas nacionais?**

Internacional, seguidamente nacional.

- **Percentagem do orçamento que é aplicada em cada um dos casos:**
Não Responde.
- **Aquisição de novas obras/peças: directamente aos artistas, através de galerias de arte, em vendas comerciais, ou a coleccionadores particulares:**
Não Responde.
- **Lista de artistas que as obras tenham sido adquiridas nos últimos 5 anos:**

"Objectivos:

A instalação de um pólo museológico no Centro Cultural de Belém foi desde o início da sua formação um dos objectivos definidos como sendo parte integrante dos seus estatutos. Se, por um lado, a apresentação de exposições temporárias fomenta uma dinâmica cultural que gera fluxos de publico diversificados e um interesse renovado que se traduz na criação de hábitos de fruição artística, a instalação de uma colecção permanente contribui para a criação de uma personalidade própria, identificativa da instituição que vai em si mesma assumir características específicas.

A instalação de uma colecção permanente de design no Centro de Exposições permite:

1. Dar a conhecer ao publico a evolução do design, numa perspectiva histórica;
2. Contribuir para o gosto do coleccionismo e consumo de peças de criadores activos nesta área;
3. Fomentar o interesse da industria pela produção de peças de design, simultaneamente racionalizando e optimizando cadeias de produção;
4. Fomentar a criação artística na área do design em Portugal, sobretudo perto das camadas jovens;
5. Criar as bases de uma colecção de design português e contribuir para o seu estudo, conservação e divulgação;
6. Constituir um pólo de interesse internacional sobre o C.C.B., participando activamente no desempenho museológico internacional nesta área;

7. Possibilitar intercâmbios de obras e exposições de design, mantendo o interesse do público para os desenvolvimentos decorrentes da actividade nesta área."

- **Orçamento anual ordinário para a aquisição de obras:**

Não Responde.

- **Orçamento para obras de melhoramento nas formas expositivas:**

Não Responde.

- **Orçamento extraordinário:**

Não Responde.

- **Orçamento gasto em exposições temporárias:**

Não Responde.

Todas as respostas para esta caracterização museológica foram retiradas de textos escritos pela Directora do Centro de Exposições Arquitecta Margarida Veiga, sem responder directamente às questões colocadas em questionário escrito.

As respostas conferidas em entrevista gravada, com a Conservadora Dr.^a Graça Mendes Pinto não foram avaladas para figurarem neste estudo.

Entrevista à Dr.^a Bárbara Coutinho coordenadora do
Serviço Educativo do Centro de Exposições do CCB
Museu do Design

Caracterização do Serviço Educativo.

"O Serviço Educativo do Centro de Exposições foi reformulado em Julho de 1998, traduzindo a consciência de que os museus são, cada vez mais, espaços de comunicação, aprendizagem e agentes fundamentais na formação estética da juventude e do público em geral, integrando-se numa nova e mais global concepção de educação.

Numa primeira fase este Serviço pretendeu afirmar-se como intermediário entre o público e a instituição definindo, com esse propósito, três objectivos essenciais:

- Estreitar as relações entre o Centro de Exposições/Museu do Design e a comunidade onde se insere e que o procura, promovendo uma nova vivência deste espaço;
- Diversificar as actividades, adequando-as aos diferentes tipos de público (escolar e geral);
- Educar o olhar e sensibilizar para as diferentes manifestações artísticas estimulando uma nova atitude face à arte.

Estes objectivos orientaram, ao longo destes três anos, a política do Serviço Educativo estando na base da concepção das actividades programadas. O desejo de realizar um trabalho multifacetado e diversificado, de forma a atingir os diferentes públicos (escolas, investigadores, famílias) através das suas actividades, transparece na imagem gráfica desenvolvida para este Serviço - o CUBO (1999) - que é inspirado na arquitectura e na espacialidade do Centro Cultural de Belém. O Folheto de Divulgação Trimestral parte exactamente desta forma e, ao ser desdobrado, apresenta em cada uma das suas faces informações sobre as exposições e as actividades desenvolvidas. Esta imagem gráfica pretende contrariar a visão deste espaço enquanto um local fechado, frio, impessoal (quase fortaleza), e apresentá-lo como um espaço vivo, dinâmico, alegre e onde também, se aprende

brincando. Passados três anos, e após uma análise crítica dos resultados obtidos, consideramos ter atingido com sucesso a maioria dos objectivos a que nos propusemos inicialmente. Hoje, o trabalho desenvolvido pelo Serviço Educativo reflecte-se tanto na crescente adesão de diferentes públicos, com idades, formação académica e/ou cultural e nacionalidade variadas, que participam assiduamente nas actividades programadas, como na constante procura dos materiais informativos. Contudo, indo ao encontro do novo entendimento do museu (espaço de fruição e lazer) e da sua função educativa e, tendo em conta as características da criação contemporânea, consideramos urgente repensar os objectivos, os conteúdos a transmitir e a metodologia de acção - discursos, materiais e tecnologias. Esta consciência traduz-se na definição de um conjunto de novos objectivos de forma a acompanhar as novas necessidades culturais e sociais:

- Consolidar o trabalho desenvolvido até esta data;
- Sensibilizar o público para as novas expressões artísticas;
- Estimular a experiência/interpretação individual do visitante, valorizando o fruir da arte;
- Estreitar, no âmbito do Museu do Design, os laços com instituições de ensino e empresas desta área;
- Criar, sobretudo nas crianças e nos jovens, um novo entendimento da arte e do design de modo a promover uma consciente e crítica intervenção estética em todas áreas da vida."

Quais as actividades do Serviço Educativo?

"- Público escolar:

Visitas guiadas e ateliers complementares: com uma linguagem adequada às diferentes faixas etárias e níveis de ensino (de carácter gratuito quando solicitado) estas actividades vão contra o modo tradicional de entender a visita ao Museu - forma de ilustrar, complementar ou consolidar os conteúdos aprendidos na escola - e procuram educar o olhar, sensibilizar para a especificidade do design, estimular a criatividade, a capacidade de comunicação e de análise através do contacto directo com o design. Visitas guiadas preparatórias, disponibilizando o caderno dos docentes (introdução sobre a evolução do design; resumo da exposição; informações úteis sobre a visita ao Museu com e/ou sem visita guiada; sugestões de

actividades prévias e posteriores à visita; integração nos conteúdos programáticos; referências bibliográficas). Estes dois elementos facilitam, aos docentes, a preparação da vinda ao Museu bem como fornecem elementos para uma exploração posterior.

- Público em geral:

Visitas Gerais: Durante o fim-de-semana realizam-se sempre visitas guiadas.

Familiarte: Aos sábados realizam-se ainda, mediante marcação prévia, actividades práticas direccionadas para a família em que se fomenta o contacto com o objecto de design e se procura estreitar os laços familiares.

A Festa da Primavera e o Dia do Museu (comemoração do Dia Internacional dos Museus - 2001) são objecto de um conjunto de iniciativas que pretendem dinamizar o espaço do Museu propondo actividades de animação cultural e pedagógica, para todos os gostos, unindo a aprendizagem ao jogo.

- Público especializado:

Visitas temáticas; ciclo de conferências e mesas redondas: a exposição é entendida como um ponto de partida para o desenvolvimento de uma temática e para a promoção de um espaço de debate.

- Público específico:

Apesar de ainda não existirem programas específicos, quando contactados, adequamos as actividades existentes à especificidade do grupo, facto que já se verificou por diversas vezes com grupos de deficientes motores e invisuais, deficientes mentais; distúrbios psicológicos; toxicodependentes em tratamento e detidos.

Edições do Serviço Educativo:

Guia do Museu do Design - pequeno roteiro organizado de forma cronológica, seguindo a lógica da exposição, que engloba pequenos textos explicativos e imagens das principais peças de cada núcleo."

Como funcionam os ateliers com crianças?

"Os ateliers são programados consoante as faixas etárias:

Design Geométrico:

Público alvo: Dos 6 aos 10 anos

Duração da visita e atelier: cerca de 1h30

N.º de participantes: 25 alunos

A visita guiada e o atelier complementar incidem sobre a descoberta das peças de design através das formas, cores e texturas. Depois de lhes ser explicado o significado da palavra design, apontando alguns exemplos de objectos que existem em casa ou na escola, os alunos percorrem a exposição, acompanhados por um monitor, tentando descobrir as figuras geométricas a partir das quais as peças de mobiliário são construídas. Já no espaço do atelier, com materiais diversos e a partir de formas geométricas - quadrados, rectângulos, círculo, triângulo -, desenvolvem um objecto onde não podem esquecer as questões inerentes à sua construção.

O Museu Imaginário:

Público alvo: Dos 10 aos 12 anos

Duração da visita e atelier: cerca de 1h30

N.º de participantes: 25 alunos

Esta visita e o atelier complementar incidem sobre a descoberta das características e potencialidades dos materiais - madeiras, metais e plásticos. Deste modo, os alunos compreendem a relevância da escolha dos materiais na construção e utilização de cada peça. No espaço do atelier escolhem, entre um conjunto de imagens de objectos de design, as peças de que mais gostam para depois, num cubo que simula uma sala do Museu, disporem-nas de acordo com o material em que são construídas. Neste processo, são ajudados pelo monitor que lhes transmite alguns dos princípios fundamentais da organização de uma exposição. No final, cada aluno leva consigo o seu museu imaginário.

O Jogo da Glória:

Público alvo: Dos 13 aos 15 anos

Duração da visita e atelier: 1h30

N.º de participantes: 25 alunos

O sentido da descoberta e do jogo como motivação para a aprendizagem está subjacente a esta actividade que se realiza após a visita guiada. Os alunos, divididos em grupos, respondem às diversas questões colocadas neste jogo, relacionadas com a evolução do design e com alguns princípios fundamentais presentes na concepção de um objecto, avançando até à vitória.

O Design e o Mundo:

Público alvo: Dos 15 aos 18 anos

Duração da visita e atelier: cerca de 1h30

N.º de participantes: 25 alunos

A visita guiada dá a conhecer a evolução do design, desde 1937 até à actualidade, destacando alguns dos mais importantes designers internacionais e problematizando a sua evolução. Observando as obras seleccionadas, analisa-se o contexto económico e social onde elas se integram, estabelecendo analogias com a evolução artística e arquitectónica. De seguida, de modo a avaliar a relação entre o contexto histórico desde o final da Segunda Guerra Mundial, a arte e o design, os alunos constróem uma cronologia ilustrada, concebida como um puzzle, descobrindo as várias peças que se enquadram em cada década do século XX, associando diferentes aspectos da vida quotidiana. No final, os alunos, depois de conhecerem a evolução do design, debatem com a orientação do monitor, as tendências emergentes."

Como funcionam as visitas guiadas?

"A visita guiada, adequada aos diversos níveis de ensino, pretende que os alunos compreendam o conceito de design, identifiquem as suas características fundamentais, diferenciando-as ao longo da sua evolução cronológica e integrando-as no contexto histórico.

Avaliação das actividades:

Com o propósito de receber um feedback do público, de forma a avaliar a receptividade às nossas iniciativas e a perceber quais as especificidades e gostos

dos nossos públicos, o Serviço Educativo criou as Folhas de Sugestões em que o visitante é inquirido, entre outras coisas, sobre a sua avaliação da actividade em que participou sendo convidado a sugerir outras acções que gostava de ver desenvolvidas."

Como foi criado o sistema de voluntariado e qual o resultado desta colaboração?

"Coordenação do Serviço Educativo juntamente com o departamento de relações públicas; o Serviço de Voluntariado conta com a colaboração de cerca de 40 voluntários que acolhem o visitante de uma forma mais personalizada e dialogante, com um objectivo de humanizar o espaço do Museu. Foi criado há um ano atrás, correspondendo à intenção de humanizar o Museu, inserir e reintegrar a "3ª idade", promovendo uma comunicação intergeracional entre os visitantes e os voluntários. O resultado tem sido bastante positivo. "

Composição do Centro Cultural de Belém?

- " O Centro de Exposições, do Centro Cultural de Belém da autoria dos arquitectos Vittorio Gregotti e Manuel Salgado foi construído em 1993, por altura da reunião da Presidência das Comunidades Europeias em Portugal e integra-se num conjunto de valor histórico e patrimonial relevante da cidade de Lisboa.

O Centro Cultural de Belém é composto por 3 Módulos - um que funciona como Centro de Reuniões, outro como Centro de Espectáculos e outro que corresponde ao módulo do Centro de Exposições. O Centro de Exposições ocupa uma área global de 35.000m² e é uma infra-estrutura museológica de grande qualidade tanto no que respeita aos espaços expositivos quer no que respeita às suas áreas técnicas.

Como é sabido as artes plásticas em Portugal, depois de um isolamento forçado pela conjuntura política ditatorial iniciaram um percurso de lenta e progressiva internacionalização. Para este facto, contribuíram decisivamente as galerias através da participação nas feiras internacionais de arte, abrindo novas perspectivas de internacionalização da arte portuguesa.

Neste contexto a situação criada foi muito desfavorável, principalmente para os artistas em início de carreira, que dificilmente conseguiram sustentar estratégias individuais sem o necessário enquadramento institucional.

A inexistência de espaços expositivos e a descontinuidade de uma programação na área da Arte Moderna e Contemporânea criaram uma grande distância entre os artistas e o público. Esta situação agravou-se com a raridade com que eram apresentadas ao público português grandes exposições internacionais que faziam parte dos hábitos da cultura ocidental.

Aliado a isto uma inexistência de grandes colecções de arte em Portugal (com obras de grandes artistas clássicos ou modernos) indispensáveis na organização de exposições, restringem as possibilidades de Portugal integrar os circuitos dessas exposições e consequentemente de afirmar o nosso país no plano internacional.

A organização de todo o panorama citado, passa pela definição da posição que cada um destes interlocutores deve ocupar. É nessa perspectiva que o CCB procura definir um perfil adequado ao meio artístico nacional e internacional, propondo-se integrar Portugal nos grandes circuitos de exposição e proporcionando ao público português o contacto com a cultura moderna e contemporânea.

Se atendermos à própria arquitectura do Centro de Exposições, o modelo que se pretende adoptar tem a ver por um lado, com a orgânica do próprio espaço e com a sua interpretação; por outro com a análise da situação artística internacional e da possibilidade de posicionar Portugal nesse meio.

Procurou-se numa perspectiva realista, e com os meios financeiros de que dispomos, tratar as linhas orientadoras de um modelo possível e interveniente e ainda aberto na sua definição: a dinâmica do meio artístico e as necessidades culturais da sociedade.

Entende-se que se deve evitar a todo o custo situações de eclectismo programático e ou de desvios que possam desfigurar um imagem de qualidade e de coerência, para que o Centro de Exposições seja considerado um parceiro desejável na área em que pretende intervir. Adaptou-se um modelo delimitado temporalmente, do início do modernismo até à contemporaneidade.

Em função destes critérios a programação do Centro de Exposições engloba as seguintes áreas: Arte moderna; Arte contemporânea; Arquitectura e Design; Fotografia e Multimédia.

Assim, e no espaço do Grande Hall (2.822m²) terão lugar exposições de arte contemporânea (tendo em conta que se trata de uma área totalmente aberta e modelável às mais diversas situações - instalações, esculturas de grande dimensão, etc. ...);

O espaço do 2º piso apresentando-se em circuito fechado com 2.105m² é em si mesmo orientador de um percurso sequencial (e que aponta eminentemente para uma vocação museológica) dará preferencialmente lugar a exposições de arte moderna.

A galeria do piso 0 (700m²) será dedicada a exposições de arquitectura e de design, dando continuidade a um programa anterior tendo em conta que é o único espaço existente no país para este tipo de exposições.

A galeria do piso -1 (602m²) pelas suas características arquitectónicas é adequada à apresentação de exposições de fotografia, multimédia ou de desenho.

Previu-se também a criação de um pólo museológico cuja definição conceptual se encontra em estudo, mas que será seguramente concertado no âmbito da programação do Centro de Exposições. Paralelamente, a programação procurou definir uma política editorial coerente que passa pela edição de catálogos com distribuição internacional. Ainda numa perspectiva de aproximação com o público são elaborados programas específicos nomeadamente a realização de conferências, debates, visitas guiadas e acompanhamento multimédia.

Estes são os princípios orientadores do Centro de Exposições do CCB que proporcionam a Portugal posicionar-se no meio artístico internacional, abrindo novas perspectivas aos artistas portugueses e aproximando o público da melhor produção moderna e contemporânea."

Entrevista escrita realizada através de questionário enviado.

Museu do Design - Envolvente Exterior

O Museu do Design encontra-se numa localização privilegiada tanto em termos geográficos (pois insere-se numa área de grande importância cultural, formada por um conjunto de monumentos de interesse arquitectónico, paradigmáticos: Mosteiro dos Jerónimos, Torre de Belém e Centro Cultural de Belém), como em termos físicos: pois está situado no Centro de Exposições do Centro Cultural de Belém.



Privilegiado porquê? Porque estamos num dos principais Centros de Cultura de Lisboa e também do país, onde existem exposições e actuações de nível internacional.

Sendo um edifício moderno - de apurada geometria e sobriedade de linhas, projectado em conjunto pelos arquitectos Vittorio Gregotti e Manuel Salgado - integra-se, na arquitectura envolvente pela utilização da pedra, nomeadamente é concretizada uma relação com o Mosteiro dos Jerónimos.(Foto 6).

O projecto do Centro Cultural de Belém (CCB), compunha-se de cinco módulos: Centro de Reuniões; Centro de Espectáculos; Centro de Exposições; (módulos já construídos), Espaço Hoteleiro; Área comercial, o quarto e quinto módulos(ainda por edificar), seriam a continuação da Praça do Museu. Actualmente o Centro organiza-se com base nestes três módulos que se complementam, interagindo com os serviços e infra-estruturas existentes.

Este Museu situa-se ainda numa zona de grande riqueza museológica, pois na sua vizinhança, encontramos os Museus de Arqueologia, de Arte Popular, da Criança, da Marinha e ainda o Planetário. Um pouco mais afastados encontram-se os Museus dos Coches, o de Etnologia e o Museu da Electricidade, além de outros monumentos, como os já referenciados Torre de Belém, o Mosteiro dos Jerónimos, o Padrão dos Descobrimentos e a Igreja da Memória.

Esta zona da cidade tornou-se, em 1940, durante o Estado Novo, o palco da mais importante mostra da cultura Portuguesa até à época a "Exposição do Mundo Português", cabendo ao arquitecto Cotinelli Telmo (1897-1948), segundo a sua própria expressão, o "feitio" da exposição. Esta, desenvolvia-se em torno dos

"Jerónimos" tendo como principais pólos: a "Praça do Império" situada em frente a este monumento, ladeada, por um lado pelos Pavilhões de "Honra" e de "Lisboa", e por outro lado, pelo pavilhão "Portugueses no Mundo"; por detrás dos pavilhões de "Honra" e de "Lisboa", encontrava-se a "Zona Comercial e Industrial", e posteriormente ao pavilhão "Portugueses no Mundo" o local das "Aldeias Portuguesas" com as suas casas populares de todas as 'províncias'.

Junto ao rio, do lado esquerdo do Mosteiro situava-se a "Secção Histórica", ao centro, o "Padrão das Descobertas"; do lado direito as "Diversões Náuticas", a "Secção da Vida Popular" e o restaurante "Espelho de Água". Sensivelmente atrás do "Mosteiro dos Jerónimos", estava o "Parque de Atracções"; e na lateral esquerda deste ocupando o espaço do "Jardim do Ultramar", a "Secção de Etnografia Colonial".

O CCB vem ocupar toda a zona do pavilhão "Portugueses no Mundo", e parte da zona das "Aldeias Portuguesas", estando a sua fachada principal voltada para a Praça do Império.



Envolvente Exterior

A publicidade exterior do Centro Cultural situa-se junto ao arco de entrada deste, onde em telas plastificadas, se anunciam os vários eventos do Centro de Espectáculos e do Centro de Exposições. Este arco de entrada para o Centro é ladeado por duas telas do Museu do Design, as quais deveriam obviamente possuir as cores e logotipo deste; no entanto, apenas as cores figuram na tela, e o tipo de letra vai variando de aplicação para aplicação (foto 1-2). Do lado esquerdo de quem está voltado de frente para o Centro existem três fileiras de bandeiras destinadas a assinalarem eventos especiais (pois só neste tipo de acontecimentos são aí içadas bandeiras publicitárias ou institucionais).

Ao entrarmos no espaço edificado do CCB, mas ainda fora de portas, deparamo-nos no início do percurso com uma vitrina de generosas dimensões onde são por vezes, colocadas peças que tenham a ver com as exposições que decorrem no Centro de Exposições; Esta vitrina, não sendo exclusiva do Museu do Design,



mas do CCB, (nomeadamente do Centro de Exposições), poderá ser no entanto cedida ao Museu dependendo das exposições aí a decorrer.

Situada em frente desta vitrina, e ao longo do percurso até à "Praça do Museu", encontramos vários marcos de sinalética e alguns 'mupis' que anunciam os vários acontecimentos a decorrer no Centro, inclusive o Museu do Design. (Foto 7)

No percurso até à "Praça do Museu" existe a área comercial do CCB, com lojas e galerias ligadas à temática cultural, existindo inclusive a loja institucional do CCB. Nesta, encontramos objectos de alguma forma ligados ao Museu, assim como objectos que nele se podem encontrar, visto este ter na sua colecção peças actuais e em produção, além das publicações relativas ao Centro de Exposições e outras que, se identificam com as actividades do CCB.(Foto 8)

O Museu do Design publicou até à data dois livros sobre a sua colecção: um primeiro livro, lançado quando da abertura do Museu, segundo iniciativa pessoal do coleccionador: Nele encontram-se opiniões de variados teóricos do design sobre a sua colecção, o outro mais pequeno posteriormente editado, disserta sobre a historia do design inserindo nela as peças do Museu. Recentemente, há cerca de um ano o Serviço Educativo editou um guia da exposição que se inicia, com a planta do Museu, descrevendo-se seguidamente as suas várias salas, núcleos cronológicos, em que o Museu dividiu a sua apresentação. É um roteiro de fácil acesso ao público, devido ao seu baixo preço.

Seguindo o percurso até à Praça do Museu, deparamo-nos com uma escadaria que separa o Centro de Espectáculos e o Centro de Exposições; depois desta à nossa direita continua a área comercial, com a Livraria Bertrand, especializada nas artes, e outras lojas menos directamente relacionadas com a área cultural. À nossa esquerda a "Cafetaria Quadrante" que também serve em regime de self-service refeições para além do serviço de Snack-bar. (O restaurante "A Commenda" situa-se no Centro de Reuniões).



Foto 5 - Área comercial; Loja institucional do CCB.

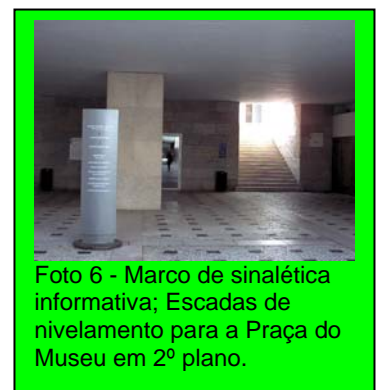


Foto 6 - Marco de sinalética informativa; Escadas de nivelamento para a Praça do Museu em 2º plano.

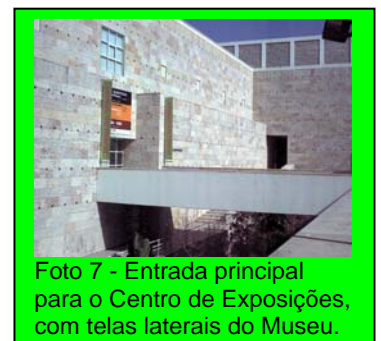


Foto 7 - Entrada principal para o Centro de Exposições, com telas laterais do Museu.



Foto 8 - Entrada principal para o Centro de Exposições, em 1º plano 'Mupis' de anúncio.

A entrada do Centro de Exposições é emoldurada por telas plastificadas que anunciam as apresentações que aí decorrem e mais uma vez a entrada é ladeada com dois telões do Museu do Design, estes anúncios são ainda sublinhados pela existência de dois 'mupis' que nos apresentam cartazes de exposições iguais à publicidade espalhada pela cidade, não sendo estes exclusivos do Museu. (Foto 16)

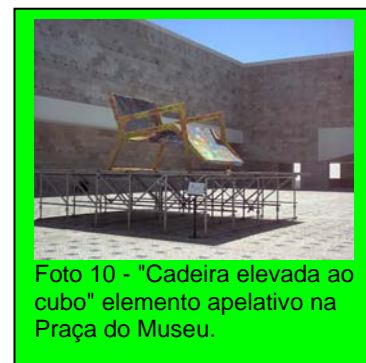
No dia Internacional dos Museus surgiu um novo elemento, apelativo ao Museu (na praça do mesmo nome), uma cadeira realizada a uma escala elevada ao cubo, construída em colaboração com todos os visitantes que nesse dia estiveram no CCB. (foto)

O público conhecedor deste espaço que tenha estacionado o carro do lado direito do CCB poderá entrar directamente para o jardim que dá acesso à porta das traseiras do Centro de Exposições. Este percurso está vedado a quem tiver que se deslocar com uma cadeira de rodas ou com um carrinho de bebé, porque terá de subir um lance de escadas bastante prenunciado.

O CCB possui um parque de estacionamento privativo que funciona conforme as actividades que aí se desenvolvem. Para quem não quiser pagar o parque poderá deslocar-se de autocarro, eléctrico ou comboio, ou ainda tentar estacionar a viatura nos parques de estacionamento que circundam a Praça do Império.

Quem se deslocar em cadeira de rodas, ou com carrinho de bebé, vê o seu percurso até à Praça do Museu mais complicado: se tiver estacionado o carro do lado direito do CCB tem como acesso uma rampa que dá directamente no início da Praça do Museu. Poderá eventualmente estacionar directamente num dos parques de estacionamento do próprio CCB, desta forma a sua deslocação será mais cómoda.

Para o público que utilize como acesso a entrada principal do CCB, ao chegar a meio do percurso tem a escada que vence o desnível existente entre a Praça e o Centro de Espectáculos, sem nenhuma indicação direcciona do percurso para deficientes. Estes deverão contornar o Centro e terão então acesso pela citada



rampa que desemboca na Praça do Museu, por ambos os lados, existindo aqui a indicação de percurso para deficientes.

O Centro publica um programa mensal onde anuncia as actividades culturais que se realizam nas suas instalações . Para além deste programa, o Centro promove um 'mailing'⁴⁸ via correio, de anuncio às suas actividades, "(...) *sempre que há um novo evento é efectuado pelo departamento de marketing um conjunto de técnicas: É feita uma inauguração; um press release; uma conferência de imprensa onde são promovidos encontros entre a imprensa e os comissários da exposição e/ou artistas, são feitos anúncios televisivos, outdoors, telas, cartazes, catálogos etc.*"⁴⁹

Por sua vez, a definição da missão do Museu surge da seguinte forma:

"A nossa ideia é bastante lata em relação a esse assunto (missão do museu), é a possibilidade de termos uma colecção/selecção fabulosa, e não existir em Portugal nenhum Museu de Design. Há para além disso um interesse crescente pelo design, uma proliferação de escolas de design, estudos sobre design, e formações várias de design. É um Museu muito visitado, muito procurado por um leque de pessoas muito variado. É evidente que, do ponto de vista didáctico, é extremamente importante não só para pessoas directamente ligadas à área, como para o conhecimento de uma forma de arte que faltava ao nosso país.

Temos um Serviço Educativo com estratégias muito próprias para uma boa abordagem ao Museu e para os diversos tipos de público."

- Como pretende atingir esses objectivos? Qual a estratégia?

"O objectivo de qualquer Museu é conservar as peças, mostrá-las e mostrá-las bem, ao maior número de visitantes e ao mais variado tipo de pessoas, porque de uma forma ou de outra, é importante que tenham conhecimento de uma determinada colecção de determinado tipo de peças.

Uma das principais críticas é: porquê estas peças e não outras?

Porque é que só temos móveis de assento ?

Porque é que a parte tecnológica não está presente?

A resposta é muito simples: é uma colecção de um coleccionador particular, é a opção estética de uma pessoa. É uma selecção muito bem feita, mas é uma selecção pessoal.

⁴⁸ Ver nota 11

⁴⁹ Excerto da entrevista gravada com a conservadora do Museu do Design, Dra. Graça Mendes Pinto.

Não é um Museu estatal, com obrigatoriedade de mostrar vários tipos de design, manifestações de design em diversas áreas em que foi criada uma comissão para comprar peças etc.

É uma colecção pessoal privada escolhida com bom gosto do coleccionador que ainda está vivo e que continua a comprar.

Relativamente aos objectivos do CCB: – A partir do momento em que tivermos uma colecção de design; tivermos uma programação contínua de exposições temporárias de design e, eventualmente, tentaremos colmatar possíveis ausências de representações de design com essas mesmas exposições temporárias.

Para além das exposições que são feitas, geradas no centro, há exposições itinerantes a nível mundial que tentamos trazer para o CCB. Sejam exposições de arquitectura, pintura, escultura, fotografia e todos os outros suportes de divulgação para a arte contemporânea que hoje em dia são conhecidos, mas sempre com a preocupação de Lisboa não ficar atrás das capitais mundiais no domínio da arte contemporânea.⁵⁰

O Museu do Design tem algumas páginas no sítio do CCB, (www.ccb.pt).

Ao entrar-se no sítio do CCB, este apresenta-nos na primeira página o programa mensal do Centro, seguindo-se a página editorial, que nos transporta para os vários eventos a decorrer neste.

Aqui pode-se optar pelas consultas das páginas do Museu, das exposições temporárias, do Serviço Educativo, e ainda, pelos textos sobre os espectáculos.

O Serviço Educativo anuncia os seus produtos na sua página, visitas guiadas e ateliers para diversos públicos alvo, que vão desde famílias, público geral e população estudantil, além das visitas de preparação para docentes. Os ateliers são desenvolvidos tendo em conta os diversos níveis etários escolares. O público geral pode optar facilmente por uma visita guiada sem que para isso tenha de recorrer à prévia marcação, bastando para tal chegar 30 minutos



⁵⁰ Graça Mendes Pinto no decorrer da mesma entrevista.

antes da hora marcada para a visita, e dirigir-se à recepção, para marcar o seu lugar na visita acompanhada.

A página da exposição permanente possui uma série de reflexões de vários autores sobre o Museu, falando também dos diversos serviços de Serviço Educativo; quando este sítio foi consultado detectou-se um erro na legenda da única fotografia apresentada na versão da página em Português, e na tradução para Inglês a existência de várias imagens não legendadas.

Existem ainda várias páginas neste sítio, consoante as exposições temporárias existentes no Centro, que poderão estar interligadas com a página do Museu, como é por exemplo o caso da exposição “Altamira 50 anos 10 olhares”, uma exposição organizada entre esta empresa de mobiliário e pelo Museu; uma outra página onde se anuncia a exposição internacional sobre o designer Verner Panton, retrospectiva organizada pelo “Vitra Design Museum”. Uma nova página anuncia outra actividade do Museu, uma série de conferências sobre design, que se constituem, no âmbito do desenho programático da "Experimentadesign2001" um dos núcleos da reflexão teórica sobre as áreas, abordadas pela bienal, estendendo-se ao longo de quatro dias, apresentando diversos painéis temáticos, tendo como linha condutora o 'modus operandi' tema em exploração na edição 2001, com uma coordenação da bienal de design de Lisboa “Experimentadesign”, sob o título geral de “Conferências de Lisboa”. Esta bienal sobre a cultura do design, tem uma outra página a anunciar uma exposição temporária, co-produzida com o Museu, tratando-se de uma apresentação (comissariada pelo designer Miguel Vieira Baptista), sobre o designer alemão Dieter Rams, referência do panorama internacional da segunda metade do século passado.

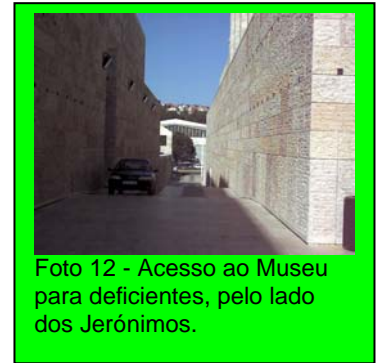


Foto 12 - Acesso ao Museu para deficientes, pelo lado dos Jerónimos.

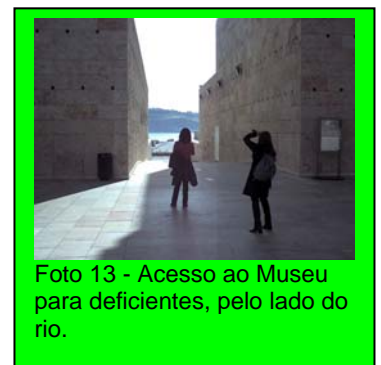


Foto 13 - Acesso ao Museu para deficientes, pelo lado do rio.

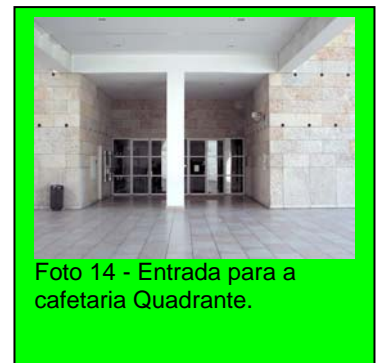


Foto 14 - Entrada para a cafeteria Quadrante.

Envolvente Interior do Museu do Design

Como já foi referido, há duas hipóteses de entrada no Centro de Exposições: ou pela porta principal, ou pela porta que dá para o jardim interior. Qualquer destas desemboca no hall entre a recepção e o bengaleiro.

Na entrada deste hall existe um placard informativo dos diversos serviços aí disponíveis, sendo estes também de fácil acesso visual.

A recepção (foto 16), o bengaleiro, ou a bilheteira (foto 17), encontram-se em locais distintos.

Na recepção, o visitante tem hipóteses de ficar informado sobre todos os serviços disponíveis dentro do Centro de Exposições, sendo ainda possível, no caso de deficientes motores a requisição do serviço de cadeira de rodas, não é, no entanto, possível a requisição de um carrinho de bebé para os pais mais desprevenidos. A bilheteira conjuga o serviço de venda de bilhetes e de venda de todos os catálogos já editados pelo Centro, bem como os catálogos do Museu e o pequeno roteiro sobre este. Além desta publicações vende também objectos relacionados com o Museu e produtos de grandes marcas internacionais de design. Junto ao bengaleiro encontra-se um serviço de 'Multibanco' (foto 18), e uma zona de espera com sofás do Designer português Daciano Costa.

Somente ao descer para o piso -1, o visitante entra fisicamente na envolvente interior do Museu do Design, no percurso entre a bilheteira e o Museu, o visitante passa pelas instalações sanitárias⁵¹, (encontrando-se outras instalações sanitárias no piso inferior ao museu), e pela livraria da Bertrand⁵², especializada em artes.



Foto 15 - Sinalética interior do centro de exposições.



Foto 16 - Aspecto da recepção.



Foto 17 - Aspecto da bilheteira.

⁵¹ O visitante passa por um placard de sinalética junto à recepção onde está indicado "Bar do Museu" este está temporariamente fechado há 2 anos.

⁵² O Museu não possui uma biblioteca, apenas esta livraria que não faz parte integrante do Museu, mas que tem uma porta directa para o interior do Centro, daí a disparidade nos inquéritos entre o público português e o público estrangeiro; em Inglês, livraria e biblioteca, escrevem-se do mesmo modo.

Partindo do Hall da recepção, o acesso ao piso -1 pode ser feito por elevador ou por escadas, encontrando o visitante diante de si um placard informativo sobre o Museu do Design e as várias actividades do Serviço Educativo.

Neste momento o visitante deve seguir pela sala S1 (fotos 21-22), galeria dos pequenos utensílios manufacturados, essencialmente vidros (na sua maior parte de origem estrangeira); se o visitante quiser entrar no corpo principal do Museu (as salas, S2; S3;...S8), é prontamente avisado pelos guardas ou pelos voluntários que aí trabalham que deverá primeiro visitar a galeria destes objectos e, seguidamente o resto do Museu. Esta dúvida pode sobressair devido ao facto de neste local, não estar devidamente sinalizado o percurso que o visitante deve de seguir.

No hall que separa a sala S1 das restantes encontra-se a peça mais antiga da colecção e, a seu lado uma placa com um texto descritivo sobre o que é o Museu e de como este surgiu (foto 20), curiosamente encimada com um logotipo diferente dos restantes encontrados ao longo do CCB, sendo este Museu o do Design era de esperar que tivesse havido a preocupação de criar e aplicar, uma identidade corporativa⁵³.

As primeiras salas do Museu fazem a introdução ao design no início do século passado, com uma legendagem imediata, que também possuem uma imagem fotográfica das peças, com a literatura das suas características. Nas legendas existe um único senão, estas estão a uma altura muito próxima do chão com uns caracteres que obrigam o visitante a baixar-se se quiser ler as legendas na sua íntegra.

As peças encontram-se todas sobre estrados até à passagem para os anos 50 do Século XX. A partir daqui, as peças (quase

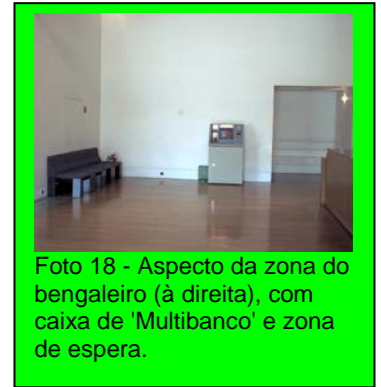


Foto 18 - Aspecto da zona do bengaleiro (à direita), com caixa de 'Multibanco' e zona de espera.

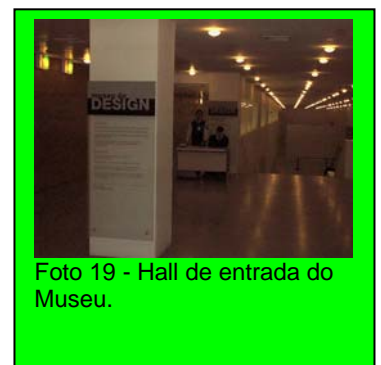


Foto 19 - Hall de entrada do Museu.



Foto 20 - Placard informativo do Museu.

⁵³ A identidade corporativa é a utilização e aplicação do conjunto da imagem visual (logotipo, símbolo grafismos adicionais e das as cores) da instituição, em todas as circunstancias desde as fardas até à sinalética, publicidade, comunicação interna etc.

sempre moveis de assento), começam a dispor-se em diferentes níveis de alturas. Esta estratégia, poderia ser interessante e dar ritmo à exposição, no entanto não atinge os seus objectivos com eficácia, visto que se torna pouco prática a leitura dos objectos, pois é quase impossível ver-se algumas das peças devido à exagerada altura a que elas se encontram. O Museu do Design, numa tentativa de exibir um maior número de peças no seu espaço de exposição, descorou um factor de grande importância; facilitar a total observação e compreensão das peças, chegando em alguns casos, as peças estarem permanentemente cortadas, por paredes ou pelas plataformas onde estas se encontram seja qual for a perspectiva utilizada por um indivíduo de estatura média.

Outro facto a referir em relação às legendas que (como já foi referido, são colocadas no chão do estrado inseridas em suportes de acrílico com um ângulo definido para a leitura do visitante); é a possibilidade da activação do alarme quando o visitante se aproxima, agachando-se para as ler. Que o Museu queira proteger as suas peças é absolutamente legítimo, mas fazer com que o público se sinta de alguma forma constrangido, pode produzir uma má imagem deste. Se repararmos nos quadros em anexo há uma grande percentagem de visitantes tanto portugueses como estrangeiros que indicam uma má possibilidade de aproximação para ver os pormenores das peças assim como criticam a localização/posicionamento das peças- talvez esta consideração seja exactamente o reflexo da causa/efeito de situações como esta.

É interessante a selecção dos móveis que estão apresentados, pois podemos acompanhar sem dúvida, a evolução estética e dos materiais na indústria: desde a utilização dos materiais naturais, a passagem destes para os materiais sintéticos, o reinado dos polímeros até à grande crise do petróleo na década de 70, - acompanhando o design as tendências da arte, da arquitectura e da política contemporânea, havendo sempre pelo Museu níveis de leitura esclarecedora para os diversos factos ocorridos durante o decorrer do século.



Foto 21 - Aspecto da sala 'S1', sala dos pequenos complementos de casa.



Foto 22 - Aspecto da sala 'S1', sala dos pequenos complementos de casa.



Foto 23 - Primeira peça da colecção, ainda no hall de entrada.



Foto 24 - Legenda e texto explicativo na exposição.

O corpo principal do Museu termina na sala S7, com a, patente, prosperidade dos anos 80, onde o design é convertido em símbolo de 'status'. Para este 'status' muito contribuiu a empresa italiana Alessi⁵⁴, que contratava os mais conhecidos designers internacionais dessa década para aí apresentarem os seus projectos. Paradigma de tal símbolo foi anos mais tarde, já no final da década de 80, o famoso espremedor de limões 'Juicy Salif' do designer francês Philippe Starck: chegou a suceder que algumas pessoas compravam-no somente para o ter na sua estante da sala como símbolo de poder económico e não como objecto utilitário.

O visitante, ao chegar ao final da sala S7, terá obrigatoriamente que subir dois lances de escadas para visitar a ultima sala (S8), representativa da ultima década do século passado. No patamar que divide os dois lances e sem nenhuma informação para quem vem de baixo, encontra-se a última sala deste Museu, é um corredor estreito e negro, onde a iluminação se faz apenas por caixas de luz, contendo estas os currículos de alguns dos designers famosos (Foto 30) com peças na colecção do Museu; não se trata de uma iconografia do design desde que este surgiu, nem tão pouco um levantamento exaustivo de todos os designers patentes no Museu, não estando explícita em local algum o porquê destes e não de todos. É de notar no entanto, a preocupação de nesta instituição Museal toda a literatura e textos existentes estar traduzida para inglês numa apresentação bilingue, tendo o visitante ainda à sua disposição textos em outras línguas.

Outra referência crítica vai para as escassas facilidades de acesso a deficientes motores, os quais terão grandes dificuldades, senão mesmo a impossibilidade de se deslocar a estas duas últimas



Foto 25 - Aspecto da sala 'S2'.



Foto 26 - Aspecto da sala 'S4'.

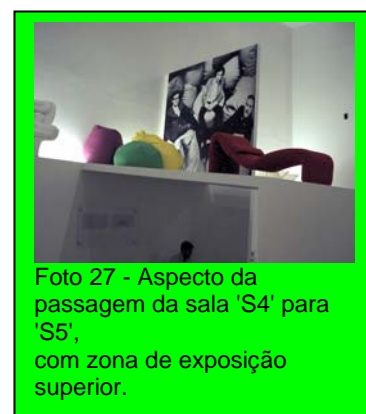


Foto 27 - Aspecto da passagem da sala 'S4' para 'S5', com zona de exposição superior.

⁵⁴ Apesar dos objectos desta empresa não estarem patentes neste Museu, faz-se aqui referência pois estes eram dos objectos de design com maior divulgação pública em Portugal, tanto pelo seu preço como porque qualquer loja 'dita' de design ou que tivesse objectos para o lar contemporâneos teria objectos da fabrica Italiana Alessi, tronando-se estes devido ao seu excelente marketing estandartes do design.

salas, não existindo qualquer tipo de acesso para este tipo de visitantes ultrapassarem estes dois lances de escadas; mais uma vez este grupo de público específico é segregado nos museus nacionais. No entanto a direcção do Museu encontra-se consciente deste problema, estando programada uma remodelação de interiores neste Museu para breve. Outro grupo de deficientes que a exposição não contempla são os invisuais, e não é por falta de interesse desta disciplina neste grupo de indivíduos.

O Serviço Educativo quando solicitado adequa as actividades existentes à especificidade de cada grupo, mas devido à complexidade e exigências destes tipos de públicos, seria interessante que o Museu se debruça-se sobre a possibilidade de uma exposição direccionada para um conceito diferente, onde fosse possível a experimentação e o contacto com os objectos.



Foto 28 - Aspecto da sala 'S5'.



Foto 29 - Escada de acesso à sala 'S8' e à saída do Museu.



Foto 30 - Caixa de luz com texto sobre o Designer.

As exposições temporárias

Como foi referido em capítulos anteriores, quando da referência às exposições temporárias organizadas pelo Museu para colmatar eventuais falhas desta colecção, - nomeadamente na entrevista à Conservadora Dr.^a Graça Mendes Pinto- a direcção do Museu co-produziu duas exposições com duas entidades distintas as quais decorreram enquanto o Museu foi objecto de estudo deste trabalho. "Verner Panton" e "Dieter Rams Haus" estiveram patentes ao público durante o período de 20 de Setembro a 25 de Novembro de 2001. A primeira é uma retrospectiva do designer Holandês organizada pelo Museu da fábrica Alemã 'Vitra', e a segunda, uma colaboração com a bienal "Experimentadesign".

Estas duas exposições ocupam a principal sala do Centro de Exposições ("Grande Hall" com 2822m²). A entrada é feita pelo corredor de acesso ao "Grande Hall" (foto 31). Pelo percurso mais lógico, as pessoas podem ser induzidas em erro na entrada para a exposição de Verner Panton, pois a porta de saída está mais próxima de quem chega, do que a de entrada (não existindo informação nenhuma sobre este aspecto), como a exposição está organizada numa série de salas contíguas, num sistema tipo 'corrente', a inversão da visita pode ser efectuada sem que esta prejudique a leitura e cronologia das peças. Estas reflectem a actividade profissional deste holandês ao longo de várias décadas de trabalho onde o formalismo e os ambientes convidam à experimentação. Tanto os textos como a legendagem nesta exposição estão bem inseridos dentro da mesma, com um tipo de letra legível, e em sistema bilingue.

Ao longo da exposição, o visitante tem à sua disposição uma série de 'quiosques interactivos', onde pode aprofundar alguns projectos do designer que, pelas suas dimensões ou características, não poderiam figurar fisicamente no espaço de exposição. Estes locais interactivos são activados como se fossem jogos lúdicos para apresentar os trabalhos de forma a cativar o visitante para estes interfaces.



Foto 31 - Entrada para as exposições.

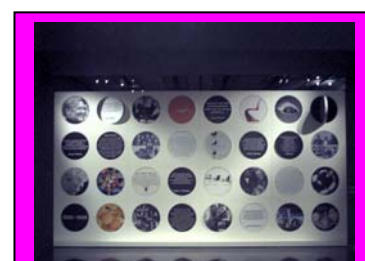


Foto 32 - Painel de entrada da exposição "Verner Panton"

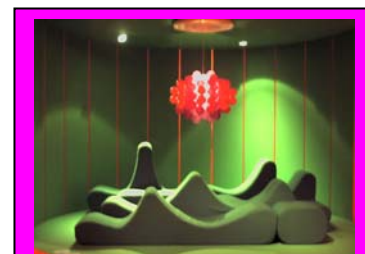


Foto 34 - Aspecto da exposição.



Foto 33 - Interfaces interactivos e vídeo.

Outro ponto de interesse desta exposição será a possibilidade do visitante poder experimentar vários objectos e espaços deste autor, desde cadeiras a ambientes recriados no espaço de exposição. Estes locais poderiam servir como apresentação da exposição para grupos de público específicos, tais como os invisuais, ou outro tipo de indivíduos com diferenças a contextualizar no acesso à exposição.

Ao longo da exposição existem umas 'caixas' de portfólio onde o visitante pode inteirar-se ao pormenor sobre aspectos do trabalho do designer relativos a projectos específicos apresentados na exposição.

A exposição do designer Dieter Rams, um profissional mais funcionalista e minimalista que o anterior, que trabalhou essencialmente para as empresas alemãs 'Braun' de electrodomésticos e, na área de mobiliário, para a empresa 'Vitsoe', reflecte de algum modo a sua maneira de projectar, pois todo o ambiente aqui é mais sóbrio, as cores predominantes patentes aqui são os brancos e cinzas, enquanto que na exposição anterior dominavam as cores fortes e quentes.

Esta exposição propõe a leitura dos objectos deste designer num ambiente simuladamente doméstico. A exposição assenta num sistema de apresentação tipo 'Corrente', entrando-se por uma porta que já serve de expositor, encontrando-se aqui exposto, um puxador deste autor, o qual poderá passar despercebido, pois a legenda está colada na parede por detrás da porta, quando esta está aberta. A exposição desenvolve-se seguidamente por um hall, uma sala, cozinha, casa de banho, acabando numa zona ambígua que deixa algumas dúvidas mas que talvez seja um escritório. Em cada zona da 'casa', a exposição apresenta os trabalhos que o designer desenvolveu para serem usados nestas divisões, por exemplo: sofás, estantes, televisões, mesas etc., na sala; máquinas de café, batedoras, varinhas mágicas na cozinha; máquinas de barbear, balanças, entre outros na casa de banho... e assim se chega ao



Foto 35 - Portfólio sobre um trabalho do autor.



Foto 36 - Zona de teste da ambiente criado para a exposição

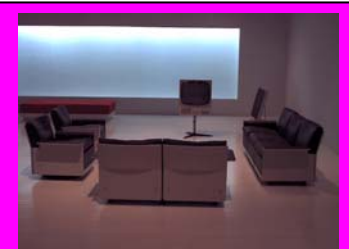


Foto 37 - Aspecto da 1ª sala da exposição sobre Dieter Rams.



Foto 38 - Legendagem sobre a própria peça.

último espaço de exposição com uma estante, com vários produtos lá expostos. Uma alta-fidelidade na parede; estando perto desta uma cadeira. No centro da sala, numa grande vitrina, passa um vídeo de demonstração dos produtos, servindo também de expositor para outros objectos da autoria deste designer, assim como publicações de referência a este e ainda desenhos de sua autoria.

Esta exposição, com apenas um texto introdutório junto à entrada, peca sobretudo na legendagem: um corpo de letra demasiado pequeno obriga o visitante a fazer um esforço para a leitura das mesmas. Para reforçar esta atitude, de obrigar o visitante a movimentar-se na exposição, como que numa atitude propositada, as legendas concentram-se todas em conjuntos, estando por vezes mais de dois metros afastadas dos objectos que identificam. Não existindo neste conceito de legendagem, nem numeração nem desenho da peça que é identificada, tornando-se impossível a leitura imediata do objecto, estando ainda, muitas vezes em locais próximos, dois objectos com as mesmas funções, mas projectados em tempos diferentes podendo causar dúvidas no visitante.

Para além da vitrina já referenciada anteriormente, só os pequenos objectos (de cozinha, de casa de banho, ou sala) se encontram também protegidos dentro de vitrinas de parede, todos os restantes objectos situam-se como se poderiam dispor numa casa habitacional, recriando assim um ambiente doméstico sóbrio e despojado, mas apresentando alguns elementos que valorizam todo o ambiente, como se de um exercício de enumeração dos seus 'dez princípios do bom design' se aplicasse nesta exposição tratasse⁵⁵.



Foto 39 - Dois objectos do autor criados em épocas distintas.



Foto 40 - Aspecto da última sala.

⁵⁵ Princípios de Design por Dieter Rams, in "Dieter Rams : Weniger, aber besser/Less but better"

- 1- O bom design é inovador.
- 2- O bom design realça a utilidade do produto.
- 3- O bom design é estético.
- 4- O bom design torna o objecto compreensível.
- 5- O bom design não é apelativo nem modesto.
- 6- O bom design é honesto.
- 7- O bom design é duradouro.
- 8- O bom design é consequente até ao último detalhe.
- 9- O bom design é amigo do ambiente.
- 10- O bom design é o mínimo design possível.

Análise dos visitantes ao Museu do Design

O público deste Museu tem, na sua maioria, 'conhecimento das exposições' pela informação dada, pelos meios oferecidos pelo turismo (42%), vindo seguidamente os meios de comunicação (19%), estando muito próximo a agenda cultural (17%), seguindo-se como informação do conhecimento o meio de publicidade mais fiável, que consiste na passagem de palavra por intermédio de uma terceira pessoa (13%), levando ao Museu outros aspectos como: o estar de passagem no local (7%), mais público, que a Internet (2%).

Este Museu é maioritariamente visitado por um público feminino 58% (42% masculino). Os visitantes deste Museu pretendem, na sua maior parte, apenas uma visita lúdica (46%); para acumular mais conhecimentos a nível de interesse profissional vão a esta instituição 23% das visitas; o interesse pedagógico, leva 19%; outro tipo de motivação leva 19% das visitas.

A média de idades⁵⁶ dos visitantes inquiridos desta instituição está situada entre as seguintes faixas etárias: - 0-17anos; ⇨ 1%;

- 18-24 anos; ⇨ 13%;

- 25-39 anos; ⇨ 55%;

- 40-61 anos; ⇨ 26%;

- + de 61anos; ⇨ 5%.

Deste conjunto de inquiridos foi realizada uma estatística sobre o nível de habilitações:

- Estudantes: ⇨ 14%⁵⁷

- Até ao 12º ano: ⇨ 6%

- Cursos Médios: ⇨ 10%

- Licenciados: ⇨ 68%

- Mais do que a Licenciatura ⇨ 2%

⁵⁶ As escolas com as visitas de estudo são em meses de calendário escolar a maioria dos visitantes, no entanto neste estudo tentou-se privilegiar outro leque de visitantes que não os estudantes que se dirigem aos Museus integrados em visitas de estudo, os professores normalmente tomam o lugar destes respondendo por todos, no entanto para efeitos estatísticos só contam os nomes de quem assina os inquéritos.

⁵⁷ A percentagem de estudantes aqui mencionada, não está directamente relacionada com a intencionalidade da visita à exposição, parte destes pode ter-se deslocado ao museu por outros motivos.

Já na 'Motivação para o tema exposto', 45% dos visitantes argumenta com interesse pessoal, os profissionais que ocorrem a este Museu são 29% do público e apenas 24% são curiosos, apenas 2% dos visitantes que entram neste Museu são estudantes com interesse directamente no tema (excluindo naturalmente as visitas de estudo).

O público inquirido deste Museu pode dividir-se em dois, o português e o estrangeiro; o português desloca-se até ao Museu basicamente de Automóvel (78%; Transporte público 10%; Táxi 5%; Outro 7%), enquanto o estrangeiro vai de transporte público, (82%); (Automóvel 4%; Táxi 7%; Outro 5%); nenhum tipo de visitante encontrou dificuldades no percurso ou no estacionamento da viatura.

O 'Tipo de público' que ocorre a esta instituição, fá-lo na sua maioria pela primeira vez (72%); (Ocasional - 12%; Regular - 16%). São os visitantes 'não profissionais' aqueles que optam em maior percentagem por uma visita guiada (15%), os 'profissionais', que gostariam de ter uma visita guiada perfazem 6% dos visitantes. Preferencialmente o público profissional opta por uma visita livre às exposições (24%); o público não profissional a optar por uma visita livre perfaz 55% dos visitantes. A realidade está longe das preferências do público: 71% do público que deseja uma visita acompanhada, só consegue uma visita livre, conseguindo apenas 29%, do público interessado visitas guiadas esse tipo de visita; este facto, pode advir de várias razões, existe apenas um dia por semana que estas se verificam sem marcação prévia, preferindo o visitante ir ao Museu quando lhe apetece e não, quando o Museu lhe oferece essa visita guiada. Se o Museu tivesse uma visita acompanhada diária, a percentagem de público que a esta recorreria talvez fosse muito maior.

É digno de registo que 11% dos visitantes consideraram a visita cansativa, (89% não achou).

Pelo facto dos textos e informações deste Museu, serem bilingues nem os visitantes estrangeiros nem os portugueses, tiveram dificuldade na apreensão de informação. Para perceber as informações, 11% teve dificuldades; 79% não.

Na leitura dos Textos sucede, em semelhança às informações, uma fácil compreensão (Portugueses - 63% bom; 29% suf.; 8% mau / Estrangeiros - 65% bom; 23% suf.; 8% mau).



Foto 41 - Textos explicativos colocados na parede

No entanto, na legendagem os portugueses são mais críticos, que os seus congéneres estrangeiros (Portugueses - 50% bom; 45% suf.; 5% mau / Estrangeiros - 65% bom; 27% suf.; 2% mau); a quantidade de visitantes, que não tem uma opinião totalmente favorável em relação às legendas, poderá advir do posicionamento destas estar muito em baixo.

No que respeita à opinião sobre os 'Textos informativos' e sobre os 'Textos explicativos', esta é positiva: (Textos Informativos- Portugueses - 68% bom; 24% suf.; 8% mau / Estrangeiros - 59% bom; 35% suf.; 4% mau / Textos Explicativos - Portugueses - 42% bom; 47% suf.; 11% mau / Estrangeiros - 57% bom; 35% suf.; 6% mau).

A localização geral dos textos na opinião do público é: Portugueses - 43% bom; 39% suf.; 18% mau / Estrangeiros - 53% bom; 31% suf.; 8% mau.

Na acessibilidade às peças o público é crítico, principalmente quando se trata de tentar fazer uma aproximação para ver pormenores, tal questão neste Museu coloca algumas críticas, pois muitas das peças (como foi referido no capítulo anterior), situam-se longe do público a um nível quase inacessível, este facto irá interferir na apreciação do público quanto à acessibilidade, visualização, aproximação para ver pormenores dos objectos e a localização dos mesmos:

- Acessibilidade - Portugueses - 42% bom; 45% suf.; 13% mau / Estrangeiros - 65% bom; 23% suf.; 6% mau.

- Visualização - Portugueses - 61% bom; 26% suf.; 13% mau / Estrangeiros - 69% bom; 27% suf.; 2% mau.

- Aproximação - Portugueses - 21% bom; 50% suf.; 29% mau / Estrangeiros - 44% bom; 33% suf.; 15% mau.

- Localização - Portugueses - 39% bom; 50% suf.; 11% mau / Estrangeiros - 58% bom; 25% suf.; 4% mau.

Também já foi referido que o Museu não tem explícito onde se situa a primeira sala para quem chega ao Hall de entrada para o Museu, o que pode provocar equívocos ao visitante ou até falhas de visita;

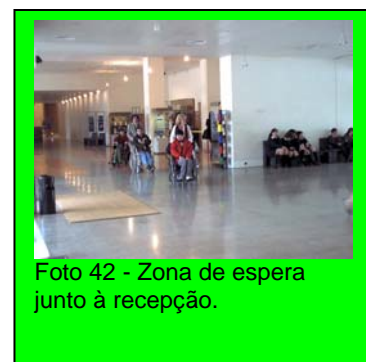


Foto 42 - Zona de espera junto à recepção.

- Localização das Salas - Portugueses - 61% bom; 26% suf.; 10% mau /
Estrangeiros - 55% bom; 31% suf.; 10% mau

- Sinalização do percurso - Portugueses - 45% bom; 47% suf.; 8% mau /
Estrangeiros - 49% bom; 37% suf.; 12% mau).

A 'Compreensão da exposição' está explícita nos quadros 26 e 27:

- Compreensão da exposição - Portugueses - 58% bom; 32% suf.; 5% mau /
Estrangeiros - 51% bom; 35% suf.; 4% mau).

- Compreensão do percurso - (Portugueses - 55% bom; 29% suf.; 11% mau /
Estrangeiros - 55% bom; 35% suf.; 4% mau).

Os visitantes portugueses são críticos também quanto à 'Sinalização do bar', (talvez por o bar do Museu se encontrar fechado há muito tempo, mas a sinalética continua junto à recepção), as críticas alastram-se ao WC, e à biblioteca (esta não existe neste Museu, portanto não há sinalética mas a pergunta foi realizada na mesma), os estrangeiros são menos críticos de um modo geral, (em inglês biblioteca e livraria é escrito da mesma forma o que poderá ter levado o visitante estrangeiro a referir-se à sinalética da livraria "Bertrand") assim em relação à sinalética temos:

- Bar - Portugueses - 26% bom; 34% suf.; 18% mau

Estrangeiros - 24% bom; 47% suf.; 16% mau.

- Lavabos - Portugueses - 24% bom; 47% suf.; 16% mau

Estrangeiros - 43% bom; 31% suf.; 13% mau.

- Biblioteca - Portugueses - 16% bom; 39% suf.; 29% mau

Estrangeiros - 42% bom; 27% suf.; 12% mau.

Na sinalização geral mais uma vez os visitantes portugueses são mais críticos que os seus congéneres estrangeiros:

- Portugueses - 16% bom; 66% suf.; 5% mau

Estrangeiros - 46% bom; 38% suf.; 8% mau.

É de notar no que concerne às compras de artigos, a maior parte do público não está interessado em nada (46%), daqueles que pretendem adquirir artigos, as preferências vão para a reprodução tridimensional de um objecto exposto (13%), seguindo-se por ordem decrescente os livros sobre o tema(11%), o catálogo da exposição (7%), os postais com imagens (9%) e finalmente o material



Foto 43 - Sinalética de Bengaleiro.



Foto 44 - Zona de venda e exposição de objectos.

pedagógico (0%). O facto do(s) catálogo(s) serem preteridos ao livro dentro do tema, pode estar relacionado com o preço que estes apresentam.

Gráficos dos inquéritos realizados ao público
visitante do Museu do Design

V - Conclusão

Ao elaborar este trabalho, que se debruça sobre a forma como os museus recebem o seu público, tentou-se caracterizar as necessidades globais de um museu, não dando demasiada relevância às colecções que estes expõem ou às memórias que estes encerram.

O objecto é aquilo que faz viver o museu. Aquele pode ter forma física ou ser somente um ideal, ou ainda, socorrendo-se das novas tecnologias de informação, poderá ser apenas virtual, mas não é por isso que deixa de ser um objecto (mesmo quando considerado mais ou menos abstracto), é sempre um objecto com vista a ser estudado. Se o museu for de arte moderna, por exemplo o objecto pode ser bidimensional, tridimensional ou tão pouco não existir, mas para veicular essa informação o museu deve de reflectir sobre uma forma de expor, de modo a comunicar esse conceito. É essa a grande missão dos museus, comunicar conhecimentos e para isso é necessário apresentá-los de alguma forma. Poderemos transformar um país inteiro num grande eco museu, mas mesmo assim teremos de arranjar forma do o mostrar, de comunicar com aqueles que o vêm visitar, ou seja, com o público exterior. Em 1946 nos estatutos do ICOM⁵⁸, pode verificar-se que as directivas lançadas aos museus foram no propósito de alargar as funções tradicionais do âmbito da museologia, no sentido do; "(...) *estudo, educação e deleite(...)*".

Para este estudo foram seleccionados três museus que são símbolos emblemáticos em áreas como; as vivências em sociedade e os objectos ou conceitos que essa sociedade produz.

Dos vários museus contactados, como foi referido na introdução, o do Traje, o de Etnologia e o do Design, foram os que se disponibilizaram em tempo útil para colaborarem neste estudo.

Dos conhecimentos apreendidos durante os dois anos que precederam a elaboração deste trabalho, foi seleccionada uma série de necessidades essenciais ao desenvolvimento das instituições que pretendam ser interventivas na sociedade e mais, serem geradoras dessa mesma sociedade, formando assim um legado de

⁵⁸ ICOM:- The International Council of Museums

conhecimento que se torna imperioso passar como testemunho da própria sociedade em que estão inseridos.

Para que estas instituições não passem despercebidas na sociedade que lhes serve de contexto e não se transformem apenas em armazéns de guardar memórias, mas se tornem em locais de tertúlia e intervenção social, torna-se fundamental responder a três perguntas essenciais:

- Existe?
- Onde está?
- O que dá?

Para responder a estas três perguntas foram elaborados os quadros seguintes que sintetizam todo o estudo deste trabalho.

Nestes quadros, para facilitar a leitura, utilizou-se como referência gráfica um pictograma aliado a uma cor.

O verde, associado a uma 'cara sorridente', indica-nos que o museu pratica regularmente o item referente; o amarelo, associado a uma 'cara séria', indica-nos que o museu pode praticar o item referente, mas não em todas as situações, dependendo essencialmente das exposições aí patentes. Quando o museu não tem ou não utiliza o item previamente referenciado, optou-se por um pictograma de uma 'cara triste' sob fundo vermelho.

Os quadros reflectem de algum modo o planeamento museológico de cada museu, focando apenas as componentes dentro do museu que, de alguma forma, interajam com o público. Estes quadros foram divididos em quatro itens principais, não funcionando no entanto estes como compartimentos estanques, mas facilitam assim a leitura ao se permitirem enquanto suportes interpretações próprias.

Quadro 1 - Na 'Envolvente exterior' existem cinco itens principais :

- 'Informação como chegar até ali' - todos os suportes publicitários a que o museu pode recorrer para noticiar a sua existência e a das suas acções.
- 'Site na Internet' - este grupo de referências está separado dos demais porque pode ser muito abrangente, poderá dar informações de carácter generalista do tipo 'onde fica'; 'como lá chegar'; 'o que tem em reservas'; 'os serviços que presta'; 'o horário'; 'os créditos técnicos'; o 'preço de ingresso'; etc., ou, ser mais abrangente, intervindo mais com

o cibernauta, apresentando portfólios da colecção em exposição ou de objectos que estejam em reserva, ou mesmo de assuntos teóricos ligados ao assunto tratado pela instituição, com imagens e o respectivo cadastro destas.

- 'Informação do museu' - Toda a documentação que o museu produz tanto para o público em geral como para públicos específicos e que, de alguma forma, são realizados com intuito de ficarem como documentos portadores de memória que sirvam para extrapolar as portas do museu.

Aqui estão incluídos os 'Sistemas de avaliação do público' porque se trata de uma situação inversa, é algo que vem de fora e que vai servir para avaliar como o exterior 'vê' o museu.

- 'Meios audiovisuais' - São suportes de informação que o museu pode utilizar, não só para ter em exposição ou na mediateca mas que poderá facilitar ao público que o deseje. Aqui estão incluídos, para além dos meios mais convencionais de suportes audiovisuais, todos os meios informáticos de apoio de som e imagem. Estes meios são muitas vezes utilizados em exposição como complemento de narrativa museográfica de uma exposição; poderão ser de grande interesse para professores complementarem as suas aulas.

Quadro 2 - 'Serviços do museu':

- Apresenta-nos todos os serviços que os museus têm à disposição dos seus visitantes. Não estão indicados todos os serviços existentes num museu a que eventualmente os visitantes poderão recorrer em casos extraordinários.

Quadro 3 - 'Necessidades dos grupos':

- Mostra-nos quais as necessidades dos diferentes grupos, potenciais visitantes, que os museus satisfazem.⁵⁹

⁵⁹ Neste quadro não figura o pequeno grupo de indivíduos ou mesmo o visitante individual dito 'normal', pois esse será abrangido pelas necessidades compreendidas pelos outros grupos.

Quadro 4 - 'Exposição':

- Analisa aquilo que o museu oferece ao seu visitante a partir do momento que este entra no espaço museológico, depois de comprar o seu ingresso.

Planeamento Museológico

Envolvente Exterior

Quadro 1

		Museu de Etnologia	Museu do Traje	Museu do Design
Informação como chegar até ali	Sinalização nas plantas da cidade	😊	😊	😐
	Sinalização nas plantas Turísticas	😊	😊	😊
	Cartazes em 'Mupis' Urbanos	😊	😞	😊
	Cartazes em Bibliotecas Faculdades e outros locais públicos	😐	😞	😞
	Anúncios em Publicações Culturais	😊	😊	😊
	Anúncios em Transportes públicos	😞	😞	😞
	Sinalização de Trafego	😊	😊	😊
	Sinalização de Parque Automóvel	😊	😐	😊
	Sinalização de parque para deficientes	😐	😞	😊
Site na Internet	Portfólios	😞	😞	😞
	Informações	😐	😐	😊
Publicidade na envolvente directa	'Outdoors' com o cartaz da exposição na fachada	😊	😞	😊
	Vitrines exteriores	😞	😞	😐
	Réplicas exteriores	😞	😐	😐
	Telas plastificadas c/ logotipo do museu	😞	😞	😊
	Totens iluminados c/ logotipo do museu	😞	😞	😞
Informação do museu	Folheto/Brochura do museu	😊	😊	😊
	Guia de exposição	😞	😞	😊
	Catálogo de exposição	😊	😊	😊
	Portfólios Pedagógicos	😊	😊	😊
	Dossier de imprensa	😐	😐	😊
	Acções de Sensibilização	😊	😐	😊
	'Mailing' para inaugurações	😊	😊	😊
	Artigos de promoção / Merchandising	😊	😐	😊
	Jogos Didácticos	😐	😐	😊
	Sistemas de avaliação do público	😐	😞	😊
Meios audiovisuais	Vídeos	😐	😐	😐
	CD-room	😞	😞	😞
	Slides	😐	😞	😞
	CD de musica	😐	😞	😞
	Interactivos	😞	😞	😐

😊 - O museu possui

😐 - O museu possui por vezes

😞 - O museu não possui

Ao observarmos o 'Quadro 1', sentimos que o Museu do Traje é a instituição que apresenta mais falhas na informação. Como nos caracterizou a sua directora, Madalena Brás Teixeira, por falta de verba o valor investido em publicidade é nulo, o que se reflecte na grande falta de divulgação do trabalho museal, existindo apenas divulgação institucional feita por entidades alheias ao Museu, (a entidade que tutela esta instituição, edita um desdobrável, para cada museu que tutela e uma brochura de divulgação de todos os seus museus, cerca de vinte e oito, estes quinze mil exemplares são distribuídos gratuitamente nas suas instituições).

Esta instituição deveria valorizar a sua página de Internet inserindo informações sobre peças existentes no Museu criando, assim, portfólios pedagógicos; reforçar a informação sobre os vários serviços prestados pelo Museu, assim como outros sítios de Internet que estejam directamente ligados ao tema do seu Museu. Também na sua envolvente externa directa se verificam falhas, como já foi referido no capítulo que o analisa; considerando que, deveria ser colocada informação que alertasse para a existência do Museu, tais como; telas, cartazes e vitrinas colocadas em locais estratégicos como por exemplo junto à Avenida Padre Cruz para divulgar a acção do Museu.

É imperioso que se defina, e se indique, o estacionamento para os veículos dos visitantes, e se viabilize um caminho seguro, para que estes façam o percurso entre o parque de estacionamento e o Museu, assim como um estacionamento e um acesso para deficientes. Estes poderiam ter indicação de um lugar dentro parque reservado do Museu, mais próximo da zona de entrada, cabe aqui referir a necessidade de nivelar o pavimento, junto à entrada do museu, assim como prever uma passadeira no pátio do palácio de maneira a permitir um acesso cómodo para visitantes em cadeira de rodas.

A nível de tráfego uma indicação para os veículos particulares se dirigirem para junto da Igreja de S. João Baptista do Lumiar poderia ser uma solução de escoamento para os inúmeros carros que



Foto 1 - Desdobrável institucional.



Foto 2 - Desdobrável institucional.



Foto 3 - Exemplo de um 'Outdoor' para o Museu.



Foto 4 - Brochura do IPM.

normalmente estão estacionados no largo, desde que fosse construído o referido corredor de protecção para os peões na zona em que a estrada afunila mais. No que respeita aos autocarros de excursão, seria ideal que se construísse um parque reservado a estes, no Largo Júlio Castilho, numa zona baldia junto à Avenida Padre Cruz, ou eventualmente em frente a este largo numa zona livre que aí existe, que eventualmente poderia conjugar também o parque de estacionamento para viaturas particulares.

Os portfólios pedagógicos apresentados pelo Museu, são para venda; isso não seria de estranhar se estes se apresentassem apelativos, com uma boa imagem gráfica e com uma elaboração cuidada. Na realidade, o que se passa é bem distinto pois tratam-se muitas vezes de fotocópias tiradas a partir de outras fotocópias o que leva à perda da qualidade visual. Por outro lado não há uma coerência gráfica nos guias de exploração executados para o Serviço Educativo e o logotipo do Museu é utilizado somente em alguns portfólios, não havendo coerência na aplicação deste, alguns portfólios, mais antigos, apresentam partes escritas à mão, como por exemplo o "Velho Baú", um portfólio lúdico para crianças, apresenta uma série de trajes para colorir, recortar e vestir, uma figura masculina e outra feminina, mas o papel é de uma gramagem muito baixa o que obriga a colar as figuras humanas sobre uma cartolina, além de que os trajes apresentam duas escalas e as figuras uma única.

Pressupondo-se que os portfólios serão adquiridos por professores para preparar as aulas ou para acompanhar as exposições com os alunos, o preço daqueles deveria ser simbólico ou os originais estarem preparados para os professores fazerem fotocópias para dar aos alunos, pois estes, na maior parte dos casos, não têm possibilidades económicas para os adquirir.

O Museu, enquanto gerador de conhecimento, deveria elaborar portfólios pedagógicos interessantes graficamente, atendendo às



Foto 5 - Portfólio pedagógico sobre "A moda masculina e feminina de 1888 a 1935".



Foto 6 - Portfólio pedagógico sobre "A moda masculina e feminina de 1888 a 1935".



Foto 7 - Interior do portfólio "O Velho Baú".

diversas circunstâncias para as quais estes são executados, tendo em conta a identidade corporativa⁶⁰ do Museu.

O Museu do Traje deveria reforçar o seus artigos de promoção, podendo criar protocolos de colaboração com entidades que promovem os têxteis como a 'Moda Lisboa' ou associações industriais, solicitar a criadores nacionais a exposição de peças suas.

O sitio na internet deveria ser reforçado com imagens dos portfólios museológicos, com imagens e informações à cerca das peças.

O Museu de Etnologia, embora apostado na sua divulgação, necessita porém reforçar essa mesma divulgação: com cartazes em locais de reunião institucionais, colocação de vitrines ou réplicas no exterior assim como telas plastificadas ou bandeiras com o logotipo da instituição; com elementos escritos como guias de exposição, portfólios pedagógicos; e com a edição de meios audiovisuais, elementos estes que poderão ser inseridos nos portfólios pedagógicos quando conveniente.

Também a imagem corporativa deste Museu deveria ser reforçada tendo em atenção a aplicação do seu logotipo em todas as publicações, tanto nas edições do Museu como nas edições que a tutela deste e outros museus produz.

A nível do tráfego dos visitantes seria importante que existisse uma passagem desnivelada entre o parque para automóveis e o acesso ao Museu que neste momento é efectuado por um lance de escadas; no parque deveria existir um lugar reservado a deficientes o mais próximo possível desta passagem.



Foto 8 - Desdobrável institucional.



Foto 9 - Exemplo de cartaz colocado num 'Totem' iluminado posteriormente.

⁶⁰ - A identidade corporativa é a utilização e aplicação do conjunto da imagem visual (logotipo, símbolo grafismos adicionais e das cores) da instituição, em todas as circunstancias desde as fardas até à sinalética, publicidade, comunicação interna etc.

O sítio deste Museu deveria ser reforçado com imagens legendadas, com informações acerca destas, e das várias colecções existentes no Museu, podendo ainda ser realizadas transferências para outros sítios que tenham ligações ao tema museal.

O Museu de Etnologia deveria reforçar os seus artigos de promoção, podendo contemplar uma re-interpretação do artesanato ou criar protocolos com associações artesanais de várias regiões portuguesas, podendo desta forma criar um pólo de desenvolvimento, ministrando ou promovendo cursos ligados a técnicas quase desaparecidas.

O Museu do Design é a instituição analisada que mais se aproxima de uma situação ideal, devendo sistematizar mais as suas práticas. Reforçando a presença de réplicas no exterior, a colocação de objectos em vitrinas nas proximidades do Museu. A realização portfólios com mais informação, com imagens das peças existentes no Museu e informações sobre estas, tanto nas suas páginas na Internet, como na edição dos portfólios que são disponibilizados, a possibilidade de edição de meios audiovisuais com informações que estão disponíveis em algumas exposições poderiam contribuir para uma melhor divulgação da actividade desta instituição.



Os portfólios pedagógicos deste Museu têm boa qualidade gráfica, estando inseridos no Centro de Exposições do CCB. Mas mais uma vez, a identidade corporativa não é respeitada: a identificação do Museu do Design (assim como do Centro Cultural de Belém) aparece escrito com fontes de letras distintas de publicação para publicação, podendo aparecer no programa do Centro, escrito integralmente em maiúsculas e, nas publicações realizadas para o Serviço Educativo, em minúsculas. Este Museu, como Museu do Design, deveria ter atenção redobrada na aplicação da sua identidade corporativa e servir como modelo a seguir e a aplicar para outros museus.



A informação para deficientes e do percurso que estes devem seguir deveria estar assinalada desde a entrada principal do CCB, até ao percurso que dá acesso à Praça do Museu.

O sítio de Internet deste Museu deverá à semelhança dos outros, ser reforçado com imagens legendadas com informações pertinentes sobre as peças, e com ligações a outros sítios relacionados com as peças apresentadas.

O Museu do Design é a instituição que mais aposta a nível de artigos de promoção, apresenta tanto na loja do Centro, como na recepção uma série de objectos onde o design tem um cunho marcante, mas estas peças são iguais às que se podem encontrar em qualquer loja da especialidade.

Seria interessante se este Museu produzisse um colecção de peças exclusivas subordinadas a um tema ou uma tecnologia, desenvolvendo assim um polo dinamizador e conciliador entre a industria e o design.

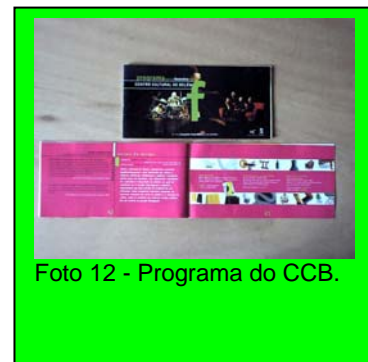


Foto 12 - Programa do CCB.

Serviços dos Museus

Quadro 2

	Museu de Etnologia	Museu do Traje	Museu do Design
Exposição Permanente	☹️	😊	😊
Exposição Temporária	😊	😊	😊
Reservas	😊	😊	😊
Reservas visitáveis	😊	☹️	☹️
Recepção	😊	😊	😊
Recepção com zona de descanso/espera	☹️	☹️	😊
Zonas de descanso	😊	😊	😊
Bengaleiro	😊	☹️	😊
Sinalética	😊	😊	😊
Vendas de lembranças	😊	😊	😊
Vendas de catálogos / publicações	😊	😊	😊
Lavabos p/ + de 1 pessoa	😊	☹️	😊
Fraldário	☹️	☹️	☹️
Enfermaria	😊	☹️	😊
Cadeiras de rodas	😊	☹️	😊
Carrinhos de bebé	☹️	☹️	☹️
Telefone	😊	😊	😊
Parque infantil	😊	☹️	☹️
Cafetaria	😊	☹️	😊
Restaurante	😊	😊	😊
Acessos para deficientes exterior	😊	😊	😊
Acessos para deficientes interiores	😊	😊	😊
Serviço Educativo	😊	😊	😊
Visitas Guiadas pré marcadas	😊	😊	😊
Visitas Guiadas s/ marcação	😊	☹️	😊
Visitas guiadas a públicos específicos	😊	😊	😊
Atelier p/ grupos escolares	😊	😊	😊
Ateliers para famílias	☹️	☹️	😊
Serviço de Conservação e Restauro	😊	😊	☹️
Meios Informáticos de informação ao visitante	☹️	☹️	☹️
Biblioteca	😊	😊	☹️
Serviço de voluntariado	☹️	☹️	😊
Associação de apoio	☹️	☹️	☹️
Serviços de estudo e níveis não abertos ao público	😊	😊	😊

😊 - O museu possui

😊 - O museu possui por vezes

☹️ - O museu não possui

Necessidades Físicas dos Grupos

Quadro 3

		Museu de Etnologia	Museu do Traje	Museu do Design
Deficientes	Espaço de circulação de 2m	☹️	☹️	☹️
	Monitores especializados	😊	😊	😊
	Acessos	☹️	☹️	☹️
Crianças Adolescentes	Monitores Especializados	😊	😊	😊
	Ateliers	😊	😊	😊
	Abertura de locais de estudo	😊	☹️	☹️
	Zona lúdica	😊	☹️	☹️
Idosos	Serviços de voluntariado	☹️	☹️	😊
	Zonas de descanso	😊	☹️	☹️
Grupos	Zonas de descanso	☹️	☹️	☹️
	Zonas de lazer/estar	☹️	☹️	☹️
	Zona de paragens p/ transportes	😊	☹️	😊
Acessos Exteriores	Rampas	😊	☹️	😊
	Elevadores	☹️	☹️	☹️
	Escadas	😊	😊	😊
Acessos interiores	Rampas	☹️	☹️	☹️
	Elevadores	😊	😊	😊
	Escadas	😊	😊	😊

Exposição

Quadro 4

	Museu de Etnologia	Museu do Traje	Museu do Design
Sinalética interior	☹️	☹️	☹️
Introdução ao tema	☹️	☹️	☹️
Sinalização de entrada	☹️	☹️	☹️
Sinalização de percurso	☹️	☹️	☹️
Textos introdutórios à exposição	😊	😊	😊
Textos explicativos da exposição	☹️	☹️	😊
Legendagem	☹️	😊	😊
Zonas de circulação à volta dos objectos	☹️	☹️	☹️
Inventário das peças com o seu cadastro	😊	😊	😊

😊 - O museu possui

☹️ - O museu possui por vezes

☹️ - O museu não possui

Nos serviços prestados, o Museu do Traje deveria: socorrer-se de meios que permitissem reforçar as zonas de descanso ao longo das salas de exposição, mediante a criação de zonas de maior permanência, como por exemplo a passagem de um vídeo, diaporama, ou uma zona de interação virtual; melhorar as condições de recepção de grupos, como já foi referido no capítulo referente a este Museu; ter para disponibilizar um serviço de cadeiras de rodas e carrinhos de bebé; criar um serviço lúdico infantil e inserindo aí por exemplo um parque lúdico infantil; um sistema eficaz de sinalética, exterior e interior; um serviço de visitas guiadas sem pré marcação (nem que para isso fizesse protocolos com instituições, como por exemplo, uma Universidade de Terceira Idade) ou criar um serviço de voluntariado que poderia dar um contributo importante na activação e dinamização das actividades museais, (ateliers, acompanhamento de grupos etc.).

Em relação à apresentação de peças e quando museograficamente seja imperativo utilizar estrados de grande superfície, poder-se-ia optar por sistemas de desnivelamento, para uma melhor leitura das peças, e tanto quanto possível utilizar estrados mais pequenos, que permitem uma melhor visualização e circulação entre as peças.

Poderia ser implementado um serviço de cafetaria dentro da instituição museal, na zona do terreiro palacial recorrendo a um patrocínio de uma empresa dentro desta área.

O Museu de Etnologia deveria reforçar a continuidade das suas exposições temporárias e transformar as reservas visitáveis numa espécie de exposição permanente, alargando estas visitas para as outras reservas e, se possível, manter estas reservas abertas ao público, com uma base de voluntariado. Um serviço de voluntariado com recurso a público mais velho poderá facilitar alguns trabalhos dentro do Museu e dar origem à criação de uma associação de apoio ao Museu, para que este seja ainda mais interventivo na produção de sociedade.

O apoio dado por um suporte multimédia eficaz poderá servir como veículo de comunicação e de conhecimento entre o público e o Museu.

Relativamente aos acessos ao Museu, deveria ser realizado um percurso em rampa que ligasse o parque de estacionamento ao Museu como já foi referido anteriormente, reforçando-se a sinalética para os diversos locais interiores e exteriores do Museu assim como deste percurso.

O reforço de sinalética dentro do espaço museal regulará os fluxos de visitantes e as actividades de participação destes.

Os serviços de apoio aos visitantes deveriam ser reforçados, com a criação de um serviço de cadeiras de rodas; um serviço de carrinhos de bebé; uma zona de fraldário nos lavabos, contemplando ainda neste local uma casa de banho para deficientes; a criação de ateliers para famílias; o reforço de visitas às reservas durante o fim-de-semana; a criação de um guia de exposições e reservas a preço simbólico; assim como a criação de portfólios pedagógicos para serem fornecidos aos professores e alunos.

Em relação aos serviços prestados, o Museu do Design deverá incrementar mais as exposições temporárias, criando assim uma habituação dos visitantes em se deslocarem ao espaço museal. Reforçar o sistema de apoio às famílias (criando um local lúdico e de aprendizagem para as crianças com vigilância, que poderá ir desde um local de diversão com jogos lúdicos até a uma zona de aprendizagem sobre o tema museológico) reforçando este serviço com o apoio de carrinhos de bebé, e criando numa zona de lavabos, um fraldário, alargando assim o já implementado serviço, com o Atelier "Familiarte".

A criação de um local de consultas dos catálogos, vídeos e outros meios audiovisuais, criados ou reproduzidos no Museu, assim como outras publicações especializadas, que seriam uma forma de aprofundar, divulgar e incentivar uma ponte de passagem de conhecimento e de fidelização para um público mais conhecedor.

Nos acessos interiores, o Museu do Design deve facilitar a passagem para a mezanino aos grupos deficientes, (esta ligação de momento só se realiza através de degraus).

Seria interessante que este Museu criasse uma passagem superior mais próxima dos objectos expostos em níveis mais altos.

A sinalética deverá ser reforçada para que as dúvidas de percurso dentro do Museu sejam dissipadas, deixando de existir visitantes que se 'esqueçam' de visitar algumas salas do Museu.

A legendagem, assim como alguns textos explicativos deveriam ser colocados a níveis que facilitassem a leitura por parte de todos os visitantes.

Seria interessante que este Museu disponibilizasse para o seu público, um sistema de consulta digital.

Lacunas no planeamento dos museus analisados

Museu de Etnologia

Envolvente Exterior

- Acesso a deficientes: - Não resolvido de modo eficaz.
- Sítio na Internet: - Pouca informação escrita e visual.
- Artigos de promoção: - Reduzidos.

Envolvente Interior

- Sinalética: - Pouco eficiente.
- Legendagem: - Nem sempre existente e por vezes de tamanho reduzido.
- Textos: - Não há grande distinção entre textos introdutórios e explicativos.
- Não há serviço de carrinhos de bebé.

Museu do Traje

Envolvente Exterior

- Artigos de promoção: - Reduzidos.

- Parque de estacionamento: - Pequeno.
- Ausência de parque para prioritários.
- Não há publicidade, propaganda nem edição de meios audiovisuais.
- Sítio na Internet: - Pouca informação escrita e visual.

Envolvente Interior

- Acessos ineficientes a cadeiras de rodas.
- Não há serviço de cadeiras de rodas ou carrinhos.
- Estrados grandes, não permitindo a circulação entre peças e a total visualização destas.
- Sinalética pouco eficiente.
- Legendagem colocada em local muito baixo e por vezes de tamanho reduzido.
- Textos: - Não há grande distinção entre textos introdutórios e explicativos,
- Falta de visitas guiadas sem marcação prévia.
- Inexistência de bengaleiro.
- Falta de zonas de descanso / espera e de cafetaria.

Museu do Design

Envolvente Exterior

- Sítio na Internet: - Pouca informação escrita e visual.
- Sinalética personalizada pouco eficiente.
- Não há edição de meios audiovisuais.

Envolvente Interior

- Sinalética pouco eficiente.
- Legendagem colocada em local muito baixo e por vezes de tamanho reduzido.
- Estrados grandes, não permitindo a circulação entre peças e a total visualização destas.
- Localização das peças em locais de visibilidade restrita.
- Dificuldade de acesso a deficientes.
- Não há serviço de carrinhos de bebé.

- Alarme muito próximo do local de circulação.

Na análise global dos museus estudados conclui-se a existência de maiores lacunas a nível de organização museológica, no que respeita aos seguintes aspectos, em relação aos quais se apresentam soluções possíveis:

Envolvente exterior:

- Um sistema de informação eficiente que permita ao visitante antes de sair de casa saiba como chegar ao museu e do que este pode oferecer, o sitio de internet deverá ser um local de aprendizagem e comunicação.

- Os meios propagandísticos limitam-se muitas vezes à envolvente exterior directa, na forma de um 'outdoor' na fachada do edifício, réplicas e vitrinas no exterior são formas de propaganda escassa.

- Os acessos a deficientes e prioritários são escassos e por vezes ineficientes, este tipo de público deverá ser contemplado nos parques de estacionamento e nos acessos exteriores e interiores.

- Os artigos de promoção, portfólios e audiovisuais são escassos, e por vezes descontextualizados da realidade económica nacional. Os artigos de promoção devem de ser objectos de utilidade prática, exclusivos, visando promover o desenvolvimento social. portfólios e audiovisuais devem reflectir a entidade corporativa da instituição, serem actualizados com frequência, dando destaque à comunicação pedagógica.

Envolvente Interior

- Os acessos a deficientes deverão ser contemplados em todas as áreas do edifício.

- Deverão existir horários estipulados para visitas guiadas sem pré - marcação

- Fraldário, enfermaria e disponibilidade de obtenção de carrinhos de bebé e de cadeiras de rodas deveriam figurar nos serviços prestados aos visitantes; assim como lavabos com equipamento específico para deficientes.

Dentro da exposição:

- A legendagem deverá ser colocada de forma a que a leitura e identificação dos objectos seja imediata.

- A localização e posicionamento dos objectos, deverá ser de forma a que permita a circulação entre os objectos expostos, contemplando o espaço necessário para que seja possível a circulação e estudo destes.

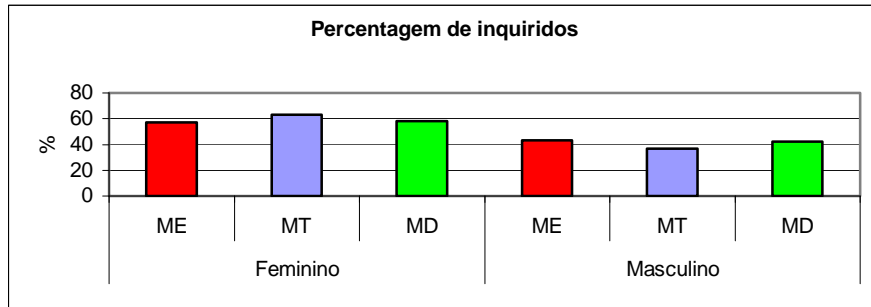
- A sinalética deverá ter uma leitura eficaz de forma a que não haja equívocos dentro do espaço museal.

- A informação deverá ser fornecida em níveis de interesse conforme a procura por parte dos visitantes.

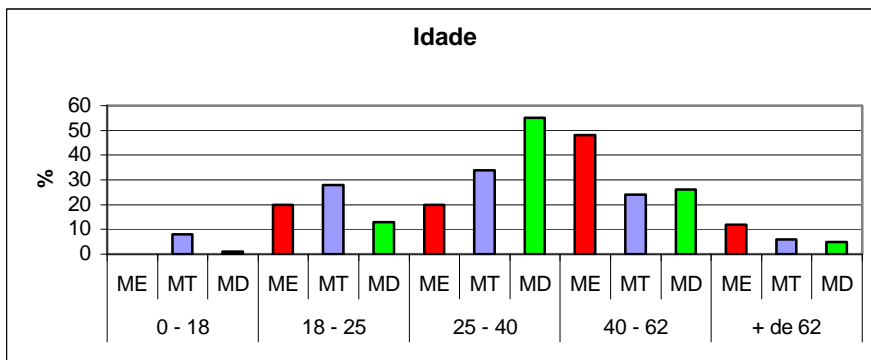
- A distância entre o público e o objecto a ser exposto, deve ter em conta: as dimensões deste, e os obstáculos que podem limitar a visão ou circulação para se fazer a aproximação ao objecto.

Breves considerações sobre o Público

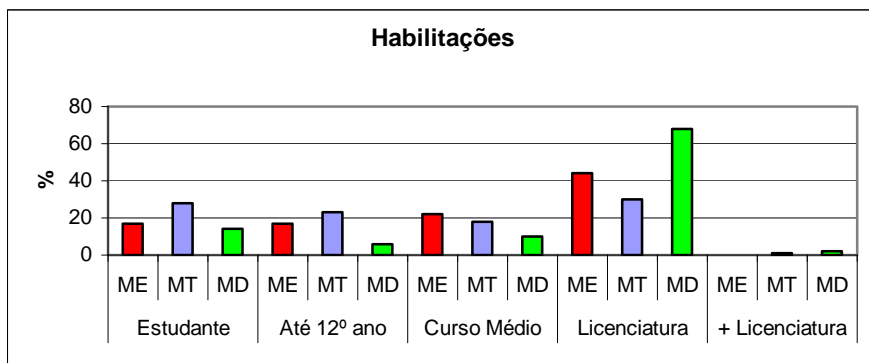
Da pequena amostragem realizada no decorrer deste estudo, podem-se retirar algumas conclusões do público que frequenta os museus:



- O público feminino adere mais às visitas museais que o público masculino.

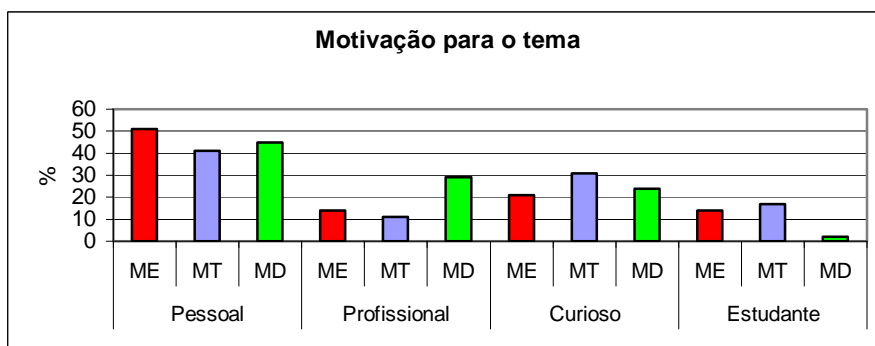


- A maior parte dos visitantes estão situados na faixa etária dos 25 a 40 anos; seguindo-se as pessoas na faixa etária entre os 40 a 62 anos; os 18 a 25 anos; os com mais de 62 anos; e por fim os que estão na faixa etária mais jovem, entre os 0 a 18 anos. (Não foram tomadas como referência as visita de estudo efectuadas por escolas).

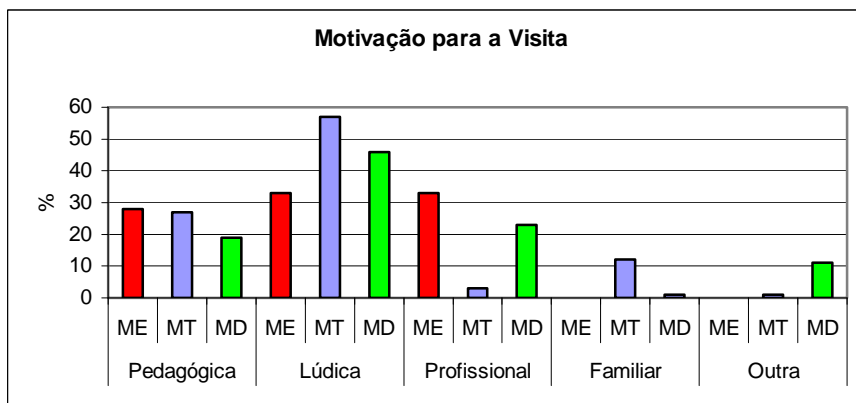


- O público que frequenta museus possui como habilitações por ordem decrescente:

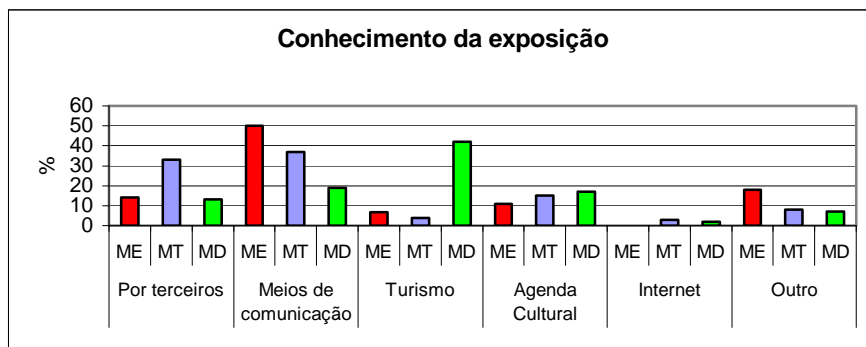
- Licenciatura.
- Curso médio exéquo com Estudantes.
- Até ao 12º ano
- Mais do que Licenciatura.



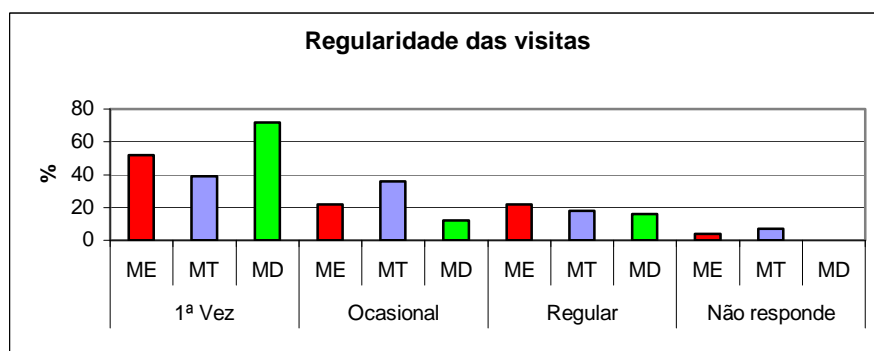
- O público visita os museus porque sente afinidades pessoais com as matérias museais apresentadas.



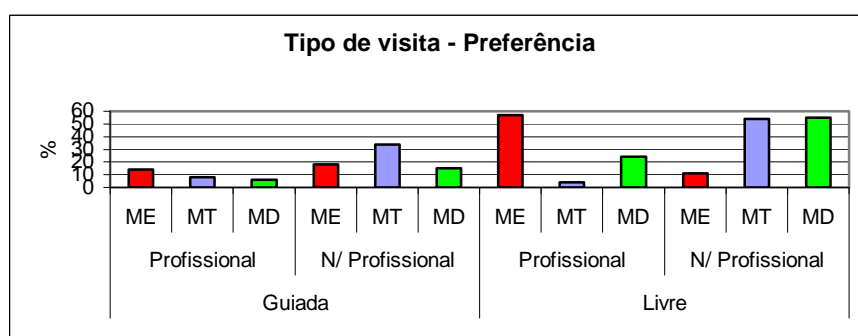
- Procura essencialmente um conhecimento lúdico.



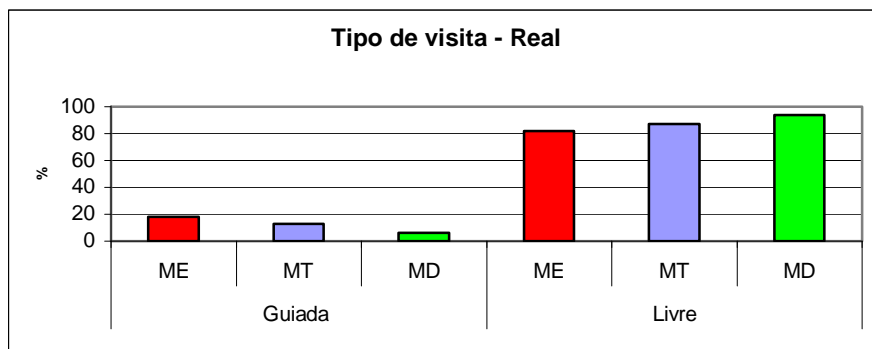
- O conhecimento das exposições faz-se essencialmente através dos meios de comunicação.



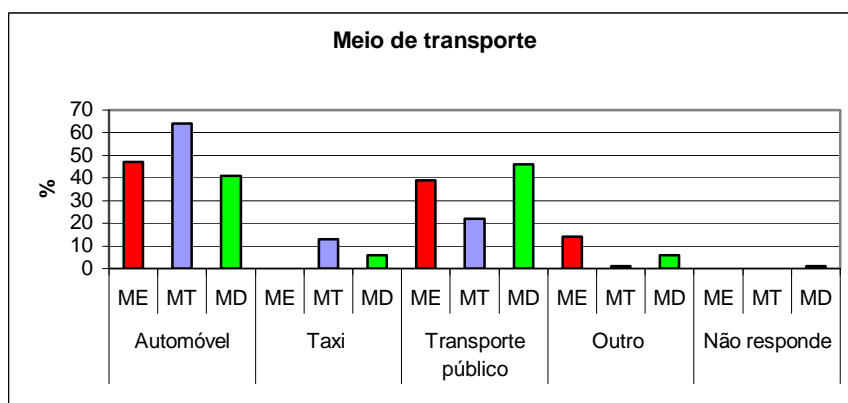
- Há uma dominância de público que vai ao museu pela primeira vez, havendo apenas uma percentagem geral, inferior a 20% que vai com regularidade aos museus.



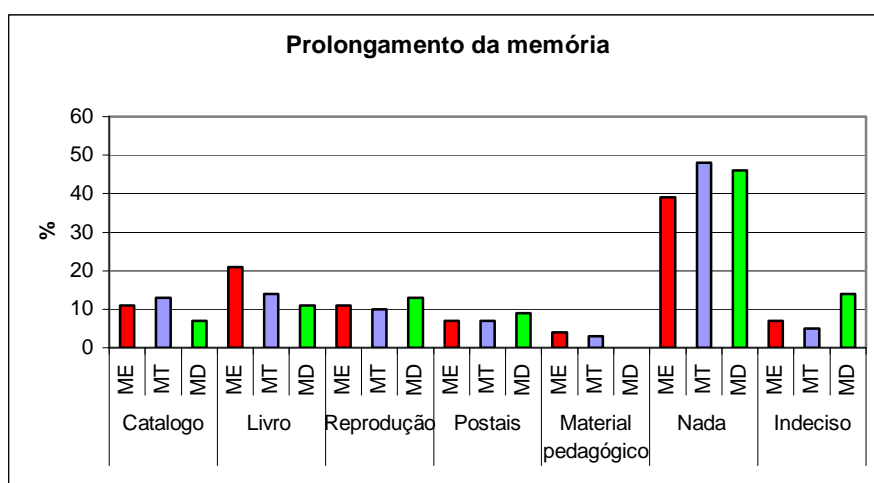
- O público profissional prefere uma visita livre aos museus.
- O público geral apresenta uma percentagem superior que o profissional para a visita guiada.



- A percentagem de público que acede a uma visita guiada é muito inferior ao que opta por uma visita livre.



- O meio de transporte eleito pelo público para se deslocar ao museu é o automóvel, seguindo-se os transportes públicos.



- Para prolongamento da memória da visita o público prefere por ordem decrescente:

- Livro sobre o tema de cariz abrangente.
- Reprodução de objecto em exposição.
- Catálogo da exposição.
- Postais.
- Material didáctico.

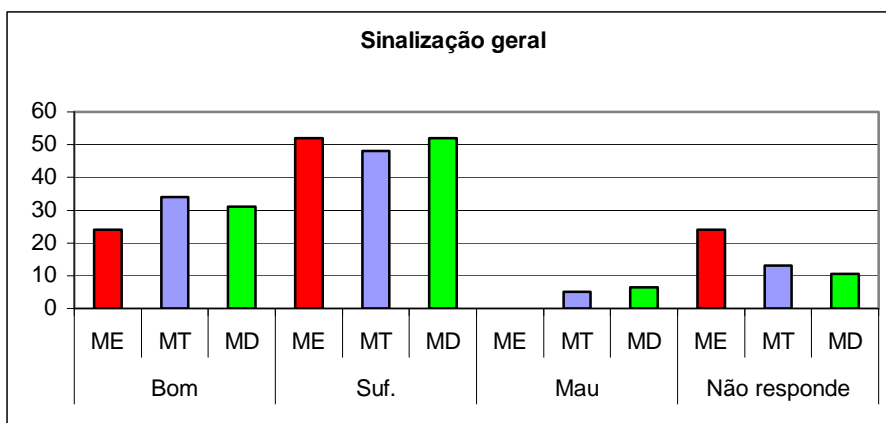
Cruzamento de dados sobre a opinião do público visitante dos Museus analisados

Sem diferenças significativas de opinião por parte do público, em relação aos museus analisados estão: o tipo de público que vai aos museus, a motivação para a visita e o interesse sobre o tema apresentado.

Em toda a envolvente exterior os resultados proferidos pelos inquiridos é muito semelhante, nos três museus estudados, há apenas a ressaltar que o público que se desloca ao Museu do Traje, recorre mais à utilização de viatura própria, e ao Táxi do que o público que se dirige aos outros museus, a razão aparente poderá ser de cariz geográfico, e logística de transportes.

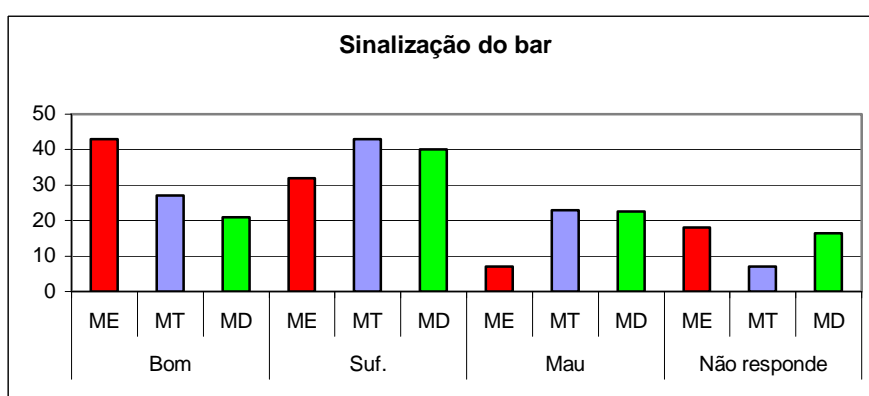
As diferenças, se bem que pequenas podem-se encontrar com maior facilidade na envolvente interior, e na organização museográfica.

(Legenda dos quadros que se seguem: Os valores numéricos são dados em percentagem; ME - Museu de Etnologia, a barra com a cor correspondente à cor associada ao Museu, o Vermelho ; MT - Museu do Traje, a barra com a cor correspondente à cor associada ao Museu, o azul; MD - Museu do Design - a barra com a cor correspondente à cor associada ao Museu, o verde).



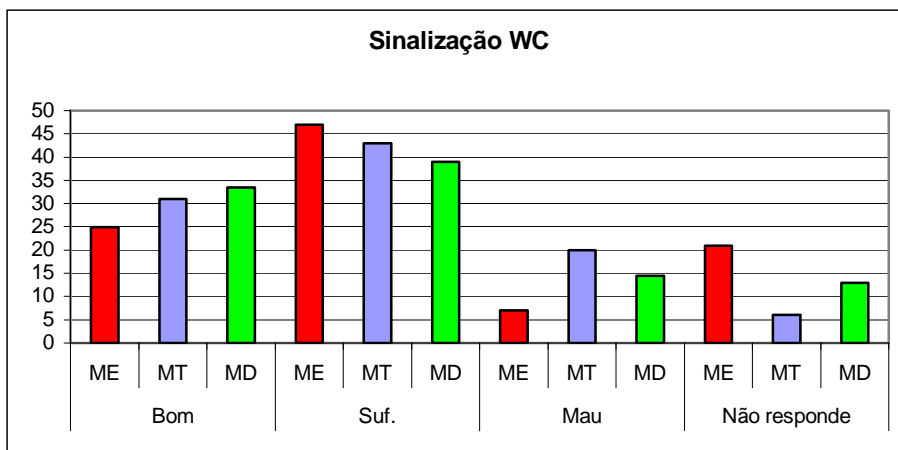
- Na sinalização geral (referente à sinalética geral do museu, desde a envolvente exterior até à saída do museu); o Museu melhor cotado pelo público é o Museu do Traje, seguindo-se o Museu do Design e o de Etnologia, todos eles separados por uma média de meio ponto percentual.

O conhecimento empírico do público, difere substancialmente do esforço feito pelas instituições, o Museu com uma sinalética envolvente mais elaborada é o Museu do Design, possivelmente devido à sua localização dentro do Centro de Exposições do CCB, seguindo-se o Museu de Etnologia; o museu que satisfaz em termos de sinalética menos requisitos é o do Traje, isso mesmo é reflectido pelos visitantes nas respostas aos outros itens sobre sinalética, o que poderá levantar algumas dúvidas sobre a clarividência da resposta à sinalética geral.

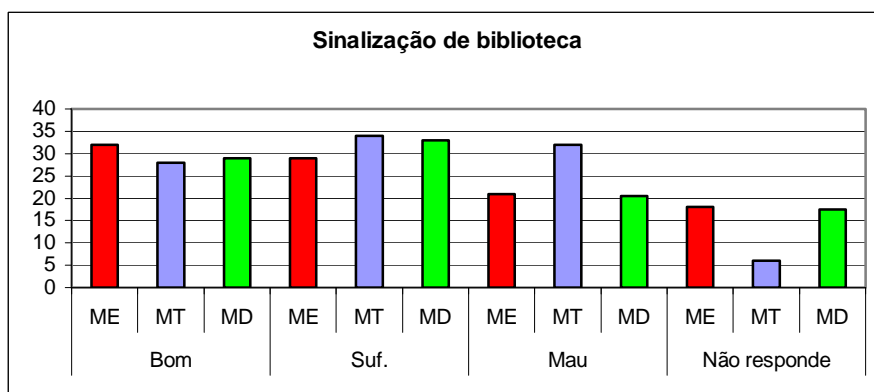


- Sinalização do bar; o Museu melhor cotado é o de Etnologia, não pela sua boa sinalética, mas como já foi referido a localização do bar é evidente quando se entra no espaço museológico, o que poderá levar a prescindir de maior sinalética, seguindo-se o Museu do Design que como já foi referido só possui o bar que está

situado na praça do Museu, se bem que junto à recepção tenha a sinalética de um bar que está fechado à alguns anos, por último aparece o Museu do Traje que não possui bar nem sinalética, existindo apenas nas instalações do Palácio um restaurante instalado no pavilhão neo-gótico, originalmente um viveiro de aves.

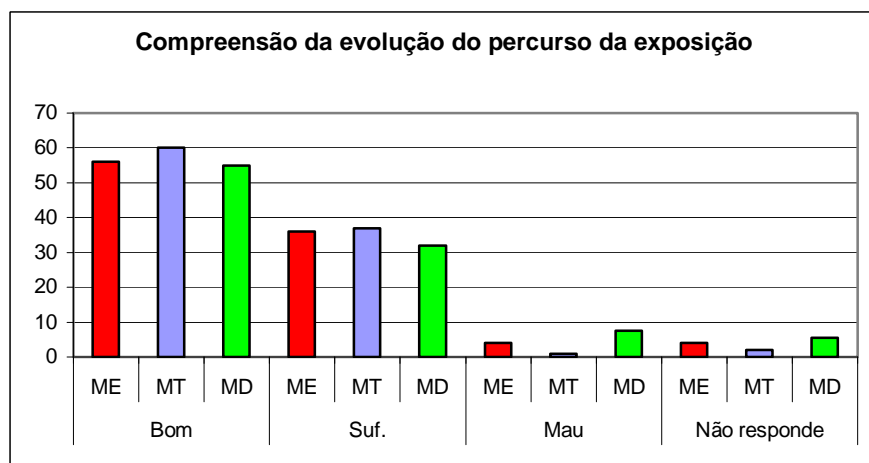
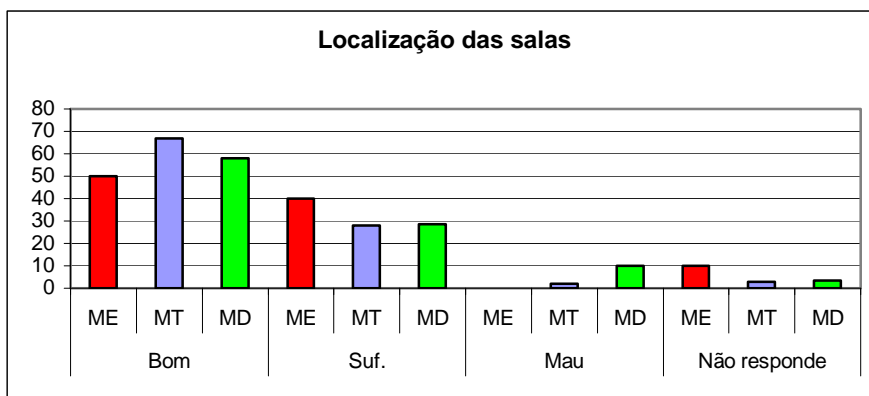


- Sinalização dos lavabos; a avaliação do público em relação a esta sinalização desfavorece o Museu do Traje, seguindo-se o Museu do Design, estando em melhor posição o de Etnologia. O Museu do Traje disponibiliza apenas um lavabo individual para cada sexo, o que poderá ser uma das causas da má avaliação por parte do público, o Museu do Design possui lavabos no corredor que separa este do zona de recepção, e no piso inferior ao piso do Museu. O Museu de Etnologia possui lavabos no piso -1, com sinalética junto ao auditório.



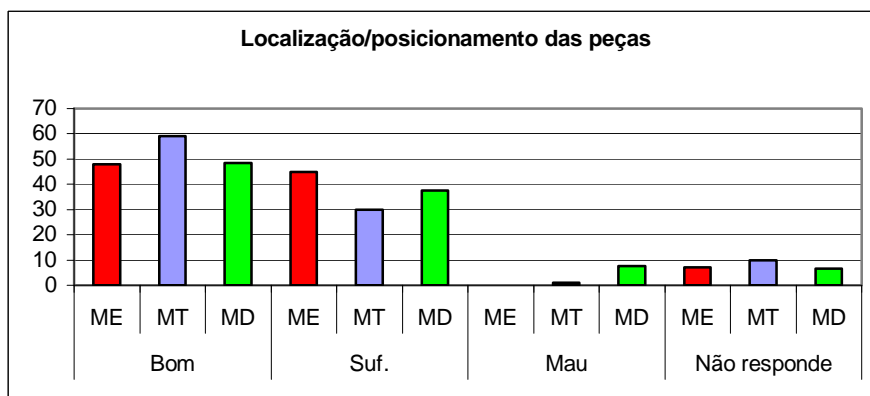
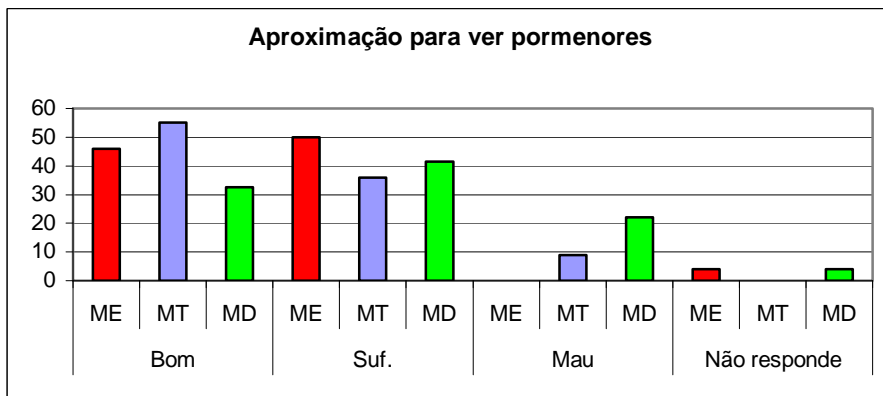
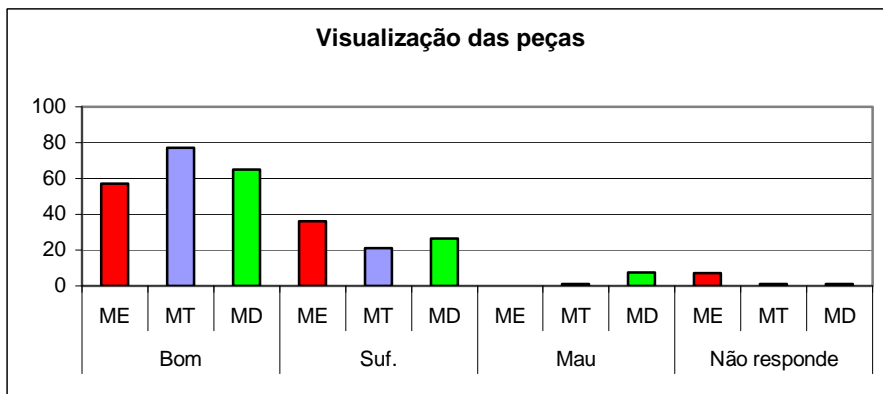
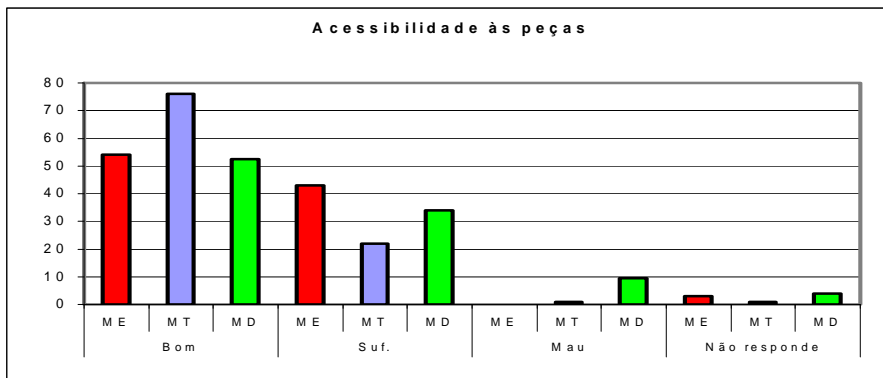
- Sinalização de Biblioteca; aqui a pior avaliação vai para o Museu do Design, mas é de referenciar que esta instituição não possui biblioteca, dos que possuem o

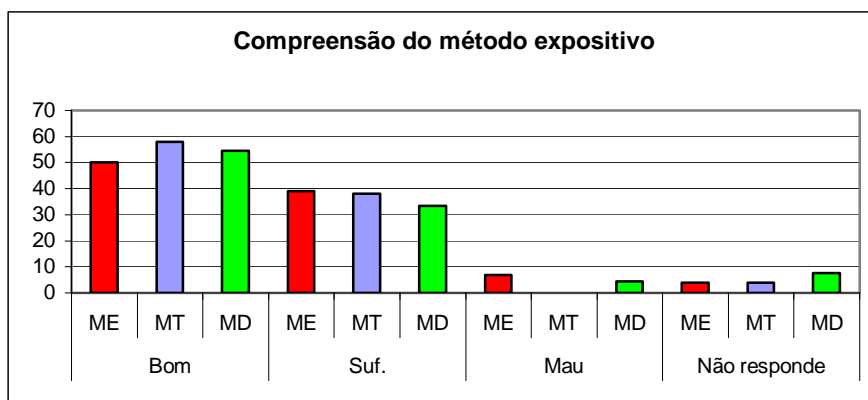
Museu de Etnologia é melhor referenciado do que o do Traje, a sinalética de recurso do Museu de Etnologia apresenta mais vantagens, do que a quase total ausência de sinalética apresentada pelo museu do Traje, aqui o único local onde existe alguma referência á existência de biblioteca é o pictograma junto à porta de entrada, (foto 48 do capítulo sobre este Museu).



- Localização das salas; o Museu com cotação maior dado pelo conhecimento empírico dos visitantes é o de Etnologia, seguindo-se o do Traje, e o do Design.

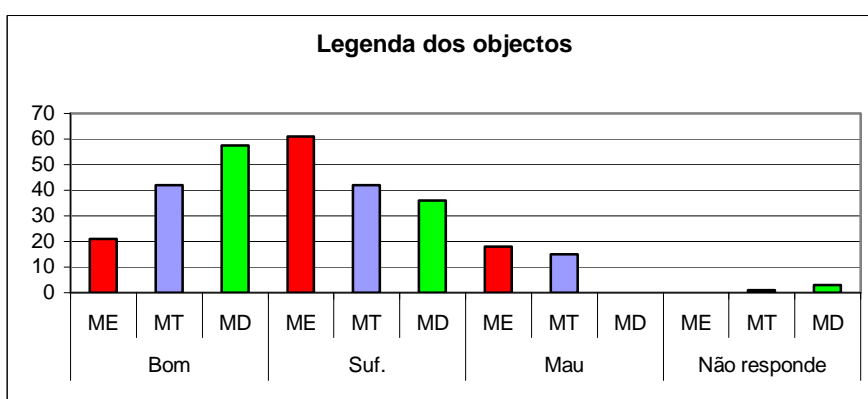
A localização das salas no Museu de Etnologia é imediata, vendo-se da zona de recepção onde estas se localizam; no Museu do Traje a localização das salas é sucessiva tanto no 1º andar como no rés-do-chão. No Museu do Design como a primeira sala é deslocada do corpo principal o visitante pode eventualmente não visitar esta primeira sala, existe ainda a desvantagem da saída ser efectuada no patamar anterior à visita da ultima sala (S8). (ver plantas dos Museus).





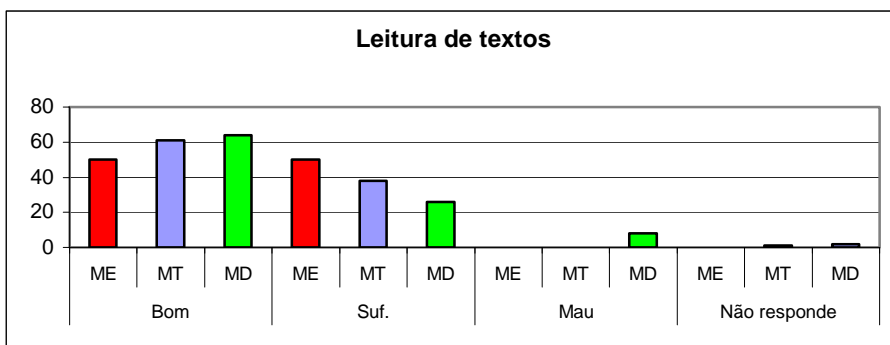
- Na mobilidade e visualização dos objectos expostos os resultados são muito semelhantes, com desvantagem para o Museu do Design, em relação aos seus congéneres; com excepção para a 'visualização das peças', onde este Museu supera o do Traje. Os Museus do Traje e do Design socorrem-se de meios semelhantes para expor os objectos, com a diferença de que o Museu do Design recorre a diversos níveis de exposição, em qualquer destes Museus a proximidade às peças é relativa, uma vez que o percurso é orientador, não dando lugar a desvios, visto o percurso ser formado pelos estrados e pela arquitectura do espaço. No Museu de Etnologia o percurso é livre não havendo obrigatoriedade de percurso.

Quando se faz a análise da localização e leitura dos textos escritos, o público é singular, e os resultados melhores dividem-se entre o Museu de Etnologia e o do Design, assim observa-se nos quadros comparativos os seguintes resultados:

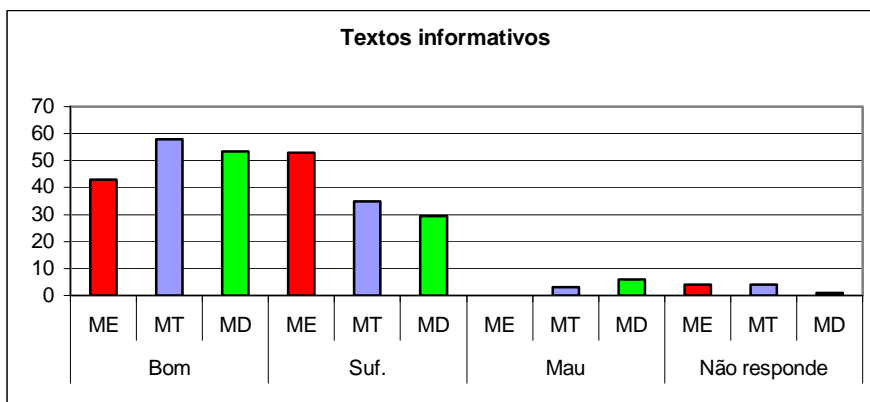


Legendas: - Museu do Design; Traje; Etnologia.

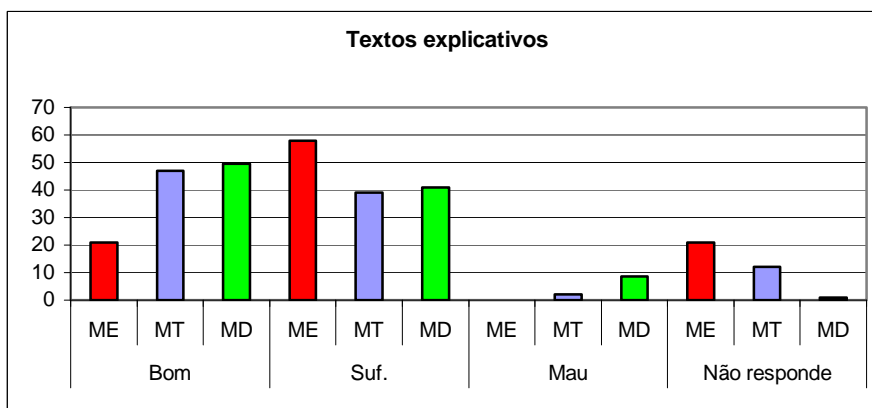
- As legendas no Museu do Design (foto 24), são as mais evidentes, ilustradas com uma fotografia do objecto que identificam, mas são colocadas junto ao chão. No Museu do Traje (foto 25, 34 e 36), a identificação é numerada, e concentradas em núcleos também junto ao chão, no Museu de Etnologia (foto 21 e 26), estas têm um desenho que acompanha as indicações.



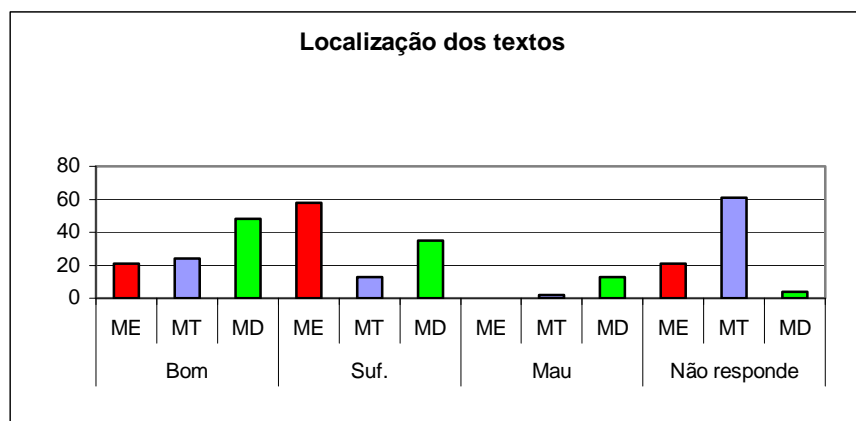
Leitura dos Textos: - Design; Traje; Etnologia.



Textos Informativos: - Etnologia; Traje; Design.

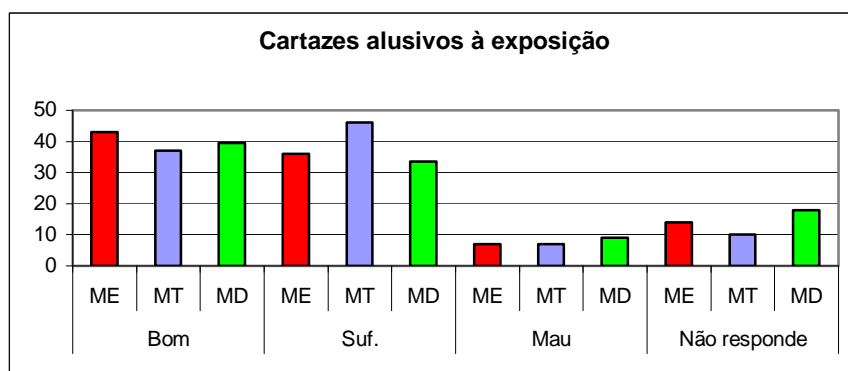


Textos Explicativos: - Design; Traje; Etnologia.



Localização dos Textos: - Etnologia; Traje; Design.

- O Museu do Design, apresenta a separação dos textos mais evidente, colocando os textos informativos na parede, e os explicativos junto às legendas, o Museu de Etnologia e do Traje como não têm exposições permanentes, os textos variam de exposição para exposição. A leitura dos textos, como já foi referido depende da distância a que o texto está colocado e do tamanho de letra que este possui.



Cartazes: - Etnologia; Design; Traje.

- O Museu de Etnologia, produz um cartaz por exposição principal, que normalmente é reproduzido em 'outdoor' (foto 7). O Museu do Design, tem cartazes colocados em 'mupis' no edifício do Centro Cultural de Belém (foto 9), telas plastificadas identificadoras na entrada do CCB, e na entrada do próprio Centro de Exposições (foto 1, 2 e 7), junto à qual também tem cartazes de identificação das exposições que aí decorrem, assim como junto à recepção. O Museu do Traje não recorre nenhum suporte gráfico para publicitar as suas acções.

Toda esta análise realizada ao conhecimento empírico do público só atingirá os seus objectivos, quando as direcções museológicas se consciencializarem deles.

Compete às direcções enveredar esforços, no sentido de realizar as alterações que permitam uma visita de apreensão máxima de conhecimentos com menor esforço possível por parte dos visitantes, para que exista uma eficaz passagem de comunicação.

Lisboa, Dezembro 2001

Bibliografia

Livros:

ACCIAIUOLI, Margarida, Exposições do Estado Novo 1934 - 1940, Livros Horizonte, 1998.

ALESSI, Alberto, The Dream Factory, Alessi Since 1921, Electa/Alessi, Milão, 2001.

ARCHITECTURE ET AMENAGEMENT DES MUSSÉS D'ART, (Conference Internationale d'Etudes. Société des Nations),. Office International des musées, Institut International de Coopération Intellectuelle, Madrid 1934.

ARNHEIM, Rudolf, Art and Perception, Berkeley, Univ. California Press, 1965.

BELL, Judith, Como Realizar Um Projecto De Investigação: Um Guia para a Pesquisa em Ciências Sociais e da Educação, Gradiva, Lisboa, 1997.

BARKER, Emma, Contemporary Cultures of display / edited by Emma Barker. New haven; London: Yale University Press: The open University, ed. lit. (1999).

BELCHER, Michael, Organización y diseño de exposiciones Trea Ediciones, 1991

BENOIST, Luc, Musées et Muséologie, Press Universitaires de France, 2ed.Paris, 1971.

BRUNO, Cristina, Museologia e Comunicação, Cadernos de Sociomuseologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 1996.

CADERNOS DE MUSEOLOGIA N.º 1, Centro de Estudos de Socio-Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, Portugal, 1993.

DURÃO, M. J., Colour and Space: An Analysis of Colour Meaning Expression and Perception of Space, Tese de Doutoramento, The University of Salford, Reino Unido, 2000.

ECO, Humberto, Como Se Faz Uma Tese, Editorial Presença, 6ª Ed. Lisboa, 1995.

FERNANDES, Luis Alonso, Museologia y museografia, Ediciones del Serbal, Barcelona, 1999.

FRADA, João José Cúcio, Guia Prático Para A Elaboração E Apresentação De Trabalhos Científicos, Edições Cosmos, Lisboa, 2000

GUSMÃO, Adriano de, Inquérito museológico em Espanha. Lisboa: Instituto para a Alta Cultura, 1946.

INICIAÇÃO À MUSEOLOGIA, Dirigido por Maria Beatriz Rocha-Trindade, Universidade Aberta, Lisboa, 1993.

IIDA, Itiro, Ergonomia, Projeto e Produção, Editora Edgard Blücher Ltda. São Paulo, Brasil 6ª ed., 2000.

MUNARI, Bruno, Design e Comunicação Visual, Edições 70, Lisboa 1968.

MUSEOLOGIE [La] SELON GEORGES HENRI RIVIERE - Cours de Muséologie/Textes et témoignages: Paris, Dunod, 1989.

MUSEUS E ACÇÃO CULTURAL, Cadernos de Sociomuseologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, Portugal, 1996.

MUSSÉS - Enquête International sur la reforme des Galeries Publiques. Dirigido por Georges Wildenstein, Cahiers de La République des Lettres des Sciences et des Arts, Paris 1929

PANERO, Julius e Martin Zelnik, Las Dimensiones Humanas En Los Espacios Interiores, Estándares antropométricos, Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona.

TUTT, Patricia e David Adler, New Metric Hand Book , Architectural Press, London, 1981

Catálogos e outras publicações.

CENTRO CULTURAL DE BELÉM, J.J.R. Fraústo da Silva, Belém. a História, Centro Cultural de Belém (Publicação institucional) Lisboa, p.3-7.

DIETER RAMS HAUS, Experimenta/Centro Cultural de Belém, Lisboa, 2001.

DIRECTÓRIO DE DESIGN 2000/2001, Centro Português de Design, Lisboa, 2001. p. 46-47.

VERNER PANTON, The Collected Works, uma exposição, Vitra Design Museum, Weillam Rheim, Alemanha, Ministério da Cultura, Fundação Centro Cultural de Belém, Lisboa, 2001.

ARAÚJO, Marcelo M. e Mª Cristina Bruno, O. A memória do Pensamento Museológico Contemporâneo. Documentos e depoimentos. Comitê Brasileiro do ICOM. 1995

DURÃO, Susana, Retrato de um Museu [Entrevista a Joaquim Pais de Brito], OBS (Publicação periódica do Observatório das Actividades Culturais), N^o9, Junho 2001, pp.17-25

GUARNIERI, Waldisa Rússio. (2000). A interdisciplinaridade em Museologia. Comunicação inicialmente feita no 1^o Curso de Museologia em nível pós-graduação na FESP de São Paulo, Brasil, repetida Comunicação apresentada na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, Portugal. (p. 1/3)

MOUTINHO, Mário Canova.(2000) Autonomia, ritmo e criatividade na museologia contemporânea. Textos para a comunicação dos encontros "Linguagem, Tecnologias e Processos Museológicos" na Universidade de São Paulo.

STUDART, Denise C., (2000) Estudos de Público: Valorizando a experiência museal do visitante. Comunicação apresentada na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, Portugal.

-. (2000) Localmente e Mundialmente: Novas Estratégias de Comunicação em Museus. Texto para discussão no CECA-Brasil para a conferência do CECA, Viena, 1996. Comunicação apresentada na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2000 Portugal.

Dicionários, enciclopédias e outros

DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA J. Almeida Costa e A. Sampaio e Melo,5^a ed. Porto Editora, Porto, 1975.

DICIONÁRIO INGLÊS- PORTUGUÊS, P^E. Júlio Albino Ferreira, Editorial Domingos Barreira, Porto.

DICIOPÉDIA, O poder do conhecimento, Porto Editora Multimédia, Software desenvolvido para Windows 95, 98, 200, Me Ou Windows NT 4.0(SP6).2001. www.portoeditora.pt

ENCICLOPÉDIA UNIVERSAL GROLIER, Ediciones Danae, S.A. Vitória, 1978.

LONGMAN DICTIONARY OF CONTEMPORARY ENGLISH, Ed. Longman Group. Lda. 3rd Edition, 1995

Textos retirados da Internet

ESTATUTOS DO ICOM. Retirado em 2001 da World Wide Web: www.icom.org

TEXTOS INSTITUCIONAIS DO CENTRO CULTURAL DE BELÉM. Retirado em 2001 da World Wide Web: www.ccb.pt

TEXTOS INSTITUCIONAIS DO MUSEU NACIONAL DE ETNOLOGIA. Retirado em 2001 da World Wide Web: www.ipmuseus.pt

TEXTOS INSTITUCIONAIS DO MUSEU NACIONAL DO TRAJE. Retirado em 2001 da World Wide Web: www.ipmuseus.pt

Anexo