

**Fundação Calouste Gulbenkian**

**VII Jornadas anuais do ICOM**

**(Discurso do Presidente do Turismo de Portugal)**

Minhas Senhoras e meus Senhores,

Quero começar por agradecer ao ICOM o amável convite dirigido ao Turismo de Portugal para abordar um tema de evidente interesse mútuo: a relação entre Museus e Turismo.

Os Museus são uma parcela extremamente relevante da oferta cultural de um País, pois representam a sua Arte, a sua Cultura, a sua História. São uma forma organizada e concentrada de dar a conhecer a alma nacional, as realizações de um Povo, a sua capacidade de reunir e conservar obras de arte ou simples testemunhos de um passado digno de ser recordado.

E se os Museus podem também ser instituições científicas de investigação e descoberta, centros de saber virados para o melhor conhecimento do passado ou de novas tendências e formas de interpretar factos, peças, propósitos ou desígnios, eles não devem esquecer o seu papel de montra permanente da história e da arte do nosso país.

Podem ser instituições vivas e dinâmicas que procuram aprofundar o conhecimento e a divulgação artística e cultural, conquistando novos públicos e renovando o interesse das novas gerações por temas que contribuem para fazer melhores cidadãos e sociedades mais evoluídas, mas devem também ter em conta a sua procura externa, os que os visitam à espera de aí surpreender e compreender o povo português, seja pela história, seja pela arte.

Num país de Turismo como o nosso, que é um dos 20 principais destinos turísticos mundiais, o papel dos Museus assume um papel obviamente muito relevante. Sabemos o peso que os visitantes estrangeiros têm no número global de visitas a Museus, mas, mais que isso, sabemos o efeito muito positivo que uma visita mais conseguida tem junto desse público, muitas vezes cosmopolita e exigente.

E por isso nos apraz registar os resultados de inquéritos de opinião sobre visitas a Portugal: Quase 64% dos inquiridos dizem-se satisfeitos com a qualidade da oferta cultural nacional, sendo que 33,2% se declaram mesmo muito satisfeitos, o que, no conjunto, significa um grau de quase total satisfação.

Mas a verdade é que muita dessa satisfação se dirige para os nossos monumentos e para os centros históricos que temos vindo a reabilitar e a valorizar. Para os testemunhos físicos de arte e património das ruas de um país antigo, que qualquer visitante não pode deixar de ver e apreciar com agrado.

No que respeita a Museus, já a concorrência internacional é mais forte, pois é mais óbvia a comparação entre a dimensão, a qualidade e a riqueza do espólio de cada instituição. E aí será mais evidente algum défice do nosso lado, na medida em que não temos nem meios nem acervos capazes de competir com os grandes Museus internacionais.

Uma vez reconhecida essa evidência, cabe reflectir sobre estratégias alternativas que enalteçam o nosso produto museológico, o enquadrem na nossa restante oferta cultural e turística e lhe permitam o constante renovar de motivos de interesse e de visibilidade pública.

Precisamos, por exemplo, de estimular as exposições temporárias temáticas que constituem novas oportunidades para exhibir peças próprias de cada Museu em conjunto com outras, eventualmente de outra proveniência, enriquecendo pela visão conjunta e integrada, a respectiva proposta de valor.

Mas também por tal iniciativa criar, inevitavelmente, uma boa oportunidade de promoção para o Museu e sua oferta, com reflexos seguros no aumento do número de visitas e nas inerentes receitas. E por, vista a questão do lado do Turismo, criar campo propício para acções de divulgação e promoção no País e no estrangeiro, sobretudo quando se garantem parcerias com reputadas instituições museológicas de dimensão internacional.

Estou certo que será o caso, este ano, da realização em Lisboa de uma grande exposição internacional de arte já exibida em Washington e em Bruxelas e que celebra a dimensão de cruzamentos culturais e artísticos propiciados pela expansão dos Portugueses nos séculos XV e XVI.

Por outro lado, precisamos de melhorar as condições de acolhimento ao turista, propondo-lhe materiais escritos e de apresentação em vários idiomas, utilizando os meios multimédia como factores de melhoramento da experiência de visita, apostando na qualidade dos bares e restaurantes de apoio e em lojas sofisticadas e apelativas.

Os projectos desse tipo poderão ser apoiados pelos programas do Turismo de Portugal destinados a melhorar a oferta turística nacional, bastando demonstrar a relevância para esses efeitos, o que pode não coincidir em absoluto com as motivações intrínsecas das instituições museológicas, nem, muito menos, com as suas dificuldades de funcionamento interno.

E precisamos de apostar, como está a acontecer em todas as grandes cidades do mundo, em colocar a arquitectura ao serviço dos Museus, investindo em novos edifícios de autor que, por si só, justifiquem a atenção e a visita, valorizando de forma evidente as peças que ali serão exibidas.

É nesse caso que se enquadra o projecto do Novo Museu dos Coches, um projecto do Arq. Paulo Mendes da Rocha, Prémio Pritzker reconhecido como um dos melhores arquitectos contemporâneos, que não só criará em Lisboa um novo marco e um novo pretexto para visitas turísticas, como permitirá valorizar de forma relevante a colecção de coches que hoje só incompleta e imperfeitamente podem ser mostrados e visitados.

Tornando-se para mim incompreensível que esse projecto, depois de muitos anos frustrantes e inconclusivos, mereça agora, ainda agora, a oposição de muitas das principais figuras dos nossos meios museológicos. Mesmo sabendo-se que as verbas que permitirão a respectiva concretização são do Turismo de Portugal (e não do Ministério da Cultura) e que o Picadeiro Real onde actualmente funciona o Museu dos Coches permanecerá afecto à instituição e à função que agora desempenha.

De resto, esse não é o único exemplo de contributo do Turismo para os Museus nacionais:

- em Cascais está em fase final de construção a Casa dos Desenhos de Paula Rego;
- o Museu Berardo confirma-se como um grande motivo de atracção e renovação geracional de públicos, tendo ultrapassado o meio milhão de visitas;

- o MUDE Museu de Arte e Design abrirá na Baixa de Lisboa e será um importante factor de revitalização urbana;
- a Fortaleza de Sagres verá requalificados e totalmente renovados os seus percursos e espaços expositivos;
- um projecto conjunto de aproveitamento das potencialidades turístico-culturais do triângulo Património Mundial constituído pelos Mosteiros da Batalha e de Alcobaça e pelo Convento de Cristo está prestes a ser concluído, com a coordenação técnica do Centro Nacional de Cultura;

e é com apoio do Turismo que os principais Museus nacionais estão a ser dotados de um dossier de apresentação comercial, que deverão utilizar para captar a realização de eventos empresariais ou institucionais e para obter as inerentes receitas.

São exemplos de uma frutífera colaboração entre instituições públicas, cabendo aqui referir o bom clima de trabalho conjunto existente entre o Turismo e o IMC e o IGESPAR, mas em que cada uma concretiza as suas obrigações estatutárias.

Na verdade, embora essas iniciativas contribuam para deixar na tutela governativa do sector e nos responsáveis do Turismo de Portugal uma saudável noção de contributo cívico para uma causa que é de interesse nacional, o certo é que tais projectos são igualmente justificados por razões de melhoramento do produto turístico e da inerente atractividade nacional nesse domínio.

E, assim, todos fazemos o que devemos, conseguindo um efeito muito mais conseguido do que agindo isoladamente.

Nessa medida, deixo um desafio e uma proposta:

Inclua-se de forma mais evidente no planeamento de actividades e na programação cultural dos Museus nacionais a dimensão do respectivo aproveitamento turístico e o Turismo de Portugal saberá encontrar forma de lhes dar consequência e apoio, seja à realização, seja ao indispensável esforço promocional.

Pois isso será do próprio interesse do País e da Autoridade Turística Nacional, assim se criando Museus ainda mais reputados, ainda mais reconhecidos cultural e socialmente, ainda mais atractivos para cidadãos e para turistas.

**Luís Patrão**  
**Presidente do Turismo de Portugal**  
**Lisboa, 27 de Abril de 2009**