

A perspectiva de desenvolvimento da indústria do património museológico de Macau exemplificado pela política de museu

*Tang Juan**

I. Prefácio

O “desenvolvimento da indústria nacional do património museológico” foi formalmente publicado no final de Junho de 2011, orientando as práticas para o desenvolvimento da indústria nacional do património museológico. Nas Linhas de Acção Governativa de 2011, o Chefe do Executivo da Região Administrativa Especial de Macau, referiu que a instalação e funcionamento da indústria do património museológico devem ser mais auxiliados através de uma gestão organizada e responsável, o Governo fornecerá serviços culturais qualificados e eficazes. No âmbito de um enquadramento predominante, o futuro da indústria do património museológico de Macau irá deparar-se com um período de desenvolvimento glorioso.

Os museus em Macau constituem uma componente relevante na indústria do património museológico. Sendo um centro de distribuição da cultura regional e uma plataforma de interacção cultural, o papel dos museus não se refere apenas à preservação da cultura tradicional e educação de elites entre o desenvolvimento económico. A sua influência tem-se vindo a refletir gradual e fortemente nos aspectos sociais e na perspectiva da economia do turismo. O desenvolvimento da indústria museológica de Macau pode levar a acordos referentes ao património museológico, bem como ser um estímulo para que Macau se torne um centro mundial de turismo e lazer.

Macau tem inúmeros recursos patrimoniais e museológicos. Com apenas 30km², existem em Macau mais de vinte museus diferentes. Esses

* Professora Assistente, Direcção de Investigação: marketing de turismo, cultura. Doutorada em Administração de Empresas, Professora Assistente de Turismo Internacional na Universidade de Ciência e Tecnologia de Macau.

1. Este artigo é um excerto de “A percepção pública da qualidade da investigação sobre os Museus de Macau”, patrocinado pela Fundação Macau. Código de Estudo: 0152, investigação chefiada por: Tong Juan e coadjuvada por: Li Xi, Wang Ying Juan, Wang Liang, Wang Xin, Liu Yu Zhu, Liwei Lang.

museus são considerados como o tesouro da história de Macau e da fusão da civilização chinesa e ocidental. Os museus podem ser classificados em museus de âmbito geral, como seja o Museu de Macau; de âmbito ou categoria humana, como seja o Museu de Arte de Macau e de âmbito ou categoria natural, como é exemplo o Museu da Natureza e Agricultura e o Centro de Ciência de Macau.

Os inúmeros museus podem funcionar como ferramentas civilizacionais da cultura local e de pontos de atracção para turistas, a fim de complementar a posição de desenvolvimento de Macau como centro de lazer de turismo mundial e vice-versa. Não obstante, há ainda um grande caminho a percorrer por forma a tornar os Museus em produtos turísticos atraentes e influentes. Por exemplo, o Museu de Macau –o museu de maior escala integrada em Macau –, recebeu 197.196 turistas em 2010. Este número representa menos de 0,8% do total de turistas (24.965.411) que visitaram Macau em 2010¹. Verificase, portanto, que os Museus ainda não constituem um influente produto turístico de Macau, constituindo assim um desperdício face à abundante oferta de museus em Macau, bem como à presentetendência de desenvolvimento do destino turístico. Desta forma, vale a pena explorar e desenvolver os necessários ajustamento a efectuar nos museus em Macau para reforçar o exercício das suas funções abrangentes através de uma política de orientação.

II. Uma revisão dinâmica do desenvolvimento do museu numa tendência histórica.

O desenvolvimento da indústria dos museus entra numa nova era, acompanhado de um rápido desenvolvimento da indústria de serviços e crescimento económico. As mudanças de orientação nos museus são sempre acompanhadas por alterações da sua postura em termos da tendência histórica, bem como em relação às idéias e perspectivas públicas parte que se segue, refere-se à elaboração de um plano de desenvolvimento do museu constituído por quatro etapas de transição.

1. A fusão subtil entre a cultura de elite e a cultura de massa.

O Museu, observado pela cultura de massa e pela cultura popular, foi considerado como sendo o portador da cultura de elite no passado.

¹ Data source from the Macao Special Administrative Region Statistics and Census Service website, <http://www.dsec.gov.mo>.

Assemelhava-se a um Guardião do mais alto nível de cultura. A palavra Museu, veio do grego, "Mouseion", o que significa o templo das Musas. Na mitologia grega, as musas eram as nove filhas que Zeus deu à luz e da deusa da memória. Eles foram responsáveis pelo épico, música, poema, retórica, história, comédia, tragédia, dança e astronomia. Originariamente, o museu era um lugar onde os civis, juntamente com os peregrinos, veneravam as estátuas dos Deuses e santos e efectuavam cerimónias e rituais, sendo também um lugar do emergir da arte e ciência natural da humanidade². No entanto, na era pós-museu, a difusão da cultura de massa estendeu e alargou-se acompanhando o reforço do direito de expressão. Surgiram mais museus que envolvem a cultura de massa. Por exemplo, as Casas-Museu da Taipa, em Macau, que é composto pelo conjunto Casa Macaense, Casa das ilhas, Casa das Regiões de Portugal, Galeria de Exposições, assim como Casa de Recepção, mostra as casas Macaenses e o seu quotidiano. Nos últimos anos, os museus de diferentes países têm-se direccionado mais para o mercado. Os Museus canalizam a sua atenção para as opiniões dos visitantes por forma a compreender os seus interesses e desejos.³ A cultura de elite e a cultura de massa percorrem caminhos paralelos revitalizando o novo poder no domínio museológico. Os Museus em Macau dividem-se por diferentes áreas, tais como arqueologia, história, folclore, meios de subsistência das pessoas, religião, arte, marítimo, e colecções particulares. Efectivamente, a ampla doação pública, especialmente as doações de residentes de Macau, enriquece o conteúdo e a qualidade da exposição. Quaisquer que sejam os utensílios domésticos de cerâmica, pinturas, caligrafias, ferramentas várias, fotos, literatura e imagens, estes carregam consigo a memória preciosa da vida pública e o "DNA" da cultura desta Região Administrativa Especial, que tem menos de 30 km². Para além disso, as doações públicas são incentivadas pelas políticas culturais da RAEM.

2. Da esfera privada à esfera pública

O espólio de muitos dos mais famosos museus do mundo, foi iniciado por privados. O Museu do Palácio Nacional de Taipé e o State Hermitage Museum (inicialmente tratava-se de colecção privada da Rainha

² Resumo do museu, [thhp://art.tnca.edu.tw/museum/](http://art.tnca.edu.tw/museum/).

³ Kotler, Neil, and Philip Kotler. Can Museums be all things To All People? Missions, Goals, and Marketing Role. *Museum Management and Curatorship*, 2001, 18(3):271-87.

Catarina) em São Petersburgo, na Rússia, constituem exemplos típicos e mais representativos disso. Estes museus limitavam-se a servir os nobres ou os rivilegiados. As colecções de arte representavam o poder, identidade e status. “Coleccionados mas não Apreciados” foi o destino de muitas colecções nessa época (altura). Sob a restrição histórica da época, o povo foi afastado dos museus.

Actualmente e à medida que os interesses e direitos da população têm vindo a ser valorizados e desenvolvidos, os museus direccionaram-se para a esfera pública. É exemplo disso o International Spy Museum, nos Estados Unidos da América, que permite que o público em geral tenha acesso a dados e artigos altamente confidenciais. Esta é uma transição anterior. Não só tem em consideração o livre acesso ao museu, mas também é demonstrativa da tendência para que a funcionalidade do espaço do Museu se estenda às vertentes do turismo, recriação e lazer.

Actualmente, a importância dos Museus não se resume ao desenvolvimento local. Os museus localizados em destinos turísticos e que possuam uma boa organização e dinâmica poderão atrair tanto moradores locais como turistas estrangeiros.

Tendo como pano de fundo o rápido desenvolvimento da sociedade de informação, o conceito de museu não deverá seguir, de forma rígida, a relação entre o exterior (a arquitectura do museu) e o seu conteúdo (elementos que estão dentro no museu), mas antes concentrar esforços para tornar as visitas ao museu como uma experiência insubstituível. A experiência de campo e modo de funcionamento serão formatos eficazes para fazer face aos desafios dos IT Estes dois formatos são projectados para serem complementares e, pode ser um lugar para a prestação de múltiplas experiências, como a interação e colaboração entre os visitantes⁴. Actualmente, o museu não é apenas do interesse dos especialistas culturais, coleccionadores e eruditos, mas está também relacionado com a economia turística e de lazer. Assim, a grande questão para muitos Curadores de Museus é: como incutir na esfera pública a relação entre as funções educativas, recreativas e de lazer no museu, e o propósito original das exposições de arte. É notável que Macau se desenvolva como centro mundial de lazer e turismo.

⁴ Chen Xiang, Zhu Peidong: “Field Experience and Function Composition: Two Trends of Modern Museum Design against Background of IT Application”, *Architectural Journal*, 2009(7): 74-77.

3. O equilíbrio subtil entre a manutenção cultural e o desenvolvimento da actividade.

No início, as finalidades do museu eram a colecção, conservação e pesquisa de relíquias históricas e monumentos culturais. Como tal, os Museus não precisavam de atrair visitantes para desenvolver a sua actividade, especialmente aqueles museus que eram subsidiados pelo Governo. Na perspectiva dos curadores tradicionais, a fusão entre cultura e o desenvolvimento da actividade do Museu, tais como as lojas de souvenirs, restaurantes e cafés nos museus, desviaria o museu do seu caminho tornando-o num lugar com o cheiro a cobre. A exigência do público relativamente aos museus está a aumentar de forma consistente e mais governos reconhecem que os museus podem influenciar positivamente a educação do público. Em virtude dos subsídios do governo ou da diminuição das doações pelos capitalistas, muitos museus têm como objectivo atrair o público a visita-los de forma mais activa em vez de serem recebidos passivamente. Tal atitude maximiza a partilha de cultura e o desenvolvimento social dos museus. Nos últimos anos, os museus, a nível mundial, têm sido polémicamente classificados como “comerciais” e com orientação “infantil”⁵. No domínio dos serviços, cada vez mais especialistas desenvolvem as suas pesquisas no àrea dos museus. É essencial estudar a forma como os museus poderão progredir na sua “experiência com p público”, incluindo competências para a gestão de museus, atendimento e outros conhecimentos. Presentemente, ao competir com outros centros recreativos, os museus esforçam-se para melhorar a sua competitividade a fim de atrair mais visitantes ocasionais. Muitos investigadores verificaram que a experiência da loja do Museu pode promover uma aprendizagem informal; as lojas poderão igualmente aumentar a actividade comercial dos museus, com diferentes artigos, bem como expandir a contribuição para a experiência do museu⁶. Muitos designers de sucesso tentam criar produtos culturais através das colecções artísticas dos museus, baseando-se nas suas imagens, formas, artesanato, histórias e em outros elementos de design. Isso também permite construir uma ligação entre o público e as preciosas colecções dos museus. Permite igualmente que o público desfrute deste produtos artísticos na vida diária, alcançando assim bons

⁵ Liu Huiyuan: *The aesthetic economy of museum*, Beijing, SDX Joint Publishing Company, 2008:6.

⁶ Tony Kent. The role of the museum shop in extending the visitor experience [J].Int. J.Nonprofit Volunt.Sect.Mark, 2010, 15: 67-77.

resultados económicos. Muitos governos já começaram a ponderar abrir dois caminhos diferentes de desenvolvimento no campo de museu, no contexto da era actual - uma orientação empresarial e para o bem-estar público e. A título exemplificativo, Portugal, um país de renome mundial histórico e cultural na área das exposições, tem 160 museus oficiais. Muitos desses Museus são gratuitos, e mesmo aqueles que cobram a entrada, são de entrada livre aos sábados e domingos. No que respeita ao horário de funcionamento, este será alargado a fim de receber mais visitantes. Os regulamentos do Reino Unido foram introduzidos em 2001, levando ao aumento do número de museus com entrada livre. Tal facto permite que o British Museum e a National Gallery contribua para o aumento do número de pessoas que visitam o Reino Unido. Em Macau, a Direcção dos Serviços de Turismo ampliou o horário de funcionamento do Museu do Vinho e do Museu do Grande Prémio até às 21h entre 1 de Agosto e 31 de Dezembro de 2011, para que os turistas e o público possa ter um período de visita mais alargado. Enquanto outros museus com operações comerciais cobram mais e mais, alguns museus, mesmo prosseguindo a política do governo para estabelecer zonas comerciais ou realizar exposições, adoptaram o caminho das indústrias culturais e criativas. A combinação de várias áreas, tais como “cultura”, “turismo”, “comércio” e “exposições” eleva o padrão de custos de forma contínua, tais como o aumento da taxa do Louvre, em França.

4. Da importância das alterações geográficas para os altos níveis de domínio cultural a nível psicológico.

Muitos museus de renome são marcos representativos das suas próprias regiões. O projecto de arquitetura de um museu torna-o, muitas vezes, num edifício de referência local.

A entrada no Museu do Louvre através de uma pirâmide de vidro, projectada pelo arquitecto sino-americano Leoh Ming Pei, acrescentou um novo sabor dos tempos, tornando-se mais proeminente na Praça do Museu de Napoleão. A entrada do Museu de arte contemporânea de Tóquio tem a aparência de uma ponte, com paredes triangulares como forma de alcançar um marco espectacular e excelente de arquitectura. Em oposição, os museus da era pós-museu, pretendem tornar-se um marco cultural dos seus respectivos locais ou áreas geográficas. A aparência exterior do edifício pode revelar a imponência e importância do mesmo.

No entanto, para o desenvolvimento sustentável de um museu, o efeito arquitectónico exterior não é suficiente. Só a associação de certos factores, como sejam a competência profissional do Curador, arranjos razoáveis para mover linha de turistas, gestão meticulosa, entre outros, com vista a tornar os Museus como verdadeiros representantes da cultura dominante da região e, como tal reconhecidos pela população local e pelos turistas, poderá ajudar a acompanhar a tendência de desenvolvimento desta época, através da interacção entre a vantagem física e a vantagem psicológica.

III. A política de museu: tipo e conteúdo

Actualmente eno que respeita ao desenvolvimento e gestão das actividades do museu, dominam as políticas fiscais e as políticas de apoio às actividades conexas. Entre estes, a política fiscal é uma política intuitiva e dominante na política de museu. E a política de apoio à política de actividades conexas desempenha um papel mais subtil, mas igualmente importante.

A relevância da política fiscal relaciona-se com as dotações financeiras oferecidas ao museu pelo governo. Esses montantes são usados para apoiar, directa ou parcialmente, as actividades do museu. Em muitos países, o financiamento público dos museus é visto como um órgão do Estado⁷. Como o objectivo de "serviço público" está consolidado mundialmente, as colecções dos museus deverão desempenhar um papel mais importante na elaboração do conceito de "serviço público". À medida que os museus são aceites e reconhecidos pelos governos regionais e pelo público, é viável e possível que os custos de funcionamento de alguns desses museus sejam integralmente subsidiados pela política fiscal do governo. Por exemplo, na China continental, a política de entrada livre nos museus tornou-se uma política nacional⁸.

Algumas das políticas de apoio às políticas de actividades conexas incluem planeamento e ordenamento do território para novos museus e subsídios de terra. Foram criados prémios para a contribuição cultural ou um fundo especial para o excelente desempenho de alguns museus ou ac-

⁷ Edward Vickers. History, Identity, and the Politics of Taiwan's Museums[J]. *China Perspectives*, 2010(3): 92-106.

⁸ http://www.cnr.cn/lvyou/lydt/200801/t20080130_504692402.html From News, *Memorial Museum free of charge during the year, the central government subsidies.*

tividades relacionadas com vista a reduzir os custos de construção urbana impostos. Para algumas doações especiais artefactos a serem incentivos fiscais ou outros para encorajar, o governo recolhe múltiplas forças sociais, a fim de promover a museus locais. Com vista a promover os museus locais, o governo estimula a doação de artefactos com incentivos fiscais, entre outros.

Actualmente, o Governo da RAEM não promulgou nenhuma Lei ou Regulamento Administrativo especiais em relação aos museus. Se, por um lado, estão em vigor Ordens do Chefe do Executivo e Instruções do Secretário para os Assuntos Sociais e Cultura que envolvem privilégios administrativos, fundos fiscais e outros, concedidos aos museus num certo período; por outro lado, estão ainda em falta regulamentos gerais e políticas de estado. A forma como regular e orientar o sistema de acesso criado pelos museus, como apoiar e regular os museus privados, a fim de os auxiliar a resolver os seus problemas de financiamento, como regular o desempenho dos museus públicos e a gestão dos seus fundos, como estabelecer metas de desenvolvimento estratégico curto e longo prazo, como melhor proteger a história e a cultura local, todos estes são problemas que se colocam às equipas de investigação e ao governo e que precisam de ser cuidadosamente estudados e rapidamente resolvidos.

IV. A perspectiva de desenvolvimento da política de museu

1. Reforçar o efeito de alavanca da política

Em Macau, algumas lojas de souvenirs estão na dependência dos museus, como o Museu Marítimo, cuja loja vende uma série de lembranças relacionados com cultura marinha. No entanto, há ainda muito espaço para alguns museus introduzirem e renovarem o tipo de souvenirs à venda nas suas lojas. Por exemplo, o Museu de História da Taipa e Coloane ainda tem muito espaço livres nos balcões da loja de souvenirs. A forma como se deve desenvolver a economia mercantil de cada museu em Macau, através da inovação de acordo com a indústria cultural e criativa como forma de alcançar uma situação de dupla vantagem tanto na área da em cultura como dos negócios, tornar-se-á uma questão a ter em conta pelos representantes da indústria do museu e dos correspondentes departamentos governamentais. A qualidade das equipas que trabalham em

muitos museus é aperfeiçoável, o que contrasta com outros museus bem sucedido no mundo, bem como a inconsistência verificada na qualidade do sector de serviços numa economia relativamente desenvolvida na área do turismo e do jogo.

O National Palace Museum de Taipé é o museu de Taiwan onde os turistas do continente mais compram artigos culturais. Além do mercado-alvo do museu - os turistas do continente centram as suas atenções no marketing, o poder promoção pode atingir diretamente as cidades do continente, pelo que a fama se tem propagado. Os resultados mostram que, após o lançamento da política que permite que os turistas continentais visitem Taiwan, a percentagem de vendas das lojas de souvenir e restaurantes aparentemente, aumentou de 3,2 mil milhões de dólares de Taiwan em 2007 para 3,6 mil milhões de dólares de Taiwan em 2008. As vendas, na sua maioria da loja de souvenirs, aumentaram drasticamente para 5,9 mil milhões em 2009 e para 6,6 mil milhões de dólares de Taiwan até 2010. Adicionalmente, o National Palace Museum de Taipé envidou esforços com vista ao desenvolvimento comercial dos restaurantes aí existentes. Por exemplo, os restaurantes estão categorizados como restaurantes temáticos, o “Fuchunju Café” foi remodelado e os outros três restaurantes, incluindo o “Xianjufu Café”, o “Sanxitang Teahouse” e o “Café Zhishan” foram, alterados com base no marketing e atendendo ao gosto específico dos visitantes, como forma de atrair mais turistas e obter maior rendimento.

A finalidade da política financeira do museu é assegurar o funcionamento normal das actividades do museu como um serviço de utilidade pública, no entanto, como e quanto deve ser subsidiado? Uma base diferentes daria origem a um alavancar político totalmente diferente. As diferentes políticas devem ser aplicadas conforme os pontos fulcrais a ter em consideração. Das visitas efectuadas pelo autor aos museus da China Continental e das entrevistas aos seus Directores, é possível concluir que a actual política governamental de atribuição de subsídios financeiros é uma faca de dois gumes: pode funcionar como uma protecção financeira e resolver os problemas relativos às actividades do museu mas, por outro lado, limita a iniciativa e a criatividade dos museus. Por exemplo, um reconhecido director de um museu na China continental referiu que se o museu criar mais souvenirs, atrai turistas e clientes e, conseqüentemente, aumentará o lucro, mas esses rendimentos devem ser totalmente submetido ao departamento financeiro. Este facto iria trazer um efeito

dramaticamente negativo sobre a criatividade da actividades do museu, e as pessoas iriam pensar : "o resultado é o mesmo quer se seja produtivo ou não Quanto maior a produtividade, maior é a probabilidade de errar. Se a produtividade for menor, maior a estabilidade". Além disso, a comercialização de bens provenientes da actividade do museu exige uma cooperação com grupos multi disciplinares de talentos . Mas o mais importante é o capital inicial, facilmente realizável pelo governo de Macau, para além de conceder subsídios financeiros.

2. A equidade política

A equidade política mencionada refere-se aos diferentes tipos de museus, bem como foca o cuidado a ter relativamente aos diferentes tipos de alvos, especialmente evitar os entraves do elitismo.

Em virtude da identificação de diferentes museus e diferentes relações hierárquicas, tem faltado, até agora ,não só o apoio aparente relativamente aos museus privados e de folclore , mas também um conjunto de mecanismos científicos, maduros e eficazes de avaliação e auditoria para decidir e controlar a utilização de consumo razoável para diferentes tipos de museus com temas diversos. Na maioria dos países ocidentais, as posições jurídicas dos museus privados e museus nacionais são equivalentes. Por exemplo, nos EUA, o governo federal e outras organizações fariam avaliações aos museus, cujos resultados afectariam a tendência de doação da sociedade. oTal facto, de certa forma, motivaria o museu a melhorar em vários critérios, a fim de se tornar atractivo e qualificado para obter a doação. O governo pode também criar uma fundação relacionada com os museus, incentivar e apoiar diferentes tipos de museus para desenvolverem exposições, actividades de intercâmbio, a promoção da política cultural, serviço público de educação e avaliar, regularmente, o desempenho real do museu nessas áreas. Por exemplo, atendendo ao objectivo principal do museu funcionar como um espaço público, o desempenho activo da qualidade do serviço dos museus deve ser claramente conhecido, avaliado, controlado e graduado , de modo a informar o público e motivar os museus a progredirem e, durante esse período, servirem de referência para o governo definir subsídios e orientação a seguir.

A tendência para o elitismo, que já surgiu no passado, precisa ainda de ser melhorada no que respeita à justiça das políticas de decisão. Apesar de a justiça e a democracia serem, na política, os objectivos que as pessoas

têm continuamente procurado, não há qualquer comportamento a ser seriamente analisado no que respeita à reivindicação por parte das várias hierarquias da sociedade relativamente aos museus, bem como à exigência de um certo nível de progressão. Assim sendo, o equilíbrio entre a cultura popular e o elitismo não deverá continuar. No passado, as entradas livres nos museus eram vistas como uma ferramenta para atrair as pessoas de baixos rendimentos que eram sensíveis ao preço. No entanto, actualmente muitos investigadores consideram que em virtude desta política inicial de redução de preço ou oferta das entradas dos museus tornou muito difícil evitar o fenómeno das grandes enchentes. Este fenómeno não só impede que mais pessoas possam visitar o museu, mas também leva a que as pessoas não regressem em virtude da insuficiente qualidade do serviço. O problema mais grave é a destruição não intencional das exposições em virtude do aumento do público e da insuficiente preparação dos serviços. E depois de um período de entradas livres, o número médio de visitantes é surpreendentemente menor do que quando os visitantes tinham que comprar os bilhetes de entrada.

Esse fenómeno mostra que, a forma de atrair mais pessoas ou abranger pessoas de baixos rendimentos, mesmo os públicos marginalizados, como sejam as minorias, deficientes, os idosos e os pobres a entrarem nos museus, motiva a função educativa dos museus, mas não podendo esta ser realizada apenas com base nos subsídios financeiros do governo. Desde que se cultive a imaginação e criatividade do público, se promova o valor experimental do museu para realizar um o planeamento bi-direccional, se retire a ilusão subjectiva dos intelectuais sobre as diferentes hierarquias, ajuste as suas exigências reais, tais como saber se é necessário realizar mais exposições em comunidades mais recônditas, expandir, oferecendo diferentes estilos de formatos educacionais, ajustar os equipamentos e instalações, etc, de modo a que se possa alcançar a equidade das políticas realizadas.

3. A comunicação sonora e o mecanismo de coordenação

De acordo com as relações administrativas subordinadas, os museus de Macau podem ser classificados como fazendo parte dos sectores público ou privado.

Os diferentes serviços públicos estão envolvidos na exploração dos museus públicos. Na actual estrutura administrativa de Macau, há cinco

secretários subordinados ao Chefe do Executivo: a Secretária para a Administração e Justiça, o Secretário para a Economia e Finanças, o Secretário para a Segurança, o Secretário dos Transportes e Obras Públicas e o Secretário para os Assuntos Sociais e Cultura. O Gabinete do Secretário para os Assuntos Sociais e Cultura deverá dar resposta a sectores como a educação e saúde, assuntos sociais, cultura e turismo, que se enquadram na função educativa, na cultural e na da economia do turismo da indústria museológica. Assim, o Museu de Macau está sob a alçada do Instituto Cultural de Macau, o Museu do Grande Prémio e o Museu do Vinho estão sob a alçada do Secretário para o Turismo. No entanto e devido aos diferentes temas e características dos museus, outras direcções de serviços podem gerir alguns dos museus. Por exemplo, a Galeria de Arte de Macau, o Pavilhão do Panda Gigante, o Museu Cultural de Chá de Macau e o Museu da Taipa e Coloane estão sob a alçada do Instituto para os Assuntos Cívicos e Municipais, por sua vez subordinado à Secretária para a Administração e Justiça. O Museu Marítimo está sob a alçada do Secretário para os Transportes e Obras Públicas. O Museu do Corpo de Bombeiros está sob a alçada do Departamento de Incêndio do Secretário para a Segurança. O Museu das Forças de Segurança de Macau está sob a alçada da Direcção dos Serviços das Forças de Segurança de Macau.

Os Museus particulares de Macau são financiados e geridos por associações privadas, como sejam o Museu de Souvenirs de Macau, inaugurado no início de 2011, o Museu de Antiguidades Electrónicas e Fonógrafos e o Museu Memorial Lin Zexu de Macau.

A subordinação dos museus a diferentes departamentos levará a uma ineficaz da coordenação entre os mesmos. A falta de comunicação levará ao consequente adiamento da implementação de políticas inter-departamentais. Quando o autor investigou alguns museus de Macau e entrevistou os seus dirigentes, o Director do Museu Memorial Lin Zexu referiu que: “as decisões do museu apenas são implementadas depois da autorização do governo. No entanto, há procedimentos que são complicados, tais como o estabelecimento da loja de souvenirs, mas que precisam de ser implementados também. Para se obter uma aprovação, o pedido tem que passar pelos departamentos culturais, municipais e outros. A ineficiência, o oligopólio de gestão, a falha do sistema e a falta de mecanismos de incentivo acabará por realçar as desvantagens e restringe o desenvolvimento do museu. Logo, os funcionários não estão motivados no sentido de participarem na melhoria dos museus. Além disso, o fenómeno da tomada

de decisões por leigos levará a que estas sejam apenas determinadas por favores pessoais, nomeadamente aquando da tomada de decisões sobre a conservação do museu.”. Inicialmente, National Palace Museum de Taipé era considerado como um exemplo no desenvolvimento de inovações. Mas os procedimentos de candidatura governamentais eram complicados e as dificuldades de investimentos iniciais afectaram a expansão, e, actualmente, os recursos financeiros, a vindos dos visitantes são reduzidos. Numa fase inicial, o compromisso incluía a cooperação com algumas empresas relacionadas com cultura e criatividade por forma a conduzir as vendas a um limiar mais elevado. As despesas referentes à primeira fase foram superiores ao lucro das vendas, o que se pode denominar por ” comércio subsidiado”. A implementação torna-se difícil de consolidar se não se consegue obter o subsídio do governo.

Surge então a necessidade de controlar o sistema de comunicação e de coordenação entre os museus públicos ,incluindo a assistência e apoio à formação de recursos humanos, a vigilância da preservação do património, a inspiração para a expansão social activa de funções e actividades educacionais, o apoio aos museus e aos departamentos em relação a pesquisas, regulação da qualidade dos serviços dos museus públicos, o reforço da regulação das aprovações financeiras e autorizações, e o melhoramento da eficiência das aprovações governamentais. Neste quadro, as actividades de preservação cultural, e as actividades comerciais devem ser cientificamente separadas, em vez de se utilizar um único formulário. Caso contrário, não só o entusiasmo comercial dos curadores será reduzido, mas também se restringirá o museu na promoção de um melhor espírito de serviço público. Há que determinar quais os aspectos em que o governo deve fornecer apoio para a preservação cultural do museu, ou que tipo de “operação comercial” não afecta as funções de preservação cultural. Estes aspectos devem ser negociados entre a delegação do governo e organizações de profissionais independentes de investigação, a fim de se discutir e aprovar os melhores apoios possíveis.

4. Inspiração para cooperação estrangeira e intercâmbios.

A Cooperação e a comunicação são vistas como um meio importante para facilitar a função dos museus e para expandir os seus efeitos abrangente nas áreas económica, cultural e social. A falta de políticas de orientação e de apoio à cooperação e comunicação, levará a um desempenho ineficiente.

O mecanismo de cooperação e de comunicação dos museus é composto por três elementos. O primeiro é a cooperação e comunicação entre diferentes museus, o segundo é a cooperação e comunicação entre museus e outras organizações, instituições e associações, o terceiro elemento é a cooperação e comunicação dos museus com os serviços alvo. No artigo 4.º do Capítulo V do “Acordode Cooperação entre Macau- Guangdong- ”, está claramente referido para se ” construir, conjuntamente, um sistema de partilha de recursos culturais, para se estabelecer um sistema unificado de bilhetes, para se estimular a abertura de bibliotecas, centros culturais, museus, centros de arte e outros recursos. Além disso, os museus deviam organizar exposições conjuntamente, para aumentar o intercâmbio de informações da biblioteca, para motivar a digitalização dos serviços públicos culturais, a construção de uma rede e fomentar a modernização” Estas melhorias oferecem, de alguma forma, condições para que a indústria do património museológico de Macau desenvolva trocas e cooperação externa.

Os museus de Macau estabeleceram um objectivo de longo prazo em relação à comunicação e à cooperação estrangeira . Por exemplo, a cooperação entre o Museu do Vinho e Xiandu Xinjiang Winery Museum para a promoção da cultura do vinho, as trocas e interacções entre o Museu de Arte de Macau e o Museu de Arte de Guangzhou - Academia de Belas Artes. Em 30 de Maio de 2011, o Museu de Arte de Macau organizou um seminário académico internacional em conjunto com o Chinese Civilization Centre of City University de Hong Kong, denominado “Exposição de Fragmentos de porcelana de exportação de Pak Van ”. Em 2011, a Fundação Macau concedeu um subsídio de MOP290,000 para a exibição da exposição “Pertences Imaginários” em Lisboa, onde participaram vinte artistas contemporâneos de Macau. Além disso, seis museus de Macau, incluindo o Museu do Grande Prémio, o Museu do Vinho, o Museu Marítimo, o Museu Memorial Lin Zexu de Macau, o Museu de Arte de Macau e o Museu de Macau desenvolveram, conjuntamente, um passe de entrada nos museus, com vista a atrair os entrevistadores através de preços preferenciais. O Museu de Macau igualmente desenvolveu a comunicação com os visitantes, através do cartão “Amigos do Museu”, realizando uma série de actividades e seminários e concedendo vantagens por forma a atrair e manter a fidelidade dos visitantes, permitindo, simultaneamente, a ampliar o mercado actual. Além do cartão “Amigos do Museu”, há outras actividades que são também muito comuns em Macau , tais como

programas de formação de docentes, programas de estágio, oficinas de artes, palestras, seminários, exposições de filmes, cursos de arqueologia e de restauração de património, etc, actividades estas que comunicam com o mercado de forma variada. Embora as actividades de cooperação e intercâmbio tenham continuado a florescer e a trazer bons resultados, do ponto de vista da “propaganda cultural” e dos negócios, se o governo está empenhado em lançar estas informações através de um sítio oficial ou sítio electrónico conexo, de forma consistente e realizar propaganda cultural, vai fazer com que essas actividades de promoção fragmentadas se tornem mais sistemáticas e, no seu conjunto, toda a propaganda será mais eficaz. Assim, não só se poderão oferecer melhores e diferentes actividades culturais para os visitantes locais, oportunidades de negócios para a indústria do turismo, mas também podem aumentar os turistas estrangeiros, levar ao desenvolvimento de um efeito de atracção através da maximização da integração de recursos, embalagens de produtos e escolhas múltiplos.

Há ainda que referir que, no que respeita ao mecanismo de divulgação e cooperação entre museus — Hong Kong - o impermeável vizinho de Macau, fá-lo relativamente bem. Apesar de muitos museus de Hong Kong também estarem sob a alçada de diferentes departamentos administrativos, o Hong Kong Tourism Board oferece uma melhor coordenação e plataforma de comunicação no que respeita à integração dos diferentes museus ao nível macro. Basta fazer a ligação ao seu website para facilmente se compreender as características do museu, com todo o tipo de informações, incluindo fotos, endereços, transportes, perfis, dias abertos, etc., bem como a edição de informação a e a de conteúdos entre diferentes ligações referentes a websites pertencentes a diferentes ramos de museus. A título exemplificativo, uma das ligações permite ver o mapa de informação geográfica (Geoinfo Mapa), os gráficos de posição e o mapa de distribuição das exposições, o que é muito conveniente. A fim de acompanhar o desenvolvimento da Internet especialmente a Web2.0, os museus podem obter uma melhor plataforma de comunicação bilateral com o público. Foram incluídas pelo Departamento correspondente ligações para o “facebook”, “twitter”, “plurk”, “blogger”, “my space” e outras opções para os turistas obterem informações completas de cada museu. Além disso, isto pode ampliar o efeito cascata na construção de uma melhor reputação do museu pela publicidade através do uso da plataforma Web 2.0.

V. Conclusão

O desenvolvimento do museu tem sido a essência da indústria do património museológico e da manifestação do alto grau de civilização regional. As políticas regionais de apoio são a melhor forma de preservar, reforçar e promover a civilização.

Macau ocupa uma área de mais de 20km , tem uma fusão rica de cultura oriental e ocidental devido às suas especiais raízes históricas. Tal facto também atribui condições favoráveis para Macau enfrentar os desafios económicos e culturais globais no futuro.

Aqueles vinte museus são os portadores da cultura de Macau e também são um dos pilares importantes para o desenvolvimento da economia do turismo, bem como do desenvolvimento de Macau como centro mundial de turismo e lazer. Afinal, o reforço de alavancagem política, em relação aos atributos de diferentes serviços , a combinação da descentralização moderada e o acompanhamento científico, aplicando as políticas com vantagens específicas em matéria de integração de recursos e marketing, bem como o reforço da cooperação e comunicação são os meios para melhorar os museus de Macau e para impulsionar a afinação, a padronização e os programas informáticos de gestão do museu. Por fim, irá actualmente e de forma gradual sublimar para alcançar o enorme apelo pela cultura “soft power” dos ” recursos do museu em termos geográficos”.