

Há muito que desejo dizer o que penso sobre Gestão Pública em museus. Felizmente os debates desta plataforma abrem-se a temas novos, como o do perfil de formação dos dirigentes e a renomeação dos nossos museus aqui em foco.

Esta questão entra no domínio que mais me fascina em Administração Pública. Diz respeito ao *marketing público*, ou seja, o que temos de fazer nas nossas organizações para marcar, internamente e no exterior, o nosso *posicionamento* com vista a melhorar a chamada *qualidade percebida*. Aqui não podemos esquecer que o NOME é o primeiro fator de atratividade de um organismo e ainda que uma RENAMEÇÃO tem implicações em termos de benefícios mas também de custos pelo lançamento de novas iniciativas.

O nome do museu é importante na medida em que traz consigo toda uma série de associações que devem ser comunicadas aos *stakeholders*, sejam os colaboradores ou os nossos parceiros, os utentes/ beneficiários e os meios de comunicação. Tais associações ao nome do museu como organismo da AP devem ser demonstrativas da nossa legitimidade enquanto instituições do património, fazem aumentar os níveis de satisfação interna e são geradoras da fidelização de públicos.

Ora o conjunto de associações ao museu, como em qualquer organização, parte da sua IDENTIDADE. Por isso é imprescindível tomar como ponto de partida o conhecimento do seu historial e só depois estaremos aptos a ponderar acerca da utilidade de uma nova designação. Se assim não for, diz-nos a museologia histórica que não vale a pena mudar pois em vez da satisfação dos desejos e expectativas do público teremos a frustração: não há nada pior que entrar em antigos museus vestidos com nova roupagem, mas que permanecem velhos, queremos dizer, sem planeamento perceptível e estratégia de comunicação!

Refiro-me agora aos grandes museus nacionais, realidade que conheço melhor por formação e experiência profissional. São os nossos primeiros museus públicos de fundação oitocentista, em Lisboa e Porto, e sabemos que agregam vários nomes no seu histórico, produto de reformas feitas por gerações de museólogos de acordo com uma conceção orgânica do museu.

Parto daqui para pensar nas associações ao nome do museu do Estado no Porto, que se chama desde 1932 Museu Nacional de Soares dos Reis. É um museu de Arte ascendente às 13000 peças, muito representativo da institucionalização do ensino e do valor atribuído ao Património no século XIX com a fundação da Academia de Belas Artes, Biblioteca pública e Museu, em 1836.

Este museu secular vincula-se, então, ao meio artístico onde entram os nomes de escultores e pintores mas também grandes figuras do colecionismo e os grandes legados do século XX onde se distingue o *Fundo João Chagas*. Relacionado com a vida académica e a cultura do Porto, naturalmente a designação deste museu foi sujeita a diversas alterações: nascido como *Museu Portuense de Pinturas e Estampas* (1833) passou a *Museu da Academia* (1839), para depois se fixar com a designação patronal de Museu Soares dos Reis (1911) que o Estado Novo elevou a Museu Nacional (1932).

Não ficou rasto a justificar a opção republicana de dar ao Museu o nome de António Soares dos Reis (1847-1889). Mas na elaboração da vida e obra do escultor tive ocasião de aprofundar

o assunto: durante a reforma republicana dos museus em 1911, o mestre-escultor viu reconhecida a sua representatividade no anterior Museu da Academia, em termos de qualidade e quantidade de peças, algumas compradas pelo Estado no leilão após a sua morte e agregadas, entre outras, ao célebre *Desterrado* e ao *Conde Ferreira*.

Com a República assistiu-se, por isso, à valorização do espólio do artista-patrono e esse investimento estatal prosseguiu até à inauguração do Museu no Palácio dos Carrancas em 1940. Fundições de grande qualidade, aquisições pelo Estado de maquetes e desenhos e uma monografia divulgativa da Obra consolidaram o acervo de acordo com um verdadeiro PROGRAMA.

Soares dos Reis permanece como o autor com maior número de peças neste Museu Nacional e desde 2006 o Estado português classificou três delas como *Bens de Interesse Nacional*. No edifício do Palácio dos Carrancas a apresentação da sua obra ocupa um lugar central e dela emana um lastro de qualidade que se segue, passo a passo, na exposição das galerias.

Feita esta reflexão, concluo que o Museu Nacional de Soares dos Reis está ligado a um nome com grande potencial de inovação, não só pelo valor intrínseco da obra mas também pela sucessão que deixou na arte contemporânea. Quando vivemos em tempo de mudança com restrições de meios de vária ordem, satisfaz-me pensar que podem ser imensas as associações ligadas a este nome, em trabalho de marketing público, assente na ideia de QUALIDADE.