

## Um museu e seus públicos: Relato de duas experiências do Museu Nacional de Arte Antiga (Portugal)

Paulo César Ribeiro Gomes<sup>1</sup>

**Resumo:** O Museu Nacional de Arte Antiga – MNAA, instituição de referência em Portugal, protagonizou duas iniciativas de grande repercussão midiática no período de 2015/2016. O projeto de difusão cultural intitulado *ComingOut – E se o museu saísse à rua?* e a subscrição pública *Vamos pôr o Sequeira no lugar certo*, para a aquisição de importante obra do português Domingos Sequeira (1768-1837), marcaram a agenda cultural portuguesa do período, abrindo um oportuno espaço para a reflexão, principalmente junto ao grande público, sobre temas como “políticas culturais na esfera pública”, “difusão cultural”, “mecenato” e, principalmente, a fundamental questão da visibilidade das instituições museais públicas em épocas de crise econômica e institucional.

**Palavras-chave:** Museu Nacional de Arte Antiga (MNAA); Difusão Cultural; Administração Museal; Política Cultural.

## A museum and its public: Report of two experience of Nacional Museum de Ancient Art (Portugal)

**Abstract:** The Museu Nacional de Arte Antiga – MNAA, reference institution in Portugal, staged two major repercussions media initiatives in the 2015/2016 period. The cultural diffusion project entitled *ComingOut – And if the museum leave the street?* and public subscription *Let's put Sequeira in the right place*, for the acquisition of important work of the portuguese Domingos Sequeira (1768-1837), marked the agenda of the period, opening an opportune space for reflection, especially with the general public, on topics such as "cultural policies in the public sphere", "cultural diffusion", "patronage" and especially the fundamental question of visibility of public museum institutions in the economic and institutional crisis times.

**Keywords:** National Museum of Ancient Art (NMAA); Cultural Diffusion; Museum Management ; Cultural Politics.

O Museu Nacional de Arte Antiga – MNAA<sup>2</sup>, instituição farol dos museus portugueses e detentor de um valioso e inestimável acervo artístico, foi o protagonista

---

<sup>1</sup> Doutor em Artes Visuais, ênfase em Poéticas Visuais (UFRGS, 2003). Professor Adjunto do Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), atuando nos cursos de História da Arte e Artes Visuais, bem como no Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

de duas iniciativas de grande repercussão midiática no período de 2015/2016<sup>3</sup>. As iniciativas foram o projeto de difusão cultural intitulado *ComingOut – E se o museu saísse à rua?* e a subscrição pública *Vamos pôr o Sequeira no lugar certo*, para a aquisição da tela *A adoração dos magos*, do português Domingos Sequeira (1768–1837).

De caráter diverso, mas de grande apelo popular, as duas iniciativas marcaram a agenda cultural portuguesa no período referido, abrindo um importante — e oportuno — espaço para a ampla divulgação de termos fundamentais da cultura como “políticas culturais na esfera pública”, “difusão cultural”, “mecenato” e, principalmente, a fundamental questão da visibilidade das instituições museais públicas em épocas de crise econômica e institucional.

A questão da cultura é tema fundamental nos debates contemporâneos e sua prática cotidiana, através das políticas culturais e da conscientização patrimonial tornou-se um pilar indispensável na construção da sociedade atual. Não entrando aqui nas questões teóricas fundamentais do tema, relataremos, neste breve artigo, duas experiências restritas ao universo das artes plásticas e visuais no museu, desenvolvidas no contexto da administração cultural pública em Portugal. Deixo-as como exemplos bem sucedidos daquilo que Jorge Barreto Xavier coloca como uma necessidade fundamental ao escrever que “O objetivo de uma sociedade justa precisa de uma maior presença da cultura na vida de todos os cidadãos. Este é um desafio paradoxal para o

---

<sup>2</sup> Site do museu: <<http://www.museudearteantiga.pt/>> Facebook: <<https://www.facebook.com/mnaa.lisboa/?fref=ts>>

<sup>3</sup> O Museu Nacional de Arte Antiga recebe um público numeroso, composto principalmente de estudantes da rede escolar portuguesa (durante os períodos letivos) e de turistas, principalmente no verão (julho a setembro). Situado em Lisboa, capital do país, a cidade tem uma população, na sua Área Metropolitana, de 2.821.697 habitantes (dados de 2011) e, dentro dos seus limites administrativos são 547.733 habitantes (censo de 2011), o que a caracteriza com uma cidade de porte médio. Embora o museu não disponibilize, no seu site, mais dados sobre o seu público (perfil e números), uma matéria do jornal “Público” (publicada em 24/07/2015 e disponível em: <<https://www.publico.pt/culturaipilon/noticia/visitantes-dos-museus-e-palacios-crescem-10-mas-museu-de-arte-antiga-lidera-perdas-1703061>>, informa que o museu recebeu 80.591 visitantes no ano de 2014. Esse número é bem inferior ao de 2013, que contou com 124.697 visitantes, só perdendo então para o Museu Nacional dos Coches e para o Mosteiro dos Jerônimos (Dados disponíveis em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Museu\\_Nacional\\_de\\_Arte\\_Antiga](https://pt.wikipedia.org/wiki/Museu_Nacional_de_Arte_Antiga)>). No ano de 2015, o mesmo levantamento do jornal Público informava que havia ocorrido uma queda de 43,7% de público em relação ao período anterior.

exercício do poder, mas um exercício necessário para o aprofundamento do humano” (XAVIER, 2016, p. 12).

### **ComingOut**

Inaugurada em 29 de setembro de 2015, no tradicional Largo do Teatro Nacional de São Carlos, *ComingOut – E se o museu saísse à rua?* foi inspirada pelo projeto *The Grand Tour*, desenvolvido em bairros de Londres por iniciativa da National Gallery. A mostra teve por objetivo divulgar o patrimônio artístico português ao público nacional e estrangeiro. Sinteticamente, trata-se da exposição, em três bairros icônicos de Lisboa – Chiado, Bairro Alto e Príncipe Real –, de reproduções em alta definição, em tamanho real e com molduras, de 31 obras pertencentes ao acervo do Museu Nacional de Arte Antiga – MNAA, obras dos séculos XV a XIX, de autores como Nuno Gonçalves, Peter Brueghel, o Jovem, Hans Memling, Albrecht Dürer, Hans Holbein, Quentin Metsys, Piero della Francesca, Lucas Cranach, Gustave Courbet, Domingos António de Sequeira, Giovanni Paolo Pannini, François Boucher, Nicolas de Largillière, entre outras obras-primas da coleção.

O projeto é o resultado do trabalho da equipe do MNAA, sob a coordenação de Isabel Cordeiro, com a parceria da CML – Câmara Municipal de Lisboa, tendo várias etapas de efetivação, desde as cuidadosas caminhadas da equipe pelas ruas dos bairros em questão, a escolha das obras, os contatos com os proprietários dos imóveis partícipes do projeto, a empresa de impressão das imagens e a equipe de montagem, que atuou na madrugada anterior à abertura, “colocando as 31 reproduções nas respectivas paredes, para que o efeito pretendido pelo Museu seja conseguido: surpreender o público, na manhã seguinte, com uma exposição ao ar livre no centro de Lisboa”.<sup>4</sup> Outro aspecto importante do projeto foi o do seu custo material. Em comunicado à imprensa, o diretor do museu informou que a exposição não teve custos, pois resultou da parceria entre a instituição e as empresas responsáveis pelas reproduções e pelo catálogo final.<sup>5</sup> Conforme os responsáveis, em texto divulgado no *release* do projeto, o objetivo pretendido era o de

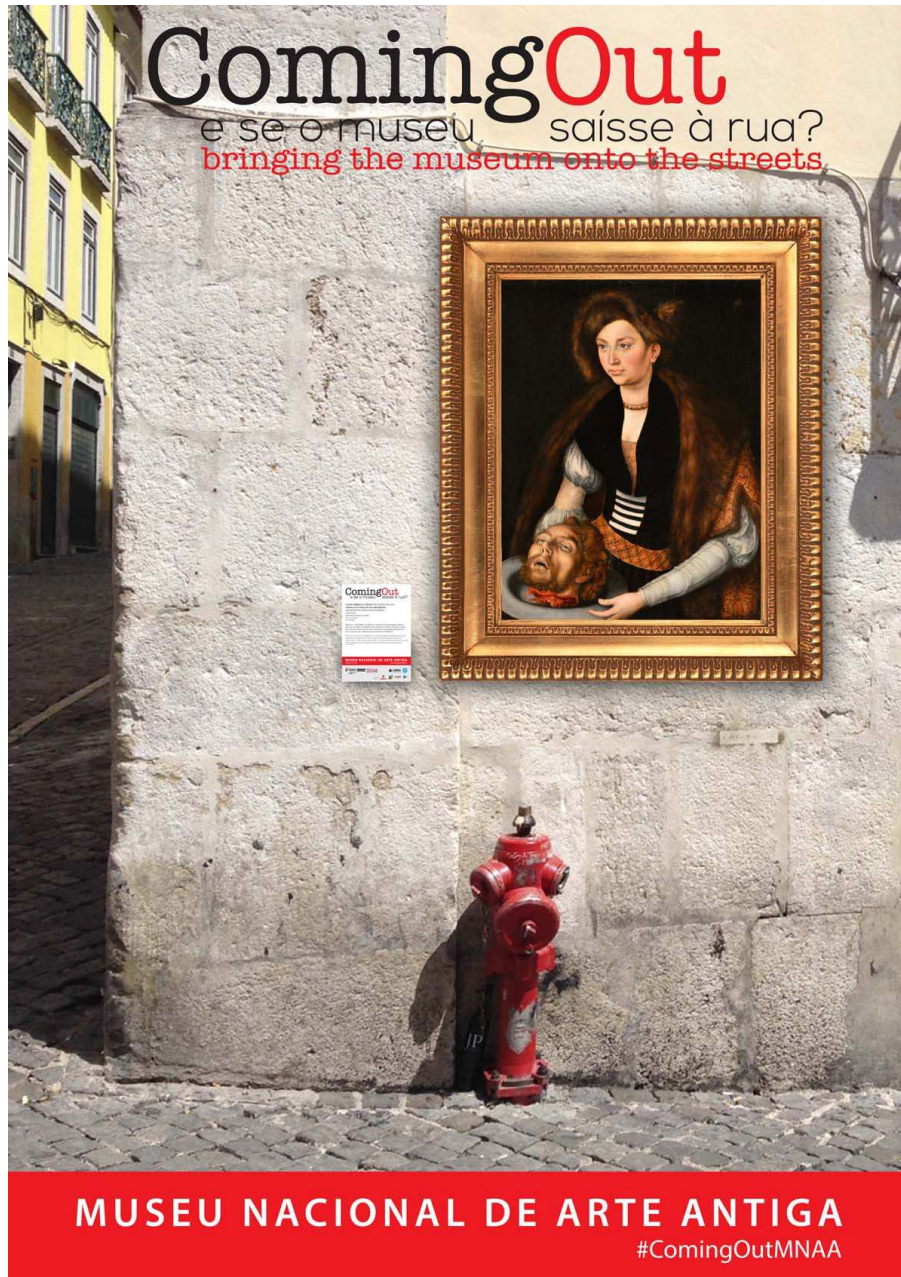
---

<sup>4</sup>*Release* do projeto, disponibilizado em CD-ROM por ocasião do lançamento.

<sup>5</sup>Apoiaram o projeto as empresas HP Portugal, Ocyan e Vodafone.

Contribuir para a valorização da cidade enquanto destino cultural, seja do ponto de vista de quantos a habitam, seja dos visitantes que a demandam e a que muito importa oferecer uma experiência qualificada. Procura ainda convidar tanto os turistas como os lisboetas a visitarem o MNAA para – através de um diversificado percurso por inúmeros tesouros nacionais, que integram a nossa memória coletiva e contam nove séculos do nosso passado<sup>6</sup> – solidificarem o seu conhecimento sobre Portugal e a sua História.<sup>7</sup>

Figura 1 – *ComingOut* – cartaz de divulgação



<sup>6</sup> O MNAA foi criado 1884 como Museu Nacional de Belas-Artes e Arqueologia, contando em seu acervo, com obras de períodos mais recuados da história da arte. O projeto se ateu, entretanto, na produção pictórica, compreendida entre os séculos XV e XIX.

<sup>7</sup> *Release* do projeto, disponibilizado em CD por ocasião do lançamento.



A mostra foi prevista para permanecer em cartaz durante três meses, o que efetivamente ocorreu (encerrou em 1º de janeiro de 2016), criando uma grande repercussão no “público visitante” e na mídia local. Os resultados foram notáveis, tanto do ponto de vista da receptividade quanto do seu alcance cultural, fomentando discussões e levantando questões fundamentais sobre o papel dos museus públicos na sociedade atual e dando ao MNAA uma visibilidade excepcional para o grande público.

Figura 2 – O projeto em cartaz nas ruas de Lisboa.



Fotografia: Paulo Gomes (2015).

Uma questão pensada, embora sem possibilidade de previsões, seria o da permanência e integridade das reproduções postas nas ruas. De fato, ocorreram roubos, desde o primeiro dia do evento. Conforme divulgado, nos dois primeiros meses do projeto, haviam sido furtadas 14 das 31 obras expostas. Com notável senso do humor, o museu divulgou que “sem deixarem de ser atos condenáveis, parecem demonstrar um

irrefreável 'amor à arte' ou, melhor, 'amor à reprodução', por parte de alguns cidadãos".<sup>8</sup> Quando foi furtada a primeira "obra", o diretor do MNAA, António Filipe Pimentel, disse não ter ficado surpreendido, pois "esta situação era previsível e também aconteceu em Londres, onde foi lançada uma iniciativa semelhante".<sup>9</sup> Acrescenta ainda o diretor, na mesma declaração, que o MNAA considera que o caráter interativo da exposição proporciona este tipo de situações, mas espera que as pessoas acolham bem e estimem as obras expostas. E isso foi o que realmente aconteceu.

Um resultado inusitado foi o "ressurgimento" de quatro das obras roubadas do outro lado do Tejo. Conforme notícia divulgada pelo diário *Correio da Manhã*, "Em dois meses desapareceram 14 dos 31 quadros da exposição 'Coming Out' que o Museu Nacional de Arte Antiga espalhou pela Baixa de Lisboa. Quatro das réplicas foram agora expostas em ruas do Laranjeiro, Almada. Os quadros não têm valor comercial".<sup>10</sup> A brevidade da nota exige esclarecimento: o Laranjeiro é um bairro central da cidade de Almada, que fica do outro lado do rio Tejo, de frente a Lisboa. Parece-nos que se tratou de uma ação a *Robin Wood*, retirando da rica vida cultural lisboeta parte do seu movimento e compartilhando-o com uma cidade menos afortunada.

### **Vamos pôr o Sequeira no lugar certo**

"Vamos pôr o Sequeira no lugar certo" foi uma campanha de subscrição pública lançada pelo MNAA para a aquisição de *A adoração dos magos*, importante tela do pintor português Domingos Sequeira, que estava em mãos de particulares. Baseada no valor nominal de 600 mil euros, pedido pelos proprietários da tela, o MNAA lançou sua

---

<sup>8</sup>Disponível em:

<[http://www.sabado.pt/cultura\\_gps/artes\\_plasticas/detalhe/um\\_terco\\_dos\\_quadros\\_da\\_exposicao\\_coming\\_out\\_foram\\_roubados.html](http://www.sabado.pt/cultura_gps/artes_plasticas/detalhe/um_terco_dos_quadros_da_exposicao_coming_out_foram_roubados.html)>. Acesso em 06 jun. 2016.

<sup>9</sup>Disponível em:

<[http://www.sabado.pt/cultura\\_gps/artes\\_plasticas/detalhe/um\\_terco\\_dos\\_quadros\\_da\\_exposicao\\_coming\\_out\\_foram\\_roubados.html](http://www.sabado.pt/cultura_gps/artes_plasticas/detalhe/um_terco_dos_quadros_da_exposicao_coming_out_foram_roubados.html)>. Acesso em: 06 jun. 2016.

<sup>10</sup>Disponível em:

<[http://www.cmjornal.xl.pt/nacional/portugal/detalhe/quadros\\_roubados\\_surgem\\_no\\_laranjeiro.html](http://www.cmjornal.xl.pt/nacional/portugal/detalhe/quadros_roubados_surgem_no_laranjeiro.html)>. Acesso em 06 jun. 2016>.

campanha articulado no princípio da adesão maciça dos portugueses<sup>11</sup>, através de uma campanha de *crowdfunding*.<sup>12</sup>

O lançamento da campanha foi marcado pela ênfase na participação popular, ressaltando a importância do apoio para a memória e para a cultura portuguesa. Desde sua fundação, até os últimos momentos do projeto, o apelo ao espírito português<sup>13</sup> foi a tônica dominante da campanha devido, em parte, pelo desconhecimento do grande público de quem era “o Sequeira” e qual a razão dele ter que estar no Museu Nacional de Arte Antiga.

Domingos António de Sequeira (Lisboa, 10 de março de 1768 – Roma, 8 de março de 1837) foi um pintor português de origem modesta, que estudou inicialmente em Lisboa e, em 1788, com o auxílio de uma pensão da rainha D. Maria I, partiu para Roma, onde completou sua formação. Nessa cidade, como resultado de seu talento e desempenho, foi admitido como professor na prestigiosa Academia de São Lucas, tendo recebido inúmeros prêmios. Seu retorno a Lisboa culmina com sua nomeação, em 1802, como pintor da Corte e codiretor do projeto de decoração do Palácio da Ajuda, sendo ainda, em 1803, nomeado professor de Desenho e Pintura das princesas imperiais. Participou intensamente da vida política portuguesa, fato que o levou ao exílio na França em 1825. Nesta cidade, pintou e expôs *A morte de Camões* (quadro desaparecido no Brasil, que havia sido presente a D. Pedro I), obra que mereceu uma medalha de ouro

---

<sup>11</sup>Endereço: #mnaa #lisboa #vamosporosequeiranolugarcerto.

<sup>12</sup>Financiamento coletivo (*crowdfunding*) consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa. O termo é muitas vezes usado para descrever especificamente ações na internet, com o objetivo de arrecadar dinheiro [...]. Ainda conforme a mesma fonte, “Segundo Vinicius Maximiliano, autor da primeira obra literária no Brasil sobre o tema, “De forma mais simplista, nada mais é do que utilizar sua rede social digital para, através da divulgação também digital do seu projeto, pedir doações em troca de prêmios para pessoas que gostariam que o objetivo fosse alcançado. Um grande valor rateado por milhares torna-se muito pouco para quem contribui, por, muito para quem, somando todos, recebe. Esse é o princípio básico do *crowdfunding*”.

Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Financiamento\\_coletivo](https://pt.wikipedia.org/wiki/Financiamento_coletivo)>. Acesso em: 06 jun. 2016.

<sup>13</sup> Esse apelo ao “espírito português” não estava claramente definido em nenhum momento da campanha. Evidentemente tratava-se de um apelo ao orgulho de ser português e a tão debilitada autoestima nacional, tópicos geralmente adotados por ocasião das campanhas políticas e dos grandes eventos esportivos. No momento da campanha do MNAA, Portugal estava vivendo uma acentuada crise econômica e uma grave crise política, com embates acirrados entre as diferentes facções políticas e os pensamentos divergentes na economia, e ainda estavam sendo confrontados com as draconianas imposições econômicas impostas por Bruxelas, sede da União Europeia. O apelo ao tema da identidade cultural naquele momento foi uma estratégia vitoriosa por tocar num tópico de inquestionável unanimidade e sem quaisquer elementos de discordância.

e sua colocação entre os pintores românticos mais representativos da época, ao lado de Eugene Delacroix.

Figura 3 – Domingos António de Sequeira (1768–1837)  
*A adoração dos magos*, 1828  
Óleo sobre tela, 100 x 140 cm  
Museu Nacional de Arte Antiga (MNAA), Lisboa, Portugal



Fotografia: Paulo Gomes (2015).

O Sequeira em questão na campanha é a tela em grandes dimensões intitulada *A adoração dos magos*, que faz parte de um grupo de quatro grandes pinturas religiosas arroladas na chamada série “Palmela”. O quadro, medindo 100 x 140 cm, foi pintado em Roma em 1828, período no qual o artista estava impedido de voltar a Portugal por conta do seu ativismo político. É uma das quatro grandes pinturas realizadas nessa época e que, de acordo com a crítica, compõe o seu testamento artístico. A obra, adquirida em 1845 pelo Conde de Palmela (daí o título da série) é uma grande cena que retrata a chegada do cortejo dos Reis Magos a Belém. Alexandra Gomes Marklo, conservadora de desenho do MNAA e responsável pela coleção dos desenhos preparatórios para a série, pertencentes ao acervo do museu, referindo-se a obra afirma que



Constatamos que ela sintetiza muita da tradição da pintura europeia ‘clássica’ não sem deixar de afirmar valores próprios que [ele] vai defender e reinterpretar. [...] Constatamos que a luz não é para ele um acessório da representação mas, pela qualidade emocional que lhe imprime, a verdadeira protagonista da cena. [...] Apesar de pintada fora de Portugal e das referências do seu autor, esta obra excepcional, pela sua sensibilidade particular, faz inquestionavelmente parte da pintura portuguesa. Pode-se mesmo dizer que com ela [...] se encerra com chave de ouro o ciclo da pintura portuguesa antiga [...]. (A LUZ, s/d)

Em matéria difundida por ocasião do lançamento do projeto, Augusto M. Seabra enfatiza que “O que está também em causa é saber se na sociedade portuguesa há capacidade de mecenato e deste tipo de campanhas públicas de angariação [...]”, deixando claro que o ineditismo do projeto, além de seu objetivo primeiro, também irá por a prova este aspecto da mentalidade local. Seabra afirma ainda, na continuidade de seu texto, que

[...] a ‘cultura do mecenato’ é ainda insuficiente num país habituado a que esses assuntos sejam função do Estado e em particular do Estado central. Suscita esta constatação uma questão estrutural: há em Portugal notórias insuficiências da acção estatal, designadamente em sectores básicos, mas há também “Estado a mais” no apelo reiterado ao seu manto protector. Basta constatar como mesmo no capitalismo nacional se clama pelo “mercado livre” mas sempre que há problemas logo se reivindica o apoio ou isenções estatais. (SEABRA, Público, 2016)

Com ênfase nas questões da consciência patrimonial e cultural, a campanha tomou fôlego através da sua ampla difusão junto a grupos de pouca, ou nenhuma, receptividade a tais inovações, mormente o público infanto-juvenil e escolar. Marcado pelo ufanismo (no bom sentido do termo), o projeto da campanha abriu um espaço notável para a discussão sobre a memória cultural lançando mão de recursos afetivos e bem humorados como “Já alguma vez pensou em patrocinar uma barba? Patrocine um pixel da *Adoração dos magos* de Domingos Sequeira e ajude a manter esta obra-prima da arte nacional onde todos a possam ver. Entre aqui e faça parte da história de Portugal”. A editoria do Jornal Público, em 27 de abril de 2016, por ocasião do encerramento da campanha, lançada em 27 de outubro de 2015, escreveu:

Conseguimos. *A adoração dos magos*, a obra-prima de um grande pintor, pertence a partir deste instante a todos os portugueses. Domingos Sequeira deixou de estar fechado na cada de um privado e passou a estar numa casa que é de todos nós – o Museu Nacional de Arte Antiga. [...] Foi um grande feito, que envolveu (e o verbo não é casual) e resultou graças a “uma fórmula simples que até agora o país não tinha experimentado. Tem oito ingredientes. Os primeiros: a força de uma boa ideia, a solidariedade de muitos e a perseverança de alguns. Os outros: criatividade, trabalho *pro bono* e redes

sociais. Faltam dois: os cidadãos (que confiaram) e o otimismo (que foi o cimento que ‘colou’ esta nova comunidade de milhares de patrocinadores).<sup>14</sup>

### Considerações finais

A partir da inteligente e exitosa administração do Museu Nacional de Arte Antiga, as duas iniciativas aqui relatadas agitaram a agenda cultural portuguesa dos últimos doze meses. O caráter público de ambas contribuiu efetivamente para a incorporação das obras-primas da coleção no cotidiano dos lisboetas (no caso de *ComingOut*) e também (em ambos os casos) promoveu a efetiva incorporação de termos técnicos (afastados do cotidiano do grande público) mais do que quaisquer campanhas de educação cultural e consciência patrimonial que porventura fossem articuladas e difundidas. Termos remotos como “política cultural”, “difusão cultural”, “mecenasato” frequentaram os jornais e as conversas e, certamente, a rotina de inúmeros jovens estudantes nesse período. Para além desses méritos, por si só suficientes para merecer o aplauso generoso, a questão fundamental das políticas culturais na esfera pública tornou-se assunto recorrente nos jornais e telejornais, abrindo a saudável e necessária discussão sobre a gestão e a visibilidade das instituições museais públicas portuguesas em tempos de grave crise econômica e institucional<sup>15</sup>. Ultrapassando as questões acima expostas, e aqui somente citadas num contexto particular, deixemos claro que elas precisam de aprofundamento. Mas, por enquanto, fiquemos com os bons e bem sucedidos exemplos demonstrados, prova de que, com inteligência, empenho, capacidade administrativa, talento e ousadia, independente de recursos materiais disponíveis no momento, é possível fazer um grande trabalho pelas instituições e, mais

---

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/uma-campanha-que-transformou-o-pais-1730303>>. Acesso em 06/06/2016. A campanha contou, ao todo, com mais de 15 mil pessoas e cerca de 200 empresas, associações, escolas, sindicatos que contribuíram para a aquisição e incorporação da obra ao patrimônio português.

<sup>15</sup> Não está explicitamente informado, no material disponibilizado sobre os projetos em questão, o papel exercido pelo Grupo de Amigos do Museu (GAMNAA) e de seu corpo de voluntários. O site da instituição informa que o GAMNAA (Disponível em: <<http://www.museudearteantiga.pt/grupo-dos-amigos-do-mnaa/>>), tem por missão auxiliar na divulgação dos projetos e contribuir na política de aquisição e enriquecimento do acervo do museu e que tem autonomia para isso (certamente, considerando o perfil dessas associações, trata-se de autonomia contábil). O papel do seu corpo de voluntários está creditado no site

(Disponível em:<<http://www.patrimoniocultural.pt/pt/recursos/voluntariado/?nonce=c77baa0650bdbcaa36c01485debeffb9>>

importante ainda, criar, desenvolver e ativar no público a capacidade admirativa por seu patrimônio artístico e cultural.

### REFERÊNCIAS

**A LUZ é a verdadeira protagonista da Adoração dos Magos.** Disponível em: <<https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/adoracao-dos-magos-1711904>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

SEABRA, Augusto M. Mecenato, crowdfunding e Estado. In: **Jornal Público**. Portugal, 01/04/2016. Disponível em: <<https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/mecenato-crowdfunding-e-estado-1727782>> Acesso em 06/06/2016.

XAVIER, Jorge Barreto. **A cultura na vida de todos os dias**. Porto: Porto Editora, 2016.