

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Marlene Alexandra Teixeira de Oliveira

**O profissional da comunicação no contexto da
ciência da informação**

Marlene Alexandra Teixeira de Oliveira **O profissional da comunicação no contexto da ciência da informação**

UMinho | 2015

outubro de 2015



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Marlene Alexandra Teixeira de Oliveira

O profissional da comunicação no contexto da ciência da informação

Relatório de Estágio
Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de Especialização em Publicidade e Relações Públicas

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Doutora Madalena Oliveira

DECLARAÇÃO

Nome

Marlene Alexandra Teixeira de Oliveira

Endereço eletrónico: marleneoliveir@gmail.com

Número de cartão de cidadão:12397453

Título do relatório de estágio em empresa:

O profissional da comunicação no contexto da ciência da informação.

Orientadora: Professora Doutora Madalena Oliveira

Ano de conclusão: 2015

Designação do Mestrado: Mestrado em Ciências da Comunicação

Especialização em Publicidade e Relações Públicas

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTE RELATÓRIO, APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE A DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho, ___/___/___

Assinatura: _____

Agradecimentos

“A gratidão é o único tesouro dos humildes”

William Shakespeare

À minha orientadora, Professora Doutora Madalena Oliveira, pela partilha de conhecimentos e acompanhamento deste trabalho.

À Fundação Cupertino de Miranda, na pessoa do Dr. António Gonçalves, tutor do estágio, pela possibilidade e motivação na realização do trabalho proposto.

A todos os que estiveram presentes nesta etapa, motivando, colaborando ou orientando.

Um muito obrigada!

Resumo

O presente relatório analisa, na sequência de um estágio de Publicidade e Relações Públicas na Fundação Cupertino de Miranda, o modo como a Ciência da Informação e as Ciências da Comunicação podem interagir e cooperar no benefício da promoção cultural e social. Neste documento, verificam-se, por isso, as características individuais de cada uma e averigua-se as suas confluências e divergências. Para a verificação *in loco* das possíveis relações entre estas ciências localizou-se o estágio na Biblioteca da referida fundação. Mais do que analisar a Ciência da Informação e as Ciências da Comunicação, teve este trabalho o propósito de perceber o papel do profissional da informação e do profissional da comunicação num serviço de informação que pretende ter um carácter de serviço público.

Como principal objetivo este relatório visou, então, uma reflexão sobre a criação de sinergias entre as principais competências de cada área com a finalidade de melhorar a visibilidade e notoriedade de um serviço – a Biblioteca – e, num sentido mais abrangente, da própria instituição – a Fundação Cupertino de Miranda.

Esta incursão pelas duas áreas permitiu-nos propor atividades e materiais – no caso, especificamente a partir da obra de Mário Cesariny –, possíveis apenas na confluência de competências das duas áreas e compreendendo, fundamentalmente, como o trabalho de um (profissional da informação) pode ser complementado com o trabalho do outro (profissional da comunicação).

Palavras-chave: Ciência da Informação; Ciências da Comunicação; Profissional da Informação; Profissional da Comunicação; Fundação Cupertino de Miranda.

Abstract

This report analyzes, as the result of an internship in Advertising and Public Relations at Fundação Cupertino de Miranda, the way Information Science and Communication Science can interact and cooperate to benefit the cultural and social outreach. Their individual features and their common features and distinctive characteristics are, thus, established in this document. To assess in loco the possible interactions between these sciences, the internship was based in the Library of the aforementioned foundation. More than analyzing Information Science and Communication Science, this work strived to understand the role of the Information Professional and the Communication Professional in an Information service with a public service mission.

The main goal of this report was to assess the creation of synergies between the main skills of each area with the purpose of improving the visibility and recognition of a service – the Library – and, in a broader sense, of the institution itself – the Fundação Cupertino de Miranda.

This investigation through these two areas allowed us to propose activities and materials – specifically from the work of Mário Cesariny – only possible through the confluence of skills of the two areas and the understanding of how the work of one (Information Professional) may be complemented by the work of the other (Communication Professional).

Keywords: Information Science; Communication Science; Information Professional; Communication Professional; Fundação Cupertino de Miranda.

Sumário

1. Introdução	1
Capítulo 1. Ciência da Informação versus Ciências da Comunicação	3
1.1. Ciência da Informação e os seus profissionais.....	8
1.2. Ciências da Comunicação e seus profissionais	16
Capítulo 2. Comunicação Organizacional - Terceiro Setor	21
2.1. Instituição do Terceiro Setor	24
2.2. Potencialidades dos serviços e conteúdos do Terceiro Setor na comunicação	26
2.3. A imagem e marca da instituição como fator determinante no sucesso da comunicação – Terceiro Setor.....	27
Capítulo 3. O Profissional da Comunicação em parceria com o Profissional da Informação	30
3.1. Caracterização da Entidade de Acolhimento em Estágio.....	30
3.2. Missão, Objetivos e Cultura Organizacional	30
3.3. Mercado e Posicionamento da FCM.....	32
3.4. Problemática.....	34
3.5. Conteúdos existentes e potencializadores da instituição	36
3.5.1. Mário Cesariny e o seu legado.....	38
3.5.2. Reflexões e iniciativas realizadas no último ano – 2014-2015	41
3.5.2.1. VIII Encontros Mário Cesariny, 27 e 29 de novembro de 2014.....	43
3.5.2.2. Escritores a Norte	45
3.6. Propostas apresentadas à instituição – da perspetiva do profissional da informação para profissional da comunicação	48
Conclusões e Reflexões Finais	65
Bibliografia	69
Apêndices.....	75
Apêndice 1 - Postais.....	75
Apêndice 2 - <i>Merchandising</i>	80
Anexos	85
Anexo1 -Questionário sobre a Fundação Cupertino de Miranda	85
Anexo 2 – Biografia completa de Mário Cesariny	87
Anexo 3 – Mário Cesariny Escritores a Norte: Vidas com obra em casas d’escritas	90

Índice de Figuras

Figura 1 – Processo de Comunicação.....	7
Figura 2 – Quadro resumo dos domínios de competência e das principais aptidões.....	13
Figura 3 – Evolução dos estudos de comunicação.....	21
Figura 4 – Ligação da “Imagem”.....	28
Figura 5 – Esquema representativo do processo de formação da identidade organizacional.....	29
Figura 6 – Mário Cesariny. Fotografia de Fernando Lemos.....	38
Figura 7 – Nível 1 do Universo Mário Cesariny.....	40
Figura 8 – Espaço Digital Mário Cesariny.	41
Figura 9 – Convite VIII Encontros.....	43
Figura 10 – Portal Escritores a Norte.....	46
Figura 11 – Capa do Livro Escritores a Norte, de Secundino Cunha.....	47
Figura 12 – Mário Cesariny em sua casa.....	47
Figura 13 – Cabeçalho do Portal – Universo Mário Cesariny	49
Figura 14 – Módulo de pesquisa do Porbase5.....	51
Figura 15 – Documentos do acervo de Mário Cesariny.....	52
Figura 16 –Facebook Mário Cesariny.....	53
Figura 17 – Obra Sem título, de Mário Cesariny.....	53
Figura 18 – Caderno manuscrito de Mário Cesariny.....	54
Figura 19 – Fotografia Mário Cesariny e sua irmã, no Marão.....	54
Figura 20 – Carta manuscrita de Mário Cesariny.....	57
Figura 21 – Imagem de Mário Cesariny da obra Quinteto Anna Blume, 1967.....	57
Figura 22 – Imagem de Mário Cesariny em Amarante.....	58
Figura 23 – Imagem dos sacos de Mário Cesariny Quinteto Anna Blume, 1967.....	59
Figura 24 – Exemplos de materiais a produzir-se com base na obra de Mário Cesariny	61
Figura 25 – Imagem do documentário Escritores a Norte.....	62

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Caracterização dos sectores.....25

1. Introdução

O presente relatório resulta do 2.º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação, realizado no Instituto de Ciências Sociais, da Universidade do Minho, Braga. Tem como objetivo descrever o trabalho realizado, entre 3 de agosto e 30 de outubro de 2014, na Fundação Cupertino de Miranda (adiante designada por FCM), de Vila Nova de Famalicão, refletindo sobre o papel do profissional da informação e o do profissional de comunicação, num serviço de informação, analisando as suas confluências e divergências.

Com o título “O profissional da comunicação no contexto da Ciência da Informação”, este relatório parte da experiência de estágio para uma abordagem às diferentes perspetivas dos conceitos de Ciência da Informação e Ciências da Comunicação. Podendo registar-se do ponto de vista do senso comum alguma confusão entre informação e comunicação, poderá também dizer-se que é possível falar de uma aproximação entre estas duas áreas científicas, especificamente no que concerne ao tratamento da informação e do conhecimento (produção de significado).

É a partir destes objetos que é, na verdade, possível comparar estas duas áreas, percebendo-se a importância e o significado de cada uma delas. Podemos corroborar, numa primeira abordagem, que a Ciência da Informação opera mais ao nível do conteúdo da informação (por exemplo ao nível da descrição de documentos – catalogação), enquanto as Ciências da Comunicação utilizam essa informação, incidindo na mensagem que ela transmite. Assim, deseja-se estabelecer os limites das duas ciências e revelar que apesar da sua proximidade, demonstrada por exemplo pela opção da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) que as reúne numa mesma área (Ciências da Comunicação e Informação), são distintas e os profissionais que delas resultam têm funções dissemelhantes, ainda que complementares.

Usando como referência a Fundação Cupertino de Miranda, que foi o local de estágio, vamos tentar perceber como estas áreas se podem fundir num serviço de Informação e Comunicação. Com esse propósito, vamos recorrer à obra de Mário Cesariny (do Movimento Surrealista Nacional) como objeto particular de observação e experimentação.

Pretende-se ainda neste relatório tentar perceber como é que através da comunicação de serviços de informação podemos aumentar a própria visibilidade de uma instituição. Atualmente, nenhuma organização ou entidade quer estar à margem do público e é fundamental que saibam usar as ferramentas disponíveis e adequadas ao alcance dos seus objetivos.

A principal motivação na seleção desta temática foi o facto de a estagiária ter formação inicial em Ciências da Informação e trabalhar já há alguns anos na biblioteca da FCM, como profissional da Informação. Com a frequência deste mestrado (Ciências da Comunicação, variante Publicidade e Relações públicas), entendeu-se ser possível a reunião de competências destas duas áreas científicas, no sentido de promover maior visibilidade e notoriedade da FCM através do material que a biblioteca contém.

A elaboração deste relatório assentou essencialmente na recolha e exploração de bibliografia pertinente ao tema e na análise do acervo de Mário Cesariny. Estas ações tiveram como propósito propor uma comunicação eficaz do serviço de informação, com recurso ao conteúdo tratado por esta entidade.

No primeiro capítulo começa-se com uma abordagem sobre a Ciência da Informação, contrapondo com as Ciências da Comunicação. O objetivo é analisar as características de cada ciência e as principais profissões associadas a cada área.

No capítulo 2 aborda-se a temática da Comunicação Organizacional, nomeadamente da do chamado Terceiro Setor, uma vez que a FCM se enquadra neste contexto. Descreve-se, também, neste capítulo a designação de instituição do Terceiro Setor e as potencialidades dos seus serviços no processo comunicacional. Neste capítulo analisa-se a imagem e a marca das instituições relacionando com o sucesso da comunicação.

Na segunda parte deste trabalho é apresentada uma abordagem mais prática desenvolvida ao longo do estágio. Assim, no capítulo 3, reflete-se sobre a capacidade do profissional da informação para trabalhar em parceria com o profissional da comunicação. Faz-se uma exposição sobre a instituição de acolhimento, com as suas características, missão, objetivos e cultura organizacional, demonstrando o seu mercado e posicionamento. A problemática da instituição, os conteúdos, o produtor dos conteúdos utilizados (Mário Cesariny) e as propostas para melhorar a visibilidade da instituição são também tratados neste ponto.

Em termos metodológicos, este relatório assenta, num primeiro momento, em suportes bibliográficos que dão sustento às principais distinções conceptuais. Com recurso a referências eventualmente menos recorrentes no campo das ciências da comunicação – o que se justificará dado o facto de a formação de base da estagiária não ser nesta área científica em concreto –, esta dimensão do trabalho procurou fazer o confronto entre os campos da informação e da comunicação. Num segundo momento, mais centrado no estágio, adota-se uma abordagem mais descritiva, por um lado, e mais exploratória, por outro. Contextualizando-se a experiência de estágio, procura-se traduzir em propostas de ação um conjunto de iniciativas que se entende que o profissional da comunicação pode, no caso concreto da Fundação Cupertino Miranda, empreender para dar visibilidade ao trabalho realizado pela Ciência da Informação.

Por fim, na última parte deste relatório, tecem-se algumas conclusões e avaliam-se as propostas apresentadas.

Capítulo 1. Ciência da Informação versus Ciências da Comunicação

A relação entre ciências, geralmente designada como interdisciplinaridade das ciências traduz-se, segundo Le Coadic (1996, p. 22), “por uma colaboração entre diversas disciplinas que leva a interações, isto é, uma certa reciprocidade, de forma que haja, em suma, enriquecimento mútuo”. Para o autor, “a forma mais simples de ligação é o isomorfismo, a analogia”.

Assim, a realização deste trabalho visa essencialmente identificar possíveis conexões entre as Ciências da Comunicação e a Ciência da Informação. Para isso, procura-se analisar casos concretos de serviços de informação com recurso à atividade de comunicação dos mesmos.

No registo inicial do conceito de Ciência da Informação, Borko (1968) refere-a como uma disciplina que se preocupa não só com o tratamento, gestão e organização da informação, mas também com a difusão dessa informação. A Ciência da Informação é definida, por outro lado, no Dicionário Online de Terminologia em Ciência da Informação, como uma disciplina que pesquisa as componentes da informação

registada, necessariamente, num suporte físico e está “relacionada com um corpo de conhecimento que abrange a origem, colecta, organização, armazenamento, recuperação, interpretação, transmissão, transformação e utilização da informação”.

Segundo Saracevic (1996, p.47), a Ciência da Informação tem três características que são a “sua interdisciplinaridade, sua vinculação com a tecnologia e sua participação ativa na era da informação”. O autor averiguou que a área está ligada ao longo dos tempos à Biblioteconomia, à Ciência da Computação, à Ciência Cognitiva e Comunicação. Wersig (2002, p. 46.) vai ao encontro de Saracevic afirmando que a Ciência da Informação “é interdisciplinar por natureza [...] reforça suas relações interdisciplinares com disciplinas como a comunicação”.

Já no que respeita as Ciências da Comunicação,

[...] o seu núcleo central não é consensual, mas é compreensível que nele entrem disciplinas científicas que edificam o seu objecto a partir, entre outros, do fenómeno info-comunicacional, com ênfase para esta segunda vertente. E entre elas destacam-se a Sociologia, a Semiótica, a Ciência da Informação, a Psicologia, a Inteligência Artificial e Multimédia. A convergência específica destas ciências tende a constituir uma interdisciplina interessante do ponto de vista epistemológico se tivermos em conta o programa de trabalho para as ciências da informação e da comunicação gizado por Bernard Miège (Malheiro, 2000, pp. 123-125).

As Ciências da Comunicação estudam o processo de comunicar informação e a necessidade de interação entre mais que um interveniente. Com efeito, para comunicar necessita-se obrigatoriamente de pelo menos um emissor e um recetor, circulando informação em todos os sentidos.

Verifica-se que várias ciências têm em comum o mesmo objeto de estudo. Quando falamos de informação, sendo um objeto de estudo intimamente ligado ao conhecimento (produção de significado), percebemos que tanto a Ciência de Informação, como as Ciências da Comunicação têm como base estes dois objetos. Contudo, ainda assim é possível verificar que a Ciência da Informação se socorre da Comunicação para passar a informação e conseqüentemente da interpretação dessa informação. Importa, assim, analisar estes dois principais conceitos dentro destas ciências - a informação e o conhecimento, aqui entendido como o resultado da interpretação de informação.

Segundo Armando Malheiro (2006), o termo informação vem já de muito longe temporalmente, uma vez que os objetos exprimem a cultura do homem e são

consequências de conhecimento, carregados de informação. A informação é assim considerada património tratado por bibliotecários, arquivistas e/ou museólogos.

Le Coadic (2004, p. 4) vai ao encontro da afirmação de Armando Malheiro, pois diz que “a informação é um conhecimento inscrito (registrado) em forma escrita (impressa ou digital), oral ou audiovisual, em um suporte”. Neste sentido, presume-se que a informação tem um carácter duradouro quando registada num suporte e só assim gera conhecimento, quando interpretado por um individuo.

O conhecimento é entendido por Aldo Barreto (2002, p. 19) como “o destino da informação que é organizado em estruturas mentais por meio da qual um sujeito assimila a ‘coisa’ informação, ou seja, a informação assimilada pelo individuo passa a ser conhecimento – atribuição de significado.

Conhecer é um ato de interpretação individual, uma apropriação do objeto, informação pelas estruturas mentais de cada sujeito. Estruturas mentais não são pré-formatadas, no sentido de serem programadas pelos genes. As estruturas mentais são construídas pelo sujeito sensível, que percebe o meio. A geração de conhecimento é uma reconstrução das estruturas mentais dos indivíduos realizado através de suas competências cognitivas, ou seja, é uma modificação em seu estoque mental acumulado, resultante de uma interação com uma forma de informação. Esta reconstrução pode alterar o estado de conhecimento do indivíduo, ou porque aumenta seu estoque de saber acumulado, ou porque sedimenta o saber já estocado, ou porque reformula um saber anteriormente estocado (Barreto, 2002, p. 69).

A informação é um direito de todos e está na base das necessidades mais básicas do ser humano. O estudo da informação, desde a sua produção à sua difusão, é indispensável para a evolução da sociedade, de forma a gerar conhecimento e ser comunicado.

Verificamos, então, que na base da comunicação está a informação e o conhecimento. Antes de comunicarmos, ou ao comunicarmos, processamos a informação. Freires (2007, p. 17) diz que a informação tem o papel de atribuir “valores, princípios, normas, condutas e características de um determinado grupo e/ou indivíduo” e que “cabe à informação a função de comunicar tais expressões da cultura, ao mesmo tempo possibilitando e promovendo as relações sociais entre estes grupos e indivíduos”.

Analisando alguns autores, verifica-se que para alguns, como Tonini e Barbosa (2007), é essencial ver a comunicação como um “processo intermediário que permite a troca de informações entre as pessoas”, analisando a importância da comunicação da informação e do poder criativo da linguagem e do raciocínio lógico das pessoas. Le Coadic refere a ideia de Escarpit em que este diz que “a comunicação é um ato, um processo, um mecanismo, e a informação é um produto, uma substância, uma matéria” (Escarpit, 1990 cit. em Le Coadic, 2004).

Comunicar pressupõe, em síntese, circulação de informação, fluxo entre interlocutores, interpretação pelos indivíduos, que e para quem se produz significado, ou seja, se gera conhecimento. Se a comunicação pode ser entendida como o processo, a dinâmica de partilha estabelecida entre sujeitos, a informação será então a matéria que alimenta esse processo, nele ganhando significado.

Como se disse antes, para além da distinção entre informação e comunicação, no presente trabalho pretende-se ainda verificar como um profissional da comunicação pode dinamizar e auxiliar um serviço de informação (biblioteca, arquivo, museu). Presume-se neste sentido que todos os serviços de informação passam a ser também serviços de comunicação, com as necessidades que estes têm de divulgar os seus conteúdos e serviços.

A gestão do conhecimento e da informação é fundamental para uma instituição com fins culturais de forma a cumprir as suas funções, mas é necessária a adoção de métodos e medidas de inovação dessa gestão. A comunicação dos seus produtos e atividades é a garantia de que a sua mensagem para a comunidade é estabelecida, de forma a incentivar o público a usufruir desses mesmos bens e serviços. Só comunicando é que se consegue traçar o caminho para o sucesso de qualquer instituição.

Bates (1999) apresenta um novo paradigma designado de “Paradigm Below the Water Line” que coloca as Ciências da Informação e a da Comunicação como meta-ciências, ou seja, separa estas ciências das convencionais uma vez que as primeiras servem as ditas convencionais fornecendo informação e conhecimento. Esta autora distingue, ainda, diferentes domínios da informação e da comunicação, pois a Ciência da Informação seleciona, regista e armazena a informação para posterior recuperação dessa informação, enquanto as Ciências da Comunicação produzem conteúdos de interesse

jornalístico. Contudo, esta visão é ainda redutora pois não refere os conteúdos de cariz publicitário, entretenimento, entre outros.

Para Bazi (2007) as Ciências da Comunicação têm como finalidade alcançar um recetor e passar uma informação, num processo que pode traduzir-se pela Figura 1. Próximo da teoria matemática da comunicação, de Shannon e Weaver, este modelo tem, no entanto, um alcance redutor para caracterizar o processo de comunicação.

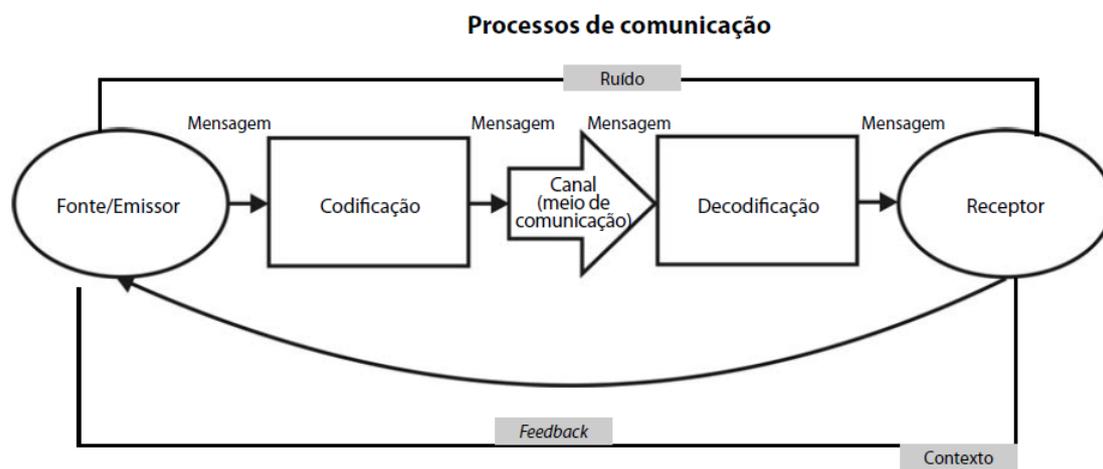


Figura1 – Processo de Comunicação.

Fonte – Educação Empreendedora (2012) ¹.

Embora a figura exponha apenas um sentido de comunicação, quando na realidade este processo se realiza sempre pelo menos nos dois sentidos, em certa medida este modelo coincidirá com a ideia segundo a qual a comunicação é o processo que se ocupa da transmissão de matéria trabalhada previamente em termos de informação. Há, com efeito, abordagens que entendem que a Ciência da Informação opera mais ao nível do conteúdo da informação e do seu tratamento para posterior recuperação, enquanto as Ciências da Comunicação utilizariam essa informação, moldando-a e tornando-a atrativa para os potenciais interessados.

Com a atual sociedade da informação e o aumento exponencial da informação disponível, o trabalho do profissional da informação é saber selecionar os documentos

¹ Educação Empreendedora (2012). Acedido em <http://blog.emecf.com.br/tag/efetividade-da-comunicacao/>

essenciais de forma a ter a informação pertinente para responder às necessidades dos seus utilizadores – que podem ser profissionais da comunicação. Por sua vez o profissional da comunicação também auxilia o profissional da informação a transmitir ao público em geral, ou a um público selecionado, a mensagem que passar, seja informar sobre uma atividade, serviço ou apenas da existência da instituição/organização.

Neste sentido pretende-se saber com este trabalho como pode um profissional da comunicação, nomeadamente um Relações Públicas, auxiliar o trabalho do profissional da informação (arquivista/bibliotecário). Como podem complementar-se as duas atividades? É nesta questão que se centra a reflexão motivada pela experiência de estágio de que este relatório pretende dar conta.

Segundo Herbert e Peter Lloyd (1995, p. 12), as Relações Públicas podem ser definidas como “o esforço deliberado, para estabelecer e manter o entendimento mútuo entre uma organização e os seus públicos”. Assim, entende-se que o Relações Públicas poderá auxiliar o trabalho do bibliotecário/arquivista na produção de eventos comunicativos com base na informação disponível e dos potenciais utilizadores destes serviços, traçando uma comunicação estratégica.

Nos pontos seguintes iremos abordar separadamente as funções dos profissionais da informação e dos profissionais da comunicação, para posteriormente traçar a junção destas duas atividades, que apesar de díspares podem ser complementares.

1.1.Ciência da Informação e os seus profissionais

“Sempre que os homens sentiram a necessidade de conservar os instantes que a história comporta, a escrita se fez lei. Em todos os tempos, o homem que soube escrever foi rei.”
(Jean, 1998, contra capa).

A Ciência da Informação (CI) tal como mencionamos acima e segundo Saracevic (1996, p.47) possui três características: a interdisciplinaridade; a vinculação com a tecnologia; e a participação ativa na era da informação. Estas três características representam a existência e a evolução da Ciência da Informação. Falar de Ciência da Informação é falar de pesquisa científica (recuperação de informação) ou da prática profissional, ou

seja do tratamento da informação para posteriormente ser recuperada. Nas últimas décadas, com a evolução das tecnologias é impossível dissociar a composição da CI das ferramentas tecnológicas que auxiliam na produção de informação, mas sobretudo na recuperação da existente, de forma mais eficaz e rápida.

Voltando um bocadinho atrás no tempo, verificamos que o Homem sempre sentiu necessidade de conservar as suas atividades e os seus pensamentos para poder transmiti-los às gerações futuras. Assim, foi desenvolvendo capacidades de fala e de escrita, encontrou novos materiais para servirem de suporte a essa escrita, até que criou o livro, objeto cultural que todos conhecemos e utilizamos.

Contudo, o fabrico manual do livro implicava um processo muito demorado e o Homem sentiu, novamente, a necessidade de evoluir. Precisava por isso de criar um mecanismo para fabricar um livro de uma forma muito mais rápida e mecânica. Surgiu, assim, a imprensa.

A impressão tornou-se a principal tecnologia intelectual de armazenamento e disseminação das ideias. Com esta tecnologia, o homem conseguia fabricar cada vez mais livros em menos tempo, o que permitiu que um maior número de pessoas pudesse ter acesso à informação e à cultura.

Depois da invenção da imprensa de tipos móveis, as artes gráficas foram evoluindo significativamente, os agentes que intervêm na criação do livro foram aumentando em número e as suas tarefas tornaram-se mais complexas. Mas o indivíduo humano é um ser sonhador e achou que ainda podia evoluir nas formas de comunicação. Pretendia divulgar o seu saber mais rapidamente e a uma escala ainda mais global. Assim, com o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação, surgiram novos conceitos como o *ebook*, os *blogs* e o hipertexto que mais uma vez vieram revolucionar a Sociedade da Informação. Passamos de demorar meses para fabricar um livro, para apenas uns minutos na divulgação de uma obra na Internet. Assim, percebemos que a informação cresce a cada instante e é fundamental que esteja devidamente tratada para que a sua recuperação seja rápida e precisa, sem perda de tempo.

A Sociedade da Informação em que vivemos e a permanente evolução tecnológica que lhe está associada alicerça fortemente a necessidade de formação de profissionais

especializados que contemplem capacidades aptas a salvaguardar e recuperar documentos e informação.

Os profissionais da Ciência da Informação enquadram-se em todos os contextos onde a informação, no que respeita à sua organização, recuperação e difusão, é vista como um recurso essencial ao ser humano. No entanto, a Ciência da Informação propriamente dita teve a sua origem após a Segunda Guerra Mundial, na revolução científica e técnica, com a necessidade de refinar conceitos e ligações interdisciplinares.

Vannevar Bush², um conceituado cientista, identificou o problema da “explosão informacional” e “crescimento exponencial da informação” realçando a “tarefa massiva de tornar mais acessível, um acervo crescente de conhecimento”, prevendo como solução um avanço da tecnologia no sentido de auxiliar no tratamento e na poupança de tempo a recuperar essa informação. Com Vannevar Bush é claro o pré-nascimento da Ciência da Informação (CI).

Contudo, apesar do termo CI não ser usado antes do final da II Guerra Mundial a sua génese, como vimos anteriormente, é anterior e, possivelmente, é no século XIX (meados de 1890) que encontramos a base conceptual da área. Paul Otlet³ e Henri La Fontaine⁴, dois advogados belgas, provocaram um movimento em torno da Biblioteconomia reforçando as atenções para as necessidades dos utilizadores, ou seja, para o acesso e divulgação e não tanto para a conservação.

Armando Malheiro e Fernanda Ribeiro (2002, p. 46) validam esta ideia dizendo que

O sistema de informação concedido por Paul Otlet, com a colaboração, entre outros, de Henri La Fontaine, funcionava já não como uma biblioteca tradicional onde se reuniam fisicamente os documentos, maioritariamente livros e publicações periódicas, mas sim como centro difusor de informação, em que os aspectos do acesso e da divulgação eram absolutamente predominantes. A essa perspectiva menos patrimonial e mais dinâmica no uso da informação começou a corresponder um conceito novo – o de documentação – que o próprio Paul Otlet veio a explicar de forma pormenorizada e fundamentada no seu *Traité de Documentation*, publicado em 1934.

² Chefe do esforço científico americano durante a Segunda Guerra Mundial e respeitado cientista do MIT (Bush, 1945). Propôs uma máquina denominada MEMEX, com capacidade de associar ideias, que duplicaria “os processos mentais artificialmente” (Perspectiva Ciência da Informação, 1996, p. 43).

³ Paul Otlet é considerado um dos “pais” da Ciência da Informação, uma área que ele chamava de “documentação”.

⁴ Henri La Fontaine juntamente com Paul Otlet é considerado criador da Ciência da Informação, denominada por estes de documentação.

Surge, assim, uma nova área disciplinar, com bibliotecários e documentalistas especializados, apoiados pelas novas tecnologias, com foco no fornecimento da informação e na atenção do conteúdo dos documentos, independentemente do seu suporte ou da sua origem (biblioteca, arquivo).

Após o término da II Guerra Mundial (1945), com os progressos tecnológicos que permitiram produzir informação de forma mais rápida e ao mesmo tempo armazená-la e recuperá-la, com sistemas de informação automatizados – deu-se assim a “explosão da informação”. Verifica-se, ainda, que os países industrializados introduziram políticas de informação segmentadas para a implementação de um sistema de informação capaz de responder às necessidades de produção, armazenamento e recuperação de informação.

No entanto, é em meados da década de 1960 que a expressão *information science* se vulgariza, principalmente nos E.U.A. Várias definições foram surgindo para a CI, mas é interessante analisar que a criada em 1961 e 1962 mantém-se atualizada nos dias de hoje:

Ciência da Informação é a que investiga as propriedades e comportamento da informação, as forças que regem fluxo da informação e os meios de processamento da informação para um máximo de acessibilidade e uso. O processo inclui a origem, disseminação, colecta, organização, armazenamento, recuperação, interpretação e uso da informação. O campo deriva ou relaciona-se com a matemática, a lógica, a linguística, a psicologia, a tecnologia computacional, as operações de pesquisa, as artes gráficas, as comunicações, a biblioteconomia, a gestão e alguns outros campos (Shera & Cleveland, 1977, p. 265).

Borko (1968) tem como base a citação anterior, num artigo intitulado *Information Science – what is it?*, acrescentando que a documentação e a biblioteconomia pertencem à CI. Refere-a como uma disciplina que se preocupa não só com o tratamento, gestão e organização da informação, mas também com a difusão dessa informação. Assim, importa referir o que Harold Borko (1968, p.3-5) menciona:

Ciência da Informação é a disciplina que investiga as propriedades e o comportamento da informação, as forças que regem o fluxo informacional e os meios de processamento da informação para a optimização do acesso e uso. Está relacionada com um corpo de conhecimento que abrange origem, colecta, organização, armazenamento, recuperação, interpretação, transmissão, transformação e utilização da informação. Isto inclui a investigação, as representações da informação tanto no sistema natural, como no artificial, o uso de códigos para uma eficiente transmissão de mensagens e o estudo dos serviços e técnicas de processamento da informação e seus sistemas de programação. Trata-se de uma ciência interdisciplinar derivada e

relacionada com vários campos como a matemática, a lógica, a linguística, a psicologia, a tecnologia computacional, as operações de pesquisa, as artes gráficas, as **comunicações**, a **biblioteconomia**, a gestão e outros campos similares.

Esta linha de pensamento é inovadora pois abrange vários campos do conhecimento e estabelece “um conceito interdisciplinar e integrador que abarca as estruturas e meios habituais de difusão da informação e os processos habituais de difusão de informação e os processos particulares, como o bibliotecário e o documental”, como refere López Yepes (1995, p. 166). Assim, a Ciência da Informação e os seus profissionais definem-se pela missão principal de selecionar, tratar, produzir e divulgar informação, com vista a satisfazer as necessidades do público.

De acordo com o Referencial I-D, volumes I e II, com as “Competências e aptidões dos profissionais europeus de I-D” e “Níveis de qualificação dos profissionais europeus de I-D” respetivamente, os profissionais da informação têm 33 domínios de competência, divididos em cinco grupos:

Grupo I – Informação: este grupo constitui o “coração da profissão” de informação-documentação, quer dizer, os domínios em que não é permitido que um profissional não seja competente, ainda que a um nível básico.

Grupo T - Tecnologias: competências que traduzem o recurso, hoje incontornável, às tecnologias da informática e da internet.

Grupo C - Comunicação: competências indispensáveis às ocupações de informação-documentação e de tal modo a elas ligadas que é necessário que qualquer profissional de informação-documentação também as possua. Estas competências permitem-lhes ser interlocutores esclarecidos e activos dos profissionais da comunicação interna e externa na empresa.

Grupo M- Gestão [Management]: são igualmente indispensáveis aos profissionais da informação para a gestão global da informação e actividades. Estas competências permitem-lhes ser interlocutores esclarecidos e activos dos profissionais da gestão orçamental, do marketing, dos recursos humanos e da formação.

Grupo S - Outros saberes: este grupo específico tem em conta as competências associadas aos domínios de actividade dos utilizadores ou a informação e documentos de natureza específica a tratar.

No entanto, estas competências são transversais, em parte, a outros profissionais, nomeadamente aos profissionais da comunicação e são complementadas com 33

domínios, sendo o grupo da Informação o que contempla mais, sendo considerado “o coração da profissão”, como se pode observar na Figura 2:

TRINTA E TRÊS DOMÍNIOS DE COMPETÊNCIA	VINTE APTIDÕES PRINCIPAIS
<p>Grupo I - Informação</p> <p>I 01 - Relações com os utilizadores e clientes I 02 - Compreensão do meio profissional I 03 - Aplicação do direito de informação I 04 - Gestão dos conteúdos e conhecimentos I 05 - Identificação e validação das fontes de informação I 06 - Análise e representação da informação I 07 - Pesquisa de informação I 08 - Gestão das colecções e fundos I 09 - Enriquecimento das colecções e fundos I 10 - Tratamento físico dos documentos I 11 - Organização do espaço e equipamento I 12 - Concepção de produtos e serviços</p> <p>Grupo T - Tecnologias</p> <p>T 01 - Concepção informática de sistemas de informação documental T 02 - Desenvolvimento informático de aplicações T 03 - Publicação e edição T 04 - Tecnologias da Internet T 05 - Tecnologias da informação e comunicação</p> <p>Grupo C - Comunicação</p> <p>C 01 - Comunicação oral C 02 - Comunicação escrita C 03 - Comunicação audiovisual C 04 - Comunicação pela informática C 05 - Prática de uma língua estrangeira C 06 - Comunicação interpessoal C 07 - Comunicação institucional</p> <p>Grupo M -Gestão [Management]³</p> <p>M 01 - Gestão global da informação M 02 - Marketing M 03 - Venda e difusão M 04 - Gestão orçamental M 05 - Gestão de projecto e planificação M 06 - Diagnóstico e avaliação M 07 - Gestão dos recursos humanos M 08 - Formação e acções pedagógicas</p> <p>Grupo S - Outros saberes</p> <p>S 01 - Saberes complementares</p>	<p>Relacionamento</p> <p>1 - Autonomia 2 - (Capacidade de) Comunicação. 3 - Disponibilidade 4 - Empatia 5 - (Espírito de) Equipa 6 - (Aptidão para a) Negociação 7 - (Sentido) Pedagógico</p> <p>B - Pesquisa</p> <p>1 - Espírito de curiosidade</p> <p>C - Análise</p> <p>1 - (Espírito de) Análise 2 - (Espírito) Crítico 3 - (Espírito de) Síntese</p> <p>D - Comunicação</p> <p>1 - Discrição 2 - Capacidade de resposta</p> <p>E - Gestão</p> <p>1 - Perseverança 2 - Rigor</p> <p>F - Organização</p> <p>1 - (Capacidade de) Adaptação 2 - (Sentido de) Antecipação 3 - (Espírito de) Decisão 4 - (Espírito de) Iniciativa 5 - (Sentido de) Organização</p>

Figura 2 – Quadro resumo dos domínios de competência e das principais aptidões.

Fonte – INCITE, 2005, p. 14.

O profissional da Informação-Documentação (I-D) está em constante evolução, uma vez que os meios que usa no desempenho das suas funções evoluem de uma forma rápida, nomeadamente as novas tecnologias que são cada vez mais funcionais para o desenvolvimento de processos e atividades da área da gestão da informação. Os profissionais de I-D têm como base de competências o conhecimento do tratamento dos documentos, físico e intelectual, de forma a permitirem ao público interessado o seu acesso, salvaguardando o correto manuseio, evitando a sua degradação.

Segundo o Código de Ética da área (1999, p.4), elaborado com representantes da Associação Portuguesa de Documentação e Informação na Saúde (APDIS), da Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas (BAD) e da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento da Informação Científica e Técnica (INCITE), os profissionais de informação em Portugal assumem como próprias as seguintes responsabilidades:

- 1.1. Facilitar o acesso dos utilizadores dos serviços de informação a todo o género de informações publicadas sob qualquer suporte.
- 1.2. Construir colecções adequadas às necessidades de informação dos utilizadores dos serviços, com atitude proactiva para que essas necessidades estejam previstas mesmo antes de serem expressas.
- 1.3. Fazer uma selecção de materiais, equilibrando a oferta e a procura, a actualização e a preservação, a diversidade de assuntos e o equilíbrio entre os diversos pontos de vista.
- 1.4. Efectuar o tratamento de toda a informação por forma a facilitar o acesso à mesma.
- 1.5. Disponibilizar o acesso à informação existente no seu serviço.
- 1.6. Explicitar, na definição da política de informação do serviço a seu cargo, que a missão principal deste é a disponibilização da informação, de todos os géneros, em todos os suportes, para todos os utilizadores.
- 1.7. Não permitir interferências exteriores, que possam impedir ou dificultar o acesso à informação disponível nos seus serviços.
- 1.8. Não permitir que as suas opiniões pessoais interfiram na liberdade de acesso à informação.
- 1.9. Opor-se à implementação de qualquer solução tecnológica que possa limitar ou manipular o acesso à informação.

1.10. Elaborar, participar na elaboração, conhecer, apoiar e divulgar a legislação que diz respeito ao direito de acesso à informação sem qualquer interferência.

As principais profissões e/ou designações atribuídas aos profissionais da informação são, certamente, a de Bibliotecário (Universidades, Escolas, Municípios, Museus, Fundações, etc.), a de Documentalista e a de Arquivista. No entanto, cada vez é mais comum ouvir a designação de Gestor de Informação, Gestor de Processos Documentais, Gestor de Bases de Dados, Gestor de Sistemas de Informação, Gestor de Repositórios Institucionais, Gestor de Conteúdos para Plataformas Digitais, Documentalista (geralmente especializado numa área, como por exemplo Saúde, Cultura, Jurídica, entre outras), Consultor de Gestão da Informação, entre outros.

Estas atividades prendem-se essencialmente com:

a gestão e controlo de documentos bem como a disponibilização e tratamento da informação neles contida. Assim sendo é importante que quem opte por estas profissões seja metódico, organizado, minucioso, paciente, ponderado e possua uma boa capacidade de concentração. É igualmente importante que tenha uma boa capacidade de expressão escrita e oral e que possua algum gosto pelo contacto directo com o público. Estas profissões exigem ainda um espírito curioso e um gosto pela pesquisa. Fundamental é a sensibilidade e o interesse pela preservação e pela difusão de documentos, bem como a preocupação de manter a originalidade e a integridade dos documentos com que trabalham encarando-os como importantes testemunhos de natureza cultural, científica ou administrativa. Tanto os bibliotecários-documentalistas como os arquivistas têm particular preocupação em manter a originalidade e a integridade dos documentos com que trabalham, assegurando, desse modo, a fiabilidade e integridade dos mesmos (APBAD, 2004).⁵

De seguida apresentamos as características das Ciências da Comunicação e dos seus profissionais. Analisando a citação anterior encontramos logo à partida uma grande diferença entre os profissionais da comunicação e os da informação, ou seja, enquanto os profissionais da Ciência da Informação “têm particular preocupação em manter a originalidade e a integridade dos documentos com que trabalham, assegurando, desse modo, a fiabilidade e integridade dos mesmos” os das Ciências da Comunicação pretendem transformar a informação recolhida em informação original.

⁵ Associação Portuguesa de Bibliotecários e Arquivistas. Acedido em http://www.apbad.pt/Profissao_Areas.htm

1.2. Ciências da Comunicação e seus profissionais

Comunicar é o meio pelo qual dois, ou mais, intervenientes produzem e interpretam significados e, de certa forma, constroem e põem em comum um entendimento recíproco (Ferreira et al., 1996).

As Ciências da Comunicação surgiram com o propósito de analisar as ligações entre os meios de comunicação e as pessoas, num contexto relativamente recente, na sociedade moderna. As Ciências da Comunicação têm como principais pressupostos a existência de elementos que emitam e recebam informação e/ou qualquer tipo de interação, seja ela verbal e/ou não verbal e que figure como um instrumento mobilizador que exerça algum tipo de poder e/ou influência – “presta-se a usos estratégicos”.

Percebe-se que o conceito “comunicação” é difícil de demarcar, uma vez que o ser humano é um ser comunicante nato e que atribui significado a tudo o que o rodeia. Centrando-nos no conceito ligado diretamente ao pensamento comunicacional, verificamos que alguns filósofos e políticos, nomeadamente britânicos, já abordavam a temática no século XVII. Acredita-se que foi John Milton que fez o primeiro discurso relevante sobre a liberdade de imprensa, intitulado “Aeopagitica”. Proferido em 1644, perante o Parlamento Britânico, este terá sido o primeiro grande discurso moderno pela liberdade de imprensa. Thomas Hobbes, por seu lado, defendeu a liberdade individual e, em inferência, a liberdade de expressão, no livro *Leviathan* (1651). John Locke, na obra *Ensaio Sobre o Governo Civil*, de 1690, também aborda o papel da imprensa livre numa sociedade democrática e liberal.

Segundo José Marques de Melo, numa conferência apresentada na abertura do VI Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação, na Universidade de Poitiers (França), em 2001, é também neste século (XVII) que começa a comunicação massiva na Alemanha,

quando o jornal diário começa a exercer impacto na sociedade urbana, fortalecendo-se nos Estados Unidos, no século XX. Nessa conjuntura, emergem as indústrias mediáticas, demandando recursos humanos capacitados e conhecimentos novos destinados a neutralizar as incertezas dos investidores (Melo, 2001, p.92).

No século XVIII, a discussão surge em torno da necessidade de compreender a comunicação humana e, neste período, Bacon concebe uma “ciência de comunicar”, mas D’Alembert aperfeiçoa tal criação propondo uma “arte de transmitir ou comunicar pensamentos” (Melo, 1977, p. 39).

No século XIX amplia-se o objeto de estudo da comunicação pelo aumento da pesquisa sobre a comunicação e sobre a imprensa. Destas pesquisas fizeram parte “estudiosos como Gabriel Tarde, Max Weber, Alfredo Nicéforo, Alexis de Toqueville e James Bryce [...] sentiram a necessidade de estudá-la [a influência da imprensa] como fenômeno característico de uma sociedade em transição” (Melo, 1977, p. 40).

Para além das teorias que foram surgindo, houve um conjunto de aspetos que contribuíram para a estabilização dos estudos sobre comunicação, nomeadamente o desenvolvimento da economia na Europa e, mais remotamente, as próprias viagens marítimas nos séculos XV e XVI com o conseqüente alargamento dos mercados. Segundo Ferin (2002, pp. 15-18), o aparecimento da burguesia, a consolidação e o fortalecimento do humanismo, o surgimento da escrita, da tipografia, a industrialização com a emergência do desenvolvimento dos meios de comunicação, entre outros aspetos, contribuíram para a consolidação desta área.

Pierre Lévy (2007) menciona que a evolução dos estudos da comunicação faz-se a partir dos instrumentos simbólicos utilizados universalmente para a comunicação entre as pessoas. Assim, para Lévy existiram cinco estágios de comunicação simbólica

a oralidade (memória oral), a escrita (signos ideográficos), o alfabeto (universalização e digitalização da escrita), os meios de comunicação de massa (informação e democracia) e o ciberespaço (capacidade de ação autónoma) (Lévy citado por Januário, 2010, p. 157).

É no século XX que se forma o campo do conhecimento denominado Ciências da Comunicação, com intensificação e valorização das empresas com reflexos na sua propaganda comercial e com a formação ao nível superior de profissionais da comunicação. Hoje, o ensino e a investigação académica neste campo abarcam várias áreas como o jornalismo, o marketing, a publicidade, as relações públicas, os media, a comunicação empresarial/organizacional, a comunicação digital e multimédia, entre outras.

Qualquer uma destas áreas tem, certamente, como preocupações as questões apresentadas por McQuail (2003, p. 12) e sintetizadas no seguinte quadro:

Preocupações com a investigação e teoria da comunicação

- Quem comunica com quem? (fontes e receptores)
- Porquê comunicar? (funções e propósitos)
- Como é que a comunicação se efectua? (canais, linguagens, códigos)
- Acerca de quê? (conteúdos, referências, tipos de informação)
- Quais são os efeitos da comunicação? (intencionais ou não, orientados para a informação, para a compreensão, para a «acção»?)

A comunicação é condicionada de acordo com as fontes e a quem se destina, mas também de acordo com o que pretende atingir e quais os canais que usa para esses fins.

Das principais atividades profissionais apresentadas acima referidas, destaca-se para efeitos deste trabalho as funções do profissional da comunicação ligado ao jornalismo e às relações públicas.

Assim de acordo com Tiago Lobo (2013) o papel do jornalista é:

[...] o papel do jornalista, na sociedade do consumo, é interpretar e traduzir informações. Não cabe a ele apenas informar. Devido à saturação da informação, cabe ao jornalista interpretá-la, atribuindo-lhe sentido e precisão na produção de um bem intelectual que dê ao receptor a possibilidade de refletir e, também, de interpretar. É aí que reside a grandeza de um texto e só então pareceria correto atribuir ao jornalismo o papel de auxiliar na difusão do conhecimento

O ato de informar consiste em transmitir dados técnicos sobre determinado fato. Estes dados, tal qual o lead, não possibilitam percepção de atmosfera, conjuntura emocional e emissão das particularidades de um fato. A absorção da informação calcada na objetividade jornalística esfria as capacidades emocionais e afeta o entendimento do universo particular de uma ocorrência por parte do receptor.⁶

Na era da globalização, com a constante evolução das tecnologias o jornalista vê o seu trabalho a ter de ser ajustado pois estamos na “era da informação” e tem de fazer uma boa triagem do que realmente interessa e na forma como deve ser transmitida a informação, certamente com a maior brevidade possível, para não se tornar

⁶http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/_ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo/

desnecessária. Na era digital, fazer alguns ajustes na forma de trabalhar e no uso das ferramentas existentes é essencial para que o jornalista possa acompanhar as mudanças e continuar o seu valioso trabalho.

O jornalista não só transmite informação, mas gera e modifica contextos contribuindo para uma sociedade informada, certamente atributos de um jornalismo sério e de credível.

Falando agora do papel do Relações Públicas, como profissional da comunicação, podemos dizer que este serve de intermediário entre uma instituição/empresa e o público. Tem um papel ativo na construção da imagem da instituição/empresa e criação da opinião pública acerca da mesma. Portanto, verifica-se como principal função manter adequadas as relações da organização com os seus públicos, analisando tendências, prevendo as suas consequências e estabelecendo programas de ação que sirvam os interesses da empresa/instituição com os seus públicos (Cabrero & Cabrero, 2001, p.20).

Abraham Lincoln⁷ já no século XIX dizia que “ninguém consegue triunfar se a opinião pública está a seu desfavor. Com a opinião pública a seu lado, ninguém é derrotado”. No entanto, quanto mais evoluída e sofisticada for a sociedade mais necessidades de informação se apresentam e, conseqüentemente, mais críticas surgem na opinião pública, positivas ou negativas, de acordo com o trabalho realizado pelo Relações Públicas.

Ivy Lee, em 1906, criou o primeiro “serviço de imprensa” aquando do envio de uma carta a todos os editores dos jornais do país, sendo considerado um documento histórico para a profissão de relações públicas:

A Declaração de Lee

Este não é um serviço de imprensa secreto. Todo o nosso trabalho é feito às claras. Nós pretendemos fazer a divulgação de notícias. Isto não é um agenciamento de anúncios. Se acharem que o nosso assunto ficaria melhor na seção comercial, não o usem. Nosso assunto é exato, maiores detalhes, sobre qualquer questão, serão dados prontamente e qualquer director de

⁷ Abraham Lincoln (1809 -1865) foi um político norte-americano. Governou os Estados Unidos de 4 de março de 1861 até 15 de abril de 1865, altura que foi assassinado. Foi o 16º presidente dos Estados Unidos. Lincoln liderou o país, durante 4 anos, de forma bem-sucedida durante a maior crise interna do país – a Guerra Civil Americana – preservando a União e abolindo a escravidão, fortalecendo o governo nacional e modernizando a economia.

jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer na verificação direta de qualquer declaração do fato. Em resumo, nosso plano é divulgar, prontamente, para o bem das empresas e das instituições públicas com absoluta franqueza, à imprensa e ao público dos Estados Unidos, informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público (cit. em Wey, 1986, p. 31).

Reforça, assim, que o papel do Relações Públicas é divulgar informação para benefício direto da instituição/empresa, mas de interesse público, acrescentando valor às instituições e fomentando uma opinião positiva do público.

Depois de se refletir no ponto 2.1 sobre as funções do profissional da informação e neste ponto sobre as funções do profissional da comunicação, é possível percebermos que quer uns quer os outros têm como base a “informação”, seja ela relativa a um assunto, instituição/empresa ou conteúdo em documentos que pretendem informar, dar a conhecer.

Os serviços de informação têm por missão divulgar informação, ou seja, transmitir ao público o seu conteúdo e é aí que o papel do profissional da comunicação pode fazer a diferença, partilhando responsabilidades de transmissão de informação e, acima de tudo, permitindo que o público reconheça valor nos serviços prestados e na informação partilhada. O profissional da comunicação tem um papel muito importante na valorização de um serviço e, conseqüentemente, de uma instituição.

Este relatório visa refletir sobre a parceria que é possível realizar-se entre um profissional da informação (ex.: bibliotecário ou arquivista) e um profissional da comunicação (ex.: jornalista ou relações públicas). No ponto 3 vamos dar a conhecer o estágio realizado e as contribuições que um profissional da comunicação pode dar a um profissional da informação, ou mais propriamente o que a formação em comunicação acrescenta às competências da formação em Ciência da Informação.

Capítulo 2. Comunicação Organizacional - Terceiro Setor

O maior motor da civilização ocidental ‘é a organização’. Ou melhor, talvez a ideia de organização (Mumby, 1994, p. ix).

A Comunicação Organizacional é um campo particular das Ciências da Comunicação que reflete sobre todo o tipo de atos de comunicação que ocorrem dentro das organizações e fora delas, na relação destas com o meio ambiente.

A partir de meados do século XX, nomeadamente dos anos 70, observou-se uma mudança de atitudes por parte das organizações. Deixam de se centrar na gestão organizacional meramente económica e passam também a dedicar-se à gestão da sua imagem e identidade. Não se dedicam apenas à gestão de desempenho, mas passam a observar o impacto desse desempenho na sociedade e dos meios e formas usadas para mostrarem a sua existência.

Contudo, nem sempre a comunicação organizacional teve a mesma relevância, passando por diversas fases e períodos históricos. O trajeto da Comunicação Organizacional enquanto disciplina é explanado por Redding e Tompkins (1988), que o divide em três períodos, de acordo com a Figura 3:

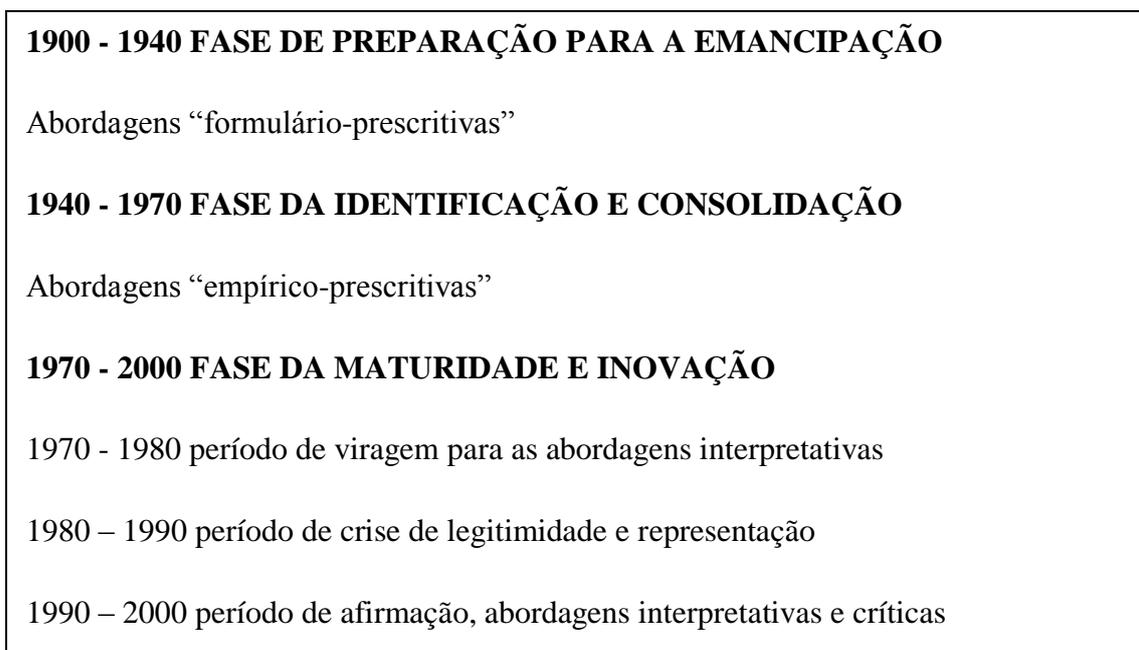


Figura 3 – Evolução dos estudos de comunicação.

Fonte – Ruão, 2009, p.29.

Para o presente trabalho importa-nos explorar a fase da maturidade e inovação, pós 1970, uma vez que:

Nessa altura, como nunca, os conceitos de marca, cultura, identidade, imagem ou reputação foram usados para explicar as dimensões intangíveis das organizações que se julgava interferirem no sucesso empresarial. A pesquisa empírica sugerira, entretanto, que esta gestão das impressões era relevante, porque promovia as boas relações com os públicos, a liderança nos mercados e o desenvolvimento económico das organizações, entre outros efeitos positivos de cariz material e simbólico (Gioia & Thomas, 1996; Baker & Balmer, 1997; Pruzan cit. em Ruão, 2008, p. XX).

Presenciamos assim, de 1970 a 1980, a viragem tanto na dinamização quanto na investigação em Comunicação Organizacional pela introdução de novos conceitos, destacando-se a importância da cultura organizacional.

Na década seguinte, 1980 a 1990, assiste-se a uma abordagem mais teórica que põe em causa as suas funções e que restringe o seu interesse ao poder e controlo, com fins consumistas e de capitalismo.

A última fase, de 1990 a 2000, foi considerada como o período de afirmação desta disciplina, com abordagens teóricas e domínios práticos da investigação em Comunicação Organizacional nos últimos anos.

O aumento da competitividade e a globalização implicou que as organizações se adaptassem às novas exigências do mercado e conseguissem distinguir-se entre as restantes. Portanto, a comunicação assume aqui um papel muito importante, pois há uma perceção realista sobre a forma como a instituição se apresenta e interfere na forma como os outros (o público) a entendem. Assim, a imagem criada a partir da identidade depende da forma como a instituição a comunica.

Vários teóricos como Katz e Kahn (1966), Weick (1979), Taylor (2001), Tompkins e Wanca-Thibault (2001) entre outros, analisaram as noções de comunicação e comunidade nas diversas perspetivas sobre a cultura organizacional. Esta análise e estudo permitiram o desenvolvimento de conceitos e introduziram conhecimentos sobre a importância da comunicação, tendo assim a questão comunicacional alcançado um papel decisivo nas organizações.

As instituições têm dedicado especial atenção à forma como comunicam e cativam o público, refletindo uma atitude mais positiva e proativa com o mesmo. Através da comunicação induz-se a imagem que se pretende alcançar.

Quando falamos em organização é impossível não estar implícito o papel da comunicação, até mesmo na fase anterior à sua existência, uma vez que é essencial a partilha constante de informação, pensamentos e conhecimentos. Com base neste pressuposto, a comunicação está na essência das pessoas e a mesma realidade se aplica às organizações.

Tendo a informação como base da comunicação em todas as atividades inerentes à sua existência verifica-se que a comunicação – tanto ao nível interpessoal quanto ao nível organizacional – é um processo contínuo, uma vez que é uma atividade básica do ser humano.

[...] a comunicação organizacional é o processo através do qual os membros de uma organização reúnem informação pertinente sobre ela própria e sobre as mudanças que ocorrem no seu interior e a fazem circular interna e externamente. A comunicação permite às pessoas gerar e partilhar informações, que lhe dão a capacidade de cooperar e se organizarem (Ricardo, 2009, p. 1366).

Ao longo dos tempos a importância da comunicação ganhou outras dimensões e focou-se cada vez mais no público externo e na importância que este representa para o sucesso da organização, tendo em conta que os membros da organização promovem a cultura da organização, traçando a sua identificação e imagem para cumprir os seus objetivos e responder às necessidades do meio ambiente.

A globalização e a economia mundial implicam uma nova movimentação e organização das instituições, ou seja, à medida que a sociedade evolui há necessidade de se adaptar às atuais necessidades e, por conseguinte, a comunicação e a sua valorização também evolui. As alterações de tecnologias, de forças políticas e sociais e de evolução das mentalidades proporcionam uma valorização na participação dos trabalhadores no todo organizacional, destacando-se a importância da comunicação que desempenha um papel essencial para recolher, divulgar e administrar as informações que interessam às organizações. Contudo, os objetivos da comunicação organizacional não se assumem apenas na produção de suportes atrativos ou meios de propagação inovadores. Por conseguinte, verifica-se que a comunicação organizacional

passa pelo conteúdo das mensagens e pela coerência da informação, o que exige a determinação prévia de um projecto partilhado, cuja adesão depende da capacidade de mobilização, o que implica a prática simultânea de comunicação descendente, ascendente e lateral e tudo se deve inserir no contexto social em que a organização e os seus públicos se movimentam (Ricardo, 2009, p. 1373).

Esta afirmação de Carlos Ricardo (2009), no 8º Congresso LUSOCOM, vai no sentido da de Mumby (2001, p. 586) que refere que a Comunicação Organizacional é “[...] o processo de criação de estruturas de significado, colectivas e coordenadas, através de práticas simbólicas orientadas para atingir objectivos organizacionais”.

Esta abordagem reforça a ideia de que a comunicação está na base da organização das instituições, seja através da atribuição de significados ou no estabelecimento de práticas para a boa conduta, de forma a atrair públicos, sejam estes de carácter institucional ou comercial.

2.1. Instituição do Terceiro Setor

Qualquer instituição/organização é constituída por um conjunto de pessoas com os mesmos objetivos, independentemente de se tratar de agrupamentos públicos, privados, com ou sem intuito lucrativo, social, entre outros. Recorre-se à expressão “terceiro setor” para definir entidades privadas, sem fins-lucrativos e, sobretudo, não-governamentais, mas socialmente reconhecidas. Contudo, esta designação é relativamente recente e, geralmente, associada a iniciativas de utilidade pública mas de origem privada, sem fins-lucrativos.

Rubem Fernandes (1994) no seu livro intitulado *Privado porém público* caracterizou o Terceiro Setor como o ambiente que reúne as entidades privadas mas de utilidade pública, o Segundo Setor composto por entidades privadas e com finalidades também privadas e o Primeiro Setor formado e com finalidades totalmente públicas, como podemos observar na Tabela 1.

Setor	Entidades	Fins
1º Setor	Públicas	Públicos
2º Setor	Privadas	Privados
3º Setor	Privadas	Públicos

Tabela 1 – Caracterização dos setores.
Fonte – Adaptado de Fernandes, 1994.

Vários autores têm a mesma visão de Fernandes (1994), como é o caso de Fischer (2002) e Paes (2001), que defendem que o Terceiro Setor corresponde às entidades privadas, com administração própria, autônomas e sem fins lucrativos, com atividades sociais e voluntárias. Assim, distinguem-se dos restantes setores pois não têm qualquer intuito lucrativo, são de cariz social, cultural ou até mesmo educacional.

As organizações do Terceiro Setor destacam-se pela criação do “bem comum” (Nitterhouse, 1994, p.2), para além da ausência do lucro. É aqui que se incluem as fundações, que são entidades não-governamentais com gestão própria e sem fins lucrativos. Segundo Drucker (1994, p. XIV) o produto das instituições do Terceiro Setor “é um paciente curado, uma criança que aprende, um jovem que se transforma em um adulto com respeito; isto é, toda uma vida transformada”.

Nas organizações do Terceiro Setor a comunicação tem tido uma crescente importância, uma vez que estas passam a preocupar-se e a incluir nas suas estratégias planos de comunicação para alcançarem o público-alvo, de forma a cativa-lo para as suas causas e/ou eventos.

A análise da Fundação Cupertino de Miranda, que é ela própria uma instituição do Terceiro Setor, permite avaliar o papel que as atividades de comunicação vêm desempenhando, ou que se pretende que desempenhem nestas instituições. Assim, importa antes de mais que todas as instituições usem os recursos que têm e que desenvolvam um bom planeamento e gestão dos recursos existentes. Portanto, o marketing e a comunicação de projetos e atividades de instituições sociais e culturais devem ser realizados com o fim de atribuir valor à sua causa, juntando metodologias de comunicação tradicionais e contemporâneas. Acredita-se que a comunicação permite aumentar a credibilidade da instituição e, assim, atrair públicos, parcerias, mecenas e gerar interesse pela comunicação social, ou seja criar uma imagem devidamente trabalhada e projetada.

2.2. Potencialidades dos serviços e conteúdos do Terceiro Setor na comunicação

Considerando a Fundação Cupertino de Miranda como modelo de instituição do Terceiro Setor, verificamos que através dos seus produtos e serviços, é possível comunicar com o público de forma assertiva. Todos os serviços são de acesso livre e gratuito e a única forma de lucro é o alcance de visibilidade, através do aumento do público e do mecenato.

Através dos seus conteúdos, nomeadamente de obras de arte (pintura, desenha, fotografia, entre outros) e dos seus documentos (cartas, postais, livros, cadernos manuscritos, recortes de imprensa, periódicos) é possível estabelecer vínculos comunicativos com a sociedade, assim contribuindo inclusive para a formação de públicos culturais. A organização de exposições e a disponibilização de documentos do seu acervo para acesso público são ações que visam desencadear a promoção e divulgação da instituição, sendo simultaneamente motor de interação entre a própria fundação e a sociedade.

É certo que a internet possibilitou a propagação de todas as instituições e as instituições do Terceiro Setor encontraram nela (internet) uma forma simples e barata de se darem a conhecer. A internet trouxe, assim, uma forma dinâmica e mais interativa de comunicar com os públicos e em tempo real, possibilitando a partilha e demonstrando o que podem oferecer à comunidade. Castells (2009, p. 88) chama a este processo de disseminação da informação na rede mundial de autocomunicação de massa. De acordo com o autor, a internet integra, na verdade, três formas de comunicação: interpessoal, de comunicação de massa e autocomunicação de massas.

Ao recorrer à internet para disponibilizar todas as possibilidades que se podem encontrar na instituição, nomeadamente serviços gratuitos de cariz social, educacional e cultural, sem quaisquer fins lucrativos, imagina-se que estas organizações conseguem cativar e sensibilizar público para as potencialidades que podem oferecer. Com esta oferta de serviços atraem-se públicos se, para tal, se souber efetivamente comunicá-los. Não basta “oferecer”, há que dar a conhecer.

Uma instituição do Terceiro Setor tem por defeito uma imagem positiva, pois desenvolve geralmente um trabalho social. Compreende-se que esta reputação pode

facilitar a divulgação da mensagem que pretende passar ao público. No entanto, encarar a comunicação de um ponto de vista estratégico pode ser útil para o alcance de resultados potencialmente mais eficazes ao nível do envolvimento dos cidadãos e, concomitantemente, de promoção cultural.

2.3. A imagem e marca da instituição como fator determinante no sucesso da comunicação – Terceiro Setor

[...]a imagem pertence ao público e que se traduz na representação mental de um conjunto de associações potencialmente indicadoras de comportamento (Vilar, 2006, p.42).

Comunicar é fundamental para a estratégia de qualquer instituição na obtenção de sucesso. É ainda mais importante quando não se tem nada para vender, mas sim se anseia o aumento do público que visita e apoia a instituição. Assim, é fundamental perceber quem é o nosso público e como o podemos captar, de forma a adaptarmos os nossos serviços/produtos, às suas necessidades. Através da comunicação as instituições conseguem criar vínculos/ligações com o público. Contudo, para que essa ligação seja eficaz é essencial dar o que as pessoas procuram, ou pelo menos tornar essencial e pertinente o que a instituição pode oferecer. Com uma comunicação eficaz é possível dar a conhecer as potencialidades da instituição, seja através dos seus serviços, seja através dos seus produtos.

Para alcançar o sucesso as instituições necessitam de ter o serviço/produto certo e acertar na forma como o comunicam. Ao comunicarmos estamos a projetar a imagem da instituição e é fundamental que essa imagem esteja já construída ou com as devidas bases para ser reconhecida. Importa, assim, antes de falar na comunicação da instituição verificar o papel da imagem da instituição e a forma como esta está representada.

Luís Reto (2006, p.9) afirmou que “não podemos viver em sociedade sem projectarmos e sem construirmos imagens” e tal como eles, outros autores defendem que as instituições têm valor e marca de acordo com a imagem que lhe atribuímos. Para a comunicação, marketing e publicidade o conceito de imagem é de extrema importância, uma vez que se acredita que uma imagem positiva aumenta a fidelidade do público e, conseqüentemente, uma maior probabilidade de escolha e fidelização.

A formação da imagem é o processo através do qual um conjunto de estímulos (experiências) é reconhecido (seleccionado), interpretado (é-lhe atribuído significado) e organizado (retido) na memória de acordo com determinadas categorias e estruturas. Sempre que exista motivo, as percepções, os conhecimentos e atitudes ligados a determinado objecto (e.g., uma marca) e acumulados em memória são recuperados para reconstruir a imagem que lhes está associada. Deste modo, na formação da imagem são centrais os processos perceptivos e cognitivos, o processamento de informação e a estrutura e processos operativos da memória (Vilar, 2006, pp. 47-48).

No presente trabalho o conceito de imagem da instituição é bastante relevante, uma vez que se pretende perceber como é que um profissional da comunicação auxilia um profissional da informação no desenvolvimento da imagem da instituição. No caso concreto da Fundação Cupertino de Miranda, empreendemos esta reflexão focada no centro de informação, com recurso ao acervo pessoal de Mário Cesariny (1923-2006), principal surrealista nacional, como se referirá adiante.

O desenvolvimento da imagem passa essencialmente pela importância que o consumidor/público tem na atribuição dessa imagem e nos comportamentos que esta gera. Distinguem-se três categorias de imagem, de acordo com Vilar (2006, p. 22), ou seja “de produto (product image), marca (brand image) e organização (company ou corporate image)”. A figura seguinte mostra as relações existentes e a reciprocidade entre “imagens”.

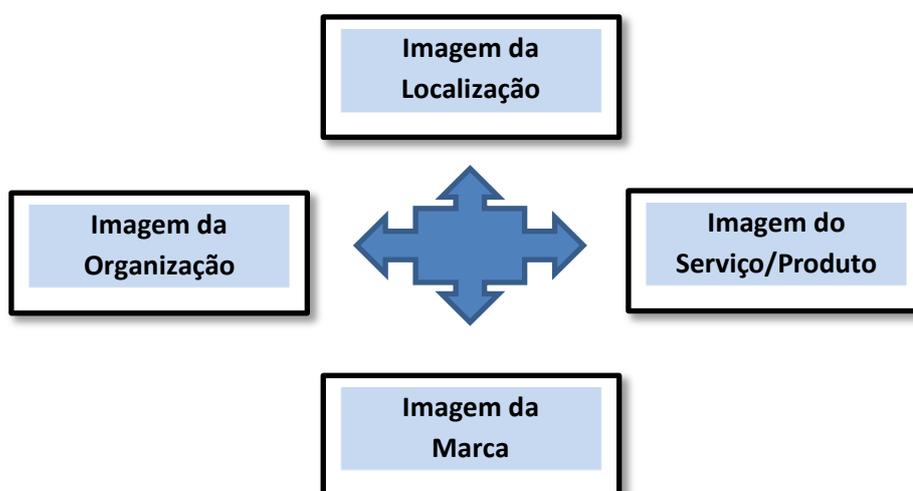


Figura 4 – Ligação da “Imagem”.

Fonte – Adaptado de Dowling (1994, p.145).

A imagem da instituição/organização é relevante no presente estudo diferenciando da imagem de marca que queremos associar ao surrealismo e aos acervos pessoais de artistas do referido movimento. Assim, analisando a imagem da instituição, a imagem de marca representa um nível mais restrito, associado a um serviço e/ou atividade dentro da organização. A imagem da instituição forma-se pela sua própria existência, dos seus serviços e/ou produtos ou através das ações de comunicação que se realizam. Depende de fatores externos, como o público, a imagem do setor e dos seus concorrentes, mas depende essencialmente do seu desempenho e do conjunto de características que delimitam a sua existência, formando a sua identidade.

Numa organização, a identidade consiste naquilo que é central (a sua essência), distinto (o que a diferencia das outras) e permanente (que exhibe uniformidade ao longo do tempo) [...]; sintetiza a forma como a organização se vê a si própria e como gostaria de ser vista no exterior, resulta da experiência acumulada desde a sua fundação – da sucessão dos seus sucessos e fracassos – e traduz-se no conjunto de traços que os seus membros utilizam para caracterizar a forma como encaram o trabalho que desenvolvem, os produtos que fabricam, os clientes e investidores que servem (Vilar, 2006, p. 78).

Subentende-se que a identidade da instituição é o que a torna única e capaz de ser reconhecida no meio de outras. Assim, a sua identidade é formada pelo seu nome, logótipo, cor, missão, entre outros fatores que a diferenciam das outras instituições, como demonstra a Figura 5.

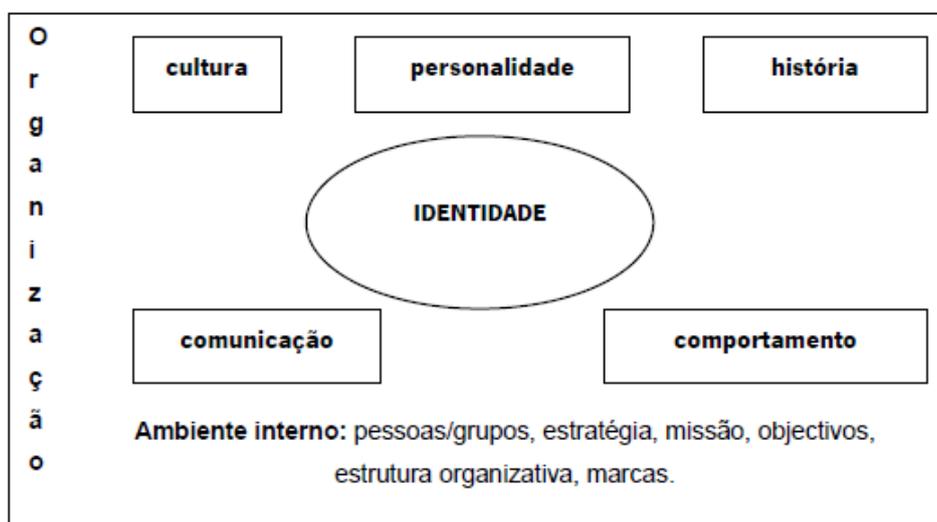


Figura 5 – Esquema representativo do processo de formação da identidade organizacional.

Fonte – Ruão, 2005.

A identidade da instituição, de acordo com a figura anterior, é portanto, formada pela sua cultura, história, personalidade (forma de se apresentar na sociedade) através da sua comunicação e comportamento.

Capítulo 3. O Profissional da Comunicação em parceria com o Profissional da Informação

3.1. Caracterização da Entidade de Acolhimento em Estágio

A Fundação Cupertino de Miranda está localizada em Vila Nova de Famalicão, mais concretamente na Praça D. Maria II (vulgarmente denominada Praceta Cupertino de Miranda). É uma instituição privada de solidariedade social, de utilidade pública e sem fins lucrativos, que se viu almejada em 1963 quando os seus fundadores, Arthur Cupertino de Miranda e Elzira Cupertino de Miranda, a constituíram por estatutos publicados a 2 de outubro de 1963, tendo sido inaugurada na década seguinte, a 8 de dezembro de 1972. O casal afetou à fundação bens pessoais, onde se incluía um conjunto de ações representativas de 5% do capital social do Banco Português do Atlântico, vislumbrando a criação de uma instituição de fomento cultural e de apoio a situações de carência económica.

3.2. Missão, Objetivos e Cultura Organizacional

A ideia principal para a criação da Fundação está fortalecida nas primeiras palavras de um autógrafo do fundador, reproduzido num painel de azulejo à entrada do Museu: “Templo de Arte, de Cultura e de Bondade, seja, na minha terra Natal: Louvor ao Trabalho, Honra ao Saber, Hino ao Amor, Testemunho do devotamento a este Povo.”⁸

Segundo o artigo 3º dos Estatutos de 15/7/64, a Fundação Cupertino de Miranda

⁸ Afirmação presente na entrada do Museu da Fundação Cupertino de Miranda, assinada pelo próprio Arthur Cupertino de Miranda.

é uma Instituição privada de solidariedade social que prossegue objectivos de natureza social e cultural, propondo-se manter para o efeito as seguintes actividades, sem intuito lucrativo:

- a) Através de uma creche ou jardim-de-infância;
- b) Apoio à família, a instituições de solidariedade social já existentes neste Concelho e a cidadãos carenciados através de subsídios pecuniários;
- c) Sala de Leitura (Biblioteca);
- d) Cursos, conferências, concertos, audições de música gravada, espectáculos (Auditório);
- e) Exposições (Museu).

De forma a permitir cumprir o objetivo dos fundadores, nomeadamente de cariz cultural e educacional, a fundação foi dotada inicialmente com um Museu, uma Biblioteca e um Auditório. No entanto, ao longo dos anos sentiu necessidade de se adaptar às exigências do seu público e, em 2004, criou uma livraria no rés-do-chão.

Esta instituição tem vindo a desenvolver várias atividades, apesar das dificuldades com que as fundações se têm confrontado nos últimos anos, tentando proporcionar conhecimento e enriquecimento a quem a procura. Desenvolve atividades culturais, assistenciais e educativas, procurando acompanhar as necessidades atuais, dos que usufruem de uma relação contígua com a Fundação, de forma próxima e inovadora.

A Fundação tem mais de 50 anos de existência e, ao longo dos tempos, tem vindo a destacar-se no desenvolvimento do estudo do surrealismo nacional, mas também internacional.

O museu conta com mais de 3.300 obras de arte, de mais de 130 artistas, tendo uma forte representação de Mário Cesariny e de Cruzeiro Seixas, dois surrealistas de relevo nacional. Desde 1972, o museu recebe variadíssimas exposições, tendo tido um período menos profícuo entre 1973 e 1994, com a ausência de exposições. Em 1994, revigorou e, desde então, mantém uma atividade contínua com mais de três exposições ao ano. Com o seu acervo permite, ainda, exposições noutras instituições.

A biblioteca da Fundação iniciou a sua atividade em 1971, com alicerces devidamente consolidados para a sua continuidade até aos dias de hoje. Atualmente, conta com cerca de 59.000 documentos (livros, cartas, fotografias, entre outros), divididos por oito salas. Tende a especializar-se em surrealismo, salientando-se os acervos pessoais de Mário

Cesariny e de Cruzeiro Seixas. Contudo, continuam-se a efetuar aquisições das mais diversas áreas do conhecimento, não descurando as necessidades dos seus utilizadores. Pensando nos utilizadores, foi apetrechada com computadores e internet sem fios, acompanhando, assim, a evolução dos tempos. Ao longo dos anos tem também vindo a acrescentar atividades ao seu plano anual, incluindo a produção de matérias de divulgação e de investigação (ex. catálogos).

Em 2009, criou um grupo musical intitulado “Cappella Musical Cupertino de Miranda” e desde então tem promovido mensalmente concertos em igrejas do Norte de Portugal e Galiza. Tem ainda promovido atividades mensais de divulgação da poesia portuguesa e de música clássica, no seu auditório.

Desde 2011, tem difundido a música polifónica portuguesa com a criação do Festival Internacional de Polifonia Portuguesa, que em 2015 realizou a sua 5ª edição. Em síntese, desenvolve atividades de cariz educativo e criativo, com público infanto-juvenil, mas também sénior.

São já mais de 50 anos de experiência e de evolução ao longo dos tempos. A Fundação foi-se adaptando às necessidades sentidas na população, redefinindo-se quer a nível de atividades, quer a nível de espaço. As atividades foram-se alterando, diversificando e crescendo; e os espaços têm acompanhado essa evolução.

O edifício destaca-se pela estrutura helicoidal da sua torre, com 10 pisos e 34m de altura, revestida por quatro painéis de azulejos da autoria do escultor Charters de Almeida.

3.3. Mercado e Posicionamento da FCM

A atividade da FCM centra-se principalmente nas áreas da cultura, educação e de apoio social, sempre numa perspetiva não lucrativa, como se verifica na sua missão e avaliado nos seus relatórios de atividades e contas. As suas iniciativas de apoio social consolidam-se através de apoio financeiro e destinam-se, fundamentalmente, a associações e instituições do concelho Vila Nova de Famalicão e cuja atividade está orientada para o apoio e/ou acompanhamento de crianças, jovens e seniores (adultos na designada terceira idade).

No apoio desenvolvido há a evidenciar o forte envolvimento no Projeto Homem – Programa Terapêutico de Reabilitação e Reinserção Social de Toxicodependentes –, uma vez que contribuiu para a construção da Comunidade Terapêutica em Braga e do Centro-Dia Acolhimento em Vila Nova de Famalicão; fomenta também o estudo na atribuição de prémios de mérito académico ao melhor aluno da Universidade Lusíada – Pólo de Vila Nova de Famalicão, aos dois melhores alunos da Faculdade de Filosofia da Universidade Católica de Braga e ao melhor aluno da Escola Superior de Estudos Industriais do Instituto Politécnico do Porto da Licenciatura de Ciências e Tecnologias da Documentação e Informação. Nesta área do apoio social e educacional, a FCM está fortemente envolvida com a comunidade em que se encontra inserida, tendo como território preferencial o concelho de Vila Nova de Famalicão, ainda que o seu raio de ação chegue a outros concelhos, nomeadamente do distrito de Braga. A atividade da FCM não se enquadrará, certamente, numa perspetiva concorrencial, mas talvez de complementaridade e de cooperação com outras instituições públicas e privadas na persecução de objetivos comuns de proporcionar o bem-estar social à comunidade.

Na área educativa desenvolve atividades de apoio direto com as escolas e jardins-de-infância envolventes, com um serviço educativo que proporciona aos alunos e /ou crianças atividades de aprendizagem cultural e de visitas orientadas a todos os espaços da FCM.

Na área cultural é de acesso totalmente livre e gratuito e é através do museu, da biblioteca, dos ciclos de música e poesia, dos concertos e demais eventos que a FCM cumpre a sua missão de promoção de cultura. Falamos, aqui, de um mercado de indústrias culturais e criativas, integrando artes tradicionais (artes visuais, de representação e património) e indústrias culturais (edição, cinema, música, televisão e rádio). Trata-se de um mercado dinâmico e competitivo, de acordo com o estudo apresentado pelo Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério da Cultura em 2009, que indicou este mercado como responsável por 2,8% da riqueza criada nesse ano em Portugal.

A aposta na conservação e divulgação do Surrealismo nas suas diversas expressões artísticas revela-se estimulante e com potencial distintivo. Nesse contexto, é de sublinhar a decisão de se ter constituído um Centro de Estudos do Surrealismo, sob a direção do Professor Catedrático Perfecto E. Cuadrado.

Em relação ao Centro de Estudos de Surrealismo, a FCM tem a concorrência de outros centros de estudos, mas continua a servir de referência às principais faculdades nacionais, Universidade do Porto, Universidade de Lisboa, Universidade de Coimbra, Universidade do Minho, Universidade de Aveiro, entre outras, acolhendo anualmente vários investigadores de Mestrados, Doutoramentos e Pós-Doutoramentos para recolha de informação só disponível na FCM, uma vez que esta possui os maiores núcleos, a nível nacional, de surrealismo, com acervos pessoais (biblioteca, arquivo e obra gráfica) dos grandes nomes do surrealismo nacional, Mário Cesariny e Cruzeiro Seixas.

Importa, também, referir que foi na FCM que iniciou o Centro de Estudos Camilianos, em 1986, onde se mantém um pólo, mesmo aquando a passagem para edifício próprio sediado em Seide, perto da casa de Camilo Castelo Branco.

3.4. Problemática

Apesar do potencial que a Fundação Cupertino de Miranda apresenta, demonstrado no ponto anterior, continua a ser considerada apenas uma “sombra” de outras instituições, que consideramos de menor relevância em termos de conteúdo, para potenciais interessados em arte e, mais precisamente, no Movimento Surrealista Nacional. É, de facto, um problema a falta de visibilidade que a instituição tem, tendo em conta a sua dimensão e antiguidade – mais de meio século anos de existência.

Verifica-se que este desconhecimento é tanto exterior à cidade onde está localizada, como mesmo dentro da própria cidade (Vila Nova de Famalicão). Recentemente foi aplicado um pequeno inquérito por questionário (Anexo 1) ao público local (250 inquiridos) e os resultados foram surpreendentes, pela negativa, uma vez que muitas das pessoas inquiridas (147), apesar de serem de Vila Nova de Famalicão, afirmaram desconhecer a FCM e os serviços prestados à comunidade por esta instituição. Há efetivamente um grande problema de comunicação com a comunidade envolvente, que pode estar relacionado com a insuficiente visibilidade dos primeiros anos de existência da Fundação, considerada inicialmente um espaço de elites pela população envolvente. No entanto, nos últimos 10 anos, o trabalho realizado com as escolas e infantários

envolventes tentam criar outra imagem que se espera no futuro ser mais positiva, com o público que vai construindo.

Tendo em conta esta fragilidade, o presente trabalho debruça-se sobre a comunicação desta instituição e sobre o modo como a sua imagem pode ser melhorada, nomeadamente através dos seus conteúdos documentais e artísticos – como por exemplo o Acervo Pessoal de Mário Cesariny, expoente máximo do Surrealismo Nacional, a que este relatório de estágio dedica especial atenção, na sequência do estágio realizado. Com efeito, reconhece-se que há atualmente, uma grande competitividade no setor cultural, aumentando a necessidade de as instituições se diferenciarem umas das outras, muitas vezes recorrendo às várias práticas de marketing, publicidade e comunicação estratégica.

Um exemplo disto é a Casa da Liberdade – Mário Cesariny (Lisboa) que “compete” com a FCM mostrando-se detentora de

um espólio artístico e documental legado pelo artista que lhe dá nome e uma coleção que começou a ser reunida nos anos 90, constituída por diferentes núcleos temáticos, dedicados a áreas artísticas distintas. É de um espaço multifacetado que tem por base o conceito aglutinador de liberdade de Mário Cesariny⁹.

Assim, qualquer investigador/ especialista ou mero curioso pode ser induzido em erro e achar que está lá, na Casa da Liberdade, grande parte do seu acervo. No entanto, a sua localização é uma mais-valia para esta instituição, sendo, por outro lado, a sua divulgação mais efetiva e mais assertiva do que a da Fundação Cupertino de Miranda. Por conseguinte, não obstante ter um pequeno núcleo documental, pode depreender que a Casa de Lisboa é o principal local com documentos e obras de arte de Mário Cesariny. Esta perceção está completamente errada, pois é na FCM que habita grande parte do acervo documental e artístico (por compra, doação e legado de Mário Cesariny). Com o acolhimento do estágio desenvolvido pretendeu a Fundação criar formas e ferramentas que evitem no futuro que outras instituições assumam o papel de detentoras do acervo de Mário Cesariny e que a partir dele alcancem visibilidade indevida e deturpada.

O estágio desenvolvido centrou-se no objetivo de demonstrar que ao profissional da informação convêm também competências do âmbito da comunicação. Com formação

⁹ Casa da Liberdade – Mário Cesariny. Acedido em <http://www.pervegaleria.eu/home/index.php/exposicoes-e-iniciativas.html>

de base em Ciência da Informação, a estagiária procurou assim desenvolver competências adquiridas no Mestrado em Ciências da Comunicação, para potencializar a visibilidade da instituição, usando os conteúdos do serviço de informação – Biblioteca.

Conhecendo particularmente bem a Fundação Cupertino de Miranda, onde desenvolve a sua atividade profissional como bibliotecária, a estagiária foi destacada por um período de três meses (de 3 agosto a 30 de outubro) para o desenvolvimento de ações de comunicação. Esta possibilidade resultou de um oportuno encontro de objetivos: por um lado, a necessidade sentida pela FCM de um maior investimento na área da comunicação – especialmente da fundação para o exterior; por outro, o entendimento de que este seria um contexto privilegiado de aprendizagem, dada a confluência de atividades de tratamento de informação (Ciência da Informação) e disseminação ao público (Ciências da Comunicação), nomeadamente tendo em conta que a FCM tem no seu acervo informação única e de interesse público.

No ponto seguinte apresentam-se as propostas desenhadas na FCM durante o estágio em apreço neste relatório. Não tendo tido a oportunidade de trabalhar junto de uma equipa especializada de profissionais da comunicação – como acontecerá frequentemente em estágios no quadro de agências ou gabinetes de comunicação – a estagiária centrou a sua atuação no estudo e planificação de atividades direcionadas para uma preocupação com o aumento do público conhecedor desta instituição. Ao projetar iniciativas que permitissem disseminar mais amplamente o património cultural da FCM, a estagiária teve também como princípio norteador o objetivo de criar visibilidade para a instituição e motivar o interesse de novos potenciais visitantes.

3.5. Conteúdos existentes e potencializadores da instituição

O planeamento de métodos e medidas de inovação na gestão e divulgação da informação assumiu-se como uma etapa fundamental para o sucesso das instituições.

A FCM pretende produzir métodos e medidas que acompanhem a evolução dos tempos e que alcancem o público envolvente, mas também potenciais interessados que desconhecem a sua existência. Contudo, tem limitações orçamentais, uma vez que é

uma instituição particular de solidariedade social, reconhecida de utilidade pública e sem quaisquer fins lucrativos, tendo objetivos de cariz cultural, educativo e social. Focando na sua vertente educativa e cultural, a atividade da FCM assenta, em parte, no apoio que a biblioteca presta à sociedade em geral, mas mais especificamente aos investigadores e interessados em surrealismo.

Em 2003, com a integração de parte do acervo pessoal de Mário Cesariny, figura central do surrealismo português, a FCM viu o seu acervo enriquecer com um conjunto de informação inédita, reforçada em 2006 aquando a morte do artista, que legou todo o recheio da sua casa à FCM, onde se inclui documentação, obras de arte, objetos e mobiliário. Reforçando o núcleo de surrealismo na Fundação Cupertino de Miranda, também em 2006 adquiriu, por compra e oferta, a Cruzeiro Seixas parte do seu acervo pessoal.

A FCM, à semelhança de outras instituições culturais nacionais, procura enriquecer o seu património com os acervos pessoais de personalidades com interesse histórico ou de valor patrimonial nacional. Esta iniciativa tem como objetivo, não só servir a atual sociedade mas, sobretudo, preservar e conservar a informação para as gerações futuras de forma a garantir “o legado cultural e patrimonial da Humanidade”(Dias *et al.*, 2009).

É sabido que as instituições que oferecem serviços públicos de carácter cultural, científico e/ou educativo, sem fins lucrativos, nomeadamente bibliotecas, arquivos e museus detêm privilégios especiais nos direitos de autor, pois podem reproduzir as obras sem prejudicarem esses direitos, desde que represente uma forma de conservar, preservar e divulgar a informação (Oliveira, 2011, p. 3).

Borges et al. (2009, p.14), baseada em Dreier (2001) menciona também que

Os privilégios são determinados prerrogativas que as Bibliotecas estão autorizadas a praticar, sempre tendo em consideração as suas finalidades de conservação, de preservação e de divulgação da informação. [...] Consistem essencialmente, na possibilidade de reprodução de obras protegidas pelo direito de Autor, de comunicação pública, de distribuição e de colocação à disposição dos utilizadores, por parte de Bibliotecas ou outras instituições similares. Estas instituições caracterizam-se por serem instituições públicas, sem fins lucrativos e por prestarem serviços à comunidade. Guardam, tornam acessível e preservam o património documental.

A reprodução em formato digital dos documentos é uma mais-valia para a instituição, pois facilita o acesso à informação e evita a degradação dos documentos de carácter

único, que muitas vezes por deficiente manuseio se destroem. O formato digital surgiu como uma das melhores alternativas para garantir o acesso e divulgação da informação dos documentos, dada a facilidade com que o documento pode ser representado neste formato e devido aos meios de difusão disponíveis estarem cada vez mais popularizados, sendo a WWW o mais usado. Com base nestes pressupostos pensou-se, neste estágio, usar de alguma forma o acervo de Mário Cesariny, ou parte dos seus conteúdos para dar visibilidade à instituição. Seja com a proposta de algum documento inovador e que gere curiosidade na comunidade, ou seja aplicar aqui conhecimentos adquiridos ao longo do Mestrado em Ciências da Comunicação.

Importa, antes de mais conhecer a tipologia documental e artística existente no acervo mencionado, assim como o seu produtor.

3.5.1. Mário Cesariny e o seu legado

Mário Cesariny de Vasconcelos, nasceu em Lisboa a 09 agosto de 1923. Representou o surrealismo português por excelência, foi poeta, tradutor e pintor deste movimento. Apresentou de forma exemplar o surrealismo, como expressão artística e literária e, sobretudo, como uma forma revolucionária de ver, entender e viver a vida. cedo iniciou a vida literária e artística.



Figura 6 – Mário Cesariny.

Frequentou a Escola de Artes Decorativas António Arroio, de 1936 a 1943. A partir de 1942 produziu as primeiras pinturas, desenhos e poemas.

Mário Cesariny, detentor de uma das obras literárias mais ricas e carregadas de complexidade do nosso tempo, publicou, entre outros, em 1950, o *Corpo Visível* e, em 1952, *Discurso Sobre a Reabilitação do Real Quotidiano*, refletindo já o seu gosto pela ironia da realidade urbana. A sua obra poética é uma das

Fonte – Fotografia de Fernando Lemos, da FCM..

mais ricas e complexas aportações à história da poesia portuguesa contemporânea. Nas artes plásticas teve um papel importante, introduzindo novas técnicas e atitudes artísticas. Faleceu a 26 de novembro de 2006.¹⁰

O acervo de Mário Cesariny de Vasconcelos (1923-2006) foi adquirido por compra e doação, em novembro de 2003. Deste acervo fazem parte documentos únicos, livros, obras de arte e objetos. Mário Cesariny é considerado um dos maiores vultos do movimento surrealista português (Biografia completa Anexo 2) e o seu acervo constitui uma importante parte do património da Fundação Cupertino de Miranda.

No final de 2006, nova incorporação foi efetivada. Num gesto que se pode reconhecer de grande generosidade, Mário Cesariny legou à Fundação Cupertino de Miranda grande parte dos seus bens – todo o recheio da sua casa na Caparica. A Fundação viu assim enriquecido o seu acervo com uma nova parte da biblioteca, arquivo e obras de arte do Mestre Mário Cesariny. Em 2010 a Fundação comprou, em leilão, mais um conjunto de documentos importantes de Mário Cesariny, nomeadamente um livro intervencionado por este e um conjunto de correspondência internacional.

O acervo é, assim, composto por milhares de documentos, cerca de 4000 fotografias, mais de 4500 monografias e publicações periódicas, obras de arte e centenas de outros documentos, nomeadamente cartas, postais, convites, cartazes, cadernos, folhetos, manuscritos em folhas soltas, negativos, microfilmes, documentação administrativa pessoal e folhas soltas.

Refletindo sobre o valor do que encontramos neste acervo, verifica-se que a Fundação Cupertino de Miranda tem muita informação única passível de ser usada para a criação de novos documentos, relacionada com o surrealismo português, mas também internacional. Se um acesso livre e sem limites ao conhecimento, ao pensamento, à cultura e à informação é fundamental para a evolução do pensamento humano, também a forma como comunicamos essas possibilidades influencia o que é assimilado e o que não desperta a nossa atenção.

A incorporação do acervo de Mário Cesariny estimulou a Fundação Cupertino de Miranda na procura de uma forma de divulgação, que permita a difusão de informação

¹⁰ Por Marlene Oliveira, revisto pelo Professor Doutor Perfecto Cuadrado, para o projeto Escritores a Norte e disponível em <http://www.escritoresanorte.pt/escritores.aspx?id=10>

ligada à sua obra, particularmente através de individualidades que, de uma forma direta ou indireta, foram importantes para o legado de Mário Cesariny.

Em 2010 foi realizada uma investigação que tinha como objetivo fazer ligações de personalidades conhecidas no mundo da literatura e das artes e que estavam relacionadas com Mário Cesariny. Dessa investigação resultaram cerca de 100 nomes que influenciaram de certa forma a vida e obra deste artista, quer com relações pessoais, quer com relações profissionais. Esses nomes foram organizados em páginas que representam níveis de proximidade ou influência, em que as primeiras páginas revelam os níveis mais baixos, logo de maior grau de proximidade/influência a Mário Cesariny.

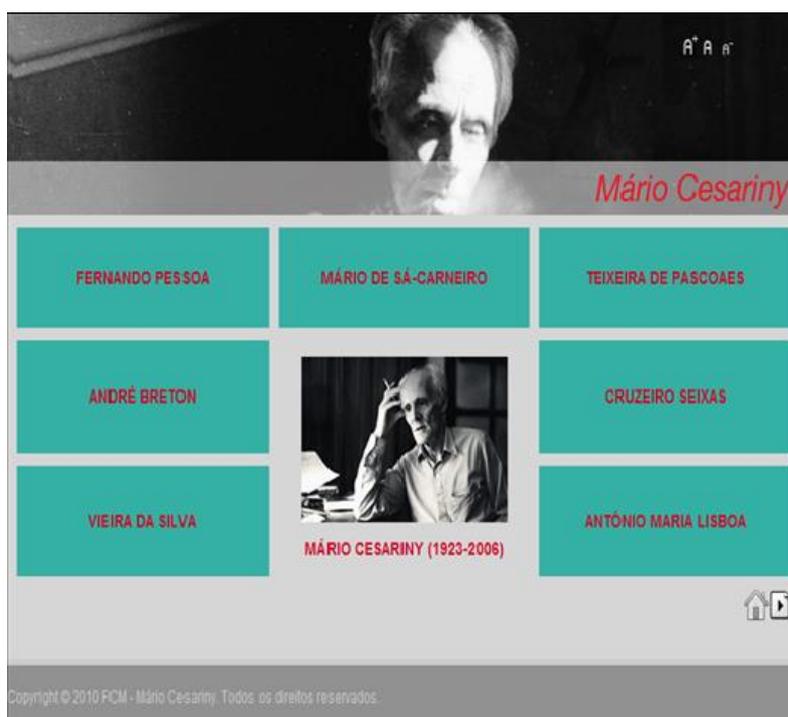


Figura 7 – Nível 1, nomes mais influentes do Universo Mário Cesariny.

Fonte – Disponível num computador na FCM.

Desta investigação resultou um programa digital que reúne Mário Cesariny com as páginas: Biografia; Bibliografia; Exposições, Obras de arte (divididas por técnicas); Fotografia; e Correspondência.



Figura 8 – Espaço Digital Mário Cesariny.

Fonte – Disponível num computador na FCM.

Este espaço permite aos investigadores conhecerem o acervo de Mário Cesariny, reunindo diversa informação num espaço digital. Contudo, e apesar de considerarmos um trabalho interessante, que facilita tanto a ação do investigador como a do profissional que fornece informação, esta plataforma é ainda limitada, uma vez que se encontra disponível apenas internamente, ou seja, no espaço da Biblioteca da FCM, num computador, não sendo portanto acessível publicamente.

3.5.2. Reflexões e iniciativas realizadas no último ano – 2014-2015

Como se tem vindo a sugerir, para além de dar conta do estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, este relatório constitui-se também no propósito de analisar formas de proporcionar uma maior visibilidade à FCM instituição. Assim, pretende-se que a experiência obtida naquele programa de pós-graduação, pela estagiária, seja, no limite, também uma mais-valia para a instituição, de forma a poder proporcionar uma maior visibilidade e formação/ criação de novos públicos.

Segundo a UNESCO, o termo biblioteca consiste numa coleção organizada de livros, revistas ou de outro qualquer tipo de material (gráfico e de audiovisual) bem como serviços que, através do seu pessoal, promovem e facilitam o uso de tais materiais de forma a suprir as necessidades informacionais, de investigação, educação, culturais e de lazer dos utilizadores. Para a ALA (American Library Association), a biblioteca é definida como uma coleção de material de informação organizado para que a ela possam aceder grupos de utilizadores, com pessoal encarregue dos serviços e programas relacionados com as necessidades do seu público.

Assim, de acordo com estes pressupostos, e como já se referiu anteriormente, para que haja público é necessário que se conheça o que esta instituição tem e o que é que a sua biblioteca pode oferecer à comunidade.

A procura de mais utilizadores e conhecedores do seu espaço torna-se o objetivo principal das organizações e um profissional da comunicação, seja de relações públicas, marketing, jornalismo, entre outros, pode dar um contributo essencial neste sentido. Todas as organizações necessitam de comunicar para se afirmarem num espaço (local), serviço (atividade) ou produto (o que tem), tendo em vista a obtenção de um público. Qualquer organização, seja ela de cariz lucrativo ou não lucrativo, deve considerar as necessidades dos utilizadores/público e estar sensibilizada para a importância de ter utilizadores/público, respondendo de forma positiva para a angariação e fidelização destes.

Neste trabalho, consideramos que a biblioteca e o acervo de Mário Cesariny são bons veículos para dar mais visibilidade à instituição, permitindo que mais público conheça a FCM. As bibliotecas deixaram há muito de ser apenas um espaço de depósito de livros e guardadoras de memória, apenas para preservação da memória. Toda a essência da biblioteca proporciona um conjunto de experiências comunicativas únicas, com base nos seus documentos e materiais guardados, ou seja “As bibliotecas, tal como as outras organizações, possuem um mercado e entram em constante relação com ele, pois todas as pessoas, mesmo as que não frequentam normalmente a biblioteca, precisam e utilizam informação” (Pinto, 2007, p. 57).

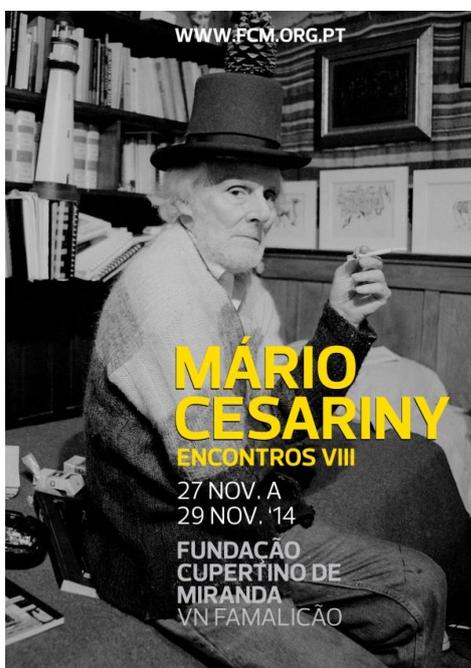
Encontramos na biblioteca uma boa fonte de recursos informativos, com experiências únicas comunicativas. Assim, através dos documentos que encontramos na biblioteca e, nomeadamente, no acervo de Mário Cesariny, conseguimos criar formas de

comunicação atrativas e ímpares, apresentando documentos nunca visualizados, com informação que pode ser transformada e adaptada de forma a angariar novos interesses e interessados na sua vida e obra.

Durante o período de estágio, a estagiária pôde desenvolver algumas atividades que se acredita serem essenciais para um caminho a traçar no reconhecimento da FCM, como instituição de referência no mundo das artes, literatura, com especial ênfase para o surrealismo.

Apresentamos, de seguida, as atividades sugeridas e planificadas durante o estágio. Algumas tiveram a sua concretização no período desta experiência curricular; outras, porém, têm um horizonte temporal mais largo, não tendo ainda sido realizadas.

3.5.2.1. VIII Encontros Mário Cesariny, 27 e 29 de novembro de 2014



Desde a morte de Mário Cesariny (26 de novembro de 2006) que a FCM tem realizado anualmente um encontro com o nome do surrealista. Assim, na continuidade do que se realizou nos anos anteriores e com o intuito de lembrar um dos grandes nomes da cultura nacional, a Fundação Cupertino de Miranda realizou entre os dias 27 e 29 de novembro de 2014 o VIII Encontro Mário Cesariny, com atividades totalmente relacionadas com o poeta e artista, conforme se o pode observar no seguinte programa:

Figura 9 – Convite VIII Encontros.

Programa dos VIII Encontros Mário Cesariny

Quinta-feira | 27 novembro

21h45

Luz teimosa – Um filme de Luís Alves de Matos (Portugal, 2010, 75 min). Sessão no Pequeno Auditório da Casa das Artes de Famalicão. Informações Cineclub de Joane.

Sexta-feira | 28 novembro

14h00-18h00 **Poesia na Rua** – Oficina locomovente da poesia. Coordenação de Isaque Ferreira, com João Rios e Rui Spranger.

21h30

Quotidiano (peça de teatro)
De Neusa Figueiro e Rui Alves Leitão, Fértil – Associação Cultural Auditório.

Sábado | 29 novembro

11h00-13h00 **Poesia na Praça** – Oficina locomovente da poesia. Coordenação de Isaque Ferreira, com João Rios e Rui Spranger.

16h00 Lançamentos

Caderno 13 – A palavra que detona
do Centro de Estudos do Surrealismo, por António Gonçalves.
Cesariny – em casas como aquela
por Duarte Belo e João Pinharanda.
Correspondência de Cruzeiro Seixas para Mário Cesariny
por Perfecto E. Cuadrado
Pequeno auditório.

17h30 Concerto

Cesariny Iluminações Rimbaud
Ibu Galissá e António Poppe
Auditório.

18h15 Cocktail.

Com este encontro pretende-se, anualmente, dar a conhecer parte do acervo de Mário Cesariny, revelando a sua última morada – a biblioteca e museu da FCM. Este encontro serve, ainda, para apresentar algumas edições que se vão realizando em torno da vida e da obra de Mário Cesariny. É sempre editado um caderno, que faz parte da coleção do Centro de Estudos de Surrealismo, da autoria de especialistas da obra de Mário Cesariny e com documentação inédita, retirada do seu acervo.

Neste último encontro foi apresentado um livro de fotografias da casa de Mário Cesariny, de Duarte Belo, intitulado *Cesariny – em casas como aquela*, que retrata o artista e todo o ambiente da sua casa, rodeada de livros, objetos, obras de arte e toda a acumulação de uma vida. O que é observado nas fotografias, na casa de Mário Cesariny encontra-se, em grande parte na FCM.

3.5.2.2. Escritores a Norte

A FCM participou, durante 2014 e 2015, no projeto “Escritores a Norte: vidas com obra em casas d’escritas”, coordenado pela Direção Regional de Cultura Norte e do qual fazem parte nove espaços/casas de Escritores a Norte, perfazendo um total de 12 escritores. Mesmo não sendo um escritor do norte, Mário Cesariny foi incluído neste projeto, dado que a sua obra veio a residir no norte, onde está a morada da memória do escritor e artista.

O principal propósito deste projeto é divulgar e preservar a memória do património literário e cultural da região norte. Pretende-se aproximar os públicos com os escritores, sugerindo espaços de memória, com visitas físicas e/ou virtuais. Para tal, foram criados um conjunto de materiais promocionais, em diversos suportes, procurando alcançar diversos públicos, de forma a sedimentar o conhecimento destes autores de renome nacional.

Fizeram parte deste projeto para além da Direção Regional da Cultura do Norte as instituições e casas museu: Fundação Cupertino de Miranda, detentora do acervo pessoal de Mário Cesariny, de Vila Nova de Famalicão; Casa de Camilo Castelo Branco, tutelada pelo Município de Vila Nova de Famalicão, em São Miguel de Seide; Casa das Quintans, residência dos escritores Domingos Monteiro, Pina de Moraes, Graça Pina de Moraes e Lisa Pina de Moraes, em Mesão Frio; Casa Museu Ferreira de Castro, tutelada pelo Município de Oliveira de Azeméis, em Ossela; Casa Museu Guerra Junqueiro, propriedade da Câmara Municipal do Porto e da Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro e de Luís Mesquita Carvalho, no Porto; Casa de José Régio, tutelada pelo Município de Vila do Conde, em Vila do Conde, Fundação Aquilino Ribeiro, com a Casa de Aquilino, em Soutosa; Fundação Eça de Queiroz, com a Casa de Tormes; e a Casa de Miguel Torga, sobre a tutela da Direção Geral de Cultura Norte e Espaço Miguel Torga, do Município de Sabrosa, em São Martinho de Anta (Ponte, 2015).

Para registo material deste projeto criou-se um portal (<http://www.escritoresanorte.pt/>), disponível em quatro línguas (português, francês, inglês e espanhol) e uma edição homónima de um livro, também reproduzido nas quatro línguas. Foram ainda realizados um conjunto de documentários, sob orientação do jornalista Mário Augusto, com

testemunhos sobre os escritores e com imagens dos espaços abrangidos pelo projeto, a serem apresentados na RTP, ainda durante o ano de 2015.

O projeto foi apresentado publicamente, pelo Diretor Regional da Cultura do Norte, António Ponte, o Secretário de Estado da Cultura, Jorge Barreto Xavier e o autor do livro, Secundino Cunha. Houve divulgação pelos jornais regionais e nacionais. Para além dos documentários, este projeto inclui também a realização de iniciativas pelas escolas dos locais envolventes às casas/instituições participantes.

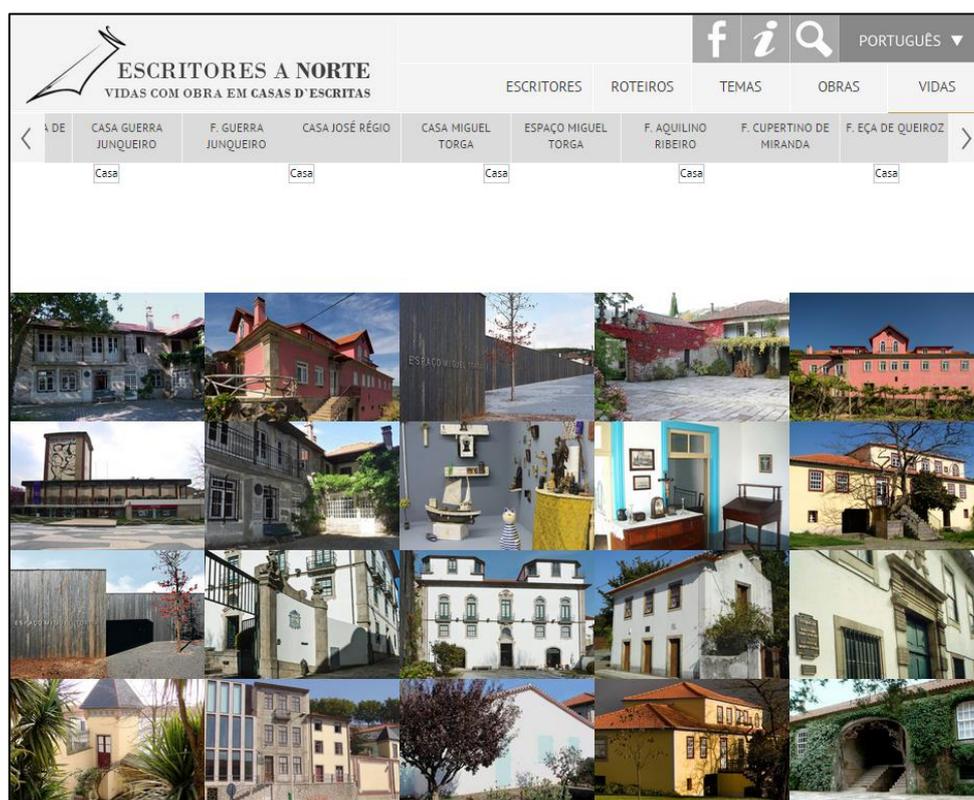


Figura 10 – Portal Escritores a Norte¹¹

A estagiária acompanhou este projeto, fornecendo material para o espaço digital destinado a Mário Cesariny, com informação deste escritor, biografia, bibliografia e imagens, e da própria Fundação Cupertino de Miranda. Também continuou com a responsabilidade de “alimentar” o projeto, completando informação.

Juntamente com o Diretor Artístico da FCM, selecionou as personalidades que foram entrevistadas e falaram sobre Mário Cesariny o Homem, o Escritor e o Artista.

¹¹ Portal: <http://www.escritoresanorte.pt>



Figura 11 – Capa do Livro Escritores a Norte, de Secundino Cunha.

O livro editado teve como autor o jornalista Secundino Cunha, que após visitar os espaços e entender as obras e vidas dos escritores criou um texto atrativo, que pretende suscitar curiosidade e levar o público às instituições/casas dos escritores.

Excerto do texto sobre Mário Cesariny (texto completo no Anexo 3):

“São algumas destas fotografias que nos dão as boas-vindas ao Museu do Surrealismo da Fundação Cupertino de Miranda, em Vila Nova de Famalicão, onde repousa a memória do



mestre: objetos pessoais, pintura e manuscritos. As imagens de Duarte Belo mostram o fulgor caótico do espaço do artista, da casa do pintor e do poeta que escrevia no café e na rua. Ao lado, encontra-se uma espécie de montra de alguns dos objetos que decoravam o já referido “castelo surrealista”.

“De nós ficam os filhos, se fazes filhos, ficam livros e pinturas, se pintas ou escreves... Não é grande consolação. Porque se houvesse eternidade, era uma coisa, mas não há”, disse dois anos antes da partida para o lugar onde se encontram a alma e o mundo. Hoje, reside na Fundação Cupertino de Miranda, em Vila Nova de Famalicão. “ (Cunha, 2015, p.53-56).

Figura 12 – Mário Cesariny em sua casa.

3.6. Propostas apresentadas à instituição – da perspectiva do profissional da informação para profissional da comunicação

A estagiária tem como formação base uma licenciatura e um mestrado em Ciência da Informação. Trabalhou sempre na FCM gerindo a informação que a biblioteca contém e adquirindo novos documentos de acordo com as necessidades dos seus utilizadores.

Todo o tratamento documental tem como objetivo a difusão e recuperação da informação e, neste sentido, sempre foi uma preocupação que a informação que a biblioteca contém fosse do conhecimento público e não ficasse cingido a uma prateleira ou gaveta.

A estagiária sentiu necessidade de procurar uma formação que complementasse a sua formação inicial e que lhe fornecesse ferramentas e conhecimentos que permitissem alargar horizontes e transpor a barreira física do edifício da FCM, mostrando ao “mundo” o que podem encontrar na FCM e, mais especificamente, na biblioteca. No entanto, também pensou que com o reconhecimento da biblioteca e do seu acervo toda a instituição alcança visibilidade. Podemos assumir que a biblioteca contém um acervo muito significativo ligado ao surrealismo, que para além do acervo de Mário Cesariny, objeto de estudo deste trabalho, contém uma parte importante do acervo de Cruzeiro Seixas¹² (milhares de documentos e obras de arte) e parte da biblioteca de Ernesto Sampaio¹³ (centenas de documentos).

Usando o acervo de Mário Cesariny como principal foco de estudo do nosso trabalho, verificamos que este contém um conjunto de possibilidades de comunicação da vida e obra do seu produtor, com especial ênfase para o movimento surrealista. No entanto, apesar de a fundação ser detentora deste importante acervo, de interesse para investigadores e especialistas do movimento surrealista e da arte em geral, verifica-se que ainda há um grande desconhecimento público sobre a sua localização, ou até

¹² Cruzeiro Seixas nasceu a 3 de dezembro de 1920, na Amadora. Frequentou a Escola de Artes Decorativas António Arroio, entre 1935 e 1941, participando também dos encontros no Café Hermínius. Tal como os restantes surrealistas sentiu-se atraído pelo Neo-realismo (1945-1946), mas as inquietações plásticas e os desejos de libertação estéticos e ideológicos conduziram-no para o Surrealismo.

¹³ Ernesto Sampaio (Lisboa, 10 de Dezembro de 1935 - Lisboa, 5 de Dezembro de 2001), de personalidade discreta, e talvez por isso não muito conhecido pelo público, Ernesto Sampaio foi uma figura incontornável da cultura portuguesa da segunda metade do século XX. Desenvolveu diversas atividades - poeta, ensaísta, tradutor, jornalista, professor e bibliotecário – destacando-se o seu contributo para o Surrealismo português, sendo um dos seus principais teóricos nos anos 50 e 60.

mesmo a sua existência. Assim, pareceu-nos pertinente a criação de um conjunto de materiais e ferramentas que permitam dar a conhecer este acervo e, de forma indireta, a Fundação Cupertino de Miranda. Mais do que tornar os acervos acessíveis para pesquisa é fundamental que se saiba que existem, onde existem e o que se pode encontrar neles.

Com base no conhecimento que a estagiária tem do acervo, nomeadamente do seu volume e conteúdo, e com o conhecimento obtido no presente mestrado de comunicação julga-se que é possível traçar um conjunto de medidas que permitam divulgar a biblioteca, mas sobretudo a FCM, os seus serviços, os seus conteúdos e, conseqüentemente, formar e angariar novos públicos.

No ponto anterior (3.5.2) apresentaram-se algumas atividades desenvolvidas no sentido de divulgar o artista e escritor Mário Cesariny, que, estando diretamente ligadas com a FCM, divulga a própria FCM. Pareceu-nos que a junção de Mário Cesariny e da FCM a outros escritores e instituições, no projeto *Escritores a Norte* foi uma iniciativa exemplar, uma vez que quem aceder aos materiais produzidos nesse projeto, mesmo que tenha intenção de conhecer outra instituição ou escritor, acaba por se cruzar com informação dos restantes escritores.

Posteriormente, apresentam-se um conjunto de iniciativas que foram pensadas para dar visibilidade ao acervo de Mário Cesariny e, conseqüentemente, à instituição que o acolhe – FCM, mas que ainda não foi possível implementar, mas existindo a garantia que algumas serão aplicadas a curto prazo.

Proposta 1: Publicação e Divulgação - O Universo Mário Cesariny



Figura 13 – Cabeçalho do Portal – Universo Mário Cesariny.

O projeto Universo Mário Cesariny, apresentado no ponto 3.5.1. Mário Cesariny e o seu legado, está disponível apenas num computador presente na biblioteca, ou seja, a sua pesquisa só se pode realizar localmente. Assim, a primeira medida proposta pela

estagiária é a divulgação na internet do trabalho realizado em 2010, pois permite conhecer grande parte da obra, suscitando curiosidade pelas relações que se podem encontrar no seu acervo.

Aqui, os conhecimentos do profissional da comunicação são essenciais pois para este projeto ser identificado e reconhecido pelo público, assim é essencial fazer uma boa comunicação sobre o mesmo. A apresentação pública do mesmo é essencial, passando talvez por convidar alguns jornalistas relacionados com a rubrica da cultura, para uma conferência de imprensa com a apresentação integral do projeto. Assim, uma boa exposição do projeto, realçando a importância para os potenciais interessados poderá ser a fonte para uma boa informação, que permita gerar curiosidade de visitar o portal e posteriormente de visitar o espaço físico da fundação, onde está a proveniência de todo o projeto.

Os passos essenciais para a divulgação implicarão:

Definir:

- Local de apresentação: Pequeno auditório da FCM;
- Tipo de Apresentação: Expositiva e dinâmica, a partir do portal;
- Pessoas envolvidas: Quem investigou e selecionou, Quem implementou, Quem avaliou a pertinência da informação;

Convidar:

- Jornalistas regionais e nacionais – área da cultura;
- Críticos de arte;
- Editores;
- Professores e responsáveis de departamentos ligados à literatura, arte e cultura das Universidades e Institutos Superiores.

Fornecer:

- Informação sobre a Fundação Cupertino de Miranda;
- Informação sobre o Acervo Mário Cesariny;

- Informação sobre Mário Cesariny.
- Manual de utilização do Portal;
- Contactos.

Proposta 2: Catálogo online de Mário Cesariny

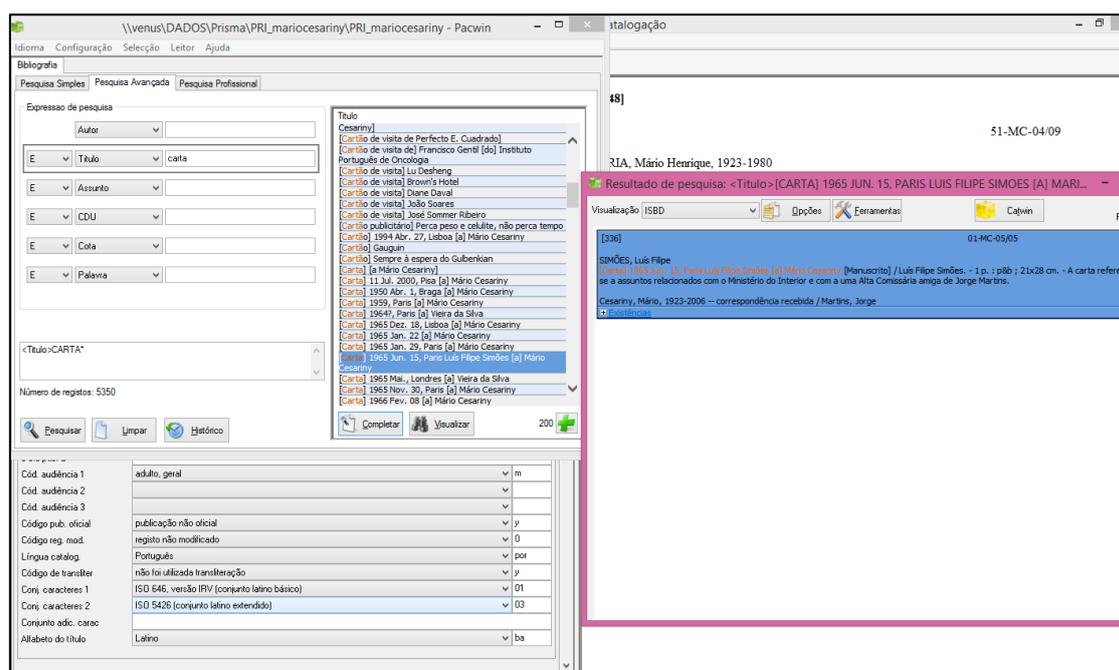


Figura 14 – Módulo de pesquisa do Porbase5.

Grande parte das bibliotecas possui o seu catálogo disponível na internet, marcando uma mudança da atividade do profissional da informação com o advento das novas tecnologias, permitindo inovar e recuperar informação de uma forma mais rápida e cómoda. Passamos assim dos registos manuais (fichas manuscritas ou datilografadas) para registos eletrónicos disponíveis localmente e destes para registos acessíveis *online* em qualquer computador com acesso à internet.

Neste sentido, propõe-se que a Biblioteca da FCM tenha disponível *online* o seu catálogo, que neste momento apenas pode ser consultado localmente. Como possui o Sistema de Gestão Integrado PORBASE5, com os módulos de catalogação e de pesquisa local, Catwin e Pacwin respetivamente, poderá comprar o módulo de pesquisa

na WEB – PacWeb – e facilmente disponibilizar as referências de todos os documentos que possui, desde o Acervo de Mário Cesariny, a todos os outros documentos que integram a biblioteca. Com isto, acredita-se ser possível atrair novos investigadores, mostrando o que podem encontrar na FCM.

A pesquisa pode ser feita por autor, título, assunto, ano e local de edição, editor, ISBN, ISSN, entre outros dados relevantes dos documentos. Esta base não permite o acesso integral ao documento, mas apenas à referência bibliográfica.

A integração desta base, dentro do projeto anterior Universo Mário Cesariny é uma possibilidade, pois poderá ser criada uma página onde é apresentada a caixa de pesquisa desta base. Torna o projeto anterior mais completo e a mais interessante para os investigadores, que passam a ter acesso a documentos digitais (reproduções dos originais) e referências da totalidade do acervo que podem consultar na FCM.

- Biografias;
- Bibliografia;
- Fotografias;
- Obras de arte;
- Correspondência.

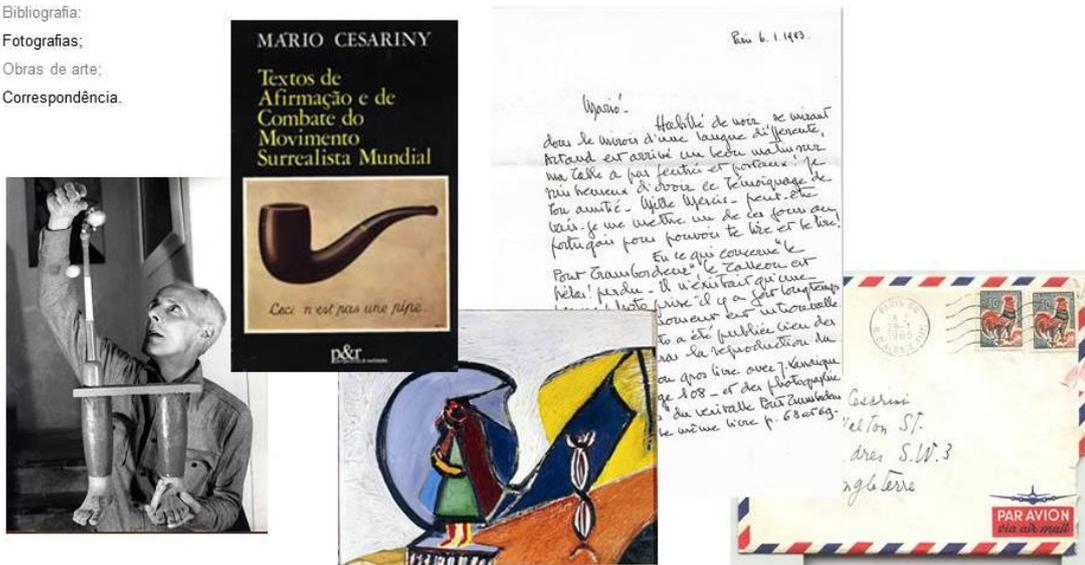


Figura 15 – Documentos do acervo de Mário Cesariny.

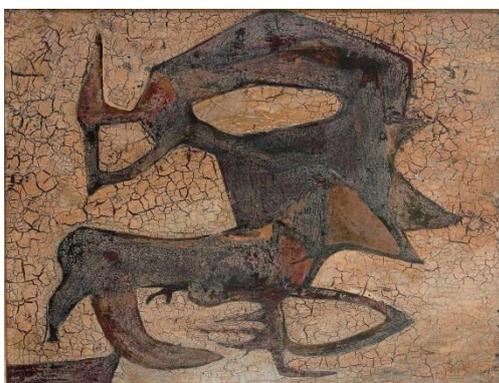
A proposta 1 e a proposta 2 podem funcionar em separado, mas juntas ganham outra força e fornecem mais informação aos potenciais utilizadores. Na primeira o público tem acesso apenas a alguns documentos digitalizados/fotografados e na segunda proposta têm acesso a todos os registos que compõem o acervo de Mário Cesariny, mas também a todos os outros contidos na biblioteca.

Proposta 3: Se Mário Cesariny tivesse Facebook o que partilharia



Figura 16 – Facebook Mário Cesariny.

A estagiária propôs a criação de uma página dedicada a Mário Cesariny, atualizada com informação contida no seu acervo. Para as publicações na página devemos retirar dos livros, cadernos, cartas, entre outros, frases, principalmente manuscritas, com pensamentos, reflexões e até mesmo críticas sobre assuntos diversos, mas também sobre pessoas e trabalhos ou movimentos artísticos. A partilha das imagens das suas obras de arte e dos seus livros também são uma forma de enriquecer a página e cativar seguidores. A partilha das obras de arte deverá ser acompanhada com a ficha técnica, como no seguinte exemplo:



Mário Cesariny

Sem título, 1956

Farinha, têmpera e verniz sobre madeira

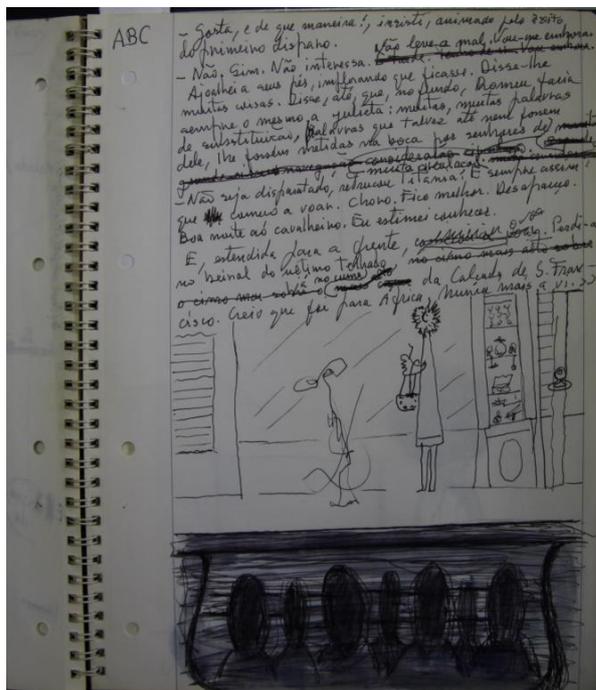
49 x 64 cm

Coleção Fundação Cupertino de Miranda

Figura 17 – Obra Sem título, de Mário Cesariny.

As imagens deverão conter uma marca de água com o logótipo da FCM, reforçando quem é o detentor da obra, de forma a divulgar a FCM.

No caso dos livros poderão ser publicadas as capas dos livros e algumas páginas intervencionadas. Os documentos manuscritos podem também ser publicados e referenciados da seguinte forma:



Caderno manuscrito, de Mário Cesariny, intitulado *O Virgem Negra*. Provavelmente o caderno com a base do livro com o mesmo título.

Localização: Biblioteca da Fundação Cupertino de Miranda, Vila Nova de Famalicão

Podem também ser partilhadas fotografias de Mário Cesariny sozinho ou com personalidades ligadas por razões pessoais (ex.: família, amigos) ou por razões profissionais.

Figura 18 – Caderno manuscrito de Mário Cesariny.



Mário Cesariny, no Marão, acompanhado pela sua irmã Henriette.

Localização: Biblioteca da Fundação Cupertino de Miranda, Vila Nova de Famalicão

Figura 19 – Fotografia Mário Cesariny e sua irmã, no Marão.

Podem ser divulgadas todas as atividades relacionadas com o artista, desde exposições, encontros ou edições/publicações. Relativamente à publicação de textos é importante referir, que os direitos de autor de Mário Cesariny pertencem ao editor Manuel Rosa, da Sistema Solar, por isso terá de ser verificada e pedida a autorização para divulgação de textos. As imagens das obras de arte são da responsabilidade da FCM.

É importante para este projeto ter sucesso que as publicações sejam realizadas de forma assídua, uma vez que as redes sociais são usadas diariamente como forma de entretenimento, mas também como forma de se manterem informados sobre determinado assunto mais do cunho profissional.

Recomendações gerais para publicação no facebook:

Linguagem:

- É importante estabelecer uma linguagem padrão, tendo em conta os públicos para os quais se fala.
- Cuidado na coerência e correção ortográfica e gramatical em todas as publicações.
- É importante verificar se o público-alvo responde melhor a um tom mais emotivo, institucional, elogioso ou a uma conversa mais informal, entre outros.
- Uma presença constante e uniforme é a chave para o sucesso da página Facebook.
- É fundamental verificar os factos antes de partilha-los e de conferir erros ortográficos, gramaticais e semânticos.
- Se detetarem um erro, corrija-o imediatamente.

Frequência de Publicação:

- É essencial manter uma frequência padrão de atualizações, garantindo o acompanhamento da página de forma contínua;
- A regra geral é publicar pelo menos uma atualização de estado por dia útil;
- Para uma presença de sucesso no Facebook deve ter como objetivo ter conteúdos exibidos para os utilizadores durante todo o dia:
 - nas primeiras horas da manhã;
 - mais conteúdo por volta do meio-dia – horário de almoço;

- e no final da tarde fazendo com que sua página seja vista durante todo o dia.

- Na impossibilidade de publicar com a frequência anteriormente apresentada publicar uma vez por dia ou de dois em dois dias:

- por volta das 10 horas da manhã;

ou

- por volta do meio-dia – horário de almoço;

- Quanto ao número máximo de publicações, não é recomendável que sejam feitas mais de cinco publicações por dia útil.

Moderação de Comentários:

- As conversas devem ser estimuladas e permitir que evoluam naturalmente;

- Os comentários negativos sobre não devem ser eliminados simplesmente porque são negativos, pois para se eliminar os comentários estes devem violar os termos de serviço ou políticas sobre mensagens ofensivas;

- Os comentários que não correspondam à verdade, assédio moral, discurso de ódio devem ser apagados imediatamente;

- Os utilizadores que repetidamente publicarem estas observações devem ser bloqueados.

Imagens e Vídeos partilhados:

- Imagens e vídeos com autorização do detentor dos direitos de autor:

- Com boa qualidade.

Proposta 4: Mário Cesariny em postal

Criação de um conjunto de postais que ilustrem a vida e obra de Mário Cesariny com material presente no acervo e que seja evidente essa relação à Fundação Cupertino de Miranda.

Por exemplo criar **3 categorias de postais (ver apêndice 1):**

1ª Categoria – conjunto de 10 postais com reprodução de cartas de selecionadas no seu acervo, com referência à localização do original.

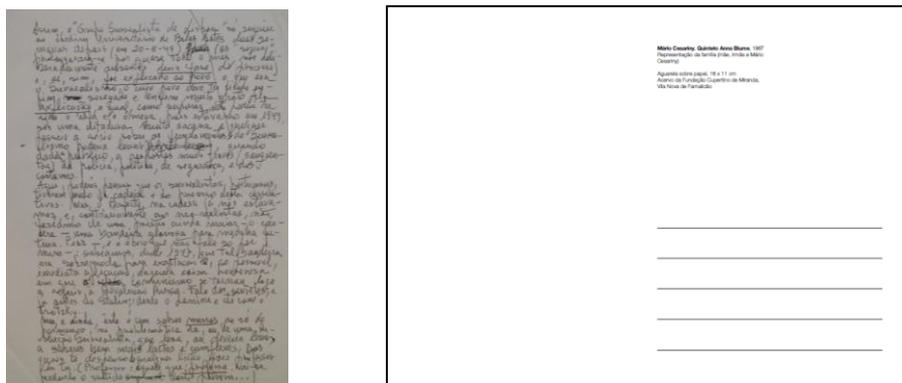


Figura 20 – Carta manuscrita de Mário Cesariny.

2ª Categoria – conjunto de 10 postais com as principais obras de arte presentes no acervo da FCM, com uma pequena história sobre a peça ou com pequeno currículo dos principais sítios/exposições onde esteve representada. Certamente terá de ter a sua localização.

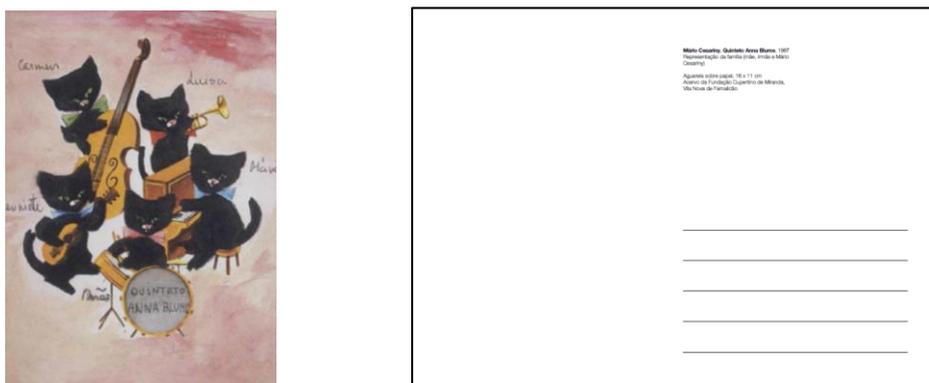


Figura 21 – Imagem de Mário Cesariny da obra Quinteto Anna Blume, 1967.

3ª Categoria – conjunto de 10 postais com fotografias de Mário Cesariny, com referência ao local e à influência deste na sua obra. Tal como as categorias anteriores terá de ter a localização do original na FCM

Esta edição poderá ser realizada em parceria com a FCM e a editora Sistema Solar, propriedade do detentor dos direitos de autor de Mário Cesariny.

Deverá ser realizado um comunicado à imprensa para divulgação do projeto e oferecidos alguns exemplares a críticos de arte/literatura, com o propósito de estes realizarem críticas nos jornais para onde muitos escrevem.



Figura 22 – Imagem de Mário Cesariny em Amaranthe

Proposta 5: Ser criticado para ser (re)conhecido

Esta proposta implica selecionar um documento, podendo este ser um livro, uma fotografia, uma obra ou um documento manuscrito (ex.: carta, caderno, postal, ou papel solto) e sugerir a um jornalista ou crítico de arte/literatura, ligado à parte da Cultura de um jornal de referência, que faça uma crítica acerca do documento selecionado, mencionando a sua proveniência – acervo de Mário Cesariny na Fundação Cupertino de Miranda. Tal como mencionamos anteriormente um “jornalista não só transmite informação, mas gera e modifica contextos contribuindo para uma sociedade informada, certamente atributos de um jornalismo sério e de credível”. Esta atividade poderia ter uma periodicidade, ou seja, num jornal ou revista mensal durante um ano.

Proposta 6: Merchandising



Figura 23 – Imagem dos sacos de Mário Cesariny Quinteto Anna Blume, 1967

A criação de materiais que façam ligação dos objetos, obras de arte ou documentos originais, com o público permite promover esses mesmos objetos, mas também a própria instituição. O *merchandising* gera assim um conjunto de ações promocionais em torno do produto, promovendo e valorizando a imagem da instituição.

Exemplos de materiais que se podem produzir revestidos de imagens de obras de arte ou documentos:

- Lápis;
- Borrachas;
- Esferográficas;
- Blocos de notas;

- Postais (proposta 3);
- Bolsas para computadores;
- Porta-lápis;
- Porta-moedas;
- Porta-chaves;
- Sacolas/ Tote bags;
- Canecas;
- Guarda-chuvas;
- Baralho de cartas;
- Ímãs;
- Lenços;
- Capas de telemóveis/tablets;
- Bijutarias (anéis, colares, brincos e pulseiras);
- Reprodução de esculturas e outras obras de arte em miniatura;
- entre outros.

Difícilmente a instituição tem capacidade financeira para a criação de todos estes exemplos, pelo que pode seleccionar os que melhor se adequem ao seu propósito. No entanto, pode também pedir patrocínios/mecenato para estes materiais, possibilitando ao mecenas/patrocinador a possibilidade de criar uma etiqueta para acompanhar os objetos.

Este material pode estar à venda em pontos externos à FCM, nomeadamente em instituições do ensino superior (ex.: nas suas livrarias), ou em livrarias individuais, contendo, em cada um, ligação à FCM.

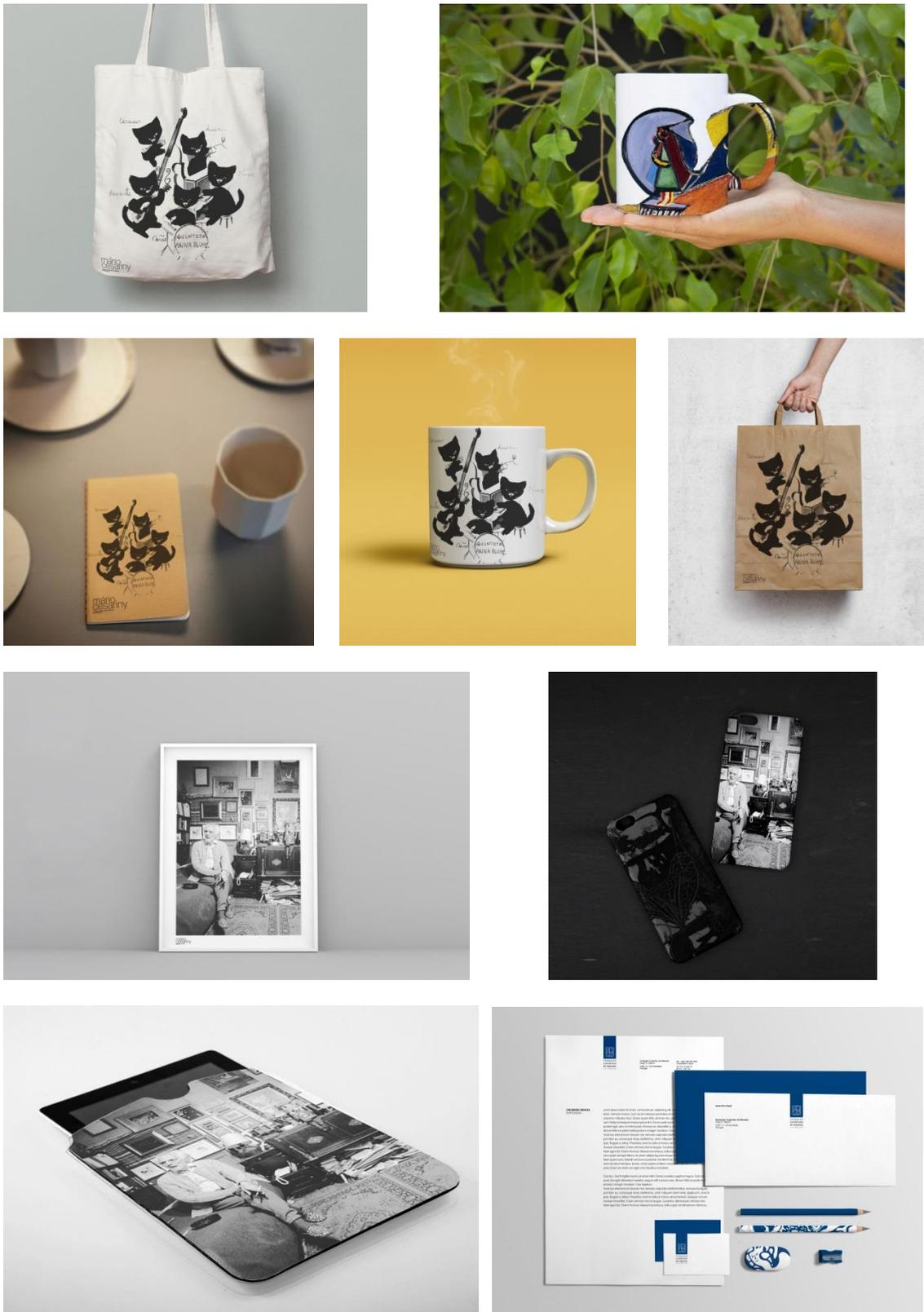


Figura 24 – Exemplos de materiais a produzir-se com base na obra de Mário Cesariny (Apêndice 2).

Proposta 7: Ações de divulgação nas escolas e universidades

Esta proposta consistiria em criar um conjunto de materiais para apresentar nas instituições de ensino de forma a dar a conhecer a FCM através do seu conteúdo, nomeadamente do acervo de Mário Cesariny. Podem ser criadas apresentações dinâmicas e distribuídos *flyers* com informação da FCM e dos seus conteúdos. A experiência de um profissional da comunicação é essencial neste processo, de forma a transmitir a mensagem que se pretende, com o objetivo de captar e formar novos públicos.

Tal como foi mencionado anteriormente foram realizados documentários, sob orientação do jornalista Mário Augusto, com testemunhos sobre os escritores e com imagens dos espaços abrangidos pelo projeto, a serem apresentados na RTP, ainda durante o ano de 2015. Usando o documentário sobre Mário Cesariny pode-se convidar estudantes a assistirem no auditório da FCM, ou a passar nas próprias instituições de ensino, existindo uma ligação implícita à FCM.



Figura 25 – Imagem do documentário Escritores a Norte

Proposta 8: Monografias e Catálogos impressos

Apesar de nos encontrarmos na era digital, o papel continua a ser o instrumento de investigação e pesquisa preferido de muitos estudiosos. Neste sentido, propõe-se a edição de um livro que apresente a vida e obra de Mário Cesariny, através de documentos presentes no acervo da FCM, ou de uma pequena coleção, em cinco volumes:

- Volume 1 – Fotobiografia – Vida de Mário Cesariny em imagens.
- Volume 2 – A pessoa, o escritor e o artista – Com imagens, testemunhos e correspondência trocada com amigos/familiares/colegas;
- Volume 3 – Poemas de Mário Cesariny;
- Volume 4 – Correspondência com surrealistas;
- Volume 5 – Catálogo com todas as obras de arte presentes na FCM de Mário Cesariny.

Esta coleção poderá ser criada em parceria com outra editora, nomeadamente a Sistema Solar, do proprietário dos direitos de autor de Mário Cesariny, salvaguardando assim questões relacionadas com os direitos de autor.

O profissional da comunicação terá um papel essencial na divulgação da coleção. Poderá associar a apresentação a outro evento ou então criar apenas o evento de apresentação da coleção ou do volume (se sair gradualmente e não na totalidade). Este terá de definir estratégias para conseguir que a mensagem chegue ao máximo de pessoas possível, através dos vários meios de comunicação existentes. Poderá associar as apresentações às datas relacionadas com Mário Cesariny, por exemplo a data de nascimento (9 de agosto de 1923) ou data de morte (26 de novembro de 2006), esta última com atividades já programadas anualmente, com os Encontros Mário Cesariny.

Proposta 9: Jornadas, Congressos e Encontros

É importante que a FCM esteja presente neste tipo de atividades de forma a apresentar a sua atividade, os seus conteúdos e os seus propósitos.

Neste sentido, o acervo do Mário Cesariny proporciona muitas possibilidades, quer na divulgação por si só do seu acervo, quer pela mostra em particular de uma tipologia documental dentro do mesmo e da informação que recolhemos deste.

Ao apresentarmos comunicações em encontros nacionais, ou mesmo internacionais, estamos a dar a conhecer acima de tudo a instituição, de onde retiramos informação do produtor da informação (neste exemplo de Mário Cesariny).

O profissional da comunicação pode comunicar a obra de Mário Cesariny direcionando de acordo com os objetivos da instituição, mas acima de tudo importa mostrar o que existe e as potencialidades da FCM.

Proposta 10: Rádio e Televisão

A participação da FCM em programas culturais deverá ser um objetivo a implementar, tal como o ponto anterior, de participação em Congressos, Encontros ou outras iniciativas de cariz científico e cultural. O papel profissional da comunicação é mais uma vez essencial, pois trabalhando em consonância com o profissional da informação pode traçar a informação essencial para levar a um programa de rádio ou televisão. Para além de selecionar a informação a transmitir e de transforma-la de forma a torna-la

mais atrativa deve estabelecer os contactos com os programas que lhe parecem mais relevantes para a divulgação dos seus propósitos, seja um artista, seja a instituição.

Neste trabalho, julga-se que apresentar Mário Cesariny, enquanto autor ou artista, tendo como principal fundamento que este é o principal surrealista nacional, declamado de pai do surrealismo português, facilita o interesse pelos media, ainda mais com a possibilidade de apresentação de documentos inéditos.

Conclusões e Reflexões Finais

Este trabalho pretendia refletir sobre o papel do profissional da informação e o do profissional de comunicação, verificando a possibilidade do trabalho em conjunto destes profissionais num serviço de informação – biblioteca. A redação deste trabalho foi antecedida pela realização de um estágio na Fundação Cupertino de Miranda, com o objetivo de perceber como um profissional da comunicação pode auxiliar um serviço de informação – Biblioteca. Inicialmente, procurou-se fazer uma introdução às diferentes ciências inerentes a cada profissional, ou seja a Ciência da Informação e as Ciências da Comunicação, percebendo as diferenças e semelhanças entre cada uma. Apesar de existirem várias diferenças, este trabalho sustenta que as duas ciências se encontram interligadas pelos seus principais objetos de estudo, nomeadamente a informação e o conhecimento (produção de significado) e que as duas se preocupam com a recuperação e difusão da informação.

Ao longo dos anos a estagiária ouviu constantemente a confusão ligada à sua área de formação base, Ciência da Informação, que era associada ao jornalismo, das Ciências da Comunicação. Assim, motivada pela necessidade de esclarecer as diferenças selecionou a presente temática, juntando a essa necessidade de esclarecimento a carência que a FCM tem em ter mais visibilidade e reconhecimento estabeleceu o presente tema de trabalho.

Contudo, mais do que traçar as diferenças, este trabalho visa verificar como se podem complementar esforços, ou seja, perceber como é que os conhecimentos dos profissionais da informação podem auxiliar o trabalho do profissional da comunicação e vice-versa, permitindo alcançar mais notoriedade para a FCM.

Tal como se referiu anteriormente, e de acordo com Le Coadic (1996), a colaboração entre diversas disciplinas permite que haja reciprocidade, de forma a obter enriquecimento mútuo. Neste sentido, verificou-se que mais do que se diferenciarem podem ser complementares, uma vez que o profissional da informação trata de tornar acessível informação contida nos documentos, com recursos informativos e de conhecimento, que proporcionam experiências únicas comunicativas aos profissionais das Ciências da Comunicação e estes, por sua vez, podem trabalhar no sentido de dar visibilidade aos documentos e materiais guardados, criando novas informações a partir

das informações fornecidas. Assim, os primeiros tornam acessíveis a informação bruta dos documentos e os outros transformam essa informação em experiências comunicativas.

Trabalhando em conjunto é possível criar-se formas de alcançar uma maior visibilidade quer para os documentos guardados na biblioteca, quer para a instituição que os detém.

Neste estágio, centrado no departamento da biblioteca, mas com principal ênfase para o acervo Mário Cesariny, que contém um conjunto de documentos inéditos e de relevante interesse público, pela ligação do seu produtor à arte em Portugal, fundamentalmente ao Movimento Surrealista Nacional, analisou-se a possibilidade de dar a conhecer a FCM, a um público mais abrangente, através deste importante acervo.

Salientamos algumas conclusões avaliadas neste estágio: a importância da comunicação organizacional; o contributo essencial do profissional da comunicação num serviço de informação; e a importância dos acervos pessoais de personalidades conhecidas, quer na literatura quer nas artes, no auxílio da comunicação das organizações.

As organizações esforçam-se constantemente para a consubstanciação de uma imagem forte, que permita o seu conhecimento e reconhecimento pelas suas características, serviços e conteúdos. A comunicação, enquanto valor intangível e de grande espectro, caracteriza-se cada vez mais enquanto recurso indispensável para a gestão das organizações, mas sobretudo na divulgação de projetos de âmbito cultural e social. A comunicação ao serviço da arte e da cultura nasce, não de uma nova tendência mas especialmente de uma tendência renovada. Reconhece-se hoje a aposta crescente das organizações num valor *stratègos* independentemente da sua área de atuação. Neste estudo, considera-se, importante reconhecer o valor da comunicação enquanto peça fundamental aplicada concretamente à FCM, instituição do Terceiro Setor, com atividades de cariz social, artístico e cultural, cujo foco de análise se orienta no conhecimento da importância da sua comunicação para o seu reconhecimento externo e de sucesso. Teixeira mencionava em 1998 que “tal como o sistema circulatório do corpo humano, a comunicação é um processo contínuo e é essencial em tudo o que acontece numa organização” (Teixeira, 1998 cit. em Costa, 2007, p. 72), ou seja, a comunicação é a base do sucesso e da sobrevivência das organizações.

Para as organizações como a FCM, integrada no Terceiro Setor,

a comunicação de uma organização sem fins lucrativos deve ser planeada, quer para melhorar a produtividade do ambiente organizacional quer para facilitar a sua gestão e/ou até conseguir transmitir os ideais, valores e o seu trabalho de forma consistente, até para evitar que a sua imagem seja distorcida ou ‘erradamente’ construída (Drucker, 1994, p. 36).

A FCM, enquanto instituição privada, dedica-se a causas sociais, culturais e educacionais. Através da sua biblioteca pode assumir uma atividade cultural e educacional que se pretende profícua e próxima do público. Pretende-se com a Biblioteca uma diversificação da comunicação, com uma programação que se pretende diferenciada e de referência cultural deste espaço. A planificação cuidada de atividades de divulgação da biblioteca, mais especificamente do acervo de Mário Cesariny, com recurso à experiência de um profissional da comunicação é uma mais-valia para o serviço de informação.

Na perspetiva do profissional da comunicação foi possível trabalhar em algumas atividades pré-estabelecidas relacionadas com Mário Cesariny e seu acervo, mas sobretudo propor novos processos, atividades e materiais a serem implementados para permitirem alcançar novos públicos e criar, acima de tudo, públicos interessados nas possibilidades que a FCM oferece.

A estagiária propôs um total de dez medidas a implementar, que julga fulcrais para colocar a FCM numa posição de instituição de referência na área da cultura, mais propriamente do surrealismo, com a exposição do acervo pessoal de Mário Cesariny.

Refletindo sobre os acervos pessoais, verificamos que instituições como a FCM têm cada vez mais um papel fundamental na preservação e conservação destes acervos que contêm das mais importantes atividades e pensamentos do indivíduo, reconhecido pelas suas capacidades intelectuais, de forma a transmiti-los às gerações vindouras. Os acervos pessoais de personalidades como Mário Cesariny são de extrema importância pois contêm neles informação única, sobre a sua vida pessoal, mas mais importante sobre as ideias literárias e /ou artísticas, as propostas que implementaram e movimentos que ajudaram a criar, como o caso do Movimento Surrealista Português. Neste acervo encontram-se documentos manuscritos, livros intervencionados e uma quantidade de informação inédita que pode proporcionar um conjunto de trabalho em torno do mesmo. No entanto, é necessário que o público saiba que ele existe e onde existe. Esperamos que com a implementação das propostas da estagiária a FCM veja aumentado o público que a conhece e procura. Das propostas implementadas durante o estágio acredita-se

que o Projeto Escritores a Norte é um promissor meio de divulgação da obra de Mário Cesariny e da “casa” que o alberga – Fundação Cupertino de Miranda.

Apesar de a estagiária trabalhar na Fundação já há vários anos, as suas funções sempre foram na área da Ciência da Informação, como bibliotecária. Como pretendia dar mais visibilidade à Biblioteca e à FCM procurou esta formação (Mestrado em Ciências da Comunicação, vertente Publicidade e Relações Públicas) para colmatar as lacunas nesta área e aprender as melhores técnicas e métodos de comunicação. No entanto, está ciente de que a formação obtida no primeiro ano do mestrado, não fornece as mesmas bases da licenciatura. Assim, durante a realização deste relatório sentiu mais dificuldade em seleccionar os principais autores de referência na área.

Sendo a biblioteca o local de trabalho habitual da estagiária teve dificuldade em encarnar apenas o papel do profissional da comunicação. No entanto, percebeu que a junção de competências da Ciência da Informação com as das Ciências da Comunicação é muito interessante pois podem ser complementares, ou seja uma fornece informação e a outra transforma a informação guardada em informação trabalhada para ser partilhada.

Em suma, entende-se que a Fundação Cupertino de Miranda tem um grande potencial em termos de programação e conteúdos. Contudo, tem de apostar numa atitude mais pró-ativa e ir ao encontro das pessoas, sem esperar apenas que a visitem. A implementação das propostas da estagiária poderá ser um ponto de partida muito importante, pois com algumas delas está a mostrar o que podem encontrar na FCM e a gerar curiosidade por conhecer mais. Eis, pois, a proposta para trabalhar no sentido de prestar um serviço público, mas sobretudo cativar novos públicos.

Bibliografia

- Balonas, S. (2012). *O fator comunicação na profissionalização do terceiro setor*. Braga: Universidade Católica. Acedido em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/27641>.
- Barreto, A. A. (1995, janeiro/abril). Uma elegante esperança. *Revista de Ciência da Informação*, 24, 1. Acedido em <http://revista.ibict.br/cienciadainformacao/index.php/ciinf/article/view/570/518>.
- Barreto, A. A. (1999, dezembro). Os destinos da Ciência da Informação: entre o cristal e a chama. *Revista de Ciência da Informação*, 0, 1-9. Acedido em http://www.dgz.org.br/dez99/Art_03.htm.
- Barreto, A. A. (2001, agosto). A Informação em seus Momentos de Passagem. *Revista de Ciência da Informação*, 2, 4. Acedido em http://www.dgz.org.br/ago01/Art_01.htm.
- Barreto, A. A. (2002). A condição da informação. *São Paulo em Perspectiva*, 16, 67-74. Acedido em <http://www.scielo.br/pdf/spp/v16n3/13563.pdf>.
- Barroso, P. A. (2014). *A gestão e produção de conteúdo digitais na comunicação estratégica*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Acedido em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/request-item?handle=1822/33751&bitstream-id=151789>.
- Bates, M. J. (1999). The invisible substrate of information science. *Journal of the American Society for Information Science*, 50, 12, 1043-1050. Acedido em <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/substrate.html>.
- Bazi, R. (2007, janeiro/maio). Produção da informação nos campos da Ciência da Informação e comunicação jornalística: possíveis interfaces. *Revista Intexto* 1, 18, p. 1-14. Acedido em <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/6733/4035>.
- Belo, D. (2014). *Cesariny: em casas como aquela*. Lisboa: Sistema Solar.

Borges, M. M., et al. (2009). Documentos. In *Globalização, ciência, informação* – Livro de atas do VI Encontro Ibérico EDICIC (pp. 573-589). Coimbra: EDICIC.

Borko, H (1968). Information science: what is it? *American Documentation*, 19, 1, p. 3-5.

Brambilla, A. M. (2004). *Comunicação e informação: diálogos possíveis*. Trabalho de conclusão da disciplina Teorias da comunicação e da informação do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil. Acedido em <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/Pdf/978-85-397-0312-8.pdf>.

Bush, V. (1995). As we may may think. *Atlantic Monthly*, 176, 1, p. 101-108.

Cabrero, J. D. B., & Cabrero, M. B. (2001). *O livro de Ouro das Relações Públicas*. Porto: Porto Editora.

Castells, M. (2009). *Comunicação móvel e sociedade: uma perspectiva global*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2013). *O poder da comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Coelho, Z. P., & Zagalo, N. (Eds.) (2014). *Comunicação e cultura*. In III Jornadas Doutorais, Ciências da Comunicação e Estudos Culturais. Braga: CECS.

Costa, J. (2007). *A comunicação organizacional nas associações empresariais*. Acedido em <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/902/1/70-83.pdf>.

Cruz, S.C.T (2014). *A importância da comunicação integrada na atividade de uma organização sem fins lucrativos*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Acedido em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/33742>.

Cunha, M. (2003, outubro/novembro). Possibilidades tecnológicas apontam para mudanças em conceitos da Comunicação. *Revista Razón y Palabra*, 11, 53. Acesso em <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/Pdf/978-85-397-0312-8.pdf>.

Druker, P.F. (1994). *Administração de organizações sem fins lucrativos: princípios e prática*. São Paulo: Pioneira.

EUROPEAN COUNCIL OF INFORMATION ASSOCIATIONS (2005) – *Referencial europeu de informação e documentação: referencial das competências dos profissionais europeus de informação e documentação*. Lisboa: INCITE.

Evangelista, R.L. (2014). *Comunicação organizacional e sustentabilidade: uma relação de mutualismo*. Tese de Doutorado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Acedido em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/35458>.

Ferreira, M.P., Reis, N.R., & Serra, F.R. (2009). *Marketing para empreendedores e pequenas empresas*. Lisboa: LIDEL.

Freires, T.G.S. (2007). *Relações entre a Ciência da Informação e as Ciências da Comunicação: um estudo dos conceitos de representação documentária, mediação e comunicação*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Acedido em <http://rabci.org/rabci/sites/default/files/TCC-Freires.pdf>.

Gardner, H. (1987). *The Minds New Science: a history of the cognitive revolution*. USA: Basic Books.

Henriques, M. I. M. (2014). *O impacto das marcas pessoais para o sucesso das marcas corporativas*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal.

Januário, S.B.B. (2010, janeiro/junho). A relação interdisciplinar entre a ciência da informação e a ciência da comunicação: o estudo da informação e do conhecimento na biblioteconomia e no jornalismo. *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 7, 2, p.151-165.

Le Coadic, Yves- François (1996). *A Ciência da Informação*. Brasília: Briquet de Lemos.

Le Coadic, Y.F. (2000). *A Ciência da Informação*. Brasília: Briquet de Lemos, 2000.

- Le Coadic, Yves- François (2004). *A Ciência da Informação*. Brasília: Briquet de Lemos.
- Levy, P. (1998). *A Máquina Universo*. Porto Alegre: Atmed.
- Lévy, P. (2007). *Inteligência coletiva*. São Paulo: Edições Loyola.
- Lloyd, H., & Lloyd, P. (1995). *Relações públicas*. Lisboa: Presença.
- Lobo, T. (2013). *Sobre o papel social do jornalismo*. Acedido em http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/_ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo/.
- López Yepes, J. (1995). *La documentación como disciplina: teoria e história*. Pamplona: Ediciones Universidade de Navarra.
- López Yepes, J., & Ros Garcia, J. (1993). *Qué es documentación?: teoria y história del concepto en España*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Lozano, F. (2001). *Manual prático de relações públicas*. Lisboa: Livros do Brasil.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (2000). *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 2000.
- Mayer, F.V., & Mariano, S.R.H. (2008). *Técnicas de comunicação e negociação*. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ.
- McQuail, D. (2003). *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa Fundação Calouste Gulbenkian.
- Melo, J.M. (1977). *Comunicação Social: teoria e pesquisa*. Petrópolis: Vozes.
- Melo, J.M. (2001, janeiro). *Conhecer-produzir-transformar: paradigmas da Escola Latino Americana de Comunicação*. Comunicação apresentada na Conferência do VI Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação, Poitiers (França).
- Miranda, A. (2003). *Ciência da informação: teoria e metodologia de uma área em expansão*. Brasília: Thesaurus.

Mumby, D.K. (1994). *Communication and power in organizations* : discourse, ideology, and domination. Norwood: Ablex Publishing Corporation.

Novelli, A.L., Moura, C.P., & Curvello, J.J.A. (2013). *Teorias e métodos de pesquisa em comunicação organizacional e relações públicas: entre a tradição e a inovação*. Rio Grande do Sul: EdIPUCRS. Acedido em <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/Pdf/978-85-397-0312-8.pdf>.

Paza, A.D. (2007). *Ciência e comunicação: entre Fausto e Frankenstein*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Acedido em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-21072009-163008/en.php>.

Pinheiro, L.V.R. (1999). *Ciência da informação, ciências sociais e interdisciplinaridade*. Rio de Janeiro: IBICT.

Pinto, M.L.C.S. (2007). *O marketing nas bibliotecas públicas portuguesas*. Lisboa: Edições Colibri.

Ruão, T. (2005). *O papel da identidade e da imagem na gestão das universidades*. Aveiro: Universidade de Aveiro.

Ruão, T. (2009). *A comunicação organizacional e os fenómenos de identidade: a aventura comunicativa da formação da Universidade do Minho, 1974-2006*. Tese de Doutorado, Universidade do Minho, Braga, Portugal.

Santos, O., & Ribeiro, A. (2014). Bibliotecários e jornalistas: confluências, disjunções? *Cadernos BAD*, 1. Acedido em <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/cadernos/article/view/1038/pdf>.

Saracevic, T. (1996 janeiro/junho). Ciência da informação: origem, evolução e relações. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 1, 1, p.41-62.

Serra, J.P. (2007). *Manual de Teoria da Comunicação*. Beira Interior: Labcom.

Shera, J.H., & Cleveland, D.B. (1977). History and foundations of information science. *Annual Review of Information Science and Technology*. 12, 249-275.

Silva, A. M. (2006). *A informação: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico*. Porto: Afrontamento.

Silva, A.M. (2002). *Das "ciências" documentais à ciência da informação: ensaio epistemológico para um novo modelo curricular*. Porto: Afrontamento.

Silva, A.M., & Ribeiro, F. (2008). *Das ciências documentais à ciência da informação: ensaio epistemológico para um novo modelo curricular*. Porto: Afrontamento.

Teixeira, S. (1998). *Gestão das organizações*. Alfragide: McGraw.

Terra, A.L. (2009). *As políticas de informação e de comunicação da União Europeia: uma leitura diacrónica e exploratória no âmbito da Ciência da Informação*. Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.

Tonini, R.S.S., & Barbosa, M.L.A (2007). *A interdisciplinaridade da ciência da informação determinando a formação de seus profissionais*. Salvador: CIFORM.

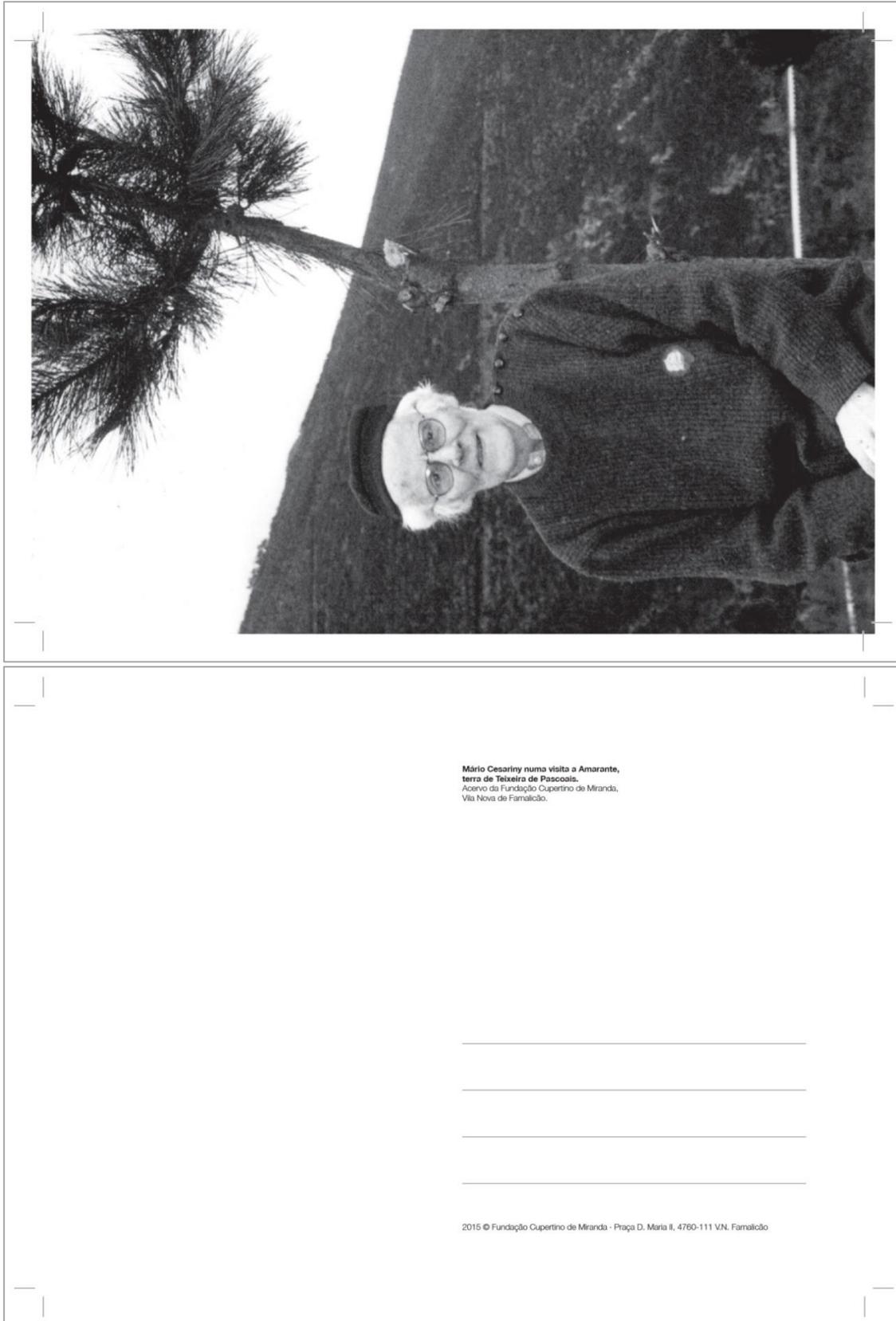
Vilar, E.T. (2006). *Imagem da organização*. [S.l.]: Quimera.

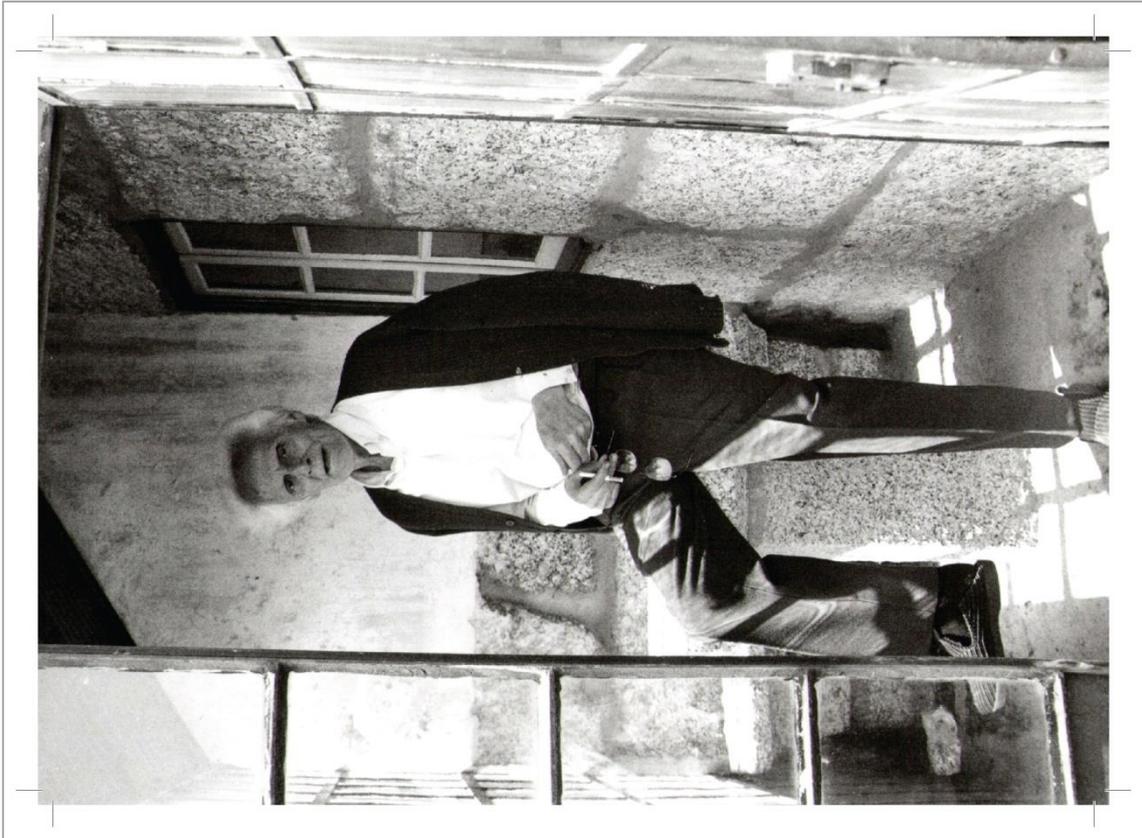
Weitzen, H.S. (1991). *O poder da informação: como transformar a informação que você domina em um negócio lucrativo*. São Paulo: Wiley.

Wolf, M. (1987). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença.

Apêndices

Apêndice 1 - Postais





Mário Cesariny numa visita à casa de
Teixeira de Pascoaes, Amarante,
Acervo da Fundação Cupertino de Miranda,
Vila Nova de Famalicão

2015 © Fundação Cupertino de Miranda - Praça D. Maria II, 4760-111 VN. Famalicão



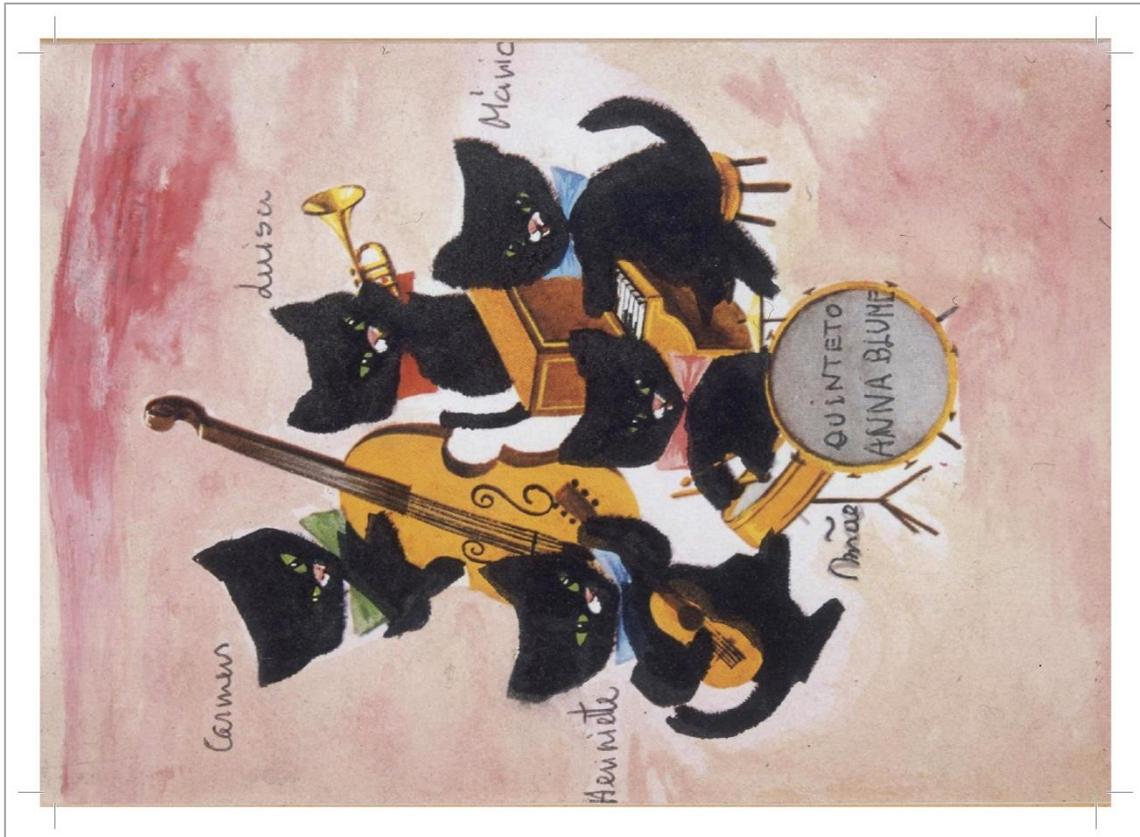
O quarto de Mário Cesariny
Arquivo da Fundação Cupertino de Miranda,
Vila Nova de Famalicão
Fotografia de Duarte Belo

2015 © Fundação Cupertino de Miranda · Praça D. Maria II, 4760-111 VN. Famalicão



O quarto de Mário Cesariny
Arquivo da Fundação Cupertino de Miranda,
Vila Nova de Famalicão
Fotografia de Duarte Belo

2015 © Fundação Cupertino de Miranda - Praça D. Maria II, 4760-111 VN. Famalicão



Mário Cesariny. *Quinteto Anna Blume*. 1967
Representação da família (mãe, irmão e Mário Cesariny)

Aquarela sobre papel, 16 x 11 cm
Arquivo da Fundação Cupertino de Miranda,
Vila Nova de Famalicão

2015 © Fundação Cupertino de Miranda - Praça D. Maria II, 4760-111 VN. Famalicão

Apêndice 2 - Merchandising

Sacolas / Tote Bags



Lápis, Borrachas e Estacionário da FCM



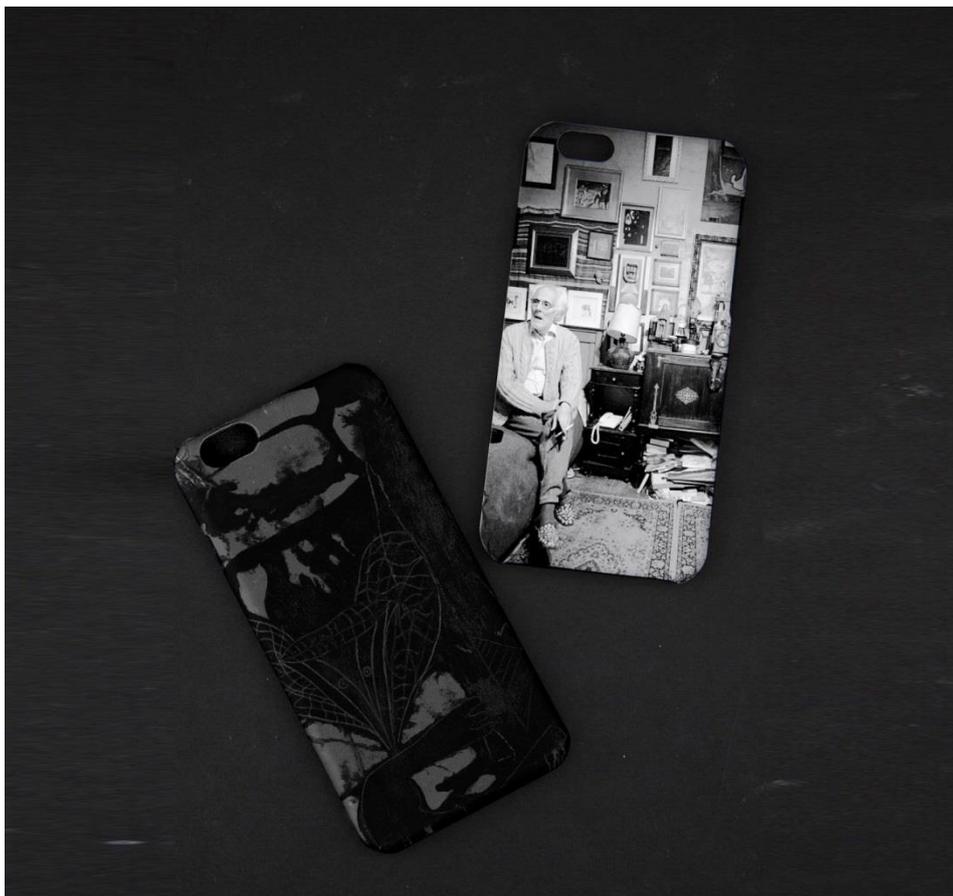
Bloco de notas



Resguardo de Tablet



Capa de telemóvel



Canecas



Poster



Sacos de acondicionamento de material adquirido na FCM





Anexos

Anexo1 -Questionário sobre a Fundação Cupertino de Miranda

O presente questionário tem como principal objetivo perceber junto da população famalicense o seu conhecimento sobre a Fundação Cupertino de Miranda (FCM) e os seus serviços, de forma a melhorar os mesmos. Agradecemos a disponibilidade e garantimos a sua confidencialidade.

A) Perfil

1. Idade ____ 1.1. Sexo F M 1.2. Profissão _____ 1.3. Escolaridade _____
2. Residente no concelho de Vila Nova de Famalicão? Sim Não
3. Conhece a FCM? Sim Não (Em caso negativo e se pretender receber informações sobre a FCM, prossiga para alínea G).
4. Se respondeu SIM, através de que meios: Internet Escola Amigos Rádio Jornais TV
Outro(s) _____

0 (Nunca) 1 (Uma a três vezes p/ semana) 2 (Uma a três vezes p/mês) 3 (Uma a três vezes p/semestre)

B) Frequência

	0	1	2	3	4
1. Costuma visitar a FCM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1 Auditório	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 Biblioteca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3 Livraria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4 Museu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5 Outros espaços (Serviços Educativos...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gostaria de frequentar mais assiduamente a FCM?				Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>

2.1 Porque não frequenta?

C) O que conhece da FCM?

1. A coleção existente no Museu? Sim Não
2. O acervo existente na Biblioteca? Sim Não
3. Os Ciclos de Música e Poesia? Sim Não
4. Mário Cesariny- Encontros no Auditório? Sim Não
5. A Cappella Musical Cupertino de Miranda? Sim Não
6. Festival Internacional de Polifonia Portuguesa (FIPP)? Sim Não
7. Ciclos de Jazz? Sim Não
8. Os livros existentes na Livraria? Sim Não
9. A programação dos Serviços Educativos? Sim Não

Preencha de 1 (menos satisfeito) a 5 (mais satisfeito)

D) Presença da FCM na web	Não tenho opinião	Grau de Satisfação				
		1	2	3	4	5
1. Facilidade de utilização	<input type="checkbox"/>					
2. Adequação dos recursos/links às suas necessidades	<input type="checkbox"/>					
3. Qualidade e fiabilidade dos recursos/links disponibilizados	<input type="checkbox"/>					
4. Rapidez de resposta às questões colocadas online (e-mail)	<input type="checkbox"/>					
5. Página oficial da FCM no Facebook/Twiter	<input type="checkbox"/>					

E) Apreciação Museu	Não tenho opinião	Grau de Satisfação				
		1	2	3	4	5
1. Horário de funcionamento	<input type="checkbox"/>					
2. Exposições Permanentes	<input type="checkbox"/>					
3. Exposições Temporárias (temáticas ou de artista)	<input type="checkbox"/>					
4. Importância da Coleção	<input type="checkbox"/>					

F) Apreciação Global	Não tenho opinião	Grau de Satisfação				
		1	2	3	4	5
1. Horário de funcionamento	<input type="checkbox"/>					
2. Imagem geral da FCM	<input type="checkbox"/>					
3. Perceção da existência da FCM na comunidade	<input type="checkbox"/>					
4. Considera a existência da FCM relevante	<input type="checkbox"/>					

Observações:

G) Se pretender receber a *Newsletter* deixe o seu email: _____

Obrigado pela sua colaboração ☺

Data: __/__/__

Anexo 2 – Biografia completa de Mário Cesariny

O Homem e o Artista – Mário Cesariny (1923-2006)

A 9 de Agosto de 1923 nasce, em Lisboa, Mário Cesariny de Vasconcelos – aquele que viria a ser considerado o representante do Surrealismo português por excelência. Poeta, tradutor e pintor, Mário Cesariny desde jovem penetrou na vida literária e artística, primeiramente por influência da sua mãe, cuja ocupação como professora de línguas, francês e castelhano, lhe facilitaram a imersão nas literaturas de ambos os territórios. Posteriormente a aproximação à música e ao piano fizeram-se através das suas irmãs que estudavam ambas as disciplinas, e por ensino de Lopes Graça e muito contra a vontade de seu pai, que mais tarde o viria a inscrever na Escola de Artes Decorativas António Arroio no curso de cinzelador, numa tentativa de o condenar a um destino demasiadamente profissional. No António Arroio manteve-se de 1936 a 1943, e neste período de tempo depois das aulas oficiais frequentava as disciplinas de desenho e pintura, que lhe abriram as portas ao curso de arquitectura da Escola Superior de Belas-Artes de Lisboa, que cursa apenas durante o primeiro ano. É a partir de 1942 que produz as primeiras pinturas, desenhos e poemas, redigindo A Poesia Civil e Burlescas, Teóricas e Sentimentais. É nesta fase da sua vida e com a companhia dos alunos da Escola António Arroio – António Domingues, Cruzeiro Seixas, Fernando de Azevedo, Fernando José Francisco, José Leonel Martins, Júlio Pomar, Pedro Oom, Marcelino Vespeira, que começa a frequentar o Café Herminius e adere ao Neo-realismo. Esta ligação é pouco duradoura e Cesariny afasta-se do movimento. Datam desta altura a produção do Poema Louvor e Simplificação de Álvaro de Campos e a colagem do General de Gaulle, que deixa entrever uma aproximação ao surrealismo.

Em Paris de 1947, o movimento surrealista internacional reestrutura-se e essa data coincide com a viagem de Mário Cesariny à capital francesa para onde vai estudar na Academia de La Grande Chaumière. Esta deslocação proporciona-lhe um encontro com os membros do grupo surrealista francês André Breton, Victor Brauner e Henri Pastoureau. Fruto desta aproximação Cesariny participa na fundação do Grupo Surrealista de Lisboa, que integra Alexandre O'Neill, António Domingues, António Pedro, Fernando de Azevedo, João Moniz Pereira, José-Augusto França e Marcelino Vespeira, cujo objectivo era protestar contra o regime político que vigorava em Portugal

e contra as poéticas dominantes no Portugal da época, nomeadamente o Neo-realismo. Um desentendimento com António Pedro, que se manterá por anos, resulta no afastamento do grupo por parte de Cesariny e tem como consequência a criação de um segundo grupo, Os Surrealistas, em 1948, onde para além do artista se registam as presenças de António Maria Lisboa, Carlos Eurico da Costa, Cruzeiro Seixas, Fernando Alves dos Santos, Fernando José Francisco, Henrique Risques Pereira e Pedro Oom. Simultaneamente são redigidos os poemas do Discurso Sobre a Reabilitação do Real Quotidiano e de Alguns Mitos Maiores Alguns Mitos Menores Propostos à Circulação pelo Autor. Com Os Surrealistas, em 1949, efectua a primeira exposição do grupo, na Sala de Projecções da Pathé-Baby de Lisboa, a público de 18 de Junho a 2 de Julho; redige o manifesto colectivo “A Afixação Proibida” com António Maria Lisboa e Pedro Oom e promove a primeira sessão de O Surrealismo e o seu público no Jardim Universitário de Belas-Artes. A segunda exposição do grupo haveria de chegar já no ano de 1950, também na cidade capital e no espaço da Livraria A Bibliófila. Porém a actividade poética não era descurada e neste mesmo ano, Cesariny publica o poema Corpo Visível.

Individualmente a primeira exposição do artista acontece na casa de Herberto de Aguiar, no Porto, decorria o ano de 1951. A partir deste momento uma sucessão de acontecimentos vão marcar a vida de Mário Cesariny, onde a sua faceta poética será explorada ao máximo com a publicação de uma sucessão de títulos que o vão distinguir como detentor de uma das obras literárias mais ricas e carregadas de complexidade do nosso tempo.

Nas artes plásticas mantém a sua ligação ao movimento surrealista e transforma-se numa figura central, ocupando um papel de destaque pelo seu pioneirismo na introdução de novas técnicas, exploração de materiais e pela impregnação de humor, ironia, crítica, irreverência, drama... em toda a sua produção plástica, que continua, quando os restantes membros abandonam o Surrealismo. Ao lado de Cruzeiro Seixas continua a desenvolver um percurso brilhante, adoptando uma postura de impulsionador e promotor de diversas exposições em Portugal e no estrangeiro, estabelecendo contactos internacionais, nomeadamente com o grupo Phases.

A sua obra poética é uma das mais ricas e complexas aportações à história da poesia portuguesa contemporânea. Nas artes plásticas teve um papel importante como

introdutor de novas técnicas e atitudes artísticas. Deve-se ao Mário a primeira colagem surrealista, assim como, um trabalho importante de experimentação matérica rejeitando qualquer preocupação técnica e formal.

Pela pessoa que foi e pela obra que nos entregou, Mário Cesariny foi agraciado em 2002 com o Grande Prémio EDP e já perto do final da sua existência mais dois prémios são associados ao artista – aos 82 anos é distinguido com o Prémio Vida Literária, da Associação Portuguesa de Escritores (APE)/Caixa Geral de Depósitos (CGD), atribuído em unanimidade e entregue pelo Presidente da APE e pelo representante da CGD, patrocinadora do prémio, acompanhados pelo então Presidente da República, Jorge Sampaio, que, em associação a esta homenagem e ao seu notável tributo à literatura portuguesa, desloca-se a casa do artista para o condecorar também com a Grã-Cruz da Ordem da Liberdade. Em 2004 foi lançado Autografia, um documentário sobre o artista e o poeta realizado por Miguel Gonçalves Mendes. Antes, tinha aparecido um outro documentário, Ama como a estrada começa, com guião de Perfecto-E. Cuadrado. Mário Cesariny morre na madrugada do dia 26 de Novembro de 2006, na sua casa, em Lisboa. O artista priva-nos da sua presença e abandona o espaço físico, mas a sua aura respira-se em cada obra que nos legou. Fruto de uma relação de proximidade, a Fundação Cupertino de Miranda, detentora de uma grande parte da Biblioteca e do espólio Artístico e Documental do artista, numa tentativa de nos trazer à memória o espaço-vida-obra de Mário Cesariny assinala na sua sede uma homenagem que sucede todos os anos, aquando do aniversário da morte do poeta e pintor. Os Encontros Mário Cesariny, iniciaram em 2007 (Encontros I, 22-24 de Novembro) e actualmente encontram-se na edição nº VII (Encontros VII 28-30 de Nov. 2013), prestaram já uma consagração ao artista e homem de natureza excepcional que foi Mário Cesariny, mas também notabilizaram esse homem e artista que continua a representar da forma mais exemplar o Surrealismo, como expressão artística e literária, e, sobretudo, como uma maneira revolucionária de ver, de entender e de viver a Vida.

Anexo 3 – Mário Cesariny Escritores a Norte: Vidas com obra em casas d’escritas

Como havia de ficar numa casa a memória de um poeta que não gostava de poetas de trazer e de se trazerem por casa? Um poeta que nunca escreveu um poema em casa?

“Tenho saudades desse tempo em que andava pelos cafés e pelas ruas. Nunca escrevi um poema em casa. Nas ruas era como voar”, disse Mário Cesariny de Vasconcelos, em 2004, no documentário realizado por Miguel Gonçalves Mendes.

E teve casas, e moldou-as, decorou-as, amareleceu- as pelo fumo do omnipresente cigarro, riscou-as, pintou-as, e desarrumou-as. A que mais amou foi aquela, pobre e envelhecida, onde teve instalado o seu atelier, na Calçada da Senhora do Monte. Era tudo espaço de criação, coroado por um sótão íngreme onde o artista tinha uma cama.

O apogeu da tristeza terrena foi aquele dia em que o velho atelier, extensão da sua alma, teve de ser entregue ao senhorio. Dizem os amigos que, nesse dia, o Artista disse também adeus à rua e aos cafés, e o barco da sua vida amainou as velas da criação.

A casa das más recordações, para Mário Cesariny, era a da Rua da Palma, no Martim Moniz, onde viveu com a família. Por causa do pai, que era “demasiado severo” e queria que ele fosse ourives, ou empregado bancário. “O meu pai mandou-me para a escola só para saber se eu era inteligente ou estúpido”, afirmou, acrescentado que, na primeira exposição individual que fez, em finais da década de 40 do século passado, o pai lhe perguntou, em tom admirado: “Ó Mário, então tu trabalhas?”

Falávamos de casas, e há outras duas a merecer particular referência.

A casa dos tios, na Póvoa de Varzim, onde, todos os anos, passava três longos meses de férias, classificados pelo Poeta como “os momentos mais felizes da infância”, e a casa da Rua Basílio Teles, n.º 6, 2.º andar direito, em Campolide, onde, nas últimas duas décadas, viveu, ainda algum tempo com a mãe e, até 2004, com a sua irmã Henriette. No quarto, instalou a pesada secretária em que pintava e encostou à parede a estreita cama onde dormia. Este lugar foi o último castelo surrealista de Mário Cesariny de Vasconcelos.

“Essa casa era antiga, cheia, decadente, altiva, ultrajada pelo tempo, como ele gostava. Nela, todos os equilíbrios eram instáveis. Nela, tudo era acumulação, adição, sedição,

rapto. Era como se a casa tivesse regressado de uma viagem lenta e louca. Entrava-se por portas pintadas pela sua mão longa e estava-se naquele corredor que parecia um túnel”, escreve José Manuel dos Santos na obra Cesariny – Em Casas como Aquela, que revela cerca de sete dezenas de fotografias da autoria de Duarte Belo.

São algumas destas fotografias que nos dão as boas-vindas ao Museu do Surrealismo da Fundação Cupertino de Miranda, em Vila Nova de Famalicão, onde repousa a memória do mestre: objetos pessoais, pintura e manuscritos. As imagens de Duarte Belo mostram o fulgor caótico do espaço do artista, da casa do pintor e do poeta que escrevia no café e na rua. Ao lado, encontra-se uma espécie de montra de alguns dos objetos que decoravam o já referido “castelo surrealista”.

Nobilíssima visão, esta, à entrada do museu, com o gato às riscas em lugar de destaque. Ninguém ficará indiferente àquela história hilariante, em que, convidado para uma festa, mas sem vontade de lá pôr os pés, Mário pediu à “mana” (como lhe chamava) Henriette para, em seu lugar, levar este gato, que lhe havia sido oferecido por Maria Helena Vieira da Silva.

Mas há uma série de objetos, uns mais fálicos do que outros, instalações, gatos de várias formas e feitios, e até uma pinha, capa protetora de frutos sensíveis, e que o artista instalou no cimo da cartola, ostentação peculiar de um homem singular.

Mário Cesariny de Vasconcelos nasceu em Lisboa, a 9 de agosto de 1923. Contrariando todas as pretensões do pai, optou pelos caminhos da escrita e da pintura e, em 1942, produziu os primeiros trabalhos: pinturas, desenhos e poemas.

Foi nesta fase, e na companhia de outros alunos da Escola António Arroio, como António Domingues, Artur do Cruzeiro Seixas, Fernando de Azevedo, Fernando José Francisco, José Leonel Martins, Júlio Pomar, Pedro Oom e Marcelino Vespeira, que começou a frequentar o Café Hermínius e aderiu ao neorrealismo.

A ligação foi, no entanto, breve. Numa viagem a Paris, no término da Segunda Guerra Mundial, contactou com os pioneiros do surrealismo francês, como André Breton, Victor Brauner e Henri Pastoureau. No regresso a Portugal, participou na fundação do Grupo Surrealista de Lisboa, com Alexandre O’Neill, António Domingues, António Pedro, Fernando de Azevedo, João Moniz Pereira e José-Augusto França. O objetivo

era protestar, por um lado, contra o regime político que vigorava em Portugal e, por outro, contra as poéticas dominantes na época, nomeadamente o neorrealismo.

Um desentendimento com António Pedro resultou no afastamento do grupo por parte de Cesariny, e originou a criação de um segundo grupo, Os Surrealistas, em 1948, que, para além do autor de *O Virgem Negra*, congregava António Maria Lisboa, Carlos Eurico da Costa, Cruzeiro Seixas, Fernando Alves dos Santos e Pedro Oom.

Pintou, escreveu, criou e, ao longo da vida, não deu qualquer significado à glória ou à consideração literária. “É assim, estou num pedestal muito alto e há uma data de malta, cá em baixo, a aplaudir. Depois, deixam-me ir para casa sozinho. Isto é a glória literária à portuguesa”.

Aquele que se intitulou “um poeta sofrível, numa época em que o teto está muito baixo” e que achava que pintar era “mais divertido do que escrever”, morreu na sua casa, a 26 de novembro de 2006.

“De nós ficam os filhos, se fazes filhos, ficam livros e pinturas, se pintas ou escreves... Não é grande consolação. Porque se houvesse eternidade, era uma coisa, mas não há”, disse dois anos antes da partida para o lugar onde se encontram a alma e o mundo.

Hoje, reside na Fundação Cupertino de Miranda, em Vila Nova de Famalicão. (Cunha, 2015, p.53-56).