

Paulo Carvalho
Coordenação

MUSEUS, TURISMO E TERRITÓRIO



2015

FICHA TÉCNICA

Título: Museus, Turismo e Território

Coordenação: Paulo Carvalho

Autores: Ana Luísa Gomes, Luiz Alves, Natália Quitério, Paulo Carvalho, Pedro Serra, Vítor Mendes

Infografia: Paulo Carvalho

Fotografias da Capa (Paulo Carvalho): Museu do Brinquedo Português (Ponte de Lima, 2015); Museu Histórico-Militar de Almeida (Almeida, 2012); Museu Sem Fronteiras – Terras da Moura Encantada (Silves, 2010); Núcleo Museológico do Sal (Lavos, Figueira da Foz, 2013); Museu do Douro (Peso da Régua, 2015); Museu da Luz (Aldeia da Luz, Mourão, 2007).

Edição: EUMED (Universidade de Málaga – Espanha)

Copyright: © Autores

Nº. Registo:

ISBN: 978-84-16399-76-5

ÍNDICE

Índice	3
Autores.....	4
Nota de Abertura.....	5
Museus e Turismo. Dois Casos de Estudo (Caldas da Rainha e Óbidos) na Região Oeste	7
Museus e Turismo na Serra da Estrela.....	37
Turismo Cultural e Museus: Uma Oportunidade para as Regiões do Interior (o Exemplo de Bragança)	59
Ecomuseu Tradições do Xisto (Serra da Lousã): da Tradição à Dinamização e Valorização Territorial	78
O Renascer do Mosteiro de Verride: Uma Proposta de Musealização.....	96
Parque Patrimonial do Vale da Ceira: Uma Proposta de Desenvolvimento Territorial	127

AUTORES

Ana Luísa Gomes (ana.luisa.gomes@hotmail.com)

Licenciada em Turismo, Lazer e Património e Mestre em Lazer, Património e Desenvolvimento pela Universidade de Coimbra.

Luiz Alves (luizalves90@hotmail.com)

Licenciado em Geografia (com Pré-especialização em Geografia Humana) e Mestre em Geografia (Ordenamento do Território e Desenvolvimento) pela Universidade de Coimbra. Doutorando em Geografia na Universidade de Coimbra. Investigador do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT) das Universidades de Coimbra, Porto e Braga.

Natália Quitério (natalia_quiterio@hotmail.com)

Licenciada em Turismo, Lazer e Património pela Universidade de Coimbra e Mestranda em Arqueologia e Território na Universidade de Coimbra.

Paulo Carvalho (paulo.carvalho@fl.uc.pt)

Licenciado, Mestre e Doutor em Geografia pela Universidade de Coimbra. Professor Auxiliar da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, no Departamento de Geografia e Turismo. Investigador do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT) das Universidades de Coimbra, Porto e Braga.

Pedro Serra (pedrofserra@hotmail.com)

Licenciado em Turismo, Lazer e Património pela Universidade de Coimbra.

Vítor Mendes (vitorhugo777@hotmail.com)

Licenciado em Turismo e Lazer pela Escola Superior de Turismo e Telecomunicações de Seia (Instituto Politécnico da Guarda) e Mestre em Lazer, Património e Desenvolvimento pela Universidade de Coimbra. Frequência da Pós-Graduação MBA em Marketing pela Universidade de Coimbra.

NOTA DE ABERTURA

Na atualidade os museus refletem realidades com uma grande amplitude e diversidade (temas, territórios, tutelas, meios de financiamento e organização) no contexto de uma evolução (quantitativa e qualitativa) que podemos associar a dois vetores fundamentais: por um lado, o crescimento do número de estruturas/entidades museológicas; por outro, o alargamento das abordagens, temáticas e territórios indutores ou inspiradores de projetos/iniciativas neste domínio.

A ativação de objetos que assumem valor de memória (em particular quando perderam valor de uso/funcionalidade) através de coleções e edifícios que enfatizam a vertente de visitação, os processos de integração de territórios e paisagens de relevância patrimonial por via de estruturas polinucleadas que funcionam em rede com vista a valorizar a escala supramunicipal e propiciar experiências inovadoras e criativas aos seus participantes, os espaços museológicos interativos e os museus virtuais, revelam as configurações e os caminhos mais recorrentes de um percurso evolutivo singular.

Os museus integram cada vez mais equipamentos e serviços diversificados, em consequência da renovação das funções e objetivos que balizam e orientam as suas atividades, como, por exemplo, centros de documentação, lojas, serviços de cafetaria/restauração, atividades formativas e pedagógicas, que complementam a sua oferta, introduzem fontes de receita que podem contribuir para a sua sustentabilidade financeira e respondem aos novos interesses dos visitantes, em que os turistas assumem uma maior relevância.

As mudanças qualitativas operadas ao nível dos interesses e comportamentos dos turistas, os quais são mais ativos, participativos, esclarecidos, informados, exigentes, valorizam produtos/destinos turísticos mais respeitadores dos recursos e privilegiam a educação/aprendizagem, experiência e criatividade, estão presentes no planeamento e gestão dos museus enquanto atração turística.

Os traços diferenciadores do turismo pós-moderno, designadamente a segmentação, integração, sustentabilidade, inclusão e solidariedade, abriram novos horizontes aos museus na medida em que estes podem captar uma parte destes novos mercados/segmentos específicos da procura turística (de motivação cultural) que valoriza produtos personalizados, diferenciados, criativos e alicerçados em oportunidades de participação e interação nos museus e seus contextos de relação territorial.

A trilogia museus-turismo-território conduziu a uma seleção de textos, entre trabalhos inéditos (quatro) e publicações em atas e revistas (dois), na sequência de comunicações em eventos científicos, trabalhos de final de licenciatura, dissertações de mestrado e ainda reflexões orientadas de forma específica para o propósito desta

publicação, com o envolvimento direto de antigos estudantes de licenciatura (Geografia; Turismo, Lazer e Património), mestrado (Geografia Humana. Ordenamento do Território e Desenvolvimento; Lazer, Património e Desenvolvimento) e doutoramento (Geografia) da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

As narrativas da presente publicação enfatizam diversas sub-regiões do Centro (Oeste; Baixo Mondego; Serras da Lousã/Açor; Serra da Estrela) e Norte de Portugal (Alto Trás-os-Montes), em que as preocupações estão centradas na análise da oferta e procura dos museus bem como na apresentação de projetos/propostas de musealização/valorização territorial, através do seguinte alinhamento:

– “Museus e Turismo. Dois Casos de Estudo (Caldas da Rainha e Óbidos) na Região Oeste; comunicação apresentada por Pedro Serra e Paulo Carvalho, no contexto do *VII Congresso Internacional de Investigação e Desenvolvimento Sócio-Cultural* (Porto, outubro de 2009) e texto publicado em F. Cruz e J. Ribeiro (orgs.): *Atas do VII Congresso Internacional de Investigação e Desenvolvimento Sócio-Cultural*. Porto, AGIR (Associação para a Investigação e Desenvolvimento Sócio-Cultural), pp. 355-389.

– “Museus e Turismo na Serra da Estrela”; comunicação de Vítor Mendes e Paulo Carvalho no âmbito do *9º Congreso Internacional Virtual sobre Desarrollo Local en un Mundo Global* (Málaga, dezembro de 2012) e texto publicado em 2013 na *Turydes (Revista Turismo y Desenvolvimento)*, do Grupo EUMED y Red Academica Iberoamericana Local y Global, vol. 6, nº. 14, 18 pp.

– “Turismo Cultural e Museus: Uma Oportunidade para as Regiões do Interior (o exemplo de Bragança)”; texto inédito de Ana Luísa Gomes e Paulo Carvalho, na sequência do estágio (e respetivo relatório) de mestrado realizado pela autora no Museu do Abade de Baçal (Bragança).

– “Ecomuseu Tradições do Xisto (Serra da Lousã): da Tradição à Dinamização e Valorização Territorial”; texto inédito de Luiz Alves e Paulo Carvalho.

– “O Renascer do Mosteiro de Verride: Uma Proposta de Musealização”; trabalho inédito de Natália Quitério elaborado no âmbito do Seminário/Projeto II da licenciatura em Turismo, Lazer e Património, no decurso do segundo semestre letivo de 2013/2014.

– “Parque Patrimonial do Vale da Ceira: Uma Proposta de Desenvolvimento Territorial”; texto inédito de Luiz Alves e Paulo Carvalho.

Com esta publicação esperamos suscitar interesse, induzir novos contributos e acrescentar valor ao universo das reflexões em torno da temática dos museus, turismo e território.

Coimbra, 25 de novembro de 2015.

Paulo Carvalho
Universidade de Coimbra (Portugal)

MUSEUS E TURISMO. DOIS CASOS DE ESTUDO (CALDAS DA RAINHA E ÓBIDOS) NA REGIÃO OESTE

**Pedro Serra
Paulo Carvalho**

Resumo

A presente proposta de reflexão pretende, em primeiro lugar, relacionar os conceitos de museologia e de turismo, através de uma análise crítica da bibliografia referencial neste domínio, enfatizando as circunstâncias que se prendem quer com a prática turística, quer com a experiência museológica, assim como com as atividades em que ambas as áreas se envolvem. Num segundo momento desta reflexão, pretende-se investigar a realidade museológica da Região Oeste de Portugal, enfatizando como casos de estudo os concelhos de Óbidos e Caldas da Rainha (Museus da Rede de Museus e Galerias de Óbidos; Museu de José Malhoa e Museu de Cerâmica, respetivamente), com os objetivos de verificar como estas instituições se assumem perante os visitantes e como se relacionam com a atividade turística.

Palavras-chave: Museus; Turismo; Região Oeste; Caldas da Rainha; Óbidos.

1. Os museus: amplitude de ação e relações com o território e a sociedade

Os estatutos do Conselho Internacional de Museus (ICOM), definem no seu artigo 3º, seção 1, o museu¹ do seguinte modo: *“A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.”*

A conceção moderna de museu (e a prática museológica) reflete uma profunda renovação e, nos últimos anos, a emergência de uma componente mais dinâmica centrada na projeção dos museus no espaço exterior (com a valorização das paisagens e dos patrimónios) e no maior envolvimento da sociedade com os museus (Carvalho, 2003).

¹ A museologia é a ciência que estuda os museus. Trata as questões relativas à sua administração, manutenção e preocupa-se com as coleções e exposições dos museus, sublinhando a necessidade de preservação dos recursos patrimoniais. No panorama da museologia atual a administração do museu depara-se também com a programação de atividades de serviço educativo e eventos em que este possa estar envolvido.

Com efeito, a evolução dos museus ao longo do tempo é indissociável de fatores como, por exemplo, as tecnologias de comunicação e informação, as alterações económicas e sociais e as suas implicações ao nível da utilização do tempo livre, e as orientações e prioridades subjacentes às políticas de promoção do desenvolvimento dos territórios e das populações e, em particular, as políticas culturais. Novos tempos foram trazendo novas peças, novos patrimónios, novos públicos-alvo e novas técnicas de museologia, como por exemplo a catalogação e o fornecimento de informação acerca das peças, as técnicas de iluminação ou os guias-áudio em vez dos simples panfletos. O núcleo da actividade do museu sempre se manteve praticamente inalterado. Este continua hoje a centrar-se em primeira instância no património e na respetiva interpretação e preservação, acumulando com um conjunto de funções de educação e de lazer, que assumindo uma posição secundária, são também de importância fulcral para a atividade do museu.

Ao referir que o museu centra as suas atividades no património e na sua interpretação, estamos na verdade a falar das funções do museu. Neste âmbito, devemos referir não só a supracitada função de interpretação do património, que prevê a sua correta utilização, preservação e conservação, medindo até que ponto este pode ser utilizado para outros fins (no fundo a interpretação pretende dar sentido ao uso do património e definir a forma como se deve processar a sua preservação), mas também indicar as funções de educação que o museu oferece, nomeadamente por intermédio da transmissão de conhecimentos ao visitante, quer através da visita, quer por outros meios; e ainda as funções de lazer que atualmente também se encaixam nos museus, visto que estes cada vez mais se assumem como espaços propensos a esta prática ao possibilitarem ao visitante uma experiência agradável e confortável que ele hipoteticamente quererá repetir, mas também por lhe proporcionarem um afastamento efetivo em relação à sua rotina diária laboral e familiar.

Assim, e de acordo com Castro (2007), o museu age como um agente transmissor de cultura e conhecimento, mas também como um mediador de experiências visuais e expositivas, numa ótica em que proporciona serviços de lazer que vão ao encontro das necessidades de engrandecimento cultural e intelectual dos turistas actuais.

No entanto, não se verificou uma linearidade das funções do museu ao longo dos anos. São inúmeros os fatores que influenciaram e condicionaram a sua atividade, gestão e expressão ideológica. De entre eles contam-se a alteração de regimes políticos, os contextos e conjunturas económicas e socioculturais internacionais e até mesmo a

disponibilização de recursos para a atividade do museu, nomeadamente para a aquisição de novas peças para as coleções. A única função que se mantém desde a génese dos museus é a da preservação e salvaguarda patrimonial, independentemente da forma como o museu se relacionasse com visitantes.

Em Portugal, a evolução dos regimes políticos condicionou as práticas museológicas. A condicionante mais óbvia e que é transversal a todos os regimes políticos é a contenção orçamental que muitas vezes estrangulou a aquisição de novas obras e artefactos patrimoniais para o museu. Encontramos inúmeros exemplos destes casos em Lira (1999), sendo que aqui é manifesto o papel decisivo do director do museu na classificação do património por grau de importância, visto que, se nem todas as peças pretendidas podem ser compradas, cabe ao director decidir quais são aquelas mais relevantes.

Os museus portugueses cedo iniciaram a sua função educativa, nomeadamente através da transmissão de valores culturais e ideológicos. Durante o período do Estado Novo, os museus transmitiam aos visitantes aquilo que era defendido pelo regime político, disseminando as doutrinas do autoritarismo. Com o final deste regime os museus foram adaptando a sua atividade de acordo com as políticas em vigor. Na atualidade, verificamos que as políticas aplicadas aos museus são conjugadas com as necessidades do setor turístico, sendo que os museus são vistos como um recurso para esta prática. Este facto deve-se não só às políticas nacionais e à viragem para o setor do turismo que se tem verificado nos últimos anos em Portugal, mas também ao panorama internacional, não só nos contextos políticos e económicos, mas também em contextos relacionados com a cultura e a evolução social.

A sociedade, enquanto cultura, vê-se refletida nos museus, pois o património neles exposto não é mais que um conjunto de representações identitárias de um grupo que se expressa culturalmente. Assim os museus expressam a evolução da produção cultural das sociedades, ao mesmo tempo que permitem retrospectivas do passado.

De entre os desafios que a museologia atual enfrenta, é de destacar o que envolve o património e a questão da sua musealização. Lira (2002) defende que é o museu que deve exercer o papel de preservação dos valores patrimoniais imateriais que estão em risco de desaparecimento, devido sobretudo ao facto de não possuírem um suporte físico visível e correrem o risco de cair no esquecimento. Com efeito é necessário intervir com urgência sobre estes recursos, identificando e executando as medidas necessárias para salvaguarda desse património e a sua sustentabilidade. Por

outro lado, esta necessidade de preservar ao máximo os fatores de cultura, acarreta um novo problema, que é o da definição do que é o património museografável.

Teoricamente, todo o património pode ser significativo para a cultura de um povo e por isso pode ser musealizado. No entanto, se se considerar toda a obra humana como significativa para a musealização, corre-se o risco de uma banalização do património e a classificação de bens e objectos como património cultural deixa de ter relevância. Há que averiguar a importância e o sentido da preservação do património, antes de o musealizar. Uma das formas de controlar a musealização do património é fazer uma especialização temática do museu, de acordo com as circunstâncias que se revelarem mais adequadas para cada caso específico (Lira, 1999).

As evoluções sociais das últimas décadas levaram a alterações no panorama turístico mundial, começando pela mutação das motivações do turista e pela maior busca de bens culturais. Enquanto espaços plenos de cultura, os museus cedo se assumem como espaços e destinos turísticos. Face às potencialidades que possuíam, os museus começaram lentamente a ponderar outros factores que não apenas a tradicional gestão patrimonial dos seus recursos, tendo encetado algumas estratégias de promoção e publicitação como forma de conseguir uma maior atração de visitantes.

A tendência atual aponta para que os museus tenham de assumir uma posição competitiva relativamente a outros destinos e produtos turísticos para se conseguirem manter em destaque nas motivações e desejos do turista contemporâneo. A museologia moderna consagra esta abertura ao público e visa a transformação dos museus num produto turístico competitivo, enquanto gerador de experiências culturais enriquecedoras e transmissores de conteúdos de forma lúdica e eficiente (Lira, 2002). Utilizando como exemplo os guias-áudio, verifica-se que estes possibilitam ao turista uma muito maior independência durante a sua visita, e uma maior interatividade com a exposição, visto que é o mesmo que escolhe o que quer ver e ouvir.

A classificação dos museus como espaços propícios para atividades de lazer possibilitou que outras vertentes fossem exploradas no museu. A criação de exposições temporárias leva a que os visitantes tenham um constante interesse na atividade do museu; a instalação de espaços de cafetaria perto de museus, nomeadamente em áreas ajardinadas, também é um fator que facilita a deslocação de novos visitantes ao museu. Os turistas atuais anseiam por novidades, querem conhecer algo que ainda não tenha sido objeto de experiência anterior, como tal, é importante que o museu consiga ir constantemente renovando o seu leque de ofertas, não se fixando numa exposição

permanente única. No fundo, a administração do museu passa a ser semelhante à gestão de uma empresa, visto que o objetivo é manter a “quota de mercado” e continuar a receber visitantes. A utilização de técnicas de marketing para a promoção do museu é frequente na criação de uma imagem identificadora da instituição e também na promoção de eventos e exposições que ocorrem no seio do museu. Depois, o museu, para além de interpretar o património, preocupa-se também com a experiência do visitante, visando proporcionar-lhe um momento agradável de lazer e enriquecimento cultural. No caso de o visitante gostar da visita, muito provavelmente, vai comentar com amigos e familiares e incitá-los a que eles próprios façam também uma visita, difundindo uma imagem positiva do museu.

Em suma, o museu é uma instituição complexa, cuja administração exige a conjugação de uma multiplicidade de fatores, sendo necessário conjugar as coleções com o espaço ocupado pelo museu e este com a envolvente territorial; depois importa também considerar o panorama turístico da instituição, definir políticas de relacionamento com os visitantes, facultar-lhes meios que tornem a visita mais agradável. Enfim, o museu assume-se cada vez mais como um produto turístico cultural preferencial, assumindo um destaque significativo nas escolhas dos turistas, não só por possibilitar um contacto cultural, mas também por ser um espaço agradável e de lazer.

2. Os museus e o turismo cultural

Apesar de entre museus e turismo existir uma considerável interdependência, visto que estes são já de forma recorrente aproveitados como espaços para a prática do turismo, existem no entanto algumas em que eles divergem de modo acentuado.

O museu é habitualmente visto como um espaço social de cultura, onde se efectua uma interacção entre o visitante e a instituição, no sentido de promover o seu enriquecimento intelectual. No museu são preservadas recordações do passado, o legado que ficou das gerações anteriores, tendo uma função de preservação da memória. Este simbolismo de que o museu é uma arca de recordações impenetrável acaba por proporcionar um sentimento de segurança ao visitante, que sabe que o património ali exposto não corre o risco de se perder (Castro, 2007).

No âmbito do turismo cultural, o património cultural ocupa uma posição de destaque na medida em que é em torno dele que grande parte da atividade turística se desenrola. Sob o vetor de análise do turismo, o património deve ser explorado para a obtenção de lucro, sob a forma das mais diversas atividades e situações. Assim, a

relação entre turismo e património deve ser bem ponderada, na medida em que nem sempre o desenvolvimento turístico é compatível com a conservação patrimonial. Porém, acontece que em muitos locais são os recursos financeiros obtidos da exploração turística do património que viabilizam orçamentos de preservação e salvaguarda deste mesmo ou de outro património cultural (Russo e Van de Borg, 2002, cit. por Gonçalves, 2006), o que afinal demonstra que é possível que turismo e património se relacionem de forma sustentável.

Desta forma, museus e turismo olham o património de diferentes ângulos: os primeiros procuram levar a cabo a sua preservação e conservação por meio de processos e estudos interpretativos, assim como lhe atribuem um papel no serviço educativo do museu e na atividade genérica de lazer que é a visita ao museu; ao passo que o segundo tem uma visão mais exploradora deste recurso, e visa a criação de valor económico através da utilização destes recursos, sendo que a sustentabilidade deste aproveitamento será maior ou menor, consoante estejam orientadas as práticas turísticas no contexto em questão e de acordo com as políticas de salvaguarda e valorização patrimonial adoptadas.

Por outro lado, o museu para além das funções de exposição e educação e transmissão de conhecimentos tem ainda o objectivo de conseguir um cada vez maior número de visitantes e permitir práticas cada vez mais inovadoras. A disponibilização do espaço museológico para outras atividades que não as típicas de um museu tradicional (exposições), revela que o museu não está fechado sobre si próprio, mas aberto à sociedade e à comunidade envolvente, denunciando ainda uma aposta numa vertente mais turística, pois com a utilização do espaço museológico para a recreação e o lazer, o museu engrandece o leque de atividades de lazer que faz sentido realizar nas suas instalações (Vitagliano, 2003).

A aproximação dos museus ao turismo levou a que estes passassem a ser geridos como empresas, utilizando técnicas para diversos fins, mas sobretudo tendo em vista a captação de mais visitantes. Assim, de entre os planos e programas aplicáveis aos museus, podem ser referidos alguns aspetos (Gammon, 2003):

1. O museu na elaboração das suas exposições temporárias e permanentes tem de ter em conta o equilíbrio entre a significação do museu, a faixa temporal em que a exposição vai ser apresentada, a ideia central e o design da própria exposição e a sua integração no contexto do museu e a resposta às expectativas dos visitantes.

2. É importante que seja definida uma imagem atrativa do museu que corresponda àquilo que ele significa (não faz sentido apresentar uma imagem de modernidade num museu tradicional com exposições de arte sacra medieval).

3. É relevante definir segmentos temporais estratégicos para a realização da exposição. Esta definição deve ter em conta o perfil do visitante e os momentos/períodos que este privilegia para a incursão numa exposição museológica.

4. A exposição e a visita devem estar orientadas de tal forma que o visitante não se sinta perdido, pois este gosta de escolher o seu roteiro, mas também gosta de ter ao seu dispor informação adequada sobre as opções que pode fazer durante a visita.

5. A visita a um museu é um processo social, pelo que raramente um indivíduo vai sozinho a um museu. Por isso a exposição deve estar preparada para o fornecimento de informação a grupos, mas de forma individualizada e não generalizada, pois a massificação é hoje considerada pelo turista como um fator pouco positivo.

6. A acessibilidade é um fator relevante no contexto da exposição e mesmo do próprio museu. Este deve ser acessível a todos os tipos de público e deve facultar instrumentos de apoio ao contacto com o património aos diferentes públicos com distintas características. Um deficiente motor precisa de ter acessos, rampas, por exemplo, e espaço para efectuar as manobras com a cadeira de rodas; um deficiente visual precisa de placas informativas em Braille para conseguir ter acesso às legendas das peças expostas, devendo também ser abertas algumas exceções no que diz respeito ao contacto direto com o património, pelo que podem ser disponibilizadas algumas peças para o manuseamento por parte deste segmento de visitantes. Noutro âmbito, o museu deve ser acessível aos públicos estrangeiros que o visitam: deve disponibilizar recursos que permitam uma visita mais personalizada e segmentada. Exemplos disso são a criação de panfletos multilingues, de guias áudio que permitam a opção de escolha linguística, entre outros.

Este conjunto de notas supracitado resume as preocupações que os museus atualmente têm com os visitantes, verificando-se aproximações claras à forma como a atividade turística se processa.

A integração de museus em redes e roteiros turísticos traz benefícios quer para o turismo em geral, quer para o museu em particular (Lira, 2002), pois a articulação entre os nós da rede fará com que quer os turistas visitem mais do que um dos locais interligados por reconhecerem uma imagem comum (caso haja uma identidade uniforme) ou uma temática semelhante na apresentação dos vários produtos.

O museu proporciona no contexto da visita cultural um afastamento efetivo em relação ao tempo da atualidade. Os artefactos expostos remetem o visitante para outros tempos e outros espaços que não aqueles em que o visitante se encontra ou aqueles que está acostumado a frequentar. Por isso mesmo verificamos que este é um espaço de lazer não só pela envolvente cultural extremamente intensa, como também pelo repouso e refúgio da vida quotidiana que pode ser por ele proporcionado. O visitante de um museu é também um turista cultural, uma vez que procura contactar com outras culturas, conhecer outros povos e tradições, para enriquecer a sua própria cultura pessoal. Grande parte destes turistas planeia autonomamente as suas deslocações, tendo um total controlo sobre a administração do seu tempo livre, e de certa forma, fugindo à massificação da oferta turística. Neste contexto, verifica-se também que as viagens realizadas por múltiplas motivações ao invés de uma única são também uma realidade cada vez mais comum. Ainda assim, as motivações que se relacionam com o contacto com outras culturas e com o consumo de produtos turísticos relacionados com o lazer mantêm uma posição de destaque na atualidade.

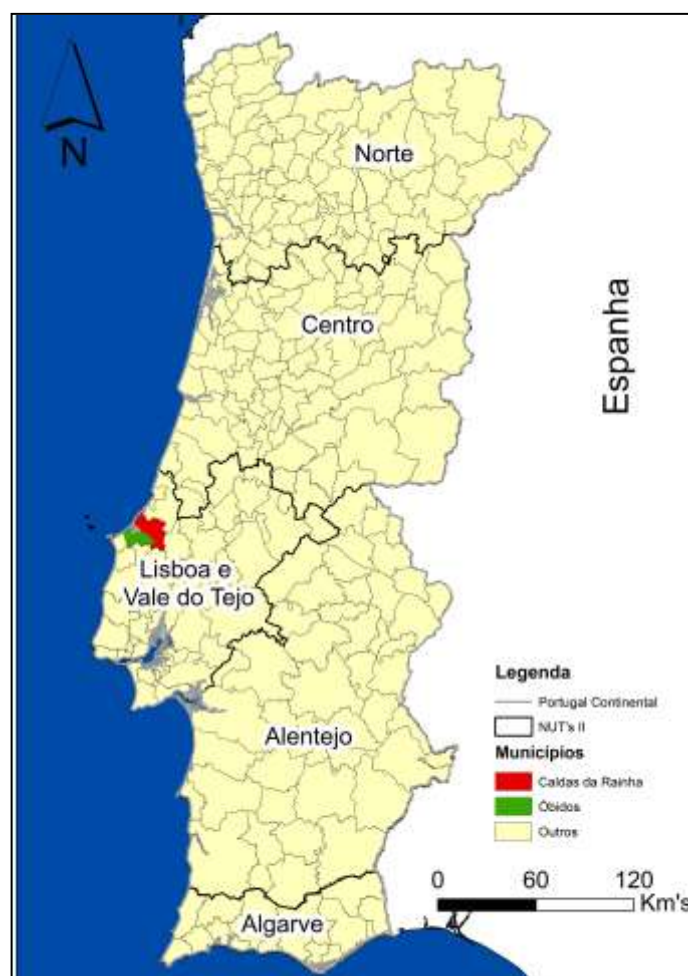
Assim, os museus podem desempenhar um papel muito importante no âmbito do contacto com outras culturas, tão desejado pelos turistas culturais, na medida em que incluem a súpula de tudo o que a cultura que é visitada significa, analisada segundo diferentes perspetivas. O museu deve então alargar o âmbito da sua ação de forma a enquadrar toda a procura de bens culturais a que eventualmente possa dar resposta neste contexto.

Em conclusão, é possível verificar que a utilização dos museus nos produtos turísticos ou a sua constituição como produto turístico por si só revela a importância que estas instituições assumem no panorama turístico global. Os museus por serem instituições com funções específicas no âmbito da preservação patrimonial e no serviço educativo à comunidade têm uma relação forte com a dimensão da sustentabilidade. O turismo, por seu lado, ainda deixa uma pegada demasiado grande em locais onde exerce a sua atividade, começando em alguns casos a caminhar no sentido da sustentabilidade. Em suma, a relação entre o turismo e a museologia trouxe mutações em ambas as partes, sendo que são mais notórias as mudanças nos museus, que se adaptaram para receber a atividade turística. O turismo, ao assumir os museus como um dos seus produtos modera a sua atividade e utiliza o património mais racionalmente. Devido à interpretação do património, em muitos locais vão sendo tomadas medidas para delimitar a atividade turística e assim tornar o turismo mais sustentável.

3. Os museus da Região Oeste de Portugal: os exemplos de Caldas da Rainha e Óbidos

3.1 A Região Oeste

Com os casos de estudo pretendemos realizar um retrato do panorama museológico e turístico atual da Região Oeste de Portugal, designadamente no que diz respeito aos concelhos de Caldas da Rainha e Óbidos (figura 1) por aqui se situarem três das mais importantes instituições museológicas regionais, a saber: o Museu José Malhoa, o Museu de Cerâmica e a Rede de Museus e Galerias de Óbidos. Estes apresentam duas formas de administração museológica: a municipal e a nacional, referente à Rede Portuguesa de Museus, sob a tutela do Instituto dos Museus e da Conservação. A título de comparação serão ainda considerados alguns museus municipais da região.



Elaboração própria

Figura 1. Localização dos concelhos de Caldas da Rainha (vermelho) e Óbidos (verde)

A Região Oeste, com os municípios de Alcobaça, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Óbidos, Nazaré, Peniche, Sobral de Monte Agraço e Torres Vedras, está inserida num triângulo entre Lisboa, Santarém e Leiria, fazendo fronteira a ocidente com o Oceano Atlântico. Contabilizava, em 2001², 338 711 habitantes (mais 7.7% do que em 1991) e relativamente aos setores de atividade dominantes na região, verifica-se que a agricultura ainda tem uma presença marcante³ (9,2%, em 2001, apesar do decréscimo deste sector no período de 1991-2001). No entanto, o setor terciário⁴ é o mais importante (ocupando 54.1% da população empregada, em 2001) e o que tem crescido de forma mais significativa nos últimos anos, facto este relacionado em boa parte com o desenvolvimento do turismo, como tem acontecido em outras áreas rurais do país.

No âmbito administrativo, estes 12 concelhos são governados pelos seus próprios executivos autárquicos. Porém, no sentido de fomentar a cooperação intermunicipal e de criar uma estrutura capaz de gerir o desenvolvimento regional, incluindo o planeamento e a gestão de projectos, foi criada em 1987 a Associação de Municípios do Oeste (AMO). Em 2008, com a entrada em vigor do Novo Regime Jurídico do Associativismo Municipal (Lei nº 45/2008, de 27 de Agosto), a Associação de Municípios do Oeste transformou-se em Comunidade Intermunicipal, passando a denominar-se Comunidade Intermunicipal do Oeste⁵ (ou CIM Oeste). Ao nível do turismo, a CIM Oeste contribui para a concretização de orientações e projectos estratégicos, com o propósito de “aumentar a sua atractividade turística, respeitando a cultura e a riqueza nas vertentes rural/histórica”, sendo que visa a execução de algumas medidas, tais como: “Promover a elaboração de um Plano de Marketing Operacional para a Implementação de uma estratégia de produtos de turismo adequada às reais potencialidades da Região”; “valorização dos principais produtos da Região”; “criação de produtos turísticos específicos e sua comunicação em torno das potencialidades da Região (golfe, termalismo, talassoterapia, turismo ativo; touring; turismo rural e

² Em 2011, foram contabilizados 362540 habitantes (mais 7.04% em relação a 2001). Caldas da Rainha e Óbidos apresentavam 51729 e 11772 habitantes, respetivamente, o que perfaz 17.5% do total da população residente do Oeste.

³ O referido setor representava 6.2% dos ativos com emprego em 2011.

⁴ Segundo os dados definitivos dos Censos 2011, esse indicador subiu para 66.7%.

⁵ Apesar da Lei 75/2013, de 12 de setembro, manteve-se a composição geográfica desta Comunidade.

imobiliário)”, entre outras – de acordo com a informação disponível no sítio *online* da CIM OESTE.

Na vertente cultural, o Oeste encontra-se muito ligado ao vinho. No Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT; 2007), a gastronomia e os vinhos são um dos fatores distintivos do Oeste enquanto polo de desenvolvimento turístico, sendo que a estes se somam o golfe, o turismo cultural e o turismo balnear como produtos estratégicos para o crescimento deste sector. No plano do turismo cultural, são no PENT (2007) citados apenas os monumentos do Oeste, como os castelos, as igrejas e os mosteiros. No entanto, neste âmbito, o Oeste tem bastantes mais produtos, sendo que os jardins e parques, os museus, os solares dos séculos XVII e XVIII, as quintas e ainda alguns produtos ao nível da arqueologia são produtos plenos de potencialidades de desenvolvimento.

Ainda de acordo com o Plano Estratégico Nacional do Turismo (2007), o Oeste beneficia grandemente com a sua relativa proximidade de Lisboa. O facto de este ser um destino turístico maduro e com alguma relevância a nível internacional faz com que um grande fluxo de turistas possa visitar também o Oeste ao visitar Lisboa. Este facto é potenciado essencialmente pelo chamado *cross-selling*, que consiste em cruzar estes dois destinos na hora da sua publicitação, mostrando o Oeste a quem visita Lisboa e vice-versa.

Em suma, verifica-se que o Oeste é uma região plena de potencialidades, de tal forma que foi contemplado no PENT (2007) como um dos cinco polos de desenvolvimento estratégico. O património, o ambiente rural e as praias tornam esta região um destino privilegiado para a prática de turismo balnear, enoturismo (associado à gastronomia), ecoturismo, turismo em espaço rural e turismo cultural. A proximidade de Lisboa significa vantagens para o Oeste, uma vez que as boas acessibilidades existentes permitem uma rápida deslocação entre estes dois pontos, trazendo até ao Oeste uma grande variedade de visitantes.

3.2 Os museus de Óbidos e Caldas da Rainha: políticas, organização e atividades

No que diz respeito às políticas museológicas, verifica-se que os museus do Oeste estão organizados segundo diferentes modelos, sendo o mais comum o do museu municipal. Ainda assim não se verifica uma constância nas formas de administração destes museus, existindo diferenças significativas de município para município. Na

generalidade dos museus da Região Oeste não se verifica um conjunto de estratégias de administração museológica que tenha em vista a dinamização destas instituições, sendo que estas normalmente têm objetivos pouco ambiciosos no que diz respeito ao número de visitantes e uma dedicação mais forte ao serviço educativo e relação com a comunidade. Podemos contrapor por exemplo os museus municipais de Óbidos e do Bombarral. Este último encontra-se num edifício histórico para o concelho, o Palácio Gorjão, situado no centro da vila, e apresenta um conjunto de coleções repartidas por sete salas temáticas: Arqueologia, Escultura, Sala Júlio César Machado (literatura), Sala Jorge Almeida Monteiro (escultura e gravação em placas de metal), Etnografia, Medalhística, e Epigrafia e Heráldica. Pelas características da sua exposição permanente e pelas condições do espaço que ocupa, este museu possui um enorme potencial de desenvolvimento, no entanto, falta-lhe alguma dinâmica para se conseguir afirmar no panorama museológico regional. De entre as falhas principais, é de salientar a quase inexistência de exposições temporárias, faltando portanto ao museu o fator novidade que atrai muitos visitantes a museus. Por outro lado, o Museu Municipal de Óbidos difere em muitas situações neste aspeto, uma vez que, em primeiro lugar, não é o único museu autárquico do concelho, uma vez que se encontra integrado na Rede de Museus e Galerias de Óbidos; em segundo lugar, o serviço educativo deste museu está constantemente a desenvolver projetos novos e a interagir com a comunidade, nomeadamente através da criação de atividades dedicadas sobretudo às crianças, visando o contacto das mesmas com a arte; depois, o Museu Municipal de Óbidos situa-se na Praça de Santa Maria, no centro da vila de Óbidos, uma localidade que se afirma como um destino turístico com bastante procura, tendo atingido um estado de maturidade, e devido a este fator, o mais provável é que o museu tenha mais procura, se mais visitantes se deslocam à vila.

A organização em rede da museologia de **Óbidos** visa uma articulação mais aproximada entre as instituições que abrange. É com este objetivo que a Rede de Museus e Galerias de Óbidos atua desde 2004, data da sua criação, funcionando como um organismo centralizador, pois é superior à administração de cada um dos museus e possibilita uma maior interação deles entre si. Esta instituição trata da coordenação de atividades, programas e calendarização de ações nos museus no seu conjunto e contribui grandemente para uma visão integrada da cultura e do património do concelho. No sentido de manter uma imagem uniforme da museologia em Óbidos, esta rede tem ainda a cargo a promoção e publicitação de exposições e eventos que acontecem nos museus,

sendo que em última instância é a Óbidos Patrimonium (E.M.), a empresa responsável pela gestão do património municipal, dos eventos e do turismo em geral, administradora portanto da teia museológica municipal, que gere a promoção de eventos e exposições nos museus, depois de ter sido definido o objetivo da exposição pela Rede de Museus e Galerias de Óbidos. Os meios mais utilizados para promoção das atividades em museus são, para além da exibição de cartazes e posters na vila, *press releases*, conferências de imprensa, a *newsletter* e a *mailing list* da rede.

A Rede de Museus e Galerias de Óbidos é ainda responsável pela coordenação da Rede de Investigação, Inovação e Conhecimento, um conjunto de projetos executados em colaboração com várias universidades do país e que inicialmente tinha como objetivo a criação de condições para a candidatura de Óbidos a património mundial, mas que acaba por ultrapassar esse propósito, visando atualmente possibilitar um conhecimento mais aprofundado sobre Óbidos e o seu território em várias áreas do saber.

Por esta ser uma rede que envolve várias instituições museológicas importa referir algumas instituições que a compõem. Para além do supracitado Museu Municipal de Óbidos (figura 2), referir-se-á também a Galeria NovaOgiva, um espaço de crescente importância no panorama turístico obidense. No entanto, é necessário fornecer ainda alguns detalhes sobre o Museu Municipal e sobre o edifício onde este se situa. O solar da Praça de Santa Maria, antiga habitação de Eduardo Malta (pintor obidense) acolhe o Museu Municipal de Óbidos, dispondo de uma exposição permanente de arte sacra e arte antiga dos séculos XIV a XVIII. É composto por diversas salas, com peças de arte diversas desde pinturas a esculturas e estátuas e até vestígios arquitetónicos. Neste museu encontram-se peças de diversas correntes artísticas, do tardo-gótico ao barroco, passando pelo maneirismo; e de vários pintores famosos, como a célebre Josefa d'Óbidos, Belchior de Matos, André Reinoso e Diogo Teixeira. Resta só acrescentar um último pormenor, referente às instalações do museu: desde a sua criação, em 1970 até janeiro de 2004, o Museu Municipal de Óbidos esteve alojado num outro edifício que não o atual, um local que já havia servido de Paços do Concelho e onde neste momento se situa o Museu e Casa de Abílio Mattos e Silva.

Referindo uma outra instituição museológica, é digna de destaque a Galeria NovaOgiva, o espaço da Rede de Museus e Galerias de Óbidos dedicado à arte contemporânea. Esta Galeria foi inicialmente criada em 1970, pelo escultor José Aurélio, tendo tido pouco mais de três anos de atividade. Cerca de trinta anos depois o

município de Óbidos decidiu recuperar o conceito da galeria e reativá-la, de tal maneira que hoje este é um espaço utilizado para manifestações artísticas contemporâneas, dispostas em exposições temporárias. O espaço divide-se essencialmente por dois pisos, sendo que entre eles, durante a subida se encontram alguns pequenos espaços onde podem ser colocadas peças e obras de arte. A galeria, apesar de se encontrar num edifício antigo, adaptado para aquela função, consegue ter um aspeto moderno, devido à sensação da existência de um grande espaço amplo, separado por pequenos conjuntos de pilares e paredes que criam divisões entre os espaços. Outro dos aspectos interessantes do espaço é que a escada assemelha-se a uma varanda, permitindo uma visão de algumas partes da exposição no piso inferior.



Fotografias: Paulo Carvalho

Figura 2. Museu Municipal de Óbidos (2012) – informação aos visitantes

O objetivo da Rede de Museus e Galerias de Óbidos é completar um ciclo com o património municipal. Já existem numerosas instituições museológicas interligadas na rede, no entanto e segundo uma fonte da Rede de Museus e Galerias de Óbidos e tendo em conta o património obidense, ainda falta um espaço de arqueologia, bem como um que trate o papel das Rainhas em Óbidos. O Museu das Guerras Peninsulares, planeado há muito, encontra-se em fase de financiamento, segundo essa mesma fonte. Talvez a

criação de um Museu do Chocolate não fosse também errada, já que esta iguaria atrai milhares de visitantes durante o Festival Internacional de Chocolate, existindo assim algum potencial de exploração.

No concelho de **Caldas da Rainha** as políticas museológicas são diversas das de Óbidos: encontram-se de um lado os museus municipais, que são administrados pela autarquia, e possuem o seu próprio serviço educativo junto com as escolas do concelho, as suas próprias exposições temporárias e eventos variados; e do outro lado as instituições caldenses da Rede Portuguesa de Museus, o Museu de Cerâmica e o Museu José Malhoa (figura 3), que também não são parcos na sua vertente educacional, trabalhando com escolas intra e extraconcelhias, nomeadamente a Escola Básica e Secundária de Fernão do Pó, localizada no Bombarral. Por se encontrarem a uma escala superior, estes museus têm mais visibilidade e, regra geral, recebem bastantes visitantes, dependendo das épocas do ano, conforme se verá mais adiante.



Fotografia: Paulo Carvalho

Figura 3. Museu de José Malhoa (Caldas da Rainha, 2012)

O Museu de José Malhoa resultou de um processo de cerca de 10 anos tendo em vista a sua criação, o qual foi orientado essencialmente por António Montês, o grande

responsável pela instalação desta instituição, uma vez que desde cedo iniciou as diligências necessárias para a concretização do projeto, tendo trabalhado tanto a nível local, como estatal, contatando mesmo com José Malhoa, no sentido de obter o seu aval para a construção de um museu em honra da sua obra. A morte de Malhoa em 1933 como que apressou o andamento do museu, tendo-se fixado a data do aniversário do pintor no ano seguinte (18 de Abril de 1934) para a abertura do museu, ainda que em instalações provisórias. As doações ao museu foram-se sucedendo, tendo começado ainda antes da sua abertura e perdurado até já bem depois de ter ocupado as suas instalações definitivas, em 1940. Conseguiu-se uma notável e valiosa coleção de arte referente sobretudo ao período do naturalismo português, na qual a pintura de José Malhoa ocupa, obviamente, uma posição de destaque. Esta coleção foi crescendo de tal forma, devido sobretudo às referenciadas doações, que foi necessário em 1950 proceder a reformas de ampliação do museu. No ano seguinte reabriu e foi abrindo a pouco e pouco novas salas com exposições diversas, incluindo uma sala de exposições temporárias e uma outra, aberta em 1964 na cave do museu, com uma seção de cerâmica, para dar algum destaque à cerâmica caldense. No que diz respeito aos aspetos arquitetónicos do museu, afere-se que este possui um claustro central, em torno do qual se situam as salas e corredores de exposição que estão organizados de tal forma que permitem que a exposição seja visitada continuamente em torno do centro do museu, passando por todas as salas.

Sem contar com a sala de cerâmica do Museu de José Malhoa, que abriu em 1964, esta arte não teve representação museológica de grande expressividade na região até ao momento em que se verificou a abertura do Museu de Cerâmica (1983), depois de largamente discutida a importância de um museu que apresentasse e que fosse especializado na preservação e interpretação do património cerâmico nacional, que até então ainda não possuía um espaço a si dedicado. Por ter sido a terra onde Rafael Bordalo Pinheiro viveu parte da sua vida e por ter sido o local onde este, o criador do Zé Povinho, instalou a sua fábrica de faianças, Caldas da Rainha revelou ser um local propício para a instalação de um Museu de Cerâmica. Foi nesse sentido que a Câmara Municipal de Caldas da Rainha atuou ao elaborar o Programa para a Instalação de um Museu Nacional de Cerâmica em Caldas da Rainha, o qual procurava justificar a criação de um museu de cerâmica com a inexistência de algo semelhante no país, aliado ao facto de o património cerâmico nacional se encontrar fragmentado por diversos museus nacionais, não tendo o devido destaque em nenhum deles, e ainda com o facto de que

existia um grande espólio cerâmico em armazém, a degradar-se e por interpretar, que merecia ser dignificado e integrado numa exposição museológica. O museu acabou por ser instalado na Quinta do Visconde de Sacavém, um local bastante adequado à sua função atual, uma vez que consiste num conjunto arquitetónico do final do século XIX, que inclui um palacete, onde hoje está abrigada a exposição permanente, e também um conjunto de anexos utilizados para exposições temporárias e atividades lúdicas e educativas, além de possuir um belo espaço ajardinado onde figuram diversas peças de arte cerâmica e escultórica como, por exemplo, painéis de azulejos e estátuas. O palacete por si só é um monumento interessante, cuja fachada se encontra amplamente decorada com cerâmica, desde painéis de azulejos com as mais variadas representações, a esculturas de cerâmica em forma de gárgulas. O interior segue a mesma linha decorativa, sendo que o azulejo encontra uma posição de destaque, havendo lugar ainda para algumas esculturas. O museu está organizado em diferentes salas que abrigam diferentes coleções, separadas por autores, fábricas de produção, por matéria-prima utilizada no fabrico das peças, de entre outras.

Além disso, por se terem unido esforços nesse sentido, desde 2003 que os museus caldenses, não só os do Instituto dos Museus e da Conservação – Museu de José Malhoa e Museu de Cerâmica – mas também os museus tutelados pela autarquia, sob a administração do Centro de Artes – compreendendo portanto o Atelier-Museu António Duarte, o Atelier-Museu João Fragoso e o Museu Barata Feyo – e ainda o Museu do Hospital das Caldas, tutelado pelo Ministério da Saúde, se encontram interligados por uma Rede Local de Museus, estabelecendo parcerias entre os vários museus e cooperação aos mais diversos níveis, como por exemplo o intercâmbio de técnicos de restauro especializados em determinado tipo de peças entre os museus. Aumentando ainda mais as interligações entre os museus caldenses, desde 2007 que o Museu de Cerâmica e o de José Malhoa passaram a partilhar a mesma direção, sendo por isso instituições muito próximas. Funcionando como uma rede, utilizam técnicas para a sua promoção, nomeadamente através da publicitação de atividades de uma instituição na outra e vice-versa, através da disponibilização ao público de um bilhete único a um preço vantajoso que permita a entrada nos dois museus, permitindo assim o *cross-selling* entre os visitantes destes museus.

Para além de escolas e outros museus da região, estas instituições relacionam-se com outras estruturas e organismos municipais e supramunicipais. Tomando o caso da Rede de Museus e Galerias de Óbidos como exemplo, verifica-se que existe um

conjunto de protocolos de cooperação para os mais diversos fins, desde o Museu do Teatro, ao Teatro Nacional D. Maria II e o Teatro Nacional S. Carlos que estabeleceram um protocolo de cooperação para apoiar a instalação do Museu e Casa Abílio Mattos e Silva. O Museu Paroquial de Óbidos coopera com a Paróquia e com a Misericórdia de Óbidos, no sentido de conseguir manter mostras constantes de arte sacra e património religioso. O Museu Municipal de Óbidos está também envolvido num projeto chamado “Museu Sem Fronteiras”, o qual visa que se estabeleçam relações entre museus europeus, ao nível da arte barroca.

A questão das exposições temporárias também é muito importante para os museus, porque por um lado podem expor peças diferentes da coleção permanente durante um espaço de tempo limitado, e por outro porque introduzem novidade no museu. A novidade é um dos fatores mais procurados pelos visitantes, visto que procuram constantemente vivenciar experiências diversas e contactar com factores de cultura que até então lhes eram desconhecidos. Verifica-se, portanto, que estes apresentam frequentemente exposições temporárias, sobretudo de autores contemporâneos, nas Caldas da Rainha e na Galeria NovaOgiva e de peças mais antigas e, por vezes, relacionadas com património religioso, nos restantes museus de Óbidos.

Apesar de a exposição e as contingências que com ela se prendem ocuparem uma posição central no seio das preocupações dos museus, visto que as exposições incluem o património destas instituições no seu conjunto e portanto há uma série de situações que têm de ser geridas neste contexto, nomeadamente no que diz respeito à preservação do património, o museu dedica-se também a outras vertentes, procedendo a uma abertura efetiva à comunidade. O serviço educativo é o melhor exemplo da forma como os museus acolhem a sociedade e se afirmam como instituições vivas e plenas de dinamismo. A atividade dos museus na atualidade procura muito mais interagir com os visitantes e fornecer-lhes uma experiência agradável. Esta vertente educacional do museu subdivide-se em diversas atividades, como visitas guiadas, ações de apoio a públicos infantis, juvenis e adultos, sessões de formação e desenvolvimento, entre outras, sendo que, regra geral, destinam-se a públicos específicos mais ou menos definidos.

A concretização das mesmas para o público infanto-juvenil pode resultar, mais especificamente, em ateliês diversos de pintura, escultura, cerâmica, lançamentos e apresentações de livros infantis no museu, apresentação de teatros (de marionetas, por exemplo) e de filmes, realização de jogos que visem a interação com a arte, exposições

temporárias de trabalhos escolares relacionados com o museu nesta instituição, de entre uma multiplicidade de outras atividades possíveis. No entanto, são de destacar algumas iniciativas desenvolvidas pelos museus, de entre elas, as que são desenvolvidas pela pintora Romarina Passos junto das crianças do concelho de Óbidos, com programas como “Pensar Colorido” e “No Atelier do Pintor Um Tesouro Escondido”, que visam possibilitar um contacto mais aproximado das crianças com a arte exposta nos museus obidenses.

Neste mesmo âmbito, o museu disponibiliza também atividades para adultos, a começar pelas visitas guiadas com explicações mais completas e culturais (à partida não será necessário explicar a arte com o vocabulário adequado a crianças); comemorações de efemérides e datas importantes, como o Dia Internacional dos Museus, o aniversário do nascimento de José Malhoa, ou a data de criação do museu, por exemplo; lançamentos de livros; recitais de poesia e canto; sessões literárias, colóquios, debates e conferências; workshops de pintura e escultura... enfim a quantidade de atividades que podem decorrer no museu é potencialmente infinita.

No que diz respeito à organização de eventos no seio das instituições, ao compartilhar com estudantes (universitários ou do secundário) a organização de pequenos eventos no museu, este possibilita que aqueles tenham uma breve experiência e vejam resultado de algo que realmente executaram, sendo que, em alguns casos, poderá também ser uma experiência rumo ao mercado de trabalho, permitindo também que a juventude participe, se envolva e se reveja naquilo que o museu procura significar. Pode-se citar por exemplo o evento “Noite dos Museus” que decorreu no Museu de José Malhoa e consistiu na mostra de pequenos filmes realizados pelos alunos da Escola Superior de Arte e Design das Caldas da Rainha numa sala do museu. Este evento demonstra o envolvimento do museu na comunidade desde o início do projecto, uma vez que os trabalhos procuravam mostrar um olhar renovado sobre várias obras de José Malhoa e foram elaborados em colaboração com a instituição. Este evento também teve a participação do Museu de Cerâmica, que acolheu nos seus jardins um conjunto de concertos dedicados a uma faixa etária mais jovem, além de disponibilizar uma exposição temporária com obras de estudantes da região.

Acerca da publicitação das atividades desenvolvidas nos museus, sabe-se que o tema já foi abordado aquando da explanação das competências a Rede de Museus e Galerias de Óbidos, no entanto importa recuperá-lo uma vez que ficou por referir um factor muito importante na atualidade, que é a presença dos museus na Internet. O facto

de um museu possuir um *site* onde forneça algumas informações sobre o local onde se situa, as coleções que abriga, a forma como se processam as visitas, com horários de abertura, preços dos bilhetes, entre outras, facilita muito a visita ao museu, uma vez que o visitante fica com uma ideia daquilo que vai encontrar quando lá chegar. Os museus e galerias de Óbidos são apresentados, ainda que com poucos detalhes no sítio *online* do município e referem-se os dados relativos a horários de funcionamento e morada da instituição. Os Museus de José Malhoa e de Cerâmica têm uma página no *site* do Instituto dos Museus e da Conservação onde é fornecida alguma informação importante sobre os museus e as colecções, além de que também estão presentes os horários, preços de bilhetes e também um mapa com a localização do museu na plataforma *Google Maps*, permitindo portanto a delineação de trajetos para chegar aos museus. O Museu de José Malhoa possui além desta página um sítio dedicado (<http://mjm.imc-ip.pt/>) onde é fornecida mais informação sobre o museu, inclusivamente acerca do serviço educativo e das exposições temporárias. Para além disto, importa referir o facto de os Museus de José Malhoa e de Cerâmica, por pertencerem à Rede Portuguesa de Museus, estarem também presentes na plataforma *matriznet*, uma base de dados online onde é possível encontrar informação e imagens relativas às peças em exposição e em arquivo nos museus.

As questões relativas à acessibilidade também têm sido alvo das preocupações dos museus, sendo que existe a necessidade de criar estruturas que permitam a deslocação de visitantes com incapacidades/necessidades especiais nos edifícios dos museus. No Museu de José Malhoa já se sucedeu um projeto que visava proporcionar aos visitantes invisuais uma maior autonomia durante a exposição. Foram disponibilizados desdobráveis em Braille com a planta, a história e outras informações sobre o museu. Para os visitantes com dificuldades auditivas profundas, foram criados filmes com linguagem gestual que falavam destes mesmos assuntos. No entanto, em museus como o de Cerâmica e os da Rede de Museus e Galerias de Óbidos em que os edifícios foram adaptados para a instalação daquelas instituições, verifica-se que o problema das acessibilidades é, em alguns aspetos, intransponível. No entanto existe sempre algo que pode ser feito, e nesse sentido, foi experimentado um projecto na Galeria NovaOgiva para invisuais, que, por ter resultado bem, trouxe algum conhecimento sobre como implantar projectos de mobilidade e acessibilidade em museus instalados em edifícios históricos.

Como forma de orientar o visitante no interior do museu, e sobretudo durante a visita, estas instituições disponibilizam panfletos informativos onde é possível encontrar detalhes sobre o museu, a sua história, o edifício que ocupa, as coleções que expõe, disponibilizando por vezes também uma planta geral do edifício que demonstre a disposição das salas. Para o mesmo efeito e para fornecer mais informações sobre os museus, existem também roteiros que, mais do que orientar o visitante na visita, fornecem-lhe detalhes importantes sobre os artistas e as peças em exposição, bem como sobre a história escondida por detrás delas. Como forma de fornecer um conjunto integrado de informação ao turista, a Rede de Museus e Galerias de Óbidos dispõe de um conjunto de folhetos informativos e roteiros sobre os vários museus que a compõem, estando atualmente a trabalhar num folheto ou pequeno roteiro que forneça informação generalizada sobre todos os museus da rede.

Relativamente à ação de programas comunitários de apoio, pode-se referir que em relação à Rede de Museus e Galerias de Óbidos, os apoios comunitários apenas abrangeram a instalação do Museu e Casa de Abílio Mattos e Silva, tendo sido financiado parcialmente pelo Quadro Comunitário de Apoio II. O Museu de José Malhoa sofreu recentemente obras de requalificação, tendo encerrado para o efeito entre junho de 2006 e dezembro de 2008, dispondo apenas de um núcleo provisório instalado no Museu do ciclismo, também em Caldas da Rainha. As obras do Museu de José Malhoa terão ultrapassado os dois milhões de euros, tendo esses sido financiados parcialmente pelo Programa Operacional da Cultura.

3.3 Dados estatísticos de visitantes aos museus de Caldas da Rainha

A questão dos visitantes é atualmente de grande relevo para os museus, uma vez que estes procuram satisfazer as necessidades de contacto cultural e de lazer dos primeiros. A primeira leitura que se pode fazer dos dados estatísticos de qualquer museu é que se o número de visitas aumentar, significa que existe um *feedback* positivo da comunidade e dos turistas em geral em relação ao trabalho do museu.

No âmbito nacional, importa analisar alguns dados estatísticos de forma a verificar como se tem processado a evolução da oferta de museus em Portugal, a procura dos museus por parte dos visitantes e a atividade turística em contexto museológico.

De acordo com dados recentes do Instituto Nacional de Estatística (INE), é evidente uma tendência para o aumento do número de museus⁶ em Portugal. Mais concretamente, o número de museus em 2002 era de 246 e em 2007 de 292, o que evidencia um crescimento médio de 9 instituições por ano. É de destacar ainda o decréscimo que aconteceu em 2004, ano em que o número de instituições abertas foi de 258, menos duas que no ano anterior. O ano que registou o maior crescimento foi 2005, pois abriram 27 novos museus ou similares. Posteriormente, verificou-se um crescimento mais moderado, 6 em 2006 e apenas um em 2007, sendo este último número resultante do facto de os monumentos musealizados terem sido excluídos ou reclassificados para efeitos estatísticos.

No que diz respeito ao número de visitantes⁷, podemos constatar que no período 2002-2004 não se verificou uma variação expressiva deste indicador. Em 2003 registou-se uma diminuição do número de visitantes (de -0,24 milhões), e a partir deste ano até 2006 é evidente um incremento das visitas aos museus. Em 2004, visitaram os museus portugueses cerca de 9 milhões de pessoas. O ano de 2006 corresponde ao maior número de visitantes, perfazendo um total de 10,32 milhões, mais 0,6 milhões do que no ano anterior. Em 2007 os números voltaram a descer, talvez por motivo da já referida exclusão e/ou reclassificação dos monumentos musealizados, tendo-se situado nos 9,97 milhões de visitantes.

Não é possível estabelecer uma relação direta entre o número de visitantes recebidos e o número de museus. No entanto verificam-se algumas semelhanças entre estes dados, pelo que, com o aumento da oferta museológica, aumentou também a procura destes produtos.

Em relação aos casos de estudo, apenas serão tratados os dados estatísticos relativos aos visitantes do Museu de Cerâmica e do Museu de José Malhoa, para se poder fazer uma comparação efetiva entre estes dois museus nacionais. Os quadros I e II (em anexo) apresentam os valores estatísticos referentes aos dois museus, organizados por anos e por meses, encontrando-se os valores dispostos por cores, sendo que os números de cor verde mais escuro correspondem aos meses com maior número de visitantes, os de cor vermelho mais vivo correspondem aos meses com valores de

⁶ O indicador utilizado pelo INE inclui “museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários”.

⁷ O indicador utilizado pelo INE inclui os visitantes de “museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários”.

visitantes mais reduzidos, ao passo que os vários tons de amarelo correspondem aos meses com valores intermédios. Assim, verifica-se que os meses de maio a agosto são os meses com maior expressividade de visitantes em ambos os museus, sendo que o mês com mais visitantes recebidos nos dois museus é o mês de maio, com uma média de 2.831 visitantes no Museu de José Malhoa e de 2.278 visitantes no Museu de Cerâmica. O mês menos relevante em matéria de visitantes recebidos é para o Museu de José Malhoa o mês de dezembro, que tem uma média de 662 visitantes, e para o Museu de Cerâmica o mês de Janeiro com 516 visitantes em média. No entanto, verifica-se que os meses de Inverno são meses com menor quantidade de visitantes recebidos, com destaque para os meses de dezembro e janeiro.

O melhor mês do Museu José Malhoa foi junho de 1997, com um valor de 5.028 visitantes, ao passo que o pior mês foi dezembro de 2007, com apenas 153 visitantes. No Museu de Cerâmica o pior mês foi dezembro de 1996, mês em que a instituição não recebeu um único visitante, enquanto o melhor mês foi maio de 2006, com um total de 6.991 visitantes. Este valor anormalmente elevado de visitantes deve-se aos eventos realizados no museu no âmbito das comemorações do Dia Internacional dos Museus, que trouxe até a esta instituição cerca de dois mil visitantes num único dia. É também devido ao valor elevado de visitantes registados neste mês que se verificou o pico de visitantes em 2006 neste museu (figura I, em anexo).

A justificação para os valores bastante reduzidos do número de visitantes no Museu José Malhoa no período compreendido entre junho de 2006 e dezembro de 2008 prende-se com o facto de este museu ter encerrado para obras de requalificação, tendo passado a funcionar provisoriamente em instalações no Museu do Ciclismo. Com a reabertura da exposição no edifício do museu, os valores das estatísticas voltaram a atingir os valores de antes do seu encerramento para obras, prevendo-se que este ano o valor de visitantes supere mais uma vez os 20.000, uma vez que em apenas cinco meses (janeiro a maio de 2009) o número de visitantes ultrapassa já os 10.000.

A figura I, em anexo, contém informação sobre os totais anuais de visitantes acolhidos em cada museu (Museu de José Malhoa e Museu de Cerâmica), sendo possível verificar que na generalidade o Museu de José Malhoa recebe mais visitantes que o Museu de Cerâmica. Contudo, no período em que o primeiro esteve instalado provisoriamente no edifício do Museu do Ciclismo, o segundo obteve melhores resultados. Com a reabertura do edifício do Museu de José Malhoa, a situação parece estar a inverter-se novamente.

4. Conclusão

Com esta reflexão pretendemos relacionar os conceitos de museologia e turismo, analisando as circunstâncias ligadas à prática turística no seu conjunto. A principal conclusão é de que turismo e museologia são hoje conceitos interdependentes em diversas áreas, existindo no entanto diferenças substanciais entre estas práticas, assim como alguns riscos, nomeadamente ao nível da sustentabilidade. O turismo, como sector em constante desenvolvimento, atua de diversas formas, procurando novas atividades, destinos e mercados, assumindo-se como polo de desenvolvimento local e regional.

O estabelecimento do museu como um produto turístico preferencial, na medida em que concentra a cultura de um povo, visa a assunção deste espaço como privilegiado para a prática de atividades de cultura e lazer. No panorama actual em que o turista cultural pretende conhecer mais e experienciar mais, o museu pode desempenhar um papel decisivo no que diz respeito à transmissão de conhecimentos e sensações, ao proporcionar um contacto mais ou menos directo com o património cultural.

Aplicando ao território a análise das estruturas museológicas e da sua relação com o turismo, realizámos um estudo comparativo acerca dos museus da Região Oeste de Portugal, principalmente em Caldas da Rainha e Óbidos (Museus da Rede de Museus e Galerias de Óbidos, Museu de José Malhoa e Museu de Cerâmica), e verificámos de que forma se processa na sua generalidade a atividade dos museus, não só relativamente à organização da exposição e à protecção do património, mas também relativamente ao envolvimento da instituição com a comunidade, nomeadamente através do serviço educativo concretizado em atividades específicas para crianças, jovens e adultos, através de eventos pontuais que se realizam no seio do museu e que contribuem para o desaparecimento da imagem do museu como uma instituição fechada e que só serve para exposição de património.

Assim, estes museus conseguem impor-se como espaços privilegiados para a prática do lazer, uma vez que possuem todas as potencialidades para proporcionar um afastamento efetivo do indivíduo em relação à sua rotina diária, trazendo-o a um ambiente educativo e de recreação que pode eventualmente vir a tornar a sua experiência marcante, sendo que o visitante, ao contactar com a arte e a cultura exposta, para além de ganhar novos conhecimentos, é remetido para outras realidades temporais

às quais pertencem as peças em exposição, participando portanto em atividades lúdicas e de lazer.

Bibliografia e fontes

. Documentos escritos e eletrónicos

- Altamirano, C.; Crespo, C.; Lander, E.; Zunino, N. (1996). *Modalidades de Apropiaçión del Patrimonio: El Museo y su público*. Disponível online em: <http://www.naya.org.ar/articulos/museologia03.htm>, (último acesso: 2008/12/01).
- Câmara Municipal de Caldas da Rainha (1978). *Programa para a Instalação de um Museu Nacional de Cerâmica em Caldas da Rainha*, Câmara Municipal de Caldas da Rainha.
- Carvalho, P. (2003). “Património Cultural e Iniciativas de Desenvolvimento Local no Espaço Rural”. In Caetano, L. (coord.): *Território, do Global ao Local e Trajectórias de Desenvolvimento*. Coimbra, Centro de Estudos Geográficos, pp. 199-227.
- Castro, A. L. (2007). “Museu e Turismo: uma relação dedicada”. Comunicação apresentada no *VIII ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, Salvador da Bahia.
- Conselho Internacional de Museus (2007). *ICOM Statutes*. Disponível online em: <http://icom.museum/statutes.html>, (último acesso: 2008/12/07).
- Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (1976). *Carta Internacional sobre Turismo Cultural*, ICOMOS, Paris.
- Cravidão, F. (1996). “Mobilidade, Lazer e Território”. *Cadernos de Geografia*, n.º 15, Coimbra, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, pp. 43-53.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. Editorial Verbo, 1ª Edição.
- Gammon, B. (2004). *Design for Museum visitors*. Apresentação à United Kingdom Usability Professionals' Association. Disponível online em: http://ukupa.org.uk/events/presentations/science_museum.pdf, (último acesso: 2008/12/09).
- Gonçalves, A. (2006). “Museus, Comunidade Local e Turismo”. In Santos, M. G.; Vieira, R.; Mendes, M. (eds.): *Actas do Congresso de Turismo Cultural, Território e Identidades* (29 e 30 de Novembro). Leiria, Projecto de Investigação Identidades & Diversidades do Instituto Politécnico de Leiria.
- Gonçalves, A. Rodrigues (2007). “Museus, Turismo e Território”. Comunicação apresentada no *Congresso Internacional Turismo da Região de Leiria e Oeste*, Peniche.
- Henriques, P. (coord.) (1996). *António Montês Museu de José Malhoa*. Caldas da Rainha, Câmara Municipal de Caldas da Rainha, pp.154-177.
- Horta, C. (coord.) (2003). *Museu de Cerâmica – Roteiro*. IPM, Museu de Cerâmica, 1ª edição, pp.16-29.
- Instituto Nacional de Estatística (2008). “Entradas (N.º) de turistas não residentes por Local de destino”, “Entradas (N.º) de excursionistas não residentes por Local de

destino”, “Visitantes (N.º) de museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários por Localização geográfica (NUTS - 2002)”, “Museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2002)”. Disponível online em: <http://www.ine.pt/>, (último acesso: 2008/12/14).

Instituto Nacional de Estatística (2008). *Estatísticas do Turismo*, Lisboa, INE, p. 155. Disponível online em: <http://www.ine.pt/>, (último acesso: 2008/11/15).

Lira, S. (1999). “Políticas museológicas e definição do conceito de património”. Palestra proferida no *Encontro de História Local*, Guimarães.

Lira, S. (2000). “Funções ideológicas dos museus portugueses: uma herança cultural”. Comunicação apresentada ao *VI Congresso de Cultura Europeia*, Pamplona.

Lira, S. (2002). “Museus, Património e Turismo”. Comunicação apresentada ao seminário *De que falamos quando falamos de Turismo*, Porto.

Lira, S. (2005). “Museus e Consumo”. *Trabalhos de Antropologia e Etnologia*, vol. 45 (1-2), Porto, SPAE, pp. 97-103.

Martins, L. (2004). *Espaços de Lazer e de Turismo no Noroeste de Portugal*. Porto, Edições Afrontamento, pp. 13-54.

Moiteiro, G. (2006). “Turismo cultural e património – uma reflexão em torno do tópico da interpretação do património enquanto instrumento de valorização de bens culturais”. In Santos, G.; Vieira, R. e Mendes, M. (eds.): *Atas do Congresso de Turismo Cultural, Território e Identidades* (29 e 30 de Novembro), Leiria, Projecto de Investigação Identidades & Diversidades do Instituto Politécnico de Leiria.

Quintela, M. A. (2001). *Museus, Cultura Popular e Turismo Cultural na Cidade do Rio de Janeiro: Algumas Reflexões*. Disponível online em: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/maria_quintela.htm, (último acesso: 2008/11/30).

World Commission on Environment and Development (1987). *Relatório Brundtland*. Disponível online em: <http://www.worldinbalance.net/agreements/1987-brundtland.php>, (último acesso: 2008/12/02).

Turismo de Portugal (2007). *PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo*, Turismo de Portugal, I.P., Lisboa. Disponível online em: http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT_VERSAO_REVISTA_PT.pdf, (último acesso: 2008/10/05).

Vitagliano, C. E. (2003). *Museos y Turismo Cultural: fructífera alianza*. Disponível online em: <http://www.naya.org.ar/turismo/encuentro2003/ponencias/25%20museo%20y%20turismo%20cultural.htm>, (último acesso: 2008/12/01).

. Sítios da Internet

Câmara Municipal de Óbidos (2009) – vários títulos. <http://www.cm-obidos.pt/>, (último acesso: 2009/05/17).

Comunidade Intermunicipal do Oeste (2009) – vários títulos. <http://www.am-oeste.pt/>, (último acesso: 2009/05/31).

Instituto dos Museus e da Conservação (2009) – vários títulos. <http://www.imc-ip.pt/>, (último acesso: 2009/05/14).

Museu de José Malhoa (2009) – vários títulos. <http://mjm.imc-ip.pt/>, (último acesso: 2009/05/12).

Oeste Digital (2009) – vários títulos. <http://www.oestedigital.pt/>, (último acesso: 2009/06/02).

Turismo do Oeste (2009) – vários títulos. <http://www.rt-oeste.pt/>, (último acesso: 2009/06/02).

. Publicações Periódicas

Gazeta das Caldas, vários artigos:

- 24 Dezembro 1933: “Mais ofertas de alto valor têm sido recebidas para o nosso museu”.
- 18 Fevereiro 1934: “Gestos Nobres”.
- 24 Fevereiro 1934: “Mais ofertas têm chegado para o novo Museu “José Malhoa”.
- 11 Março de 1934: “O Museu – Duas ofertas de grande valor”.
- 28 Abril de 1934: “Saudando!”.
- 5 Maio 1934: “Uma jornada gloriosa”.
- 19 Maio 1934: “Em volta da inauguração do Museu José Malhoa na nossa cidade”; “A última grande alegria de Malhoa”.
- 30 Junho 1934: “Dois retratos que pertenciam ao Doutor Sousa Pinto oferecidos ao Museu”.
- 14 Julho 1934: “Três obras de Malhoa oferecidas ao nosso museu”.
- 28 Julho 1934: “Os artistas de todo o país continuam a oferecer para o museu”.
- 10 Novembro 1934: “O Nosso Museu será instalado dentro de 2 anos em edifício próprio”.
- 8 Dezembro 1934: “As dádivas do Dr. Teixeira Gomes entregues ao Museu Malhoa”.
- 27 Maio 1983: “Criado oficialmente Museu de Cerâmica”.
- 29 Maio 1998: “Como se faz um Museu”.
- 2 Maio 2003: “Eduardo Constantino expõe “Variações em Vermelho” ”; “Criação da Rede Local de Museus assinala Dia Internacional”.
- 10 Novembro 2004: “Auto de Gil Vicente interpretado por Marionetas de S. Lourenço”.
- 10 Dezembro 2004: “Caldas da Rainha vista em 100 Biografias”.
- 31 Dezembro 2004: “Modelar figuras para o presépio no Museu de Cerâmica”.
- 4 Fevereiro 2005: “Um jornal para ajudar os mais novos a descobrir as obras de Manuel Gustavo”.
- 6 Maio 2005: “Museu Malhoa assinalou 150 anos do nascimento do pintor”.

- 27 Maio 2005: “Museus apostaram nas recriações históricas”.
- 3 Junho 2005: “O Naturalismo visto através da poesia no Museu de José Malhoa”.
- 12 Agosto 2005: “ “Malhoa Bordado” conta com exposição em Setembro”.
- 2 Setembro 2005: “Colecção Maldonado Freitas será depositada no Museu de Cerâmica”.
- 27 Janeiro 2006: “Museu Municipal de Óbidos ganha nova casa”.
- 24 Fevereiro 2006: “Uma viagem pelo Museu Municipal de Óbidos”.
- 17 Março 2006: “Dia Internacional da Mulher comemorado no Museu de Cerâmica”.
- 26 Maio 2006: “Duas mil pessoas comemoraram o Dia Internacional no Museu de Cerâmica”; “Filmes de animação no Museu Malhoa”; “Museu Malhoa celebra o Dia Internacional dos Museus”.
- 2 Junho 2006: “Apresentação de livro de glosas no Museu Malhoa”.
- 23 Junho 2006: “António Torrado apresenta o seu livro “O Mistério das Romãs” nas Caldas”.
- 7 Julho 2006: “Requalificação do Museu Malhoa ultrapassa os dois milhões de euros”.
- 28 Julho 2006: “A minha segunda casa...” de Cecília de Sousa no Museu de Cerâmica”.
- 25 Agosto 2006: “Bordalo Pinheiro inspira actividades culturais no Museu de Óbidos”.
- 24 Novembro 2006: “Seis autores caldenses em exposição no Museu de Cerâmica”.
- 8 Dezembro 2006: “Presépio de Armando Correia para conhecer no Museu de Cerâmica”.
- 22 Dezembro 2006: “A cidadania defendida por Agostinho da Silva”.
- 27 Abril 2007: “Câmara das Caldas compromete-se a comparticipar obras de ampliação do Museu de Cerâmica”.
- 6 Julho 2007: “Museu expõe escultura de D. Leonor”; “Museu de Cerâmica cativa miúdos e graúdos”.

Jornal das Caldas, vários artigos:

- 1 Junho 2005: “Comemorações no Museu de Cerâmica”.
- 20 Julho 2005: “Pianista Sequeira Costa encheu Museu José Malhoa”.
- 24 Agosto 2005: “Ministra da Cultura inaugura exposição no Museu José Malhoa”.
- 21 Setembro 2005: “Museu da Cerâmica – Serviço Educativo”.
- 29 Agosto 2007: “Bichos do Bordalo à solta nos Jardins do Museu da Cerâmica”.

Tribuna do Oeste:

– 6 Abril 2001: “Este Museu tem de fazer a ligação à comunidade”.

. Folhetos

Museu de Cerâmica, Caldas da Rainha, IPM, 2001.

Museu de José Malhoa, Caldas da Rainha, IPM, 2003

. Entrevistas

Entrevista realizada por Pedro Serra a Miguel Silvestre, técnico da Rede de Museus e Galerias de Óbidos em 2009/04/18.

Anexo

Quadro I. Estatísticas mensais de visitantes do Museu de José Malhoa (1996-2009)

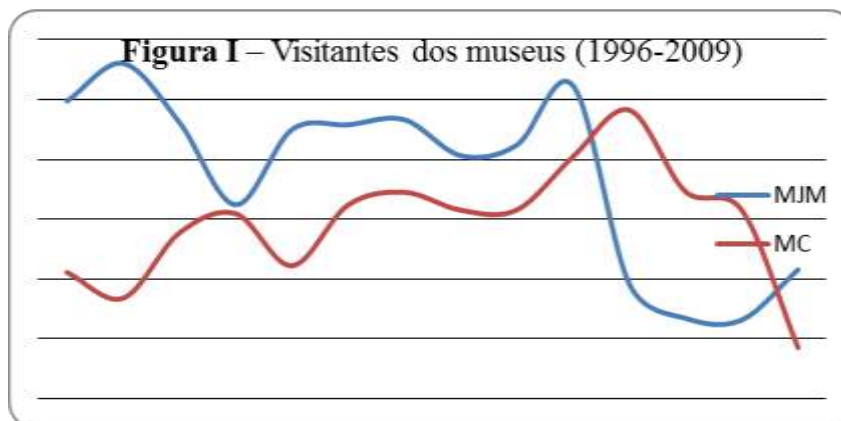
ANOS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
1996	714	1.623	2.389	1.956	4.410	3.055	2.776	3.161	1.272	1.780	1.252	491	24.879
1997	1.033	1.359	3.272	3.584	3.592	5.028	2.717	2.875	1.281	1.257	1.488	545	28.031
1998	1.180	1.427	2.868	1.849	3.100	3.198	1.794	2.933	1.102	1.599	1.078	982	23.110
1999	1.019	1.284	2.057	1.572	1.751	1.990	1.425	2.302	907	907	510	492	16.216
2000	1.619	1.842	2.722	1.880	2.751	2.562	2.163	1.970	1.413	1.193	1.677	708	22.500
2001	949	1.875	2.659	1.975	3.061	2.506	2.047	2.629	1.466	1.129	1.664	944	22.904
2002	791	1.385	2.170	1.976	2.808	2.718	1.950	3.370	2.567	1.379	1.212	1.003	23.329
2003	620	1.228	1.602	2.664	3.388	2.830	1.678	1.990	1.173	1.424	1.037	693	20.327
2004	865	1.255	2.731	2.181	2.515	2.361	1.934	1.746	1.364	1.849	1.551	856	21.208
2005	991	1.089	1.212	1.884	3.356	3.249	2.646	2.572	3.296	3.782	1.279	808	26.164
2006	650	960	851	1.418	2.135	711	683	619	286	322	470	483	9.588
2007	575	510	611	686	1.767	642	464	315	337	353	315	153	6.728
2008	317	500	365	865	946	852	368	332	231	481	893	447	6.597
2009	1058	1.041	2.324	2.322	4.056								10.801

Elaboração própria com base em: <http://www.imc-ip.pt/>.

Quadro II. Estatísticas mensais de visitantes do Museu de Cerâmica (1996-2009)

ANOS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
1996	247	549	1.198	712	2.092	1.599	850	1.651	567	359	748	0	10.572
1997	310	398	521	436	1.058	1.291	661	1.219	800	562	518	642	8.416
1998	496	680	1.782	1.178	1.763	971	1.273	1.850	826	811	1.586	650	13.866
1999	435	819	1.197	1.997	1.684	1.409	1.767	2.300	1.077	1.030	942	823	15.480
2000	410	772	1.297	729	1.687	781	1.547	1.295	800	698	837	279	11.132
2001	376	303	1.275	1.505	1.594	1.432	1.664	2.835	2.396	1.151	1.048	622	16.201
2002	371	721	1.132	894	1.893	2.038	2.068	4.125	1.769	807	1.002	447	17.267
2003	795	687	989	1.651	2.312	1.804	1.363	2.123	1.439	916	798	892	15.769
2004	753	1.086	1.730	1.157	1.855	1.658	1.764	1.604	1.132	1.101	1.238	702	15.780
2005	608	1.310	1.130	1.635	2.071	2.230	2.667	2.519	1.925	1.920	1.329	898	20.242
2006	540	808	1.919	1.447	6.991	2.626	1.800	2.955	1.227	1.220	1.916	680	24.129
2007	669	975	1.524	1.356	2.356	3.061	1.536	1.572	1.080	1.284	1.190	716	17.319
2008	859	1.153	1.043	1.597	3.103	1.122	2.062	1.942	1.178	636	594	476	15.765
2009	360	490	1.121	864	1.438								4.273

Elaboração própria com base em: <http://www.imc-ip.pt/>.



Elaboração própria com base em: <http://www.imc-ip.pt/>.

Figura I. Evolução do número de visitantes do Museu de José Malhoa e do Museu de Cerâmica (desde 1996 até maio de 2009).

MUSEUS E TURISMO NA SERRA DA ESTRELA

Vítor Hugo Mendes

Paulo Carvalho

Resumo

O crescimento da oferta turística e de lazer em resposta às novas tendências da procura, com motivações e necessidades diversificadas, inclui e traduz a relevância dos espaços museológicos e seus contextos geográficos.

A presente reflexão inclui uma revisão de literatura científica sobre a temática museológica e a sua ligação ao turismo, assim como enfatiza uma componente empírica centrada em dois exemplos na Serra da Estrela, a saber: o Museu do Pão (Seia) e o Museu de Lanifícios (Covilhã), o que permite conhecer o perfil do visitante de museus nesta região, as suas motivações, opiniões, consumos e percursos em torno dos espaços museológicos e dos seus quadros geográficos de relação.

Palavras-chave: Museus; Turismo; Serra da Estrela; Museu do Pão; Museu de Lanifícios.

1. Museus: diversidade e crescimento

Na atualidade é evidente a diversidade de realidades, independentemente da sua designação, que se enquadravam no âmbito do conceito de museu, segundo as orientações do *International Council of Museums* (ICOM) e dos contextos normativos nacionais (Carvalho, s/d).

Na perspetiva do ICOM, “Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, tendo em vista o estudo, a educação e a fruição” (ICOM Statutes, 2001, Art. 2º).

No caso de Portugal, a Lei-Quadro dos Museus (Lei nº 47/2004, de 19 de agosto) reconhece o papel dos museus como instituições fundamentais para o desenvolvimento integral e a concretização dos direitos fundamentais da pessoa humana, instituições abertas à sociedade e instrumentos indispensáveis no domínio da fruição e criação cultural.

De acordo com o artigo 3º deste quadro normativo, o “Museu é uma instituição de carácter permanente, com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos, dotada de uma estrutura organizacional que lhe permite: a) garantir um destino unitário a um conjunto de bens culturais e valorizá-los através da investigação, incorporação,

inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação, com objetivos científicos, educativos e lúdicos; b) facultar acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade”.

“Consideram-se museus as instituições, com diferentes designações, que apresentem as características e cumpram as funções museológicas previstas na presente lei para o museu, ainda que o respetivo acervo integre espécies vivas, tanto botânicas como zoológicas, testemunhos resultantes da materialização de ideias, representações de realidades existentes ou virtuais, assim como bens de património cultural imóvel, ambiental e paisagístico”.

Ainda segundo o referido diploma, “Considera-se coleção visitável o conjunto de bens culturais conservados por uma pessoa singular ou por uma pessoa coletiva, pública ou privada, exposto publicamente em instalações especialmente afetas a esse fim, mas que não reúna os meios que permitam o pleno desempenho das restantes funções museológicas que a presente lei estabelece para o museu” a saber: estudo e investigação; incorporação; inventário e documentação; conservação; segurança; interpretação e exposição; educação.

Estes dois conceitos (museu e coleção), com diferente amplitude na escala das funções museológicas, configuram situações recorrentes do panorama museológico e decorrem da dificuldade de aplicar em Portugal o conceito de museu adotado pelo ICOM. Neste domínio, importa sublinhar as funções de maior diferenciação entre as entidades que podem ser consideradas museus e as que configuram apenas coleções visitáveis, como é o estudo e investigação (“o museu promove e desenvolve atividades científicas, através do estudo e da investigação dos bens culturais nele incorporados ou incorporáveis”; o inventário (“visa a identificação e individualização de cada bem cultural” e compreende “um número de registo de inventário e uma ficha de inventário museológico”); e a educação (uma vez que o “museu desenvolve de forma sistemática programas de mediação cultural [que são articulados com as políticas públicas sectoriais respeitantes à família, juventude, apoio às pessoas com deficiência, turismo e combate à exclusão social] e atividades educativas que contribuam para o acesso ao património cultural e às manifestações culturais”, “promove a função educativa no respeito pela diversidade cultural tendo em vista a educação permanente, a participação da comunidade, o aumento e a diversificação dos públicos” e “estabelece formas regulares

de colaboração e de articulação institucional com o sistema de ensino”) (Lei nº 47/2004).

Apesar da diversidade de tutelas, de coleções, de espaços, de atividades educativas, de modelos de relação com as comunidades e de sistemas de gestão, e também a dificuldade em identificar e classificar as realidades museológicas, é reconhecido o crescimento do número de museus em Portugal nos últimos anos, facto que não pode ser dissociado da evolução do conceito de património e do incentivo que decorre de políticas públicas em áreas como a cultura, o turismo, a requalificação urbana e até o desenvolvimento rural, entre outras.

De igual modo, importa sublinhar que a renovação do panorama museológico reflete a componente mais dinâmica inerente ao (novo) conceito de museologia centrado na sua projecção no espaço exterior, na valorização da função educativa, na participação da comunidade, e comprometido com o desenvolvimento local (Carvalho, 2002; Carvalho e Amado, 2012), de tal maneira que as novas formas de atuar em museologia envolvem o alargamento da noção de património, a valorização e o papel central da paisagem enquanto matriz cultural, a investigação da realidade cultural do território numa perspectiva de interdisciplinaridade (Carvalho, 2003).

Associada à ação de recolha e preservação patrimonial, apresentam, de forma mais ou menos desenvolvida, funções museológicas de investigação, conservação e comunicação, bem como ações de promoção do desenvolvimento da comunidade em que se inseriam e, em alguns casos, da sua participação nas dinâmicas museológicas (Sousa, 2010, citada por Carvalho, 2012).

Ao mesmo tempo, em resposta aos desafios relacionados com a sustentabilidade financeira e as mudanças sociais da pós-modernidade, os museus pretendem encontrar novas formas de relacionar com o público, captar mercados, comunicar e apresentar o espólio (Anico, 2008), bem como procuram integrar valências complementares relacionadas com comércio e serviços, uma vez que são considerados uma atração turística e nesta perspectiva é relevante aumentar o tempo de permanência dos visitantes (cada vez mais interessados em participar e interagir), como notam Gonçalves (2010) e Mendes (2011).

2. Museus e turismo

A inclusão dos museus na esfera do turismo é indissociável da necessidade de redefinir a estrutura de gestão dos museus. A gestão museológica não tem referências ou

protocolos com o pragmatismo necessário para a criação de sinergias e cooperação com agentes de âmbito turísticos. Se por um lado (por exemplo, PENT, 2006) existem recomendações para o consumo deste tipo de oferta turística (turismo cultural e touring cultural e paisagístico), por outro lado, os museus não estão preparados para lidar com este fenómeno (Mendes, 2011).

Existem interesses mútuos entre o turismo e o património cultural na gestão, conservação e apresentação dos artefactos culturais e patrimoniais, contudo, os dois setores operam em planos paralelos mantendo uma parceria difícil com pouco diálogo (Gonçalves, 2009, citando Benediktson, 2004).

Como refere Rodrigues (2005), "O turismo vê o recurso na perspetiva do utilizador e valoriza-o pelo seu apelo intrínseco e extrínseco ao consumo. O turismo tem em geral a tendência para maximizar o número de visitas ao recurso enquanto os museus estão mais preocupados com o bem-estar do recurso, limitando para o efeito inclusive o seu acesso".

Serra (2007) refere a necessidade de se integrar nos quadros dos museus um técnico informático e multimédia, devido às novas necessidades de comunicação nos museus. E destaca também a função de vigilante/rececionista que substitui a controversa carreira de guarda de museu. Mais uma vez as indefinições nas funções atribuídas a esta categoria profissional, fizeram com que estes indivíduos exercem funções diversas, muito mais além do que simplesmente zelar pelo espólio do museus, funções como fornecer algumas informações a visitantes, secretaria – administrativa, bilheteira, controlador de stock de bar e loja de merchandising, entre outras.

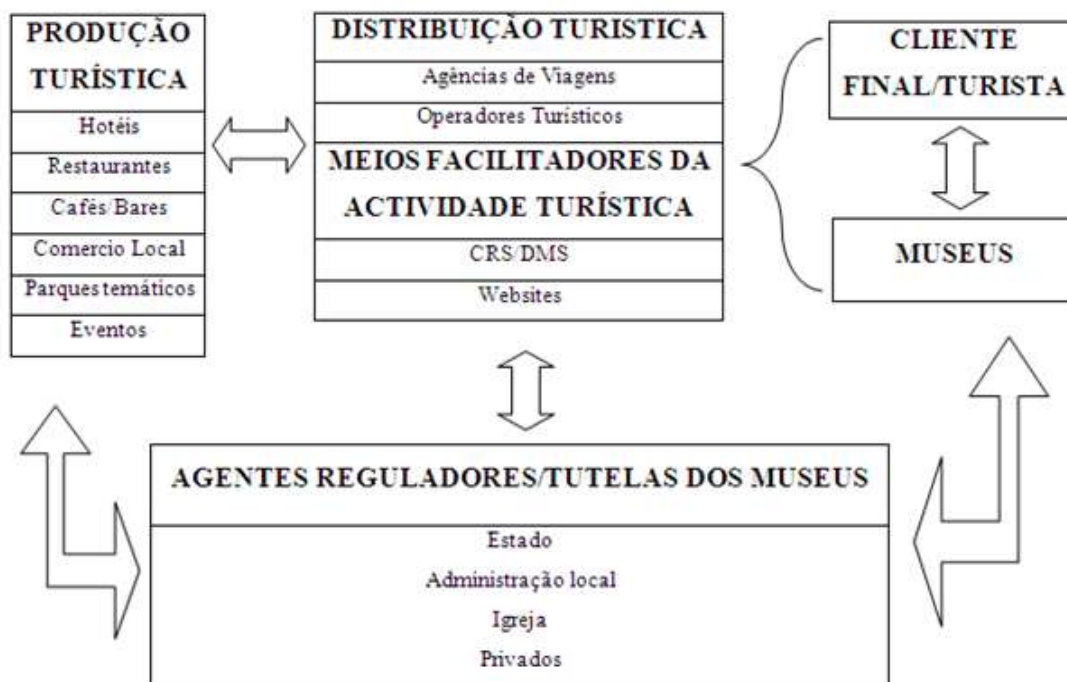
Santos (2006) destaca a importância do museu enquanto instituição educativa e da sua comunicação, e defende que o "museu atual deve desenvolver novas programações, diversificadas e adequadas aos gostos dos visitantes, ao mesmo tempo devem todos os colaboradores estar motivados para lidar com as atividades promovidas pelos museus e estar profundamente conscientes da sua missão e objetividade das funções enquanto colaboradores, para o sucesso da instituição e indiretamente para a performance da comunidade nas atividades de lazer e turísticas e que logo potenciam todas as atividades económicas em seu redor".

Por outro lado, a questão do turismo cultural, está ainda muito indefinida (Serra, 2007). Poder-se-á ir ainda mais longe na sua crítica. A preocupação com a atividade turística e de profissionais da área é completamente nula. Os museus continuam sem ter a mínima sensibilidade para com os seus visitantes/turistas e reflete-se pela ausência de

profissionais da área do turismo, rececionistas (onde os melhores se encontram em unidades hoteleiras de renome), de guias (técnicos de informação e animação turística, onde existem Licenciaturas que permitem desenvolver potencial humano idóneo para guiar e informar visitantes em bens patrimoniais classificados, e de outras categorias de técnicos de turismo (por exemplo, pós-graduados em Turismo Cultural, Gestão Turística ou em Planeamento e Desenvolvimento Turístico), com competências para conseguir integrar os museus na “rota” do sistema e da distribuição turística que consequentemente proporcionará uma produção turística que “vá mais facilmente ao encontro” das necessidades da procura, especialmente para o segmento do turismo cultural (Serra, 2007).

Estes são de facto os indivíduos com o maior conhecimento da gestão turística e com efetiva capacidade de integrar um museu no sistema turístico ou torná-lo numa atração turística, definir contactos com empresas de âmbito turístico (por exemplo, empreendimentos turísticos, agentes de viagens, operadores turísticos, empresas de transporte, organismos públicos de âmbito turístico, empresas de animação turística, outras instituições pertinentes) e com isso elevar o número de visitantes e ajudar a comunidade local com os recursos gastos pelos turistas, criar novos negócios, analisar quais os mercados alvo e mercados potenciais e depois então construir comunicações adequadas a esses turistas/visitantes.

A figura 1 retrata a atuação dos agentes de âmbito turístico. Repare-se que os museus surgem como que numa situação desintegrada da cadeia de valor do turismo e o seu único modo de funcionamento é diretamente com o cliente/visitante, eventualmente com algumas associações ou fundações. Deixa-se também uma nota sobre a administração ou tutela dos museus, e neste caso para aqueles que são tutelados por entidades públicas, somente o Ministério da Cultura e a Administração Local tutelam os museus “civis”. Entende-se conveniente uma relação profunda com a Secretaria de Estado do Turismo e de uma forma pragmática, que permitisse uma maior facilidade operacional dos museus com os agentes de âmbito turístico.



Fonte: Mendes (2011)

Figura 1. Relação dos museus com a cadeia de valor do turismo

“Um ponto importante no que respeita ao património é o cuidado na sua qualificação e valorização que é essencial acautelar. O património, nomeadamente histórico, só é relevante enquanto constitui ligação à sociedade, enquanto for vivo e fonte geradora de vida, de atividade à sua volta, sob pena de se tornar um centro de prestígio, mas espaço decadente. Ao contrário, haverá que rever a política do património de forma a encontrar um meio-termo entre preservação e a utilização do património como polo gerador de novos centros de atração. O património não pode ser encarado como elemento estático de dado concelho ou região, mas deve ser entendido como um ponto onde podem e devem ser desenvolvidas ações que, respeitando as suas características próprias e, a partir delas, permitam a determinado monumento constituir-se como polo de atração e desenvolvimento e, evitando assim, ao mesmo tempo, a sua decadência” (SAER, 2005: 701).

Em conclusão, um museu que opte pela abordagem de desenvolvimento e crescimento por meio da atividade turística deve o seu diretor, para além das competências técnicas já conhecidas da museologia tradicional, ter as competências de

um autêntico gestor de uma atração turística. Os recursos turísticos podem ser naturais ou humanos/culturais, no caso dos museus, o âmbito também pode ser diversificado, melhorando o seu potencial.

“O turismo cultural é motivado pela busca de informação, de novos conhecimentos. De interação com outras pessoas, comunidades e lugares, da curiosidade cultural, dos costumes, da tradição e da identidade cultural. Esta atividade turística em como fundamento o elo entre o passado e o presente, o contacto e a convivência com o legado cultural, com tradições que foram influenciadas pela dinâmica do tempo, mas que permaneceram e com as formas expressivas reveladoras do ser e fazer de cada comunidade” (Santos, 2006: 42).

Admite-se que não é fácil introduzir e aplicar os conceitos e os modelos dos negócios lucrativos, no setor dos museus, e que poderão resultar daqui alguns pontos de conflito com o turismo. Contudo, o museu que no futuro deseje desenvolver uma programação que obedeça a padrões de qualidade e ombrear com outras ofertas de lazer terá que promover uma análise: do mercado; da concorrência; do consumidor; e dos canais de distribuição (Gonçalves, 2009, citando Weil, 2002).

3. Museus e turismo na Serra da Estrela

3.1 Potencialidades e produtos de um destino turístico de montanha

A Serra da Estrela é o mais importante destino turístico no interior de Portugal, principalmente durante os meses mais frios, embora a sua taxa de ocupação hoteleira seja mais forte nos meses de julho, agosto, setembro e outubro (demonstrando duas realidades na ocupação hoteleira entre os fins de semana e os dias úteis), como se pode verificar no “Relatório Anual (Ocupação-Quarto) das Áreas Regionais de Turismo e Polos de Desenvolvimento Turístico” (Turismo de Portugal, 2009, citado por Mendes, 2011: 53). Esta dicotomia está também evidenciada no “Estudo de Avaliação da Atratividade dos Destinos Turísticos de Portugal Continental para o Mercado Interno 2009” (Turismo de Portugal, 2009: 21-23), que estuda a Marca/Destino Serra da Estrela (tal como todas as outras regiões turísticas de Portugal) e destaca o clima como uma das variáveis em estudo. Aqui conclui-se que a utilização da neve no inverno, e as paisagens verdejantes e fauna no verão, como os mais importantes fatores de atratividade, embora a perceção dos indivíduos ao associar a Serra da Estrela ao verão seja de 7% (idem). Deste modo o clima é fator essencial para a perceção da atratividade do destino Serra da Estrela por parte dos consumidores/turistas. O facto de ter um clima específico em

Portugal é uma vantagem competitiva, mas também revela alguma volatilidade pela dependência de fenómenos climáticos. Em outra das variáveis, a da oferta social e cultural, a Serra da Estrela, ficou abaixo da média (idem, ibidem). Embora se possa destacar já uma das conclusões do estudo, de que a Serra da Estrela está demasiadamente marcada pela neve, visita à Torre e à estância de esqui, o que revela que as outras áreas ou variáveis não estão devidamente desenvolvidas e comunicadas, sendo que a Torre e a neve representam muito pouco daquilo que a Serra da Estrela tem como potencial (nomeadamente a cultura).

A Serra da Estrela apresenta um património biológico, geomorfológico, cultural, edificado e paisagístico único no país. Convém ainda referir a importância dos recursos hídricos na Serra da Estrela, que constitui o maior reservatório de água doce do país. Apresenta, também, uma componente antropogénica bastante elevada. Desde há muitos anos que a pastorícia e a agricultura desempenham um papel social e cultural muito importante na região, proporcionando, também, valores únicos na paisagem. Aliados a estes valores existem, ainda, o artesanato, a silvicultura, a apicultura e o turismo como fontes importantes da economia da região.

Devido à sua riqueza natural e cultural, em 1976 a Serra da Estrela foi classificada como Parque Natural (Decreto-Lei nº 557/76), sendo atualmente a maior área protegida portuguesa. Abrange uma superfície 88 850 hectares, repartida pelos concelhos de Celorico da Beira, Covilhã, Gouveia, Guarda, Manteigas e Seia. O carácter único do Planalto Central da Serra, e o seu isolamento geográfico, gerou populações diferenciadas em espécies, subespécies e variedades, o que é mais evidente a nível da flora e determinou que em 1993 o Conselho da Europa lhe atribuisse o estatuto de Reserva Biogenética. Por fim, a Serra da Estrela foi ainda inserida como sítio classificado na Rede Natura 2000 (Mendes, 2011).

A Serra da Estrela é um espaço de atração turística e de lazer ímpar no Centro de Portugal. As suas características naturais únicas fazem com que esta montanha se diferencie do outro tipo de oferta turística presente nos territórios adjacentes.

A Região Centro para além de montanha e da sua atratividade pela imensidão e diferenciação do seu território, tem também como recursos e produtos turísticos, rios, praias, castelos, solares, uma gastronomia extremamente variada, e uma panóplia de tradições e diferenças culturais que manifestam variedade em espaços de poucos quilómetros.

“Na atualidade, a economia da Serra da Estrela continua a valorizar os mesmos recursos, os seus produtos naturais e culturais, vendendo a marca Serra da Estrela mas com vocação diferente da pastorícia de subsistência ou da era da indústria têxtil. Novamente, os produtos da fileira da ovelha e os dividendos da natureza serrana continuam a ser a âncora de todo o sistema económico (queijo Serra da Estrela, requeijão, mel, enchidos, pão de centeio, compotas, trajes e vestuário serrano, cerâmicas, vimes e cestaria, vinho, e a gastronomia constituída essencialmente pelas iguarias, caprinas e ovinas, fumados e enchidos)” (Mendes, 2011: 57).

No âmbito das estratégias de diversificação dos produtos turísticos da Estrela é reconhecida a relevância do ecoturismo, turismo de natureza e turismo cultural (nomeadamente o *touring* cultural e paisagístico), como destaca o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT, 2007).



Fotografia: Paulo Carvalho

Figuras 2. Museu Natural da Eletricidade (Seia, 2014)



Fotografia: Paulo Carvalho

Figura 3. Museu do Pão (pormenor de uma sala expositiva, 2014)

O crescimento da oferta museológica é parte das iniciativas alinhadas com este propósito (entre outras ações como, por exemplo, as relacionadas com as Aldeias Históricas de Portugal), como acontece em Belmonte (Museu Judaico, Museu dos Descobrimentos, Museu do Azeite e Ecomuseu do Zêzere), na Guarda (o Museu da Guarda e o Museu Estevão Martins da Rocha), na Covilhã (Museu de Lanifícios, Museu Casa do Povo da Covilhã, Museu do Queijo e Museu do Vinho), em Seia (Museu do Brinquedo, Museu Etnográfico, Museu Natural da Eletricidade e Museu do Pão – figuras 2 e 3), em Manteigas (Museu Municipal de Manteigas), em Gouveia (Museu da Miniatura Automóvel, Museu Municipal de Arte Moderna Abel Manta e Museu Doutor Mário Gomes Figueira), e em Celorico da Beira (Museu da Agricultura e do Queijo).

“Para além dos Museus existem também vários espaços de interpretação, exposição e visita a monumentos ao ar livre (por exemplo, o Centro de Interpretação da Serra da Estrela, o Centro de Interpretação de Arte Rupestre de Vide, o Centro Interpretativo de Belmonte), salas de exposição de pintura e escultura pertencentes às edificações e os monumentos megalíticos, lusitanos (castros), romanos e de outras

temporalidades e estilos existentes na Serra da Estrela, o que desde logo garante uma grande e variada oferta cultural” (Mendes, 2011: 62).

3.2 Museu do Pão e Museu de Lanifícios: visitantes e sua relação com o turismo na Serra da Estrela

A importância em conhecer os visitantes de museus e sua relação com o turismo esteve na génese da investigação realizada na Serra da Estrela, através de inquéritos por questionário, com o Museu do Pão em Seia, o Museu de Lanifícios na Covilhã e o Museu Judaico em Belmonte. Este último, por dificuldades ao nível da realização dos inquéritos, acabou por ser excluído da fase de tratamento e análise de resultados (Mendes, 2011).

A escolha destes museus deve-se à distribuição geográfica que permite avaliar os museus que se encontram na encosta norte/ocidental e na encosta sul/oriental da Serra da Estrela, atendendo também às localidades onde se encontram, as que têm efetuado mais investimentos no âmbito do lazer e turismo.

O Museu do Pão (Seia) é uma iniciativa privada. Situado na Quinta Fonte do Marão, num edifício recuperado e ampliado para o efeito, abriu ao público em 2002 e apresenta diversas valências nomeadamente salas expositivas (“Ciclo do Pão”, “Arte do Pão”, “Pão Político, Social e Religioso”), espaço lúdico-pedagógico (com elevada interação, através da recriação do ciclo do pão e da sua confeção), bem como espaços de comércio (padaria e antiga mercearia) e serviços (bar-biblioteca e restaurante).

O Museu de Lanifícios (Covilhã), inaugurado em 1992 e aberto ao público de forma regular desde 1996, pertence à Universidade da Beira Interior. Apresenta uma estrutura polinucleada com o Núcleo da Real Fábrica de Panos (datado de 1764), o Núcleo Râmolos de Sol (junto à ribeira da Carpinteira) e o Núcleo da Real Fábrica Veiga/Centro de Interpretação dos Lanifícios, e constitui uma referência nacional no contexto da história dos lanifícios e da arqueologia industrial.

A dimensão da amostra (em cada um dos museus), 118 inquéritos, tem uma probabilidade de erro de 9%, para o Museu do Pão, com valores de visitação em 2007 de 117551, em 2008 de 109436 e em 2009 de 92562, perfazendo um total de 319544 (que garante uma média de visitantes por ano de 106514 visitantes). No Museu de Lanifícios, os valores de registados na visitação são substancialmente inferiores. Em 2007 foram registados 7338 visitantes, em 2008, foram contabilizados 9813 visitantes, e

em 2009 foram registadas 6151 visitas ao museu. O total de visitantes nos 3 anos é de 23302 (o que perfaz a média de 7767 visitas anuais).

Os inquéritos foram realizados de fevereiro a agosto de 2011, meses que correspondem a cerca de 70% do total de visitantes/ano em ambos os museus, e estão estruturados em dois grupos: o primeiro, centrado na caracterização dos inquiridos, pretende conhecer as nacionalidades, naturalidades, concelho de residência, idade dos visitantes, as suas habilitações literárias, a profissão e por último, as informações sobre o agregado familiar; o segundo, relacionado com as motivações e escolhas dos visitantes, procura obter informações tais como os transportes utilizados, se os visitantes fazem as deslocações acompanhados e por quem, se a visita ao museu está inserida num pacote turístico e qual o agente de viagens, as motivações pessoais para a visita ao museu e avaliações que o visitante faz sobre o próprio museu, se o visitante do museu fica alojado no território do museu e que tipo de empreendimentos turísticos vai utilizar. Ainda em relação aos meios de alojamento interessa saber como é que o visitante realiza as suas reservas e quantas noites fica alojado na Serra da Estrela. De igual modo, é relevante saber se os visitantes deixam recursos financeiros no destino visitado e que tipo de compras fazem, se pretendem voltar à Serra da Estrela, e que outros locais são visitados (Mendes, 2011).

Em relação ao primeiro grupo de questões do inquérito, os principais resultados são os seguintes:

- A esmagadora maioria dos visitantes (93,2% no Museu do Pão e 85,6% no Museu de Lanifícios) é de nacionalidade portuguesa; as nacionalidades estrangeiras mais representadas são a brasileira e a espanhola (esta assume maior destaque no Museu de Lanifícios).

- Grande variedade na naturalidade e local de residência dos inquiridos. Os municípios de Lisboa, Porto, Viseu e Aveiro têm maior representatividade no Museu do Pão, o que indica que os seus visitantes vêm maioritariamente das regiões Centro (38,1%), Lisboa (24,6%) e Norte (24,6%). No caso do Museu de Lanifícios, os municípios assinalados mais vezes pelos visitantes são Lisboa, Sintra, Seixal e Oeiras, todos da sub-região da Grande Lisboa (que representa 30,5% do total), o que permite uma leitura da proveniência dos visitantes predominantemente a Sul da Serra da Estrela (por NUTS II destaca-se Lisboa, com 38,1% seguindo-se o Centro, com 23,7%, e o Norte, com apenas 11%).

– O grupo de idades mais representativo é dos 32 aos 44 anos em ambos os casos, tal como o estudo “Estatísticas do Turismo” (INE, 2009) confirma que a população que viaja por motivos de lazer, recreio e férias se situa num escalão abaixo dos 45 anos e que corresponde a 65% dos turistas que viajam por estes motivos. Em outro estudo, intitulado “Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio” (2007), o INE refere que “a despesa anual média por agregado, por grupo etário do indivíduo de referência, foi superior nos indivíduos dos 45-64 anos (1276 euros), seguidos dos indivíduos que têm entre 30-44 anos (1230 euros);

– Os visitantes do Museu de Lanifícios apresentam mais habilitações académicas que os visitantes do Museu do Pão, podendo-se relacionar com o espólio de cada museu ou mesmo a origem dos visitantes. De modo mais detalhado, podemos afirmar que o ensino superior representa 61% das respostas dos visitantes do Museu dos Lanifícios (onde o ensino básico corresponde a 5,1%) do mesmo modo que o ensino superior foi referido por 42,4% dos inquiridos do Museu do Pão (onde o ensino básico corresponde a 18,6% do total de respostas). Ainda segundo o estudo do INE (2007), “Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio”, as despesas das famílias portuguesas com lazer, distração e cultura registaram um aumento da sua importância relativa no total das despesas familiares, passando de 3,7 % em 1995/1996 para 5,7 % em 2005/2006, resultando numa média anual em 2005 de 997 euros por agregado familiar. Para além deste aumento da despesa das famílias, o estudo refere que os agregados sem escolaridade gastam em média 167 euros anuais e os agregados com escolaridade ao nível superior gastam uma média de 2747 euros.

– As profissões mais representados nos inquiridos do Museu do Pão são os técnicos superiores (13,6%) e outras profissões técnicas (9,3%), professores (11%), comerciais (6,8%), empresários (6,8%), estudantes e desempregados (6,8 e 10,2% respetivamente), representando 64,4% de todas as profissões registadas. No caso do Museu de Lanifícios, as profissões que se registam com maior frequência nas respostas dos inquiridos são também os técnicos superiores (23,7%), professores (11%), reformados (10,2%) e comerciais (9,3%), com uma representatividade de 54,2 %.

– Os visitantes são na sua grande maioria indivíduos com mais do que 2 pessoas no agregado familiar (concretamente 82,2% no Museu de Lanifícios e 93,1% no Museu do Pão).

No que diz respeito ao segundo grupo de questões, podemos referir as principais conclusões do inquérito, a saber:

– No Museu do Pão, 78,8% dos visitantes deslocam-se de carro, de autocarro 20,3% e 0,8% utilizam outros meios de transporte. No Museu de Lanifícios, as respostas obtidas para a utilização de automóvel como forma de chegar ao destino/museu são de 85,5%, o autocarro significa apenas 9,3% e outros meios de transporte representam um valor ainda mais reduzido (4,2%).

– A esmagadora maioria dos inquiridos fazem-se acompanhar de familiares ou amigos durante a visita aos espaços museológicos (94,9% e 97,4% no Museu de Lanifícios e Museu do Pão, respetivamente).

– Mais de 92% dos inquiridos fizeram a visita aos museus sem a intervenção de agentes ou operadores turísticos, o que revela que os espaços museológicos não estão completamente integrados na cadeia de valor do turismo, podendo ser um problema do território/destino ou somente do museu enquanto atração turística pois não se demonstram suficientemente atrativos para os agentes pretenderem negociar com eles a intermediação de visitantes (Mendes, 2011).

Como já foi referido, as orientações dos planos de desenvolvimento turístico indicam que o turismo cultural e o *touring* cultural e paisagístico devem ser uma aposta na Serra da Estrela, mas a tendência das *short breaks*, do turista com mais acesso à informação e independência na organização das viagens, permite que ele próprio construa as férias de acordo com as suas necessidades, tornando os agentes de viagens menos necessários.

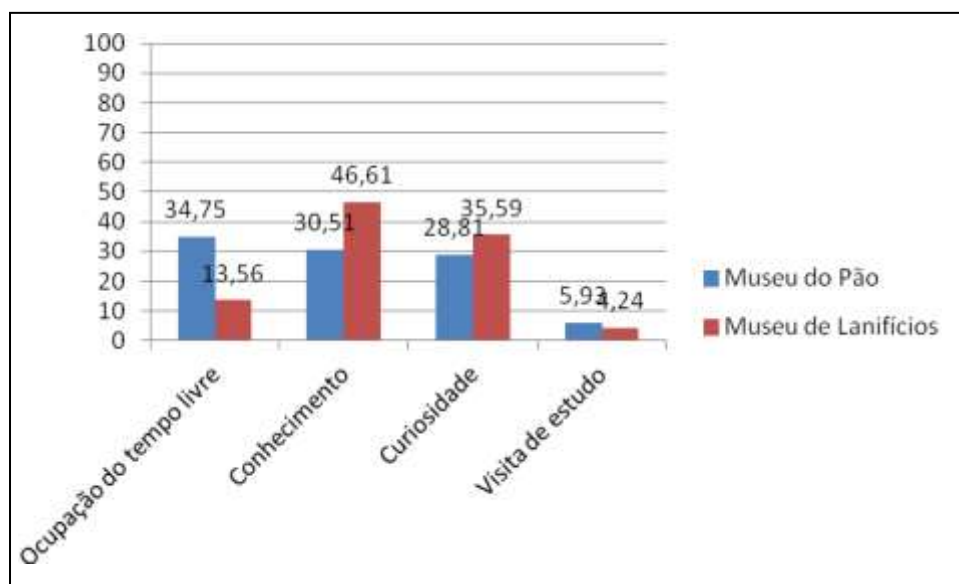
Por outro lado, continua a existir ainda um segmento de indivíduos que prefere a comodidade e segurança das viagens organizadas por profissionais, nesse sentido infere-se que o número de visitantes poderá vir a ser superior se existir uma efetiva relação comercial entre agentes de âmbito turístico e este tipo de atrações turísticas (Mendes, 2011).

– Os motivos da visita mais referenciados são a ocupação do tempo livre (34,7%), o conhecimento (30,5%) e a curiosidade (28,8%), para o Museu do Pão, bem como o conhecimento (46,6%), a curiosidade (35,6%) e a ocupação do tempo livre 16 (13,5%), no caso do Museu de Lanifícios (tal como se pode observar na figura 2).

– O grau de atratividade dos museus (ou seja, que importância dá o visitante ao museu durante a sua estada na Serra da Estrela) revela respostas conclusivas o suficiente para permitir afirmar que os museus são efetivamente atrações turísticas ou espaços de lazer por excelência. No Museu do Pão, 90,7% dos inquiridos considera o museu uma

atração fundamental e no Museu de Lanifícios os valores são ligeiramente superiores (93,2%).

– Cerca de 92% dos inquiridos mostraram-se satisfeitos ou ainda mais satisfeitos com o destino depois de efetuarem a visita ao Museu do Pão, e no caso do Museu de Lanifícios, o valor ainda é superior (99%).



Fonte: Mendes (2011: 76)

Figura 2. Motivo da visita ao Museu do Pão e Museu de Lanifícios (em %)

– Ainda no seguimento desta última questão, pretendemos apurar se os museus estão vocacionados para turistas. No caso do Museu do Pão, quase 95,7% dos inquiridos classifica o museu como orientado para os turistas, isto é, ao nível do atendimento, informações sobre o território (outras atrações, alojamento, restauração, animação turística, polícia, hospitais, etc.), comunicação sobre o espólio em várias línguas e com discurso adequado aos diferentes públicos. O Museu de Lanifícios consegue uma resposta positiva a mais 114 (96,6%). Conclui-se então que os museus estudados conseguem satisfazer as necessidades dos seus visitantes, e que demonstram preocupações para com os visitantes, mesmo com o ambiente externo ao museu, fundamental para que o tempo de lazer e a memória que se leva do destino seja a melhor possível (Mendes, 2011).

– Pretendemos também perceber até que ponto os visitantes da Serra da Estrela têm interesse em visitar os espaços culturais nomeadamente os museus. Comparando os resultados dos 2 museus estudados, percebe-se que o público que visitou o Museu de Lanifícios (24,6%) procurou mais outros espaços culturais do que o público que visitou o Museu do Pão (16,1%).

Questionados sobre quais os museus visitados ou a visitar, das 19 respostas obtidas no Museu do Pão, curiosamente 10 dos inquiridos não sabem o nome do museu que já visitou ou vai visitar, o que revela algum desinteresse pelo espaço e o seu património. O Museu Rural e o Museu do Piódão obtêm 1 resposta para cada. Os museus que se situam na mesma localidade do Museu do Pão, em Seia, têm melhores resultados, caso do Museu do Brinquedo, com 5 visitas, e o recente Museu Natural da Eletricidade, com 3 visitas.

O Museu de Lanifícios, com um público com um nível académico mais elevado, o que eventualmente pode indicar que os indivíduos têm maior interesse em matérias culturais e patrimoniais, obteve mais 12 respostas de visitas a outros museus do que os inquiridos no Museu do Pão. O número de indivíduos que não sabiam o nome do espaço museológico que visitaram ou iriam visitar é mais reduzido, apenas 4. No total são referidos nove museus da área da Serra da Estrela ou da sua proximidade, com destaque para o Museu do Pão, o Museu do Queijo, o Museu dos Descobrimentos e o Museu do Azeite.

A relação de visita de mais do que um museu na mesma localidade pode ser melhorada se existirem sinergias entre este tipo de espaços (promoção de museus concorrentes e/ou emissão de bilhete único), criando uma rede de museus que leva a uma maior permanência no destino, eventualmente a maiores gastos financeiros por parte do visitantes e ajudando assim a comunidade. Existem alguns casos na região, caso de Belmonte (Museu Judaico, Ecomuseu do Zêzere, Museu dos Descobrimentos e Museu do Azeite).

– À pergunta se a visita à Serra da Estrela é feita essencialmente pelo facto de se pretender visitar o museu, as respostas revelam que 80,5% dos inquiridos vem por outros motivos e 19,5% vem porque a sua motivação é efetivamente conhecer o Museu do Pão, o que demonstra alguma importância do Museu do Pão enquanto atração para o destino Seia/Serra da Estrela.

Já o Museu de Lanifícios obtém apenas 11,9% de respostas como principal fator de atratividade/motivação para os visitantes realizarem a deslocação e consequente

visita ao museu, podendo-se concluir desta forma que, ou existem outras atrações concorrentes ao Museu de Lanifícios, ou o público que apesar de mais interessado com as questões da cultura e do conhecimento, não tem neste âmbito a sua verdadeira motivação para a realização da viagem/visita pois 88,1% dos inquiridos respondeu que não tem como motivação principal a visita ao Museu de Lanifícios (Mendes, 2011).

Dos 95 inquiridos a dar resposta negativa à pergunta se a visita ao destino tinha como motivação principal a visita ao Museu do Pão, as respostas revelam que 52 (54,7%) pretende conhecer o património da Serra da Estrela, 26 (27,4%) mostra interesse pela neve, 9 (9,5%) pela gastronomia e 8 (8,4%) por outros motivos (visita a familiares e amigos). O Museu de Lanifícios tem um público com motivações similares. Património, neve e gastronomia apresentam resultados muito semelhantes ao Museu do Pão, 54 (51,5%), 25 (24,1%) e 5 (4,8%), respetivamente. Portanto, as paisagens, a geologia, fauna, flora e folclore, ou seja o património da Serra da Estrela, são a sua grande fonte de atratividade, compreendendo mais de metade das escolhas dos visitantes.

– Em relação ao alojamento utilizado pelo visitante, foram contabilizados apenas os inquiridos que se encontram a fazer pelo menos uma noite num meio de alojamento (mediante remuneração pela prestação dos serviços) que não a sua residência ou ambiente habitual, e considerou-se as dormidas realizadas dentro do Pólo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela, ao qual pertencem os concelhos de Almeida, Belmonte, Celorico da Beira, Covilhã, Figueira de Castelo Rodrigo, Fornos de Algodres, Fundão, Gouveia, Guarda, Manteigas, Meda, Pinhel, Sabugal, Seia e Trancoso (de acordo com o Decreto-Lei nº 68/2008, de 10 de abril, que reorganizou as entidades públicas regionais com responsabilidades na área do turismo).

Dos inquiridos que estão a dormir fora da sua residência e a fazer visita ao Museu do Pão, 43 (36,4%) dormem dentro do território do Pólo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela e 10 fora deste território. Percebe-se também que 65 dos inquiridos são visitantes do dia ou excursionistas, o que desde logo os exclui da atividade turística (pelo menos no contexto do alojamento). Dos turistas que dormem no Pólo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela, 19 escolhem pernoitar nos tradicionais Estabelecimentos Hoteleiros, 10 em formas de alojamento local, 7 em Empreendimentos de Turismo de Natureza (meios de alojamento dentro de espaços protegidos), 4 dormem em meios de alojamento em espaço rural, 2 em Turismo de Habitação e somente 1 num Conjunto Turístico (Quadro 1).

No que diz respeito à encosta Sul da Serra da Estrela, onde se encontra a Covilhã e o Museu de Lanifícios, o número de inquiridos que fazem dormida dentro do território estudado é bastante superior: 75 visitantes do Museu de Lanifícios são turistas, o que representa 63,6%, sendo que 55 dormiram em estabelecimentos hoteleiros, 9 em alojamento local, 4 em Turismo em Espaço Rural (TER), 3 em Parques de Campismo, 2 em Turismo de Habitação e 2 em Turismo de Natureza (Quadro 1).

De salientar que, em ambos os casos, os estabelecimentos hoteleiros são os mais procurados, pelo facto de representarem a maior parte oferta de tipologia de empreendimentos turísticos do país, cerca de 60% da oferta total.

Quadro 1. Dormidas dos inquiridos na Serra da Estrela, por tipologias de empreendimentos turísticos

Empreendimentos Turísticos	Nº de visitantes	Nº de visitantes
	Museu do Pão	Museu de Lanifícios
Estabelecimento Hoteleiro	19	55
Aldeamento turístico	0	0
Apartamento turístico	0	0
Conjunto turístico/ <i>resort</i>	1	0
Empreendimento de turismo de habitação	2	2
Empreendimento de turismo em espaço rural	4	4
Parque de campismo e caravanismo	0	3
Empreendimento de Turismo de Natureza	7	2
Alojamento local	10	9

Fonte: Mendes (2011: 84)

Os valores registados indicam que existe uma maior relação entre o visitante do Museu de Lanifícios e a atividade turística, no entanto, sabe-se que os valores das taxas de ocupação e o número de turistas na Covilhã é bastante superior ao de Seia, que se encontra na encosta Norte da Serra da Estrela, podendo atribuir-se a razão deste fenómeno, pelo facto de existirem mais meios de alojamento na Covilhã ou mesmo pelo facto de os fluxos turísticos da Covilhã serem constituídos por um público com melhores condições económicas, tendo por fundamento, as profissões registadas nos inquéritos e as habilitações académicas.

Ainda segundo o INE (Anuário Estatístico da Região Centro, 2009), a respeito de dormidas e hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros por município, em Seia registaram-se um total de 36002 dormidas (22164 em Hotéis e 13838 noutros meios de alojamento) que representam 19887 hóspedes/turistas (13559 em hotéis e 6328 noutros meios de alojamento). Na Covilhã os valores são muito superiores num total de 154150 dormidas (141541 em hotéis e 12609 noutros meios de alojamento), o número de hóspedes é naturalmente e consequentemente maior, com um total de 94563 (87080 em hotéis e 7483 noutros meios de alojamento) – (Mendes, 2011).

– As formas de reserva de alojamento dos inquiridos em Seia, que visitaram o Museu do Pão, são essencialmente efetuadas através da internet (meios facilitadores) e por telefone, 20 e 17 respetivamente. Os sítios de internet mais solicitados foram o Booking.com (CRS -central de reservas on-line) e os sítios de internet dos meios de alojamento escolhidos para a estada. Sem reserva não foi registada nenhuma resposta, e 6 inquiridos tiveram as suas reservas feitas através de amigos, correio ou vouchers oferta, perfazendo um total de 43 inquiridos turistas da Serra da Estrela.

Na Covilhã, na perspetiva dos inquiridos relacionados com o Museu de Lanifícios, as reservas nos meios de alojamento revelam 30 respostas através do tradicional telefone e 35 pelo uso da internet. Dos que usaram a internet, 29 não sabem identificar a plataforma utilizada, 3 fizeram a reserva para a sua dormida no site da unidade hoteleira, 2 pelo *booking.com* e 1 pela *edreams*. Houve ainda mais 10 respostas: 7 garantiram a sua dormida por meio de um *voucher* e 3 inquiridos não fizeram reserva pois são *walk-in*, o hóspede que aparece sem marcação prévia ao balcão/ *Front-Office*.

– A estada média em estabelecimentos hoteleiros no Pólo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela, de acordo com as respostas dos inquiridos do Museu do Pão e Museu de Lanifícios, é de 1,8 noites e 1,6 noites, respetivamente.

– Mais de 90% dos inquiridos fizeram compras de produtos/serviços na Serra da Estrela, destacando-se, no caso dos visitantes do Museu do Pão, os gastos em restaurantes (31%), artesanato (26,8%), alojamento (16,5%), bar/café/pastelaria (13%), comércio local (10,8%) e animação turística (1,5%), e para os visitantes do Museu de Lanifícios, os gastos em alojamento (27,1%), restaurantes (25,7%), artesanato (16,2%), bar/café/pastelaria (15,1%), comércio local (13,4%) e animação turística (1,8%).

– A quase totalidade dos inquiridos (97,5% no Museu do Pão e 98,3% no Museu de Lanifícios) manifesta vontade em regressar ao destino Serra da Estrela, o que permite

concluir que a qualidade da visita ao destino e ao museu é suficiente para fidelizar os visitantes.

– Por último, a pergunta “que outro local vai visitar ou já visitou no período de permanência na Serra da Estrela?”, teve como principal resposta a Torre na Serra da Estrela (Museu do Pão – 61 respostas e Museu de Lanifícios – 25 respostas). Contudo, verifica-se que as deslocações dos visitantes são feitas por proximidade. As respostas dos inquiridos que visitaram o Museu do Pão, revelam destinos como o Sabugueiro (15), cidade de Seia (18), Manteigas (15), Lagoa Comprida (12), cidade de Gouveia (11), Penhas Douradas (7) e Covilhã (6). Os inquiridos que visitaram o Museu de Lanifícios, parecem preferir destinos diferentes da subida da montanha, pois para além das 25 respostas de visita à Torre, registaram-se, ainda, 22 a Belmonte, 15 à cidade da Covilhã, 11 a Manteigas, 8 a Seia e 7 a Sortelha. De salientar que Manteigas e Belmonte (embora este último com maior preferência dos inquiridos no Museu de Lanifícios) parecem demonstrar uma procura interessante na escolha dos locais a visitar na Serra da Estrela com 26 e 25 respostas respetivamente no conjunto dos visitantes dos dois museus estudados, só superados pela Torre (Mendes, 2011).

4. Conclusão

O movimento de criação e consolidação de museus/espços museológicos com iniciativas cada vez mais diversificadas (nas temáticas e tutelas) acompanha o alargamento do conceito de património cultural e responde também às tendências evolutivas do lazer e da procura turística (diferenciada, segmentada e personalizada).

A nova museologia e os museus pós-modernos, inseridos numa sociedade capitalista, e dependentes da sua sustentabilidade financeira, conscientes da sua nova missão social, acrescentam nas suas valências, restaurantes, bares e lojas de *merchandising*, entre outras, mostrando preocupação na captação de mais recursos financeiros e de fazer permanecer o visitante mais tempo no museu.

O turismo cultural, nomeadamente em áreas de montanha (outroza dependentes de outros setores económicos), tem-se revelado uma alternativa aos recursos e produtos de maior procura, como, por exemplo, no caso da Serra da Estrela, a neve.

Os dois exemplos analisados (Museu do Pão e Museu de Lanifícios) permitiram conhecer o turista de museus e demonstraram o afastamento dos museus em relação à distribuição turística (e vice-versa) uma vez que mais de 90% dos inquiridos fizeram a visita aos museus sem a intervenção de agentes turísticos.

Contudo, os inquiridos revelam interesses de visita em relação aos patrimónios locais e regionais e manifestam comportamentos de consumo em áreas como o alojamento turístico, os produtos endógenos artesanais e os estabelecimentos de comércio e serviços.

Os museus podem beneficiar da integração na atividade turística uma vez que esta pode contribuir para aumentar os índices de visitação, a comunicação e a divulgação do seu espólio e património, e consequente aumento de receitas.

Importa (re)pensar a utilização dos espaços museológicos enquanto espaços de lazer, mas sobretudo para o lazer turístico, fazendo deste modo com que os museus sejam fator de benefício económico para as comunidades para além dos benefícios culturais e do conhecimento que os museus representam.

Referências bibliográficas

- Amado, M. e Carvalho, P. (2012). “Museus e desenvolvimento rural. O caso do Museu do Pão (Seia/Serra da Estrela)”. In *Atas do 9º Congresso Ibérico de Estudos Rurais*. Lisboa, IGOT/SPER/AEEA, 20 pp.
- Anico, M. (2008). *Museu e Pós-Modernidade*. Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Carvalho, P. (2002). “El Patrimonio y el Paisaje Rural en la (Re)construcción de las Memorias e Identidades. Reflexión en torno de algunas iniciativas e propuestas ecomuseológicas en la Cordillera Central Portuguesa”. In *Atas del XI Coloquio de Geografía Rural (Los espacios rurales entre el hoy y el mañana)*. Santander, Universidad de Cantabria, Servicio de Publicaciones, pp. 89-100.
- Carvalho, P. (2003). “Património Cultural e Iniciativas de Desenvolvimento Local no Espaço Rural”. In: Caetano, L. (Coord.): *Território, do Global ao Local e Trajetórias de Desenvolvimento*. Coimbra, Centro de Estudos Geográficos, pp. 199-227.
- Carvalho, P. (2012). “Património e museus em contexto rural: dos lugares de memória aos territórios de lazer e de turismo”. In *Atas Oficiais del 6º Congreso Internacional Virtual sobre Turismo y Desarrollo*. Málaga, Grupo EUMED (Universidade de Málaga), 13 pp.
- Carvalho, P. (s/d). *Museus, Território e Sociedade* (texto inédito).
- Gonçalves, A. (2009). O Museu como pólo de atração turística. Universidade do Algarve, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo.
- Gonçalves, A. R. (2010). “Museus, comunidade local e turismo”. In: Santos, M. G. (Org.): *Turismo Cultural, Territórios e Identidades*. Lisboa, Edições Afrontamento e Instituto Politécnico de Leiria, pp. 81-102.
- INE (2007). *Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio*. Lisboa, Instituto Nacional de Estatística (INE).

- INE (2010). *Anuário Estatístico do Região Centro, 2009*. Lisboa, Instituto Nacional de Estatística (INE).
- INE (2011). *Estatísticas da Cultura 2010*. Lisboa, Instituto Nacional de Estatística (INE).
- Mendes, V. (2011). *Museus e turismo na Serra da Estrela*. Dissertação de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Pimentel, C. (2005). *O sistema museológico português (1833-1991) Em direção a um novo modelo teórico para o seu estudo*. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e a Tecnologia.
- Prentice, R. (1993). *Tourism and Heritage Attractions*. New York, Routledge.
- TP (2009): *Estudo de Avaliação da Atratividade dos Destinos Turísticos de Portugal Continental para o mercado interno 2009*. Lisboa, Turismo de Portugal (TP).
- Santos, C. (2006): *Cultura, Turismo e Património - Um Caminho para a Educação Ambiental - O Museu Viriato*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Coimbra.
- Serra, F. (2007). *Práticas de Gestão nos Museus Portugueses*. Lisboa, Universidade Católica Editora.
- Tocquer, G. e Zins, M. (2004). *Marketing do Turismo*. Lisboa, Instituto Piaget.

TURISMO CULTURAL E MUSEUS: UMA OPORTUNIDADE PARA AS REGIÕES DO INTERIOR (O EXEMPLO DE BRAGANÇA)

Ana Luísa Gomes

Paulo Carvalho

Resumo

Nos últimos anos a cultura e o turismo assistiram a uma valorização importante, resultando daqui dinâmicas positivas, com o desenho de novos produtos e serviços turísticos.

A presente reflexão pretende explorar as dinâmicas do turismo e do património cultural e enfatizar as relações entre estes dois domínios no contexto dos museus, bem como analisar o modo como os espaços culturais se podem diferenciar no mercado e converter em modelos de atração turística, sem perderem os seus objetivos museológicos primários.

O Museu do Abade de Baçal, localizado na cidade de Bragança (região de Trás-os-Montes), configura o estudo de caso tendo em vista explicitar as linhas orientadoras da investigação.

Palavras-chave: Turismo Cultural; Museus; Museu do Abade de Baçal; Trás-os-Montes; Bragança.

1. Introdução

Na atualidade as viagens e o turismo prosperam e tornam-se acessíveis a um número crescente de pessoas. De acordo com dados estatísticos recentes da Organização Mundial do Turismo (UNWTO *World Tourism Barometer*), publicados em janeiro de 2015, no ano de 2014 o número de turistas internacionais perfaz 1138 milhões, o que traduz um acréscimo de 4.7% face a 2013 (configurando o quinto ano consecutivo de crescimento desde 2009, e com tendência a continuar). Por região, as Américas (+5%) e a Ásia e o Pacífico (+5%) registaram o crescimento mais elevado, enquanto a Europa (+4%), o Médio Oriente (+4%) e a África (+2%) apresentaram valores mais modestos.

Verifica-se também uma maior procura atinente a serviços personalizados, individualizados e de elevada qualidade, num contexto em que o visitante é cada vez mais informado, culto e exigente (Pires, 2004).

Não é por acaso que nos últimos anos a atenção deslocou-se do crescimento quantitativo da procura turística, para as mudanças comportamentais e motivacionais do consumidor. Assim, a mudança dos hábitos de consumo do turista introduziram novas

variáveis na hora de viajar – as experiências e a autenticidade do destino ganham maior relevo opondo-se à localização geográfica, segundo a perspectiva de Muela (2013)⁸.

Por outro lado, o turista contemporâneo recorre às novas tecnologias para um melhor conhecimento e planeamento da viagem. Esta nova utilidade do mundo *online* veio ampliar ainda mais a sua influência. Os consumidores tiram, assim, proveito e adaptam o seu comportamento de viagem, especialmente para a compra de produtos ou serviços e para procurar informações turísticas. Regista-se uma confiança crescente nas informações pessoais e recomendações disponíveis em páginas comerciais e sociais.

Como refere Marujo (2008:30), “a Internet é o meio de comunicação mais eficaz que existe para o intercâmbio de informação turística a nível mundial. A rede pode, de certa forma, facilitar a promoção e a distribuição de produtos turísticos e potencialmente permitir que destinos e empresas turísticas possam competir a um mesmo nível”.

Esta adaptabilidade do viajante às inovações, às tecnologias e às novas modas, dá origem a novos perfis de viajantes, como também segmenta o mercado e os destinos turísticos, tornando mais premente os meios ou ferramentas de mediação entre a oferta (produtos) e a procura (consumidores).

2. Turismo cultural

O património, enquanto conjunto de bens ou referências materiais e imateriais, naturais ou construídos, que estabelecem pontes entre o passado e o futuro, e despertam sentimentos de identificação, posse ou pertença entre indivíduos e objectos, é influenciado pelo sistema de valores e normas vigente em determinado momento, e neste sentido pode ser acumulado, perdido ou transformado de uma geração a outra (Ballart, 1997; Prats, 1997; Silva, 2000; Carvalho, 2003; Rodrigues, 2011).

Tratando-se de uma construção social, um dos traços mais relevantes do património é a sua capacidade de representar uma identidade, uma cultura, uma sociedade. Estes agentes promovem a estabilidade e a coesão coletiva – “alimentam no ser humano a reconfortante sensação de permanência no tempo” (Silva, 2000: 218).

O conceito de património cultural pode ser entendido como uma “representação simbólica das identidades dos grupos humanos, isto é, um emblema da comunidade que reforça identidades, promove solidariedade, cria limites sociais, encobre diferenças

⁸ http://www.hosteltur.com/127060_turismo-experiencias-shopping-tendencias-futuro.html,
acedido a 20/06/2015.

internas e conflitos e constrói imagens da comunidade” (Cruces, 1998, cit in Pérez, 2009:140).

Hoje com a globalização, e com o derrube/esbatimento de fronteiras e distâncias, a dinâmica entre culturas e seus valores acelera, entrelaçam-se e dão espaço para a criação de novos grupos, tradições e conhecimentos. Esta rutura de valores e de identificação provocou um sentimento de nostalgia, de recuperação do passado, nunca antes visto (Silva, 2000:219).

Através do conhecimento e valorização do património cultural, não apenas o passado é recuperado, mas também são impulsionadas diversas atividades e expressões que se podem converter num instrumento ao serviço do fortalecimento da identidade de uma sociedade e do seu bem-estar material.

O contacto com os bens patrimoniais possibilita uma experiência que se traduz na interpretação do passado permitindo uma consciência e conhecimento do presente. Tem crescido, de forma relevante, a oferta e a procura destes produtos culturais, resultando não só da revitalização de alguns centros históricos, como também a atividade turística produz mais programas que se moldam em volta destes produtos culturais.

Não se colocam dúvidas sobre a cultura ser um dos recursos mais importantes, senão principal, do território europeu e o turismo, neste contexto, surge como uma das atividades mais relevantes.

Richards (1996) definiu o turismo cultural como o movimento de pessoas para lugares de interesse cultural, com a intenção de recolher informação e experiências novas que satisfaçam os seus desejos culturais.

O Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios (ICOMOS), por via da “Carta do Turismo Cultural” (adotada em 1976), apresenta o turismo cultural como uma forma de turismo que tem como foco, entre outros fins, a descoberta de monumentos e sítios histórico-artísticos, exercendo um efeito positivo sobre estes últimos na medida em que contribui para a sua manutenção e protecção.

O texto da “Carta Internacional do Turismo Cultural” (ICOMOS, 1999), com o subtítulo “Gestão do Turismo nos Sítios com Significado Patrimonial”, é ainda mais esclarecedor ao referir que o turismo deve gerar benefícios para a comunidade recetora e proporcionar importantes meios e motivações para cuidar e manter o seu património.

Por outro lado, a Organização das Nações Unidas para a Ciência, Educação e Cultura (UNESCO) e o Conselho da Europa, entre outras organizações internacionais,

através de diversos documentos, manifestaram também a sua preocupação em matéria de convivência e mútuo benefício entre a “indústria” do turismo e a conservação do património.

De referir que a relação entre o turismo e o património é importante no que diz respeito à valorização e divulgação da cultura um determinado território podendo, se bem coordenada e planeada, contribuir para a sustentabilidade dos bens culturais.

A expressão do turismo cultural é hoje evidente em domínios como, por exemplo, a literatura, o cinema, a gastronomia, a arqueologia, através de produtos que aparecerem vinculados a territórios específicos, mas também a rotas ou circuitos (touring cultural e paisagístico), com um elevado potencial de crescimento futuro.

Um dos pontos de referência nos roteiros do turismo cultural são os museus. Não deixa de ser importante desmistificar este setor de atividade, explicitando o papel dos espaços museológicos e a sua importância no desenvolvimento do turismo.

3. Museus e turismo

De acordo com o Conselho Internacional dos Museus (ICOM, 2015), o museu é “uma instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e lazer”.

Em termos gerais, é possível afirmar que os museus transformaram-se nas últimas décadas: novas técnicas, novas estratégias, novas representações, novos públicos.

No contexto português, a museologia trilhou um novo caminho após o 25 de abril de 1974. “Até aí, a instituição-museu foi um projeto de Estado, a guardiã dos ícones e dos suportes narrativos da ideologia nacionalista e colonialista. Com a revolução política, o museu inicia uma nova trajetória ligada por um lado a uma nova conceção, democrática, de cidadania e participação; por outro, de descentralização e afirmação da diferença” (Faria, 2000:1).

Um estudo desenvolvido em 2005 sobre os museus em Portugal, pelo Observatório das Atividades Culturais (OAC), evidenciou a tendência e o crescimento destes espaços. Assim, constatou-se que entre 2000 e 2005 mais de 72% do território nacional possuía mais que um museu por concelho.

Apesar do encerramento de alguns museus e galerias de arte, por falta de apoios ou sustentabilidade, o panorama museológico nacional mantém-se numa fase de

expansão. Quanto à tipologia e segmentação deste mercado é igualmente apontado que os mais significativos, como arte, etnografia, antropologia e pluridisciplinares, se mantêm constantes, opondo-se à redução do número dos museus de ciências naturais ou de história natural.

De destacar ainda a relevância que a região Norte mostrou nesta investigação. “O elevado número de museus aí situados, associado à elevada taxa de crescimento que regista, aponta para uma região particularmente dinâmica neste sector cultural” (Neves, 2006:23), contrapondo-se com a região de Lisboa e Vale do Tejo.

Os museus não se limitam a conservar vestígios do passado, mas também os apresentam ao público e, nessa medida, simulam os seus contextos históricos numa evocação nostálgica de um passado, ficcionado e oferecido ao público como verdadeiro e autêntico (Anico, 2005).

A experiência do património pode servir como uma pequena amostra para muitos visitantes, que posteriormente desenvolvem um interesse pela história e arqueologia do seu lugar. Deste modo, não deve ser desenvolvido apenas uma forma de representação, mas sim adaptar e flexibilizar o serviço oferecido para a multiplicidade de públicos que o procura.

O turismo e o património cultural podem estabelecer uma relação de sustentabilidade e de benefícios mútuos. Nesta perspetiva, os museus são estimulados a desenvolver uma abordagem interdisciplinar interiormente para que possam ampliar a sua atividade e corresponder às necessidades do novo mercado segmentado que procura os espaços musealizados.

Estes são um forte elemento de mobilização de pessoas, principalmente através das suas grandes exposições temporárias. Para esta atração ser sistemática e contínua é necessário adaptar as estruturas e ferramentas aos novos públicos que todos os dias enformam novas modas e tendências.

Vários estudos apontam que o visitante contemporâneo procura “viver o museu” num contexto integrado e multifacetado, e não se resumir apenas às peças que tem expostas.

A diversificação destes recursos conduz ao desenho de novas estratégias e soluções que tornem estes espaços mais “apetecíveis” e que não sejam um “destino de uma só visita”. No entanto, o turismo tem em geral a tendência para maximizar o número de visitas aos bens culturais, enquanto os museus preocupam-se mais com a conservação, manutenção e exposição (Gonçalves, 2005).

É neste sentido que a atitude dos museus e do turismo em relação ao património e à preservação é dicotómica. A ação educativa que se pode criar minimiza, na verdade, o conflito de interesses e preenche determinadas lacunas. Neste público específico, principalmente os turistas estrangeiros têm grandes expectativas quanto a este recurso (Gonçalves, 2005).

À medida que a compreensão sobre a cultura aumenta, os visitantes demonstram maior curiosidade sobre a história, o ambiente e as tradições, associados ao que está exposto e o que ainda falta ver (Gonçalves, 2005).

Com efeito, a potencialidade turística inerente aos milhões de pessoas que integram o universo de viajantes pode encaminhar-se aos lugares pelo incremento das visitas a museus e centros culturais pelos turistas nacionais e estrangeiros se estes se desenharem atrativos e distintos, e em certa medida constituir uma alternativa aos ambientes de sol, praia, campo ou montanha.

Em algumas cidades mundiais quando se pensa como destinos turísticos é-lhes associado a museus, como em Nova Iorque, o Metropolitan Museum ou o Museu de Arte Moderna; em Espanha, o Museu do Prado ou o da Rainha Sofia; em Paris, o Louvre ou o Museu D'Orsay; e em Londres, o British Museum e o National Gallery.

As oportunidades que se podem criar são ilimitadas e o diálogo interdisciplinar será um importante contributo para o crescimento sustentado do turismo cultural.

Não é apenas em Portugal a desconexão entre os museus e os turistas, e vice-versa, mas já é possível observar alguns resultados positivos desta dinâmica. O futuro dos museus, e da museologia, na “indústria” turística passa assim pela reflexão permanente das dinâmicas territoriais e da sua comunidade, um espaço aberto a “360° graus sobre o seu território.”⁹

4. O caso do Museu do Abade de Baçal na cidade de Bragança

4.1 Retrato territorial

Alto Trás-os-Montes (figura 1), com os concelhos de Bragança, Vinhais, Chaves, Montalegre, Boticas, Valpaços, Vila Pouca de Aguiar, Murça, Mirandela, Macedo de Cavaleiros, Alfandega da Fé, Vimioso, Mogadouro e Miranda do Douro, é uma sub-região com grandes potencialidades turísticas devido às suas condições

⁹ http://intranet.ualg.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=27432&Itemid=703&lang=pt,
acedido a 20/06/2015.

fisiográficas únicas, à beleza das suas paisagens e ao seu riquíssimo património natural e cultural.



Adaptado de INE (2013)

Figura 1. Mapa simplificado de localização da sub-região de Alto Trás-os-Montes

Com 8171,6 km² de extensão é a maior sub-região do Norte de Portugal e representa cerca de 9% do território de Portugal Continental (INE, 2011).

O concelho de Bragança destaca-se, igualmente, pela sua dimensão (1173,6 km²) delimitando-se a norte e leste por Espanha (províncias de Ourense e Zamora), a sueste pelo município de Vimioso, a sudoeste por Macedo de Cavaleiros e a oeste por Vinhais. Com a reforma administrativa que o Governo concretizou no final de 2012 o concelho de Bragança constitui-se por 49 freguesias.

Como já foi referido, Bragança encontra-se numa sub-região com relevantes potencialidades turísticas, e tem vindo a revelar-se um destino preferencial para os estrangeiros que se deixam cativar pelo valor das origens, das tradições e do rural. Seja procurado pela aventura, pela cultura ou pelo entretenimento, este território tem disponível quase todas as condições para que se possa desfrutar de momentos extraordinários.

As tradições e os costumes são recursos diferenciadores. Assim, ao longo do ano, especialmente no natal, no entrudo e na páscoa, inúmeras festas são organizadas, destacando-se as Festas dos Rapazes e a Festa dos “Caretos” ou Máscaras.

O artesanato, por sua vez, está a ser preservado e divulgado em algumas das freguesias podendo encontrar-se trabalhos de cobre, burel, couro e madeira, assim como trabalhos de tecelagem, cestaria e olaria. As reconhecidas máscaras dos caretos fazem parte deste processo, pois são fabricadas com madeira, couro, lata e cortiça.

A gastronomia, outro produto de excelência desta região, destaca-se pelos seus enchidos (a alheira, o salpicão), o presunto, o butelo, o cozido à transmontana, o folar de Bragança, o cabrito de Montesinho, a posta à Mirandesa, as trutas e a caça, representados nos diversos restaurantes locais. Apesar de pouco reconhecidos, o vinho e o azeite também se destacam nesta categoria.

A riqueza natural deste território destaca-se pela presença do Parque Natural de Montesinho, o segundo maior do país. A sua diversidade paisagística permite a prática de diversas atividades desportivas e de lazer, desde o mais radical ao sossego dos passeios pedestres. De igual modo, integra a extremidade oriental do Parque Nacional da Peneda-Gerês, por via do concelho de Montalegre, com destaque para Tourém e Pitões das Júnias.

A importância da atividade turística em Bragança pode ser interpretada e avaliada através de diversos indicadores estatísticos relacionados com os estabelecimentos hoteleiros e com os equipamentos culturais.

Quadro 1. Número e capacidade de alojamento dos estabelecimentos hoteleiros no concelho de Bragança em 2011

Distribuição geográfica	N.º de Estabelecimentos			Capacidade de Alojamento		
	Hotel	Pensão	Outros	Hotel	Pensão	Outros
Portugal	873	656	490	160981	30581	97545
Região Norte	205	197	51	27881	8465	3810
Alto Trás-os-Montes	17	34	4	2051	1562	189
Bragança	5	5	1	808	191	56

Elaboração própria, com base em INE (2012)

Em termos globais, em 2011 o concelho de Bragança tinha um total de 11 estabelecimentos hoteleiros: 5 hotéis, 5 pensões e 1 na categoria de outros (quadro 1), o que representa cerca de 20% do total da sub-região de Alto Trás-os-Montes.

Entende-se o domínio dos estabelecimentos do tipo hotel, não por serem mais numerosos, mas por registarem uma maior capacidade de alojamento (808), comparativamente com a pensão (191) e de outros estabelecimentos (56). Não é possível comparar esta realidade com o restante distrito de Bragança pela insuficiência de dados do INE.

Quadro 2. Estada média e taxa de ocupação-cama dos estabelecimentos hoteleiros no concelho de Bragança em 2011

Distribuição geográfica	Nº Noites			Taxa de Ocupação (%)		
	Hotel	Pensão	Outros	Hotel	Pensão	Outros
Portugal	2,4	2,3	4,2	42,5	26	40
Região Norte	1,7	1,9	1,5	35,3	18,4	38,6
Alto Trás-os-Montes	1,5	1,4	1,7	21,9	17,3	39,8
Bragança	1,4	-	-	18,8	-	-

Elaboração própria, com base em INE (2012)

Segundo o Anuário Estatístico da Região Norte (2012) a estada média nos estabelecimentos hoteleiros em 2011 (quadro 2) é de 2.4 noites em Portugal, 1.7 no Norte, 1.5 na sub-região Alto Trás-os-Montes e de 1.4 no concelho de Bragança.

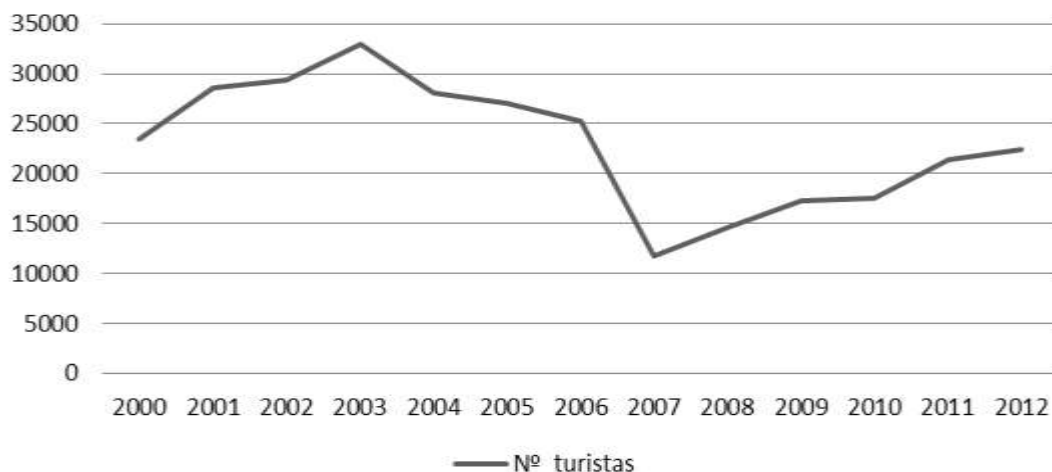
O número de noites da estada média de hóspedes estrangeiros, por outro lado, regista números mais elevados. Assim, em Portugal contam-se 3.5 noites, 2.1 no Norte de Portugal e 1.5 em Bragança (INE, 2012).

No que se refere à taxa de ocupação, a sub-região Alto Trás-os-Montes regista valores de 17.3% em pensões, 21.9% em hotéis e 39.8% em outros estabelecimentos, o que traduz uma diferença significativa em relação ao cenário regional e nacional designadamente no que concerne aos hotéis.

Não havendo registos oficiais é possível admitir a importância dos empreendimentos de turismo no espaço rural – não integrados nos estudos do INE por diversas razões – e que representam uma grande maioria da procura deste mercado, encontrando-se dispersos por todo o território, especialmente no Parque Natural de Montesinho que se estende por mais de 75 mil hectares.

De acordo com dados da Câmara Municipal de Bragança (CMB) é possível analisar a procura turística no período de 2000 a 2012 (figura 2). Os números revelam um comportamento diferenciado, com fases de crescimento (2000-2003 e 2008-2012) e também de decréscimo (2004-2007) do número de turistas em Bragança.

Portanto, desde 2008 tem-se identificado uma subida na procura, mais ou menos constante (tendo atingido os 22469 turistas em 2012) e prevê-se que assim continue, apesar do contexto de crise económica.



Elaboração própria, com base em dados da CMB

Figura 2. Evolução do número de visitantes no concelho de Bragança (2001-2012)

No entanto, convém realçar que os valores apresentados correspondem exclusivamente ao número de visitantes que procuraram informação nos postos de turismo municipais. Desta forma, os dados anteriormente apresentados não devem ser interpretados como se tratassem do fluxo de turistas que Bragança acolhe em absoluto, uma vez que, por um lado, nem todos os visitantes procuram estas entidades quando visitam a cidade e, por outro, apenas uma parte dos que passam nos postos turísticos são turistas.

Segundo uma investigação da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Pérez, 2005), o turista que visita o Nordeste Transmontano procura o “autêntico”, o património cultural, o ambiente despoluído e calmo, a proximidade com a natureza e a integração num estilo de vida mais tradicional e rural. É um segmento relativamente mais idoso, com elevado nível de educação e estatuto socioprofissional, maior poder de compra, sensibilizado para a conservação do património; viajam por distâncias maiores durante a sua estadia.

Questionados pela imagem que os visitantes retiram do Nordeste Transmontano foram referidas as paisagens autênticas, a gastronomia regional, a gente hospitaleira, a arquitetura histórica, os costumes e tradições. O seu grau de satisfação com a sua visita

expressou-se bastante positiva: 71,5% dos turistas inquiridos tem um grau de grande satisfação com a sua visita ao Nordeste Transmontano.

É apontado que o principal motivo da sua visita foi passar férias (56%), outros (14,7%), participar num evento cultural (8,2%), visitar amigos e familiares (7,6%) e fazer compras (6,5%). Estamos, pois, perante um novo conceito de “férias”, mais curtas e com maior mobilidade geográfica no território de destino.

Quadro 3. Atrações visitadas ou a visitar no Nordeste Transmontano

Monumentos	63,6%
Museus	55,4%
Locais históricos	51,6%
Locais religiosos	30,4%
Património cultural e centros de artesanato	23,9%
Festivais tradicionais	18,5%

Fonte: Pérez (2005)

Outra questão importante foi verificar o tipo de atrações ou eventos que os visitantes procuraram e tencionavam visitar. É notório o impacto do turismo cultural neste território (quadro 3). De facto, cerca de 27% dos visitantes procura ocupar o seu tempo na descoberta de monumentos (63%), museus (55%) e locais históricos (52%).

Estas preferências constroem uma realidade turística (quadro 4) onde se destaca a prática do turismo de natureza (15%), o turismo rural (15%), mercado emergente por todo o Norte de Portugal, seguidos das férias itinerantes (14%) e do turismo urbano (9,2%). O turismo de sol e praia (5%) e o turismo de desporto e saúde (3%) apresentam-se como os menos praticados.

Quadro 4. Tipologia do turismo praticado no Nordeste Transmontano

Turismo cultural	27,2%
Turismo de natureza	15,2%
Turismo rural	14,7%
Férias itinerantes	14,1%
Turismo urbano	9,2%
Outros	13%
Turismo de sol e praia	4,9%
Turismo de desporto e saúde	3,3%

Fonte: Pérez (2005)

Num concelho onde a identidade cultural é bastante marcante e destacável do restante país, estes valores estatísticos representam, em grande medida, o que o turista procura quando se desloca ao Norte de Portugal, mais concretamente ao Nordeste Transmontano.

4.2 O Museu do Abade de Baçal

O Museu do Abade de Baçal¹⁰ (MAB) foi criado por decreto-lei em 1915 sob a designação de Museu Regional de Obras de Arte, Peças Arqueológicas e Numismática de Bragança; depois de herdado o espólio do antigo Museu Municipal de Bragança foi, finalmente, instalado no antigo edifício do paço episcopal, onde atualmente se encontra. Esta antiga casa tem referências do século XVII e já sofrera algumas obras de transformação ao longo do século XVIII, tendo sido retirado à posse da Igreja em 1910, pela República.

No início da sua constituição estavam instalados no mesmo edifício o Arquivo do Registo Civil, a Guarda Nacional Republicana e a Biblioteca Erudita de Bragança.

Entre 1937 e 1940 os Monumentos Nacionais tomaram conta do edifício e procederam a obras de maior envergadura. O edifício manteve-se sem grandes alterações até 1993/94, quando uma nova (e muito profunda) intervenção arquitetónica foi planeada e iniciada. Pretendia-se com esta alterar o imóvel, adaptando-o às exigências de uma museografia contemporânea.

É de constatar as mudanças de um edifício e da instituição por fases tão distintas: na primeira o museu é misturado com outros serviços, tão diferenciados que não havia possibilidade de cooperação; na segunda, os Monumentos Nacionais, prosseguindo a sua política de valorização do património construído português numa ótica nacionalista e de propaganda ideológica, traçaram para o velho edifício uma missão: manter-lhe a traça e a fisionomia do século que o construiu e destiná-lo a servir como museu.

¹⁰ Francisco Manuel Alves (1865-1947), mais conhecido como Abade de Baçal, foi uma figura destacada da cultura transmontana. Para além do exercício sacerdotal na sua terra natal (Baçal), foi um investigador autodidata em domínios como a arqueologia, a numismática, a etnografia, a paleografia, e epigrafia, entre outros, e um escritor notável que legou um importante acervo sobre a sua região, em particular o distrito de Bragança, tendo exercido de igual modo funções de diretor do Museu Regional de Bragança (mais tarde, em 1935, denominado Museu do Abade de Baçal, em sua homenagem).

Certamente que esta dupla intenção, atualmente, levanta muitas questões aos especialistas. Ainda assim, o edifício histórico enquanto entidade cultural foi possivelmente mais respeitado na sua integridade arquitetónica (figura 3).

Vários documentos registam que o museu verificou mudanças estruturais positivas: ficou mais acessível, mais fácil de percorrer, mais fácil de compreender, por outras palavras, mais museu e menos edifício histórico.

As obras de requalificação que tiveram início na década de 90 foram concluídas com a terceira e última fase de intervenção em 2006. Teve um papel fundamental, no alargamento do espaço museológico e expositivo permitindo a visualização de importantes coleções que anteriormente se encontravam em situação de reserva, como a coleção de faiança e a coleção de pintura contemporânea, com destaque para o núcleo de Abel Salazar e os desenhos de Almada Negreiros.



Fonte: MAB (2012)

Figura 3. Sala da Região ou História Local no MAB

As principais coleções que integram o acervo do museu são arqueologia, epigrafia, arte sacra, pintura, ourivesaria, numismática, mobiliário e etnografia. O espólio do museu tem sido gradualmente enriquecido através de doações, legados e aquisições.

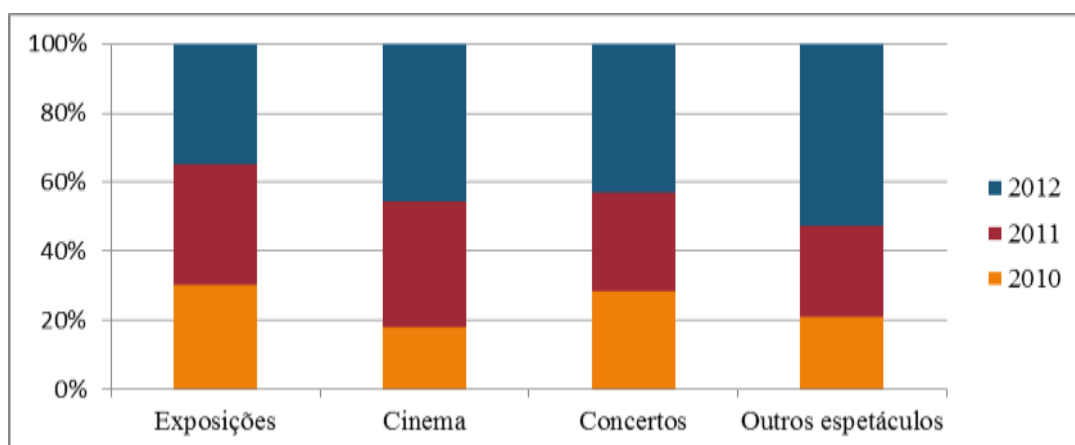
A exposição prolonga-se por mais 14 salas e está estruturada em dois grandes temas: a história da região do Nordeste Transmontano e as memórias ligadas ao antigo Paço Episcopal. Com o fim da requalificação, o museu passou a contar com mais duas salas para exposições temporárias e uma sala para os serviços educativos, ampliando, assim, a sua qualidade e a capacidade de oferta.

O Museu do Abade de Baçal procura desenvolver atividades de natureza diversa dirigidas ao público em geral ou a públicos específicos. Centradas na sua exposição permanente e nas exposições temporárias, às quais a comunidade pode aceder e fruir individualmente ou em grupo, esta entidade promove visitas orientadas gerais ou temáticas e visitas dialogadas. Também tem vindo a realizar alguns espetáculos, concertos, dramatizações/performances, no âmbito de comemorações de diferentes épocas festivas dentro das suas instalações ao longo de todo o ano.

Partindo de uma análise dos dados disponibilizados (figura 4), é possível concluir que tem sido feito esforços para dinamizar e aumentar a oferta cultural deste espaço. Assim, assiste-se ao crescimento dos ciclos de cinema, concertos, festivais e encontros culturais, entre outros espetáculos, em complemento das exposições do Museu do Abade de Baçal.

Neste âmbito destaca-se o incremento de diversas atividades e projetos culturais, distintos e desligados dos discursos museológicos mais tradicionais. Os ciclos de cinema registam um crescimento de 7%, os concertos e espetáculos musicais apresentam um crescimento de 4%, mas é nos “Outros espetáculos” que se verifica o maior desenvolvimento. Estes incluem atividades e espetáculos mais pontuais, inseridos em comemorações excecionais mas, essencialmente, de cariz regional.

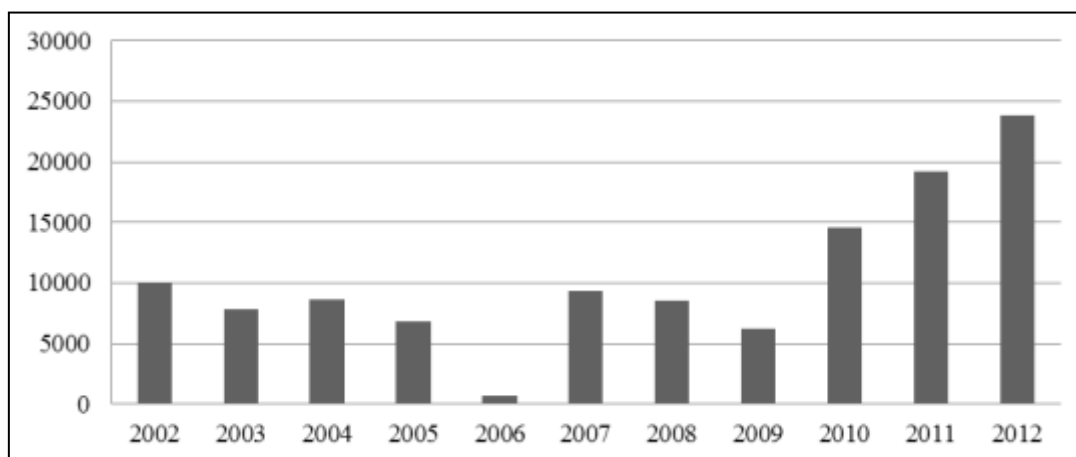
Podemos concluir, a propósito das atividades atuais desenvolvidas no MAB, que foram concretizadas algumas mudanças na exposição dos bens culturais, bem como na forma de interagir e integrar o visitante.



Elaboração própria, com base em dados MAB (2013)

Figura 4. Distribuição da oferta do MAB entre 2010 e 2012

No que diz respeito à evolução anual do número de visitantes do Museu do Abade de Baçal, desde 2002 a 2012 (figura 5) observa-se um crescimento bastante significativo (+140%) dos visitantes (de 10045, em 2002, para 23848, em 2012). No período em análise o número médio de visitantes foi de 9124/ano.



Elaboração própria, com base em dados MAB (2013)

Figura 5. Distribuição anual do número de visitantes do MAB, de 2002 a 2012

Importa ainda referir que embora os restantes anos em análise apresentem valores inferiores face a 2006 (ano em que este espaço museológico esteve encerrado para obras), somente os anos mais recentes, nomeadamente 2010 e 2011, ultrapassam o valor de 15000 visitantes.

Anualmente são os meses de junho, julho e agosto que assinalam o maior número de visitantes, com um total de 50% dos visitantes anuais (13,3%, 25,5% e 10,9% respetivamente), seguindo-se a estes, embora com menores quantitativos, os de setembro (12.3%) e maio (6.1%). Os principais factores explicativos desta procura estão relacionados, na primeira situação, com as viagens mais frequentes realizadas pela altura do verão, considerada a época alta da atividade turística, e no segundo caso, com a chegada da primavera, a qual se caracteriza por uma relativa melhoria na meteorologia, a que se associa a dinamização de múltiplas atividades escolares.

Gomes (2013) procedeu à realização de inquéritos por questionário junto dos visitantes e dos utilizadores que seguem a página oficial do MAB no *Facebook*.

No primeiro caso, investigou o perfil do visitante, a visita ao MBA e a viagem inerente a esta última, tendo concluído que 64% dos visitantes são do sexo feminino (e 34% são do sexo masculino).

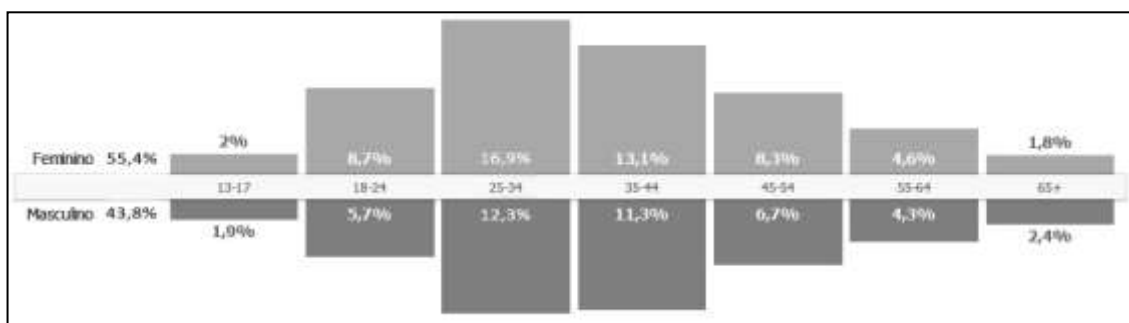
Em relação à idade refere que mais de 50% dos visitantes são um público estreante e bastante jovem (até 25 anos); verifica-se igualmente uma elevada dispersão geográfica, sendo o maior fluxo de visitantes de nacionalidade portuguesa (75%), com cidades como Bragança, Lisboa e Coimbra como principais emissores.

Quanto à visita conclui que 71% dos visitantes era a primeira vez que visitava e conhecia o espaço, ao invés dos 29% que já visitou o Museu do Abade de Baçal, e que os livros e guias são o principal meio difusor do MAB (contrariando a tendência nacional com o uso da internet).

Trata-se de uma instituição com atratividade turística, no entanto, apesar da passagem pelo Museu do Abade de Baçal, este não constitui a principal razão da deslocação ao município de Bragança, sendo parte do roteiro turístico habitual, composto por outros espaços culturais como, por exemplo, o Museu Militar, o Museu de Arte Contemporânea Graça Morais e o Museu da Máscara, localizados no centro histórico da cidade.

De referir ainda, através do questionário realizado, que foi possível depreender que a estada média dos visitantes do MAB é de 2.1 noites (valor superior ao referido pelo INE para a sub-região de Alto-Trás-os-Montes e para o concelho de Bragança).

Por outro lado, Gomes (2013) advoga que o público que acompanha a atividade deste museu online (figura 6) é bastante jovem (entre os 24-34 anos) e procura através da página oficial no *Facebook* descobrir e conhecer novas exposições e atividades do MAB.



Fonte: Gomes (2013)

Figura 6. Género e idade do seguidor da página do MAB no *Facebook*

Quanto ao país de residência dos seguidores do MAB no *Facebook* (6157, em abril de 2013; 7651, em maio de 2015), 86% deste grupo reside em Portugal (e destes cerca de 40% tem como domicílio o município de Bragança), seguido pela França (3%), Brasil (2%) e Espanha (1,5%). Outros países como Suíça, Reino Unido, EUA e Itália também se encontram nesta lista, apesar de já representarem uma minoria.

Os utilizadores confiam e tomam a página como fonte principal de informação, em detrimento das agendas culturais ou jornais e rádios locais. Apenas 13% dos utilizadores ainda não visitou o Museu do Abade de Baçal (Gomes, 2013).

Por último, importa sublinhar que o uso das redes sociais para promoção e divulgação de espaços culturais é bastante apreciado pelo público interessado. Vários foram os comentários registados no fim do inquérito, destacando-se a dinâmica diária decorrente da constante atualização da página do *Facebook*.

5. Conclusão

O turismo configura um dos sectores de atividade mais relevantes e com perspetivas mais positivas na atualidade. É inegável que a mercantilização dos recursos patrimoniais cria valores e dinâmicas de competitividade, beneficiando a economia de qualquer país.

As potencialidades do mercado turístico refletem-se no seu caráter multidimensional permitindo a criação e o desenvolvimento de diferentes produtos, direcionados para interesses cada vez mais específicos e gerando novos fluxos.

O turismo cultural, em particular, é um dos segmentos que mais tem vindo a crescer, na medida em que corresponde a novas exigências dos turistas. Estes são mais escolarizados, informados, exigentes e pretendem viver experiências enriquecedoras em que o conhecimento assume um papel fundamental.

Neste contexto é incontornável referir o papel dos museus. A ligação entre turismo e museus assenta na partilha do mesmo recurso, isto é, na herança cultural. Apesar de cada um abordá-la de maneira diferente, o uso sustentável e responsável é de extrema importância para ambos. O desafio aqui prende-se em encontrar um equilíbrio entre o uso e a conservação deste recurso de forma a beneficiar as duas partes.

Deixando para trás o seu carácter mais tradicional, estes espaços culturais adaptam-se e transformam-se às novas procuras e tendências. Assim, e com um público cada vez mais diversificado, os museus competem com uma nova “cultura de massas” proveniente da atividade turística. Procuram responder às novas procuras do mercado

convertendo-se, assim, mais em espaços sociais e de lazer, complementados com o caráter museológico inerente.

O cenário de crise económica, em todo o espaço europeu, afastou o público habitual dos museus o que “obrigou” estas entidades culturais a procurar novos meios de atuação para atrair novos visitantes. Para isso é necessário compreender as motivações e as necessidades de diferentes públicos e desenhar um ambiente que possa oferecer uma diversidade de experiências. Trata-se de derrubar barreiras e permitir a participação do público e, ao mesmo tempo, preservar e garantir as coleções expostas.

A desvalorização dos espaços museológicos em Portugal como recursos turísticos é uma evidência. Esta perceção surge pelos diferentes estímulos que tanto os museus, como os agentes turísticos criam erradamente. Por um lado, os responsáveis dos espaços culturais trabalham muitos dos seus programas para um público preferencial, como as escolas, e tendem a esquecer-se de dinamizar os restantes produtos. Por outro, os agentes turísticos limitam-se a criar visitas e programas estáticos, não explorando a dinâmica criativa da experiência cultural destes espaços.

Hoje, mais que nunca, emergem “novas” vocações que, ligadas aos museus e ao seu património tendem a dinamizar estes espaços e a dotá-los de novas atratividades. Estas dinâmicas estão relacionadas, indubitavelmente, às atividades turísticas nas suas múltiplas formas, que vão desde a contemplação das paisagens museológicas, à usufruição de concertos e o reforço do seu carácter pedagógico, passando pela revalorização e diversificação da função destes lugares.

A localização privilegiada do Museu do Abade de Baçal, numa das ruas principais de acesso ao centro histórico de Bragança, o interesse inerente à temática, uma vez que se trata de um museu centenário capaz de representar a identidade transmontana, aliado à multiplicidade de ações culturais que promove, pela sua relevante contribuição no estudo da história local, ou até mesmo regional, são alguns dos fatores que se conjugam para o sucesso deste espaço cultural

Num futuro próximo, tendo em conta os elementos abordados no presente artigo, deve-se procurar novas formas de comunicar e trabalhar para a criação de uma imagem mais apelativa para os espaços museológicos de modo a se apreender as mais recentes mudanças que estes foram sujeitos. São assim espaços sociais num ambiente histórico, possíveis de se decomporem para novas funções e atividades de lazer.

Abrem-se, assim, novas perspetivas para o desenvolvimento e o crescimento do turismo cultural em museus em Portugal.

Referências bibliográficas

- Anico, M. (2005). “A pós-modernização da cultura: património e museus na contemporaneidade”, *Revista Horizontes Antropológicos*, vol.11, nº 23, Porto Alegre.
- Balerdi, I. (2002). “Qué fue de la nueva museología El caso de Québec”. *Artigrama*, nº 17.
- Barreto, M. (2003). *Manual de Iniciação ao estudo do Turismo*. São Paulo, Papirus Editora.
- Carvalho, P.; A. Salazar (2008). “A imagem percebida e o perfil do turista de um destino turístico cultural: o caso do Alto Douro Vinhateiro, património da humanidade”. In *Atas das Jornadas Hispano-lusas de Gestão Científica*, Córdova.
- Faria, M. (2000). “Etapas e limites da globalização da cultura institucional: o caso dos museus”. In *IV Congresso Português de Sociologia*. Coimbra, Universidade de Coimbra.
- Gonçalves, A. (2005). “O desenvolvimento sustentado da relação entre os museus e o turista”. In *Congresso Internacional Turismo da Região de Leiria e Oeste*. Leiria, Instituto Politécnico de Leiria.
- Gomes, A. (2013). *Turismo Cultural e Museus: o caso do Museu do Abade de Baçal*, Relatório de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento. Coimbra. Faculdade de Letras. Universidade de Coimbra.
- INE (2012). *Censos 2011 - Resultados Definitivos*. Lisboa, Instituto Nacional de Estatística.
- INE (2012). *Anuário Estatístico da Região Norte 2011*. Lisboa, Instituto Nacional de Estatística.
- Marujo, M. (2008). *Turismo e comunicação*. Castelo Branco, RVJ Editores.
- Neves, J. (2006). *Os museus em Portugal no período 2000-2005: dinâmicas e tendências*. Lisboa, Observatório das Atividades Culturais.
- Perez, X. P. (2005). *Informe de Investigação sobre o perfil do “Turista Cultural” no Nordeste Transmontano*. Vila Real, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Pires, E. (2004). “As Inter-relações Turismo, Meio Ambiente e Cultura”. *Revista Estudos*, Instituto Politécnico de Bragança.
- Requixa, R. (1976). *Sugestões de diretrizes para uma política nacional de lazer*. São Paulo.
- Richards, G. & Wilson, J. (2007). *Tourism, Creativity and Development*. Routledge.
- Silva, E. (2000). *Património e Identidade. Os desafios do Turismo Cultural*. Lisboa, Universidade Técnica de Lisboa.
- UNWTO (2015). Over 1.1 billion tourists travelled abroad in 2014 (in <http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>; consulta a 6 de fevereiro de 2015).

ECOMUSEU TRADIÇÕES DO XISTO (SERRA DA LOUSÃ): DA TRADIÇÃO À DINAMIZAÇÃO E VALORIZAÇÃO TERRITORIAL

Luiz Alves

Paulo Carvalho

Resumo

No contexto das dinâmicas de desenvolvimento territorial, sobretudo nos lugares de matriz rural, são vários os projetos e ações que procuram induzir efeitos positivos através das tradições que a eles lhe são reconhecidas ou que estes reclamam como suas. Neste quadro, um certo sentimento nostálgico de ligação histórica com as gerações passadas e com as suas práticas e usos é evidente em alguns dos programas disponíveis no mercado da animação territorial procurando, em simultâneo, a preservação das suas tradições.

Assim, com este artigo, procuramos aferir a relação entre as atividades/programas desenvolvidos no seio do Ecomuseu Tradições do Xisto (Serra da Lousã) com o conceito de tradição, sobretudo a partir da análise dos meios e materiais de divulgação dos mesmos.

Palavras-chave: Tradição. Dinamização Territorial. Ecomuseu Tradições do Xisto. Aldeias do Xisto de Góis. Serra da Lousã.

1. Em torno do conceito de tradição

O termo tradição tem a sua origem no termo “latim *traditio* que significa transmissão, sendo, de acordo com o Dicionário da Língua Portuguesa a transmissão de valores e de factos históricos, artísticos e sociais, de geração em geração, através da palavra ou do exemplo” (Cabeleira, 2010:27).

Em sentido geral, a noção de tradição pode ser entendida como complexa e ambivalente, “podendo consequentemente ser aplicada a várias situações, geralmente associadas a práticas e/ou métodos passados e ancestrais de comum utilização. Embora o seu significado, do ponto de vista cultural, seja sensivelmente do senso comum e a sua definição esteja sistematizada em diversas fontes, englobar a totalidade dos aspetos desta conceção, remete para mais do que apenas a condensação das suas linhas gerais” (Cordeiro, 2012:14).

Nas palavras do antropólogo Maddox (1993:9/10, citado por Cabeleira, 2010:27), “a tradição envolve uma invocação do passado para os objetivos do presente, e está constantemente a ser inventada e reinventada por forma a assegurar arranjos sociais presentes”.

Uma outra visão, porventura uma das mais interessantes, é apresentada por Cormier (2010:58), considerando que “a tradição é, precisamente, aquilo que não envelhece que é eternamente novo, pois tem a originalidade da fonte, o frescor de um eterno começo”.

Segundo Silva e Silva (2006:1), a “palavra tradição teve originalmente um significado religioso: doutrina ou prática transmitida de século para século, pelo exemplo ou pela palavra. Mas o sentido expandiu-se, significando elementos culturais presentes nos costumes, nas artes, nos fazeres que são herança do passado”. Assim, numa visão mais simples, a tradição assume-se como “um produto do passado que continua a ser aceite e atuante no presente. É um conjunto de práticas e valores enraizados nos costumes de uma sociedade” (Silva e Silva, 2006:1).

Apesar dos vários sinónimos que lhe são atribuídos (transmissão, consignação, ensinamento e narração), existe sempre um elemento imutável: “a passagem de um conjunto de dados culturais de um antecedente a um conseqüente (sejam estas famílias, grupos, gerações, classes ou sociedades)” (Cordeiro, 2012:14, citando Romano, 1997: 166).

Na era da “desterritorialização de identidades e lugares devida ao fenómeno da globalização, a tradição deixou de ser considerada como algo que deve ser associado a um lugar ou a uma determinada comunidade. Assumindo o fim do seu significado absoluto, a tradição deverá ser considerada como um repositório de ideias com valor, que têm que ser conhecidas e preservadas” (Mateus, 2013:29, citando Alsayaad, 2004:12).

Pese embora as considerações atuais em torno do conceito teórico, parece ser “consensual a ideia de que o conceito de tradição não diz respeito a um dado cultural imutável, mas a uma construção cultural dinâmica, portanto inventada num certo período e sob certas circunstâncias” (Raposo, 2010:21).

Quanto ao modo de apresentação das dimensões culturais designadas como tradições (em especial as designadas como populares), como refere Raposo (2010), estas têm sofrido adequações regulares aos contextos sociais, históricos e culturais em que se desenvolvem. Assim, por um lado, “as tradições expressam um nostálgico sentimento de continuidade histórica com as gerações passadas, embora frequentemente este não seja vivido com uma complacência melancólica; por conseguinte, a preservação «pura» ou «autêntica» das tradições nem sempre é o melhor recurso para a sua continuidade. Acresce, paralelamente, que representam o «passado» como uma

espécie de mundo-espelho, opondo-se ao ritmo caótico do «presente», mas simultaneamente permitindo a cristalização e a revivificação de um impreciso mundo perdido; deste modo, comemoram a memória cultural local e celebram a diferença, ao mesmo tempo que reinventam as suas heranças, num processo que não pode ser classificado nem como genuíno nem como espúrio. Por outro lado, as tradições mobilizam sentimentos de pertença e permitem repensar as fracturas internas, explicitando formas de publicitar uma dada identidade pública; geram também novas geometrias entre os eixos e os fluxos, entre centros e periferias, envolvendo-se num diálogo com outros níveis de identidade – nacional, regional e local – e com os seus diversos poderes” (Raposo, 2010:33).

No âmbito do conceito de tradição, podemos considerar a existência de dois domínios fundamentais: a tradição escrita e a tradição oral. A tradição escrita pode ser considerada como a transmissão de factos através de documentos escritos. A tradição oral corresponderá à transmissão de saberes por via da oralidade. “Estes saberes tanto podem ser os usos e costumes das comunidades, como podem ser os contos populares, as lendas, os mitos e muitos outros textos que o povo guarda na memória (provérbios, orações, lengalengas, adivinhas, cancioneros, romanceiros, etc.)”, conforme advoga Paraíta (2005:30, citado por Cabeleira, 2010:30).

Mas, efetivamente, quanto tempo é necessário para que algo seja considerado tradição? Esta é uma das questões mais frequentes quando se aborda a origem temporal de uma determinada “tradição”. Seguindo a linha de pensamento de Shils (1981:15, citado por Cabeleira, 2010:27) este considera que “qualquer «coisa» tem que durar pelo menos três gerações – sejam elas longas ou curtas – para ser uma tradição”.

2. Da tradição ao desenvolvimento local

Nas últimas duas décadas o desenvolvimento rural ganhou uma ampla visibilidade. Como assinala Carvalho (2009:152), “assistimos à crescente revalorização da importância do mundo rural (onde se redescobrem novas centralidades com base na qualidade) e dos valores da ruralidade (também estes em mudança) para o equilíbrio e coesão do próprio sistema”.

Neste sentido, as tradições populares apoiadas por uma promoção qualificada guiada por padrões de qualidade, autenticidade e inovação, podem desempenhar um papel importante no desenvolvimento dos territórios, porventura com maior relevo nos de matriz rural.

Com efeito, aos territórios rurais têm sido “atribuídas novas funções regeneradoras e, para o seu desenvolvimento sustentável, promoveu-se a diversificação das atividades aí realizadas, em especial as não agrícolas como, por exemplo, o turismo e o artesanato, com os objetivos de assegurar a manutenção das comunidades rurais e preservar os ecossistemas e as paisagens construídas pela agricultura. A expressão mais utilizada desde então é «multifuncionalidade do espaço rural», que, em princípio, seria geradora de novos recursos e de melhoramentos das condições de vida das populações” (Almeida, 2007:310). Assim, o triângulo “virtuoso” – turismo, ambiente e agricultura – integra as atividades que melhor podem contribuir para um desenvolvimento rural sustentável das áreas mais desfavorecidas (Covas, 2008).

É, neste quadro, que importa referir as atividades de animação turística e socioculturais alicerçadas em tradições e saberes locais, com vista a promover o território e alcançar o mercado do turismo e lazer, a montante, e a valorizar os recursos endógenos de qualidade nos domínios do setor primário e derivados transformados, a jusante.

Em Portugal, de acordo com quadro normativo nacional, as atividades de animação turística são enquadradas pelo Decreto-Lei nº 95/2013, de 19 de julho, no qual a animação turística é entendida como “(...) as atividades lúdicas de natureza recreativa, desportiva ou cultural, que se configurem como atividades de turismo de ar livre ou de turismo cultural e que tenham interesse turístico para a região em que se desenvolvam, tais como (...)” caminhadas e outras atividades pedestres, atividades de orientação, passeios e atividades em bicicleta, montanhismo, arborismo, espeleologia, surf, canoagem, atividades e experiências de descoberta do património etnográfico (participação em atividades agrícolas, pastoris, artesanais, enogastronómicas e similares – por exemplo: vindima, pisar uva, apanha da azeitona, descortçar do sobreiro, plantação de árvores, ateliers de olaria, pintura, cestaria, confeção de pratos tradicionais, feitura de um vinho), entre outras.

Desta forma, a própria animação poderá ser importante na dinamização da tradição, no seu desenvolvimento, abrindo portas à inovação. Como salienta Quintana (1993:35), a animação sociocultural tem vários níveis. O primeiro é: “(...) a difusão cultural e a recuperação das tradições. A animação tenta mobilizar pessoas e grupos para que conheçam os feitos culturais e o divulguem como património comum”. A animação poderá promover o “(...) seu estudo e divulgação, recriá-las no presente para projectá-las no futuro. As tradições só sobreviverão como referências de um povo, se

forem permanentemente recriadas em bases de respeito pelo passado, mas atendendo às condições do presente. (...) Como não entendemos o turismo de uma forma isolada do meio e meramente como factor económico, consequentemente invasor, as actividades de animação cultural tomam especial relevo (...). Deverão ser desenvolvidas de forma a serem respeitadas as tradições locais, o seu quotidiano, proporcionando a integração entre o visitante e o visitado.”

3. Ecomuseu Tradições do Xisto: conservação e valorização das tradições das Aldeias do Xisto de Góis

“Existe um mundo onde tudo se aproveita: as padieiras das portas e das janelas são de castanho, as lajes de xisto estão nos beirais, por cima das telhas e nas soleiras. Há telhas de canudo e as ferragens das portas são antigas! Dos soutos vêm as castanhas e a sopa de castanha é famosa até hoje. A cabra come-se quando velha e, macerada pelo vinho tinto, torna-se macia e dá sabor à chanfana. Das pequenas hortas vêm grelos frescos que, misturados com a broa e o azeite, chegam a migas deliciosas. Das urzes e com muitas abelhas ainda hoje se faz um excelente mel. O pão faz-se em casa e o seu cheiro perfuma as estreitas ruas. Os cabritos andam serra acima, serra abaixo, e isso faz deles pratos deliciosos quando o tempo próprio chega!

E depois neste mundo, com umas quantas casinhas encavalitadas nas encostas, parecem apenas existir “quartos com vista”! Mas não! Não é verdade! Existem pessoas, em regra com grandes rostos de avó, que partilham toda a sabedoria de um mundo em que tudo é escasso! Esse mundo tem nomes: Aigra Nova, Aigra Velha, Comareira e Pena (concelho de Góis) [...]” (Turismo Centro de Portugal, 2007:47/48) e está representado no Ecomuseu Tradições do Xisto.

3.1. O Ecomuseu Tradições do Xisto

O Ecomuseu Tradições do Xisto é uma iniciativa da Lousitânea (Liga de Amigos da Serra da Lousã) que pretende assumir-se como um projeto dinâmico, integrador e promotor da coesão territorial com vista a preservar e valorizar o(s) património(s) cultural (material e imaterial) e natural associado às aldeias do Xisto de Góis, com enfoque nas tradições/cultura serrana e na conservação da natureza, através de seis núcleos, para além de outros que se encontram em fase de preparação (figura 1):

– Núcleo Asinino das Aldeias do Xisto; alberga três burros de raça mirandesa, com o objetivo de “conservação e manutenção desta espécie em vias de extinção,

recriação dos espaços de currais tradicionais e de fomentar passeios pedestres com burros” (Alves e Carvalho, 2014:15).

- Núcleo do Forno e Alambique da Família Claro; imóvel particular, com uso protocolado entre os proprietários, a Lousitânea e a Câmara Municipal de Góis, sendo “um espaço pleno de tradição, onde a confeção de aguardente de mel e de broa de milho são a sua imagem de marca” (Alves e Carvalho, 2014:15).

- Núcleo da Coirela das Agostinhas; corresponde a um espaço cedido pelos habitantes locais e que funciona como horta pedagógica. Neste espaço, para além da componente pedagógica, “destaque ainda para a produção de alimentos hortícolas, entre outros, que servem de base para a confeção das refeições temáticas servidas nesta aldeia” (Alves e Carvalho, 2014:15).

- Núcleo da Maternidade das Árvores; configura “um espaço de educação ambiental e, em simultâneo, de viveiro de espécies arbóreas e arbustivas autóctones da Serra da Lousã. Dispõe de milhares de árvores e arbustos cujo destino é, essencialmente, para plantações na área da Rede Natura 2000 da Serra da Lousã” (Alves e Carvalho, 2014:15).

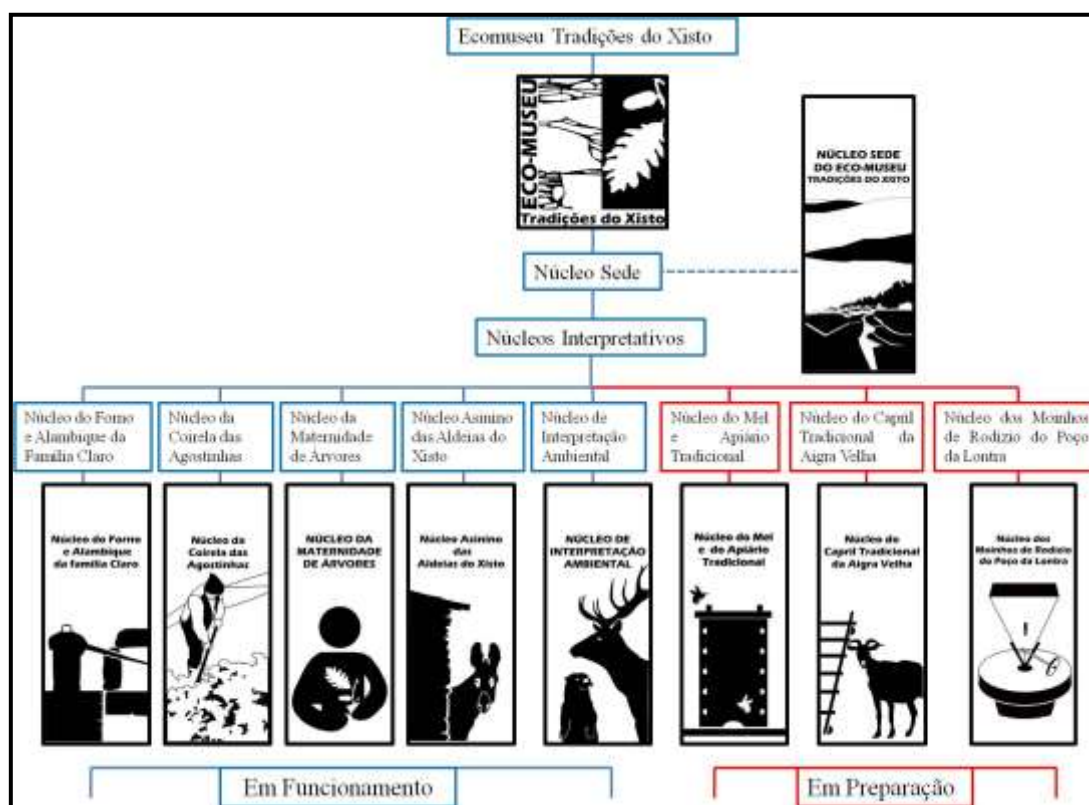
- Núcleo de Interpretação Ambiental; serve de “espaço interpretativo da Serra da Lousã, estando preenchido com painéis informativos e artefactos/peças, alusivos aos vários temas representativos dos principais elementos da Serra da Lousã, a nível ambiental: fauna; flora; geologia; paleontologia; clima; Rede Natura 2000; espécies invasoras” (Alves e Carvalho, 2014:16/17).

- Núcleo Sede do Ecomuseu Tradições do Xisto; instalado em edifício (recuperado para o efeito) localizado na Aldeia de Aigra Nova, é a “porta de entrada” do espaço museológico vivo das Aldeias do Xisto de Góis (Alves e Carvalho, 2014).

O Núcleo Sede “apresenta-se como a «casa mãe» do Ecomuseu. Neste espaço, as «populações locais» levam-no a uma visita pelo passado, pelas histórias, tradições, saberes e sabores da região, numa relação íntima com cada objeto” (Alves e Carvalho, 2014:14).

A estrutura deste Núcleo é exposta numa casa com traça tradicional, e que alberga quatro áreas distintas, a saber: Introdução aos Serranos (os povos destas aldeias); Programa e Rede das Aldeias do Xisto; Aldeias do Xisto do concelho de Góis; e seis Temáticas/ciclos: mel; milho; castanha; hortas tradicionais; festas e tradições; e caprinicultura. Inclui ainda expositores gráficos, com imagem e vídeo das tradições vivas desta região, e terá um espaço de exposições temporárias.

A sua estrutura territorial, no presente, materializa uma abordagem vinculada às quatro Aldeias do Xisto do concelho de Góis: Aigra Nova, Aigra Velha, Comareira e Pena, prevendo-se, a médio/longo prazo, expandir o projeto do Ecomuseu Tradições do Xisto a outros locais da Serra da Lousã (Alves e Carvalho, 2014).



Fonte: Alves e Carvalho (2014:15)

Figura 1. Estrutura do Ecomuseu Tradições do Xisto

No que diz respeito ao número de visitantes nas Aldeias do Xisto do concelho de Góis¹¹, os dados apresentados por Alves e Carvalho (2014)¹² indicam uma média de cerca de 4200 visitantes por ano, entre 2011 e 2014, o que consubstancia “valores muito interessantes para estes micro-territórios, ainda para mais se tivermos em linha de conta que o número total de habitantes destas quatro aldeias não chega (na atualidade) aos 20 residentes” (Alves e Carvalho, 2012:17).

¹¹ A este propósito importa, em primeiro lugar, explicitar que o registo é efetuado na Loja das Aldeias do Xisto de Aigra Nova pelo que, nem todas as visitas às outras aldeias possam estar aqui plasmadas. Porém, como praticamente a totalidade das pessoas que visitam o núcleo de Aldeias do Xisto do concelho de Góis percorre sempre as 4 aldeias (salvo raríssimas exceções), pelo que, os dados aqui apresentados serão muito próximos do verdadeiro número total de visitantes.

¹² Importa referir que, neste artigo, encontram-se plasmados os dados atualizados dos visitantes referentes ao ano de 2014.

Ainda neste âmbito, a análise atinente ao número total de visitas ao Ecomuseu Tradições do Xisto, desde 2011 até 2014, permite destacar algumas tendências de crescimento do efetivo total de visitas realizadas. Assim, no cômputo geral de todos os núcleos do Ecomuseu Tradições Xisto podemos verificar que, em quatro anos, já contou com um total de 6980 visitantes o que representa, em termos médios, 1745 entradas anuais nas estruturas deste Ecomuseu.

3.2. Plano de Animação das Aldeias do Xisto de Góis – valorização das tradições do xisto

Para além do forte impulso dado pelo Ecomuseu Tradições do Xisto na salvaguarda, valorização e dinamização das tradições destes lugares serranos, quer nos conteúdos apresentados nos espaços museológicos, quer no contacto que promove entre visitantes e habitantes locais, a Lousitânea implementa um Plano de Animação das Aldeias do Xisto de Góis, em que as atividades desenvolvidas apresentam um foco muito relevante no domínio da valorização das tradições inerentes ao património cultural das referidas aldeias.

De igual modo, as iniciativas têm como base a recolha oral (e o registo) das tradições relatadas pelas populações locais, procurando sempre que os habitantes intervenham, de forma ativa, na organização e animação dos eventos, de forma a transmitir e valorizar o (seu) saber fazer, quer em recriações etnográficas, quer em *workshops* ou em programas temáticos associados a estas tradições que fazem parte do património cultural e das vivências das aldeias serranas. A própria entidade dinamizadora, a Lousitânea, na promoção e divulgação destas atividades aplica, invariavelmente, o termo “tradição”, com o objetivo de evocar e valorizar o passado no que concerne às práticas, usos e saberes da comunidade local.

Com efeito, no domínio da promoção turística e na perspetiva de dinamização destes lugares, apesar das suas fragilidades (despovoamento, envelhecimento populacional, baixas densidades, entre outras), o apelo constante à memória coletiva passada, cristalizada num determinado momento histórico, onde subjetivamente se crê que é o melhor período de representação da memória cultural local é um argumento sentimental muito forte na captação de visitantes e assistentes para as atividades que evocam as tradições dos lugares, e que promove, quase sempre, uma retórica comparativa entre o(s) tempo(s) passado(s) e o presente. É, neste contexto que frequentemente são aplicadas expressões como: “tradição”, “à moda antiga”, “como no

tempo dos nossos avós”, “como antigamente”, “a autêntica tradição”, entre outras, para promover atividades que evocam a ligação ao tempo ido, à dita tradição.

Desta forma, no âmbito da implementação do Plano de Animação das Aldeias do Xisto de Góis, a Lousitânea promove, de forma cíclica, atividades que remetem para a tradição, para o saber fazer ancestral, para os modos de vida passados, para as antigas vivências destes lugares serranos, como sejam: “Milho Rei – Descamisada e Abraço”; “Programa do Mel – O Doce da Urze”; “Magusto e Castanha Pilada”; “Programa do Alambique – Alambicada na Aigra Velha”; “Entrudo das Aldeias do Xisto de Góis”.

Uma análise aprofundada aos textos de apresentação de cada um dos programas/atividades permite retirar algumas conclusões interessantes quanto ao uso da terminologia “tradição”, “como antigamente” e “à maneira antiga”, que pretende demonstrar ao potencial turista/visitante que as atividades que lhe são propostas se baseiam com rigor na reprodução genuína das tradições propostas que, na verdade, são em muitos casos recriações e *workshops* temáticos, inseridos num contexto de saber-fazer. Assim, podemos dividir a análise, individualmente, destacando-se os seguintes elementos por atividade/evento.

3.2.1 Milho – Descamisada e Abraço

A recriação da descamisada do milho (figura 2a) procura, na atualidade, manter viva a prática ancestral (sem recorrer a utensílios/processos mecanizados), de acordo com os costumes destes lugares serranos.

Por norma, as descamisadas, além de se efetivarem como uma lavoura de extrema importância no seio da comunidade rural, resultado de vários meses de trabalho intenso e contínuo, consubstanciava-se como um dia de festa. Nesta jorna juntavam-se, por vezes, as populações de várias aldeias vizinhas e, em grupo, era feito todo o processo de recolha, descamisada e debulha, até estender o milho na eira para secar.

Além da labuta implícita a esta tarefa, seria comum, no seio do grupo, alguma animação incutida pelos cantares, pelas histórias contadas e pelo “reviver dos tempos idos”.

Neste contexto, o programa apresentado pela Lousitânea inclui a recolha do milho nos campos, o seu transporte para a eira, a descamisada ou desfolhada “como de outros tempos” e, como faz notar a informação patente no programa “a tradição do abraço que só é realizada se entre as espigas amarelas aparecer o milho rei – a espiga vermelha”. O processo termina com a debulha do milho, após a qual este é erguido e estendido na eira para secar. Esta atividade é acompanhada, de acordo com o texto de

divulgação, “com animação etnográfica e desgarrada à moda antiga com um grupo etnográfico com figurantes e tocadores”, por norma a cargo do Grupo Etnográfico da Região da Lousã, apresentando-se “com o belo do bailarico à moda antiga”.

Assim, são evocados, neste programa, “chamamentos” claros e apegos aos termos já enunciados em pontos anteriores que procuram, de certa forma, atestar ou certificar esta atividade de recriação como algo tradicional, realizado de acordo com as “normas” inerentes a uma determinada dimensão temporal já vivida, da qual apenas restam, nestes lugares, relatos emanados pelos seus habitantes (pese embora alguns ainda cultivem milho mas sem esta ligação comunitária na gestão do trabalho). Essa vertente está, indubitavelmente, presente em algumas expressões utilizadas, como sejam: “tradição” ou “à moda antiga”, numa tentativa de alocar ao evento uma conotação direta com as práticas de outrora, no seu estado mais puro.

3.2.2 Mel – O Doce da Urze

O programa do mel, intitulado como “O Doce da Urze” (figura 2b), pode ser entendido em duas vertentes fundamentais: por um lado, é alicerçado num contexto de recriação e, por outro, é inserido num contexto de *workshop* com transmissão de saber fazer dos habitantes locais. A atividade inclui, ciclicamente, a visita a um apiário na Aldeia do Xisto de Aigra Nova, onde é possível realizar todo o processo de recolha, transporte, extração e prensagem do mel, com o acompanhamento do apicultor residente na aldeia, que exemplifica todo o processo, num quadro de transmissão de conhecimentos usando, como refere o programa, “as práticas tradicionais nos domínios da apicultura, nos antigos cortiços”.

Neste programa é, igualmente, possível participar num *workshop* onde os intervenientes podem aprender a fazer licor de mel, de “acordo com as técnicas tradicionais e ancestrais e guiados por um habitante local”, num alambique “tradicional, usado por várias gerações, consubstanciando-se com um recanto rico em histórias e onde as tradições eram transmitidas aos mais novos”.

Tal como se verificou no programa anterior, também neste caso estão latentes as expressões que nos remetem para as “tradições”, para o “tradicional”, com o propósito de garantir a singularidade e genuinidade pelo facto de o guia ser um “habitante local” que ainda produz mel nos “cortiços antigos”.

Na informação/comunicação do programa é perceptível o uso propositado da terminologia que remete para a “tradição” e o “antigo”, no sentido mais puro do termo, o que revela a preocupação de garantir ao possível cliente que o serviço que estão a

adquirir é, indubitavelmente, genuíno, tradicional e acompanhado por pessoas que habitam nestes lugares e, consequentemente, herdeiras de um legado cultural relevante. Assim, todos estes apelos pretendem, de certa forma, rotular e atestar a originalidade e autenticidade do programa.



Fonte: Lousitânea (2012, 2015)

Figura 2. Cartazes dos eventos: a. “Milho Rei: Descamisada e Abraço” (2015) e b. “Mel: o Doce da Urze” (2012).

3.2.3 Magusto Tradicional e Castanha Pilada

O programa do Magusto Tradicional e Castanha Pilada (figura 3a) pretende valorizar um dos produtos endógenos de excelência destes lugares serranos, a castanha, que representava um elemento muito importante na alimentação quotidiana das populações e um dos bens transacionáveis muito relevante na economia rural, assente na trilogia “agro-silvo-pastoril”.

A atividade começa com a visita aos “caniços criados para fumar e desidratar a castanha de forma tradicional”, em Aíra Nova, e com a “visita aos sotos centenários e

atelier da castanha pilada, com acompanhamento de um “habitante local, utilizando as práticas e saberes tradicionais, com recurso a ferramentas e técnicas ancestrais”, no período da manhã.

Por sua vez, à tarde, “segue-se o magusto e a prova de castanhas, e jeropiga caseira, com animação etnográfica, revivendo os magustos tradicionais que se realizam nas aldeias, no Outono”.

Este programa, tal como os demais já apresentados, não deixa de evocar os mesmos argumentos, assentes nas expressões “tradicional”, “saberes tradicionais”, e salientando o acompanhamento de um habitante local, com o intuito de dar garantias de que a “tradição será respeitada e será cumprida”.

Por outro lado, os participantes nos programas, têm sempre a oportunidade de fazer parte da «tradição», quer no processo de recriação, quer na aprendizagem das técnicas e saberes transmitidos pelos «habitantes locais», quer na possibilidade de poderem realizar e participar em alguns dos processos executando tarefas e, quando o programa o permite, provando os resultados provenientes do programa realizado.

3.2.4 Programa do Alambique – Alambicada na Aigra Velha

A alambicada (figura 3b) está inserida num programa que decorre no Núcleo do Forno e Alambique da Família Claro, em Aigra Velha, e que permite aos participantes acompanhar o fabrico de aguardente de mel e bagaceira, dois produtos característicos destes lugares serranos, “aprendendo com os habitantes locais o processo de fabrico destas”. Faz ainda parte do programa, cozer a broa no forno junto ao alambique, e após tudo preparado provar a broa quente com a aguardente, consubstanciando-se estes como “produtos típicos locais”, sempre acompanhado de animação etnográfica.

Nesta atividade, na sequência das explicações teóricas correspondentes ao processo de funcionamento do alambique e do forno, são enunciadas e explicadas as várias técnicas necessárias para que produção seja de boa qualidade, respeitando “o saber tradicional, com acompanhamento de um habitante local”.

Para além da participação na execução de várias tarefas necessárias para a produção dos produtos inseridos neste programa, uma parte fundamental do mesmo é a possibilidade que os participantes têm de provar o resultado da atividade, sendo este um elemento muito importante na satisfação geral do cliente, na senda das experiências de grande valor simbólico, bastante apreciadas pelos entusiastas do património cultural.



Fonte: Lousitânea (2013, 2014)

Figura 3. Cartazes dos eventos: a. “Magusto Tradicional e Castanha Pilada” (2014) e b. “Programa do Alambique – Alambicada na Agra Velha” (2013).

3.2.5 Entrudo das Aldeias do Xisto de Góis

O Entrudo das Aldeias do Xisto de Góis é, porventura, no seio das atividades de recriação promovidas pela Lousitânea, a que a entidade considera como a mais “tradicional” e emblemática, pela sua simbologia, pelas práticas e pela capacidade de envolvimento de vários agentes, internos e externos, às aldeias.

Como refere o programa desta atividade, “nestas aldeias o Entrudo vivia-se de forma simples. Procurava-se roupa e objectos velhos, algo que ocultasse o rosto e de seguida brincava-se... Foi uma fotografia antiga que encontrámos que nos inspirou! No Entrudo eram realizadas “corridas” às aldeias vizinhas, onde tudo era permitido: declamar quadras jocosas sobre os habitantes dessas aldeias, atormentar as velhas e seduzir as novas! Propomos que venha brincar connosco e motivar estas gentes para o convívio, enaltecendo as suas vivências”.

Assim, “para se manter a tradição a Lousitânea tem procurado manter rigor no grupo de pessoas que fazem parte desta corrida com o intuito de manter a tradição e para que esta não caía em algo que nada tenha a ver como as nossas tradições, com a nossa raiz cultural”.

Nesta atividade, a alusão a um certo «fundamentalismo» no apego à expressão tradição torna-se evidente, principalmente na sua defesa, na sua valorização e promoção, com o objetivo de contrariar a introdução de elementos dissonantes daqueles que fazem parte do regulamento criado para os participantes nesta folia, que celebra o Entrudo, vulgarmente conhecido como Carnaval.

A título de exemplo, a divulgação da IXª Corrida do Entrudo das Aldeias do Xisto de Góis (Figura 4a), destacava a importância de os participantes poderem desfrutar “da verdadeira tradição vivenciada por estas gentes nestas aldeias da Serra da Lousã”, vincando de sobremaneira que este evento consubstancia-se como a “verdadeira tradição”, o que constitui um bom exemplo do mencionado «fundamentalismo» e da «rotulagem» no sentido de demonstrar que este é um evento genuíno, e assim cativar turistas/visitantes.

3.2.6 Outras atividades/eventos

Ainda numa outra ótica, podemos destacar, de igual modo, dois programas que, não sendo cíclicos, estão disponíveis para realização mediante contratualização prévia: o Programa da Broa e do Queijo, e o Programa do Manjar na Aldeia – Refeição Temática (figura 4b), e que, de modo análogo aos anteriores, encontram-se repletos de alusões a terminologia como “tradicional” e “saberes ancestrais”, com o objetivo de evidenciar aos participantes, ou possíveis clientes, uma mensagem que procura vincar que as práticas destes programas se encontram, de facto, alicerçadas em determinadas “tradições” com raízes nestas aldeias da Serra da Lousã.



Fonte: Lousitânea (2014, 2015)

Figura 4. Cartaz do evento a. “Entrudo das Aldeias do Xisto de Góis” (2014) e do programa b. “Manjar na Aldeia – Refeição Temática” (2015).

Posto isto, a análise aos programas anteriormente apresentados deixa em aberto, de certa forma, algumas dúvidas na aplicação da terminologia utilizada na evocação das tão mencionadas “tradições” parecendo, em alguns momentos, que o seu uso procura evidenciar junto do público-alvo para os quais estes são dirigidos que as atividades/programas ocorrem, genuinamente, de acordo com as tradições dos lugares onde decorrem, num mensagem por vezes exaustiva e que parece forçar a “rotulagem” dos eventos ao auge do termo no seu expoente máximo.

Por outro lado, os vários programas (e respetivos textos de divulgação) tornam-se repetitivos na alusão, invariável, ao “chamamento” da tradição, da sua evocação, procurando demonstrar que o visitante/turista terá, certamente, contacto com as “verdadeiras” e “genuínas” práticas destes lugares da Serra da Lousã. Para consolidar o emprego do termo “tradição” são associados a este outros que procuram dar robustez à

mensagem que se pretende transmitir, refletindo-se numa redundância terminológica com o mesmo propósito: vincar e atestar o contacto com as tradições locais, através de várias expressões, já enunciadas: “à moda antiga”, “como antigamente”, “a verdadeira tradição”, “com habitante local”, entre outras; a par de uma miscelânea entre outros conceitos que, no fundo, traduzem estes programas/atividades em recriações e/ou *workshops* temáticos, consoante os casos apresentados.

4. Conclusão

Apesar de serem várias as observações empíricas em torno do conceito de tradição, quanto à forma, quanto à dimensão temporal, quer mesmo em relação à ligação “real-inventivo”, entre outros, parece ser consensual a ideia de que o conceito de tradição não diz respeito a um espectro cultural fixo, mas sim a uma construção cultural dinâmica, evolutiva e, assim, inventada num certo período e sob certas circunstâncias (Raposo, 2010).

Ainda assim, muitos têm sido os casos de alocação do desenvolvimento dos territórios no quadro da promoção das tradições dos lugares, procurando atrair visitantes/turistas por conta da vivência ou contacto com essa respetiva tradição (gastronomia, festividades, entre outras).

Com efeito, em certos casos, as tradições populares apoiadas por uma promoção qualificada guiada por padrões de qualidade, com critério e inovação, podem desempenhar um papel relevante no desenvolvimento dos territórios, porventura com maior relevo nos de matriz rural.

É, neste sentido, que a Lousitânea (Liga de Amigos da Serra da Lousã) tem procurado fomentar os programas/atividades no âmbito do Ecomuseu Tradições do Xisto, através dos quais pretende valorizar o saber fazer em estreita colaboração com os habitantes locais, quer em recriações etnográficas, quer em *workshops* ou em programas temáticos associados a estas tradições.

A análise aos textos de apresentação de cada um dos programas/atividades desenvolvidos por esta entidade permitiu retirar algumas conclusões. Constata-se a utilização de vários termos em ligação estreita e apelo ao tradicional, sendo os mais usuais: “tradição”, “como antigamente”, “à maneira antiga”, com o propósito de demonstrar ao potencial visitante/turista que as atividades que lhe são propostas se baseiam com rigor na reprodução genuína das tradições propostas que, na verdade, são

em muitos casos recriações e *workshops* temáticos, inseridos num contexto de saber-fazer.

Com o intuito de aferir a relação prática entre as atividades/programas desenvolvidos, tornar-se-á pertinente, numa fase posterior a esta primeira abordagem empírica e de análise de conteúdo dos programas disponíveis para consulta, estabelecer a relação entre essas “evocações” da tradição com o acervo documental do Ecomuseu Tradições do Xisto e, imperativamente, com a realização de entrevistas aos residentes das aldeias, para contrapor as suas memórias com as práticas recriadas no seio dos programas disponibilizados pela Lousitânea.

Ainda assim, acreditamos que com a dinamização do património cultural dos lugares, no qual cabem as tradições, os territórios poderão capitalizar mais-valias importantes nos processos de desenvolvimento devendo, para isso, procurar a diferenciação e a inovação na forma como expressam e promovem as tradições, no seio de um mercado cada vez mais exigente e diverso no que diz respeito à valorização das singularidades culturais dos territórios.

Referências bibliográficas

- Almeida, M. (2007). *O mundo rural e os novos desafios*. In Periferias e Espaços Rurais. Comunicações Apresentadas ao II Congresso de Estudos Rurais. Estoril, Editora Principia, pp. 295-318.
- Alves, L. (2015). *Processos de Mudança, Turismo e Desenvolvimento Rural: As Aldeias do Xisto do Concelho de Góis e o Papel da Lousitânea*. Eumed.net – Enciclopédia. Disponível em: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1434/index.htm>.
- Alves, L. e Carvalho, P. (2014). *Ecomuseus e desenvolvimento local: o caso do Ecomuseu Tradições do Xisto (Serra da Lousã)*. In Revista DELOS: Desarrollo Local Sostenible, n. 20 (junho 2014). Disponível em <http://www.eumed.net/rev/delos/20/ecomuseus.html>
- Araújo, V. (2010). *Um estudo sobre o rito de tradição oral ai-hulun e as suas actuais práticas religiosas e mágicas no suco de Mauchiga*. Dissertação de Mestrado em Ensino do Português como Língua Segunda e Estrangeira. Universidade Nova de Lisboa. Lisboa. Disponível em: run.unl.pt/bitstream/10362/4944/1/valentearaujo.pdf
- Cabeleira, M. A. (2010). *As tradições populares como factor de desenvolvimento turístico local no concelho de Chaves*. Dissertação de Mestrado em Turismo (Gestão). Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Chaves. Disponível em: <https://repositorio.utad.pt/handle/10348/677>
- Carvalho, P. (2009). *Património Construído e Desenvolvimento em Áreas de Montanha, O Exemplo da Serra da Lousã*. Edição da Câmara Municipal da Lousã. Lousã.

- Cordeiro, A. (2012). *Tradição em transformação - Representações Sociais de Tradição em Associações Culturais*. Dissertação de Mestrado em Educação Social e Intervenção Comunitária. Instituto Politécnico de Lisboa. Lisboa. Escola Superior de Educação. Disponível em: <http://repositorio.ipl.pt/handle/10400.21/2483>
- Cormier, H. (2010). *O conceito de tradição em Josef Pieper*. In *Religare* 7 (1), 58-62, Março. Universidade Federal da Paraíba. Disponível em: periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/religare/article/download/9769/5348
- Covas, A. (2008). *Ruralidades III - Temas e Problemas da Ruralidade Pós-agrícola e Pós-convencional*. Universidade do Algarve. Faro.
- Diário de República (2013). Decreto-Lei nº 95/2013, de 19 de julho. 1ª Série. Disponível em: <https://dre.pt/pdf1sdip/2013/07/13800/0419104215.pdf>.
- Mateus, J. (2013). *A questão da tradição. História da construção e preservação do património*. In *Parc pesquisa em arquitetura e construção*. UNICAMP - Universidade Estadual de Campinas. Disponível em: www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/1097_03_ID50_PARC4v3.pdf
- Quintana, J. (1993). *Los ámbitos profesionales de la Animación*. Madrid. Espanha.
- Raposo, P. (2010). *Por Detrás da Máscara. Ensaio de Antropologia da Performance sobre os Caretos de Podence*. Instituto dos Museus e da Conservação, I.P.. Lisboa.
- Maciel Silva, K. e Silva., M. (2006). *Dicionário de Conceitos Históricos*. São Paulo, Ed. Contexto.
- Turismo de Portugal (2007). *Centro de Portugal, no Coração de um País*. Associação Turismo Centro de Portugal. Viseu.

O RENASCER DO MOSTEIRO DE VERRIDE: UMA PROPOSTA DE MUSEALIZAÇÃO

Natália Quitério

Resumo:

A investigação recente no contexto dos museus enfatiza o conceito de museu interativo, como estratégia para facilitar a transmissão de conhecimentos e promover a experiência do visitante.

Neste contexto, pretende-se aprofundar a relação turismo cultural/museus, apresentando-se uma proposta de musealização do Mosteiro de Verride (Montemor-o-Velho/Baixo Mondego), destinada a valorizar um espaço, que carece de recuperação prévia, (por se encontrar abandonado e em avançado estado de degradação) pelo que se expõe uma sugestão de organização do mesmo e de um percurso de visita.

Palavras-chave: Musealização. Turismo Cultural. Mosteiro de Verride. Montemor-o-Velho.

1. A musealização e o turismo cultural

1.1. Conceitos e a sua evolução

A história e a evolução do museu está intimamente relacionada com a própria história da evolução do Homem, no sentido em que este sempre teve a necessidade de colecionar diversos objetos, tal como de preservá-los para o futuro. Neste sentido assiste-se ao nascimento do museu como meio de explicar a evolução humana nas suas múltiplas vertentes (social, cultural, técnica e científica). Pode-se por isso afirmar que os museus constituem-se como um “depósito” de testemunhos.

O museu, como instituição pública a acessível a todos os visitantes, é um acontecimento recente, pois até finais do século XVIII a cultura e a arte eram encaradas como meros adornos das classes altas, e aspetos de exaltação religiosa, pelo que eram as igrejas e os palácios que detinham quase na totalidade todo o património histórico e artístico da humanidade produzido até então (Fernández, 1995).

Nos séculos XV e XVI, foram criados espaços onde se reuniam os artefactos de povos não europeus, surgindo as coleções de objetos exóticos, resultantes das expedições marítimas sendo exemplo o depósito de armas criado por D. Manuel, no antigo Paço da Ribeira, em Lisboa. Os “museus” eram assim, nesta altura, considerados gabinetes de curiosidades que projetavam a visão do mundo do colecionista (Peréz, 2009). No final do século XVIII, nasce a ideia de que tais riquezas deveriam pertencer ao povo, à nação, ideia essa motivada pelos ideais preconizados pela Revolução

Francesa. No século seguinte, os grandes museus europeus estão já constituídos dividindo-se em históricos, museus da ciência, museus de arte, sendo que nessa altura e no século seguinte, essencialmente na Europa, assiste-se ao surgimento de um grande número de espaços museológicos o que se deveu em parte à necessidade que os nacionalismos tiveram em “construir” identidades para os novos Estados-nação que emergiram.

Na segunda metade do século XIX, o museu passa a debruçar-se sobre outras temáticas e objetos, deixando de focar-se somente na história dos homens ilustres e em questões relacionadas com a própria história das guerras, abrindo as suas galerias para objetos e temas “menos nobres”, mas muito interessantes, a exemplo, a vida de uma família vitoriana, ou até mesmo atividades do quotidiano, triviais, como o tecer da lã e outras. (Dall’igna e Gastaud, s/d).

O conceito de museu transformara-se desde a sua origem, pelo que segundo G. Goode, 1895, citado por Fernández (1995:29), museu definia-se como sendo uma instituição para a preservação daqueles objetos que melhor explicam os fenómenos da natureza e a obra do Homem, tal como o contributo da civilização destes para o aumento do saber e da cultura e ilustração do povo.

No entanto, anos mais tarde, em 1929, M. Foyles, citado por Fernandéz (1995:30), introduz a ideia de que o museu tem como objetivo não somente a preservação, mas também a conservação dos objetos que visam ilustrar os fenómenos da natureza e os trabalhos do Homem. Rivière (1993) apresenta uma conceção diferente de museu, pelo que segundo este, o museu é uma instituição ao serviço da sociedade, que adquire, conserva, comunica, e sobretudo expõe, com fins de estudo, de educação e de deleite, os testemunhos materiais da evolução da natureza e do Homem. É precisamente esta definição que servira de base para a definição adotada pelo Conselho Internacional de Museus (ICOM), em 1975. Neste sentido, o conceito de museu apresentado pelo ICOM evoluiu, e em 2007, museu definia-se como uma instituição de carácter permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, estuda, expõe e transmite o património material e imaterial da humanidade e do seu meio, com fins de estudo, de educação e deleite.

No que concerne aos museus, Portugal rege-se pela Lei-quadro dos Museus Portugueses (Lei nº 47/2004, de 19 de agosto), que aplica em termos gerais a definição apresentada pelo ICOM. Deste modo, museu é uma instituição de carácter permanente,

com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos, dotada de uma estrutura organizacional que lhe permite: garantir um destino unitário a um conjunto de bens culturais e valorizá-los através da investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação, com objetivos científicos, educativos e lúdicos; facultar o acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção do indivíduo e o desenvolvimento da sociedade.

Para se perceber como surgiu o museu é importante recorrer-se à sua ciência de estudo, a museologia. O desenvolvimento das investigações museológicas, tal como o estabelecimento dos seus princípios, remontam ao século XX, quando a museologia fora reconhecida como a ciência dos museus, pois até aí era a museografia¹³, pelo que não existia consenso entre os vários autores sobre qual a ciência do museu.

Neste sentido, segundo Rivière, a museologia é a ciência aplicada ao museu tendo como principais objetivos o estudo da história e o papel na sociedade, as formas específicas de investigação, e de conservação física, de exposição, animação e difusão, de organização e de funcionamento, de arquitetura nova ou musealizada, os locais admitidos ou selecionados, a tipologia e a deontologia (Rivière, 1981, citado por Fernández, 1995).

Associado ao conceito de museologia é importante compreender-se as várias etapas do processo de musealização. A musealização inicia-se com uma etapa de separação, na qual os objetos são apartados do seu local de origem com o objetivo de serem estudados. Uma vez deslocados, assumem o estatuto de objetos de museu, ou seja, os objetos que tinham utilidade acabam por perdê-la transformando-se em meros objetos de coleção, cuja sua única função é serem contemplados e admirados pelo visitante. Na deslocalização dos objetos, por meio da separação, pode haver perda de informação, o que se verifica frequentemente em escavações arqueológicas ilegais (Desvallées e Mairesse, 2013). No final do processo de musealização, como Rivière (1993:229) refere, pode-se distinguir dois tipos de documentos adquiridos. Por um lado, as coisas reais tomam o valor de testemunhos objetivos, já que são fonte de um número infinito de interpretações e de análises, enquanto dure a sua existência museológica - documentos museológicos primários. Quando pelo contrário se trata de fixar fenómenos naturais ou culturais, o museu efetuará registos graças ao arsenal de meios audiovisuais que tem ao seu dispor - documentos museológicos secundários.

¹³ De acordo com Rivière (1993), a museografia é um corpo de técnicas e de práticas aplicadas ao museu.

Ao longo do tempo, e com as diversas manifestações culturais, assiste-se à renovação da ciência museológica surgindo novas correntes, entre as quais a nova museologia, que se contrapõe à denominada museologia tradicional. Esta nova museologia preconiza e impulsiona uma tipologia distinta de museu, sendo que alguns autores defendem que esta terá tido origem em França, depois de 1982. O essencial para a nova museologia era aprofundar as questões da interdisciplinaridade no domínio da museologia, facto que contrariava o saber isolado, absoluto, e redutor da museologia tradicional instituída (Fernandéz, 1995).

Deste modo, a museologia tradicional era aquela que se exercia no interior de um edifício, com uma coleção, para um público determinado, exercendo uma função educadora (educação formal) enquanto que a nova museologia era exercida dentro de um território, “trabalhando” o património cultural, com uma comunidade participativa, aspetos esses que faziam com que o museu fosse entendido como um ato pedagógico para o desenvolvimento local, como é possível observar-se no quadro 1.

Quadro 5. Museologia Tradicional e Nova Museologia

Museologia Tradicional	Nova Museologia
Edifícios	Território
Coleções	Património
Determinado público	Comunidade participativa
Função educativa	Museu entendido como um ato pedagógico para o desenvolvimento local

Adaptado de Primo (1999)

É neste contexto que se torna importante introduzir o conceito de turismo cultural, uma vez que o museu constitui um forte atrativo deste tipo de turismo, podendo-se considerar como o principal produto cultural do turismo.

A origem do conceito de turismo, associado ao de cultura, remonta ao *Grand Tour*, que consistia numa viagem realizada por nobres e burgueses, cujo destino era a Europa e tinha como objetivo principal o contacto com outras culturas e a aprendizagem de novas experiências, tal como a visita aos principais polos culturais, Itália e França (Pérez, 2009). Pode-se por isso afirmar que nestas viagens já estava presente o conceito de turismo cultural, contudo não era ainda muito perceptível.

Hoje em dia, viajar por motivos culturais é algo recorrente existindo também

uma vertente educativa subjacente. Este facto levou à discussão por parte de alguns autores sobre o que é afinal o turismo cultural. O turismo cultural é visto na atualidade como uma alternativa ao turismo convencional (sol e praia) podendo este ser entendido como um ato e uma prática cultural, pelo que falar em turismo cultural é uma reiteração (Pérez, 2009:108).

Tal complexidade em definir esta noção constituiu um estímulo para o lançamento do projeto de investigação em turismo cultural pela *European Association for Tourism ad Leisure Education* (ATLAS), em 1991 (Richards, 1996). Assim, o turismo cultural foi definido como o movimento de pessoas em direção às atrações culturais, específicas, tais como sítios de interesse patrimonial, manifestações artísticas e culturais, fora dos seus habituais lugares de residência, com o intuito de obter novas informações e experiências, de modo a satisfazerem as suas necessidades culturais (Richards, 1996:24).

De uma forma geral, o turismo cultural pode ser entendido como o consumo do património e das várias manifestações culturais. A noção de turismo cultural foi alargada ao âmbito do património natural pela *World Tourism Organization*, em 1985 (Leslie e Sigala, 2005, s/p).

Contudo, nem todos os autores concordam com esta definição. Neste sentido, para Barretto (2007), o turismo cultural é todo o turismo cujo principal atrativo não é a natureza, mas algum aspeto da cultura humana podendo ser a história, o quotidiano, o artesanato.

1.2. O novo conceito de museu: o museu interativo e o visitante

Este novo conceito de museu tem gerado consenso entre os especialistas em museologia (Orozco, 2005). Os museus contemporâneos não devem ser organizados nem concebidos como lugares para a contemplação ou observação passiva, por parte dos seus visitantes, mas sim, como cenários propícios ao desenvolvimento educativo, por meio de situações comunicativas que propiciem uma interação lúdica, a própria exploração criativa e o desenvolvimento intelectual (físico e emocional) dos seus visitantes. Por museus interativos entende-se que são aqueles que de alguma forma, oferecem exposições ou objetos interativos de qualquer tipo, o que se deve em parte à utilização crescente de novas tecnologias interativas nos museus (Gonçalves, 2012).

Pode-se assim caracterizar este tipo de museus como sendo flexíveis, onde a vertente educativa ocorre sob a forma de “diálogo”, não existindo, por isso, barreiras

entre o visitante e o museu. De acordo com Gonçalves (2012), o principal objetivo das exposições interativas é facilitar o processo de transmissão do conhecimento, potenciando a experiência do visitante. Neste sentido, pode-se acrescentar que o museu interativo permite ao visitante sentir-se parte integrante da história que é exibida. Este novo conceito de museu já se encontra em Portugal, e exemplo disso é o Museu dos Descobrimentos, em Belmonte que é um dos mais modernos do país a nível tecnológico, tendo já vencido o prémio Inovação e Criatividade, em 2012.

Em contexto museológico, a interatividade consiste na possibilidade de o visitante dar instruções ao módulo interativo, através de ações efetuadas no próprio módulo ou nos seus objetos (Gonçalves, 2012). Neste sentido, pode-se distinguir dois tipos de instalações interativas: as instalações digitais de que são exemplo, os pisos interativos e as não digitais como os elementos rotativos deslizantes.

1.3. Museus, turismo cultural e território

O turismo como motor de desenvolvimento assume-se como uma atividade importante para a economia de um território, capaz de proporcionar desenvolvimento nas várias vertentes, tanto a uma escala nacional, mas também local. Desde sempre que lhe foram reconhecidos benefícios, facto que se deve essencialmente ao efeito multiplicador que se traduz em vantagens tanto diretas como indiretas para os setores económicos locais (Barretto, 2006).

A atividade turística usa a singularidade e as especificidades dos locais como atrativos, pelo que a relação do turismo com o património cultural é cada vez maior, uma vez que se utiliza cada vez mais uma grande variedade de produtos culturais, traduzindo-se nem sempre numa relação equilibrada, pois o desenvolvimento da atividade turística nem sempre é benéfico para o património. Todavia, pode acarretar alguns benefícios, nomeadamente económicos tanto para a comunidade local como para o próprio património no que à sua conservação diz respeito.

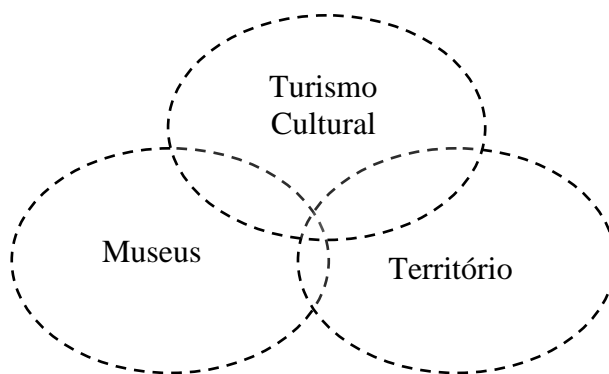
Neste contexto, os museus são parte de uma unidade global e surgem como elemento de ligação privilegiado no diálogo entre o passado e o futuro, porém na atual sociedade do lazer, disputam o tempo livre do indivíduo com um cada vez maior número de atrações (Gonçalves, 2006).

De facto, o museu é um elemento fundamental para o turismo cultural, pois em alguns casos o turismo cultural precisa do museu, e noutros é o museu quem precisa do turismo cultural para a sua própria sobrevivência, pelo que os turistas representam uma

parte importante das visitas nos museus, assumindo em alguns casos uma percentagem expressiva do seu público.

Em tempos cada vez mais difíceis, para o museu, torna-se importante que este coloque à disposição do visitante um conjunto de equipamentos que podem ser: teatros, bibliotecas especializadas, espaços de consumo, como cafetarias, de modo a que a oferta consiga dar origem a um maior tempo de permanência naquele espaço, o que consequentemente se traduzirá em benefícios para o museu e para a própria comunidade local.

Hoje não basta que os territórios sejam detentores de um legado histórico relevante, pois é necessário que o território tenha capacidade de atrair turistas, e com isso afirmar-se como destino de turismo cultural, sendo portanto também necessário envolver a população dos territórios, tal como é preconizado pela nova museologia. O território é dinâmico, sendo que por vezes converte-se em museu, e por sua vez, o museu representa um espaço territorial, de expressão da história e arte de uma área geográfica (Gonçalves, 2006). Pode-se, por isso dizer que existe uma dialética entre museu e território, facto que se deve à forte ligação dos recursos patrimoniais com o território, onde estes se inserem. Assim, os museus constituem-se como um forte recurso de dinamização socioeconómica e cultural, pelo que devem ser pensados como uma estratégia de desenvolvimento local, de forma a poder trazer benefícios para o desenvolvimento local nas várias vertentes (Mendes, 2011).



Elaboração própria

Figura 1. Esquema simplificado da relação entre turismo cultural, museus e território

Apesar de existir uma forte relação de “diálogo” entre museu e turismo, esta é ainda pouco significativa, embora já sejam cada vez mais as empresas de animação

turística que organizam atividades culturais nos museus, direcionadas em especial para os turistas, não descurando também a população local. Desta forma, pode-se afirmar que existe uma relação de “simbiose” entre museus, turismo, nomeadamente o cultural, e território como é demonstrado na figura 1.

2. Espaços museológicos em Montemor-o-Velho: uma proposta para Verride

2.1. Retrato territorial

O município de Montemor-o-Velho, que se encontra assinalado no mapa, (figura 2) pertence ao distrito de Coimbra, situa-se na Região Centro de Portugal (NUT II) e na sub-região do Baixo Mondego (NUT III), ocupando uma área de 235 km² que se distribui essencialmente por áreas agrícolas e rurais. O município em estudo encontra-se limitado pelos seus congéneres de Cantanhede a norte, a sul por Soure, a este por Condeixa-a-Nova e Coimbra, e a oeste pela Figueira da Foz. Montemor-o-Velho é composto por 11 freguesias, entre as quais destaca-se a freguesia de Verride, para a qual se destina a proposta museológica. Montemor-o-Velho encontra-se a 16 km da Figueira da Foz e a 25 km de Coimbra, principais polos turísticos especializados na área do comércio e serviços, Montemor-o-Velho apresenta uma forte componente agrícola, embora não predominante, destacando-se as culturas do arroz e milho, bem como a produção do leite, aspetos esses que serão alvo de análise posteriormente.

No que concerne aos aspetos demográficos, verifica-se um decréscimo de população na Região Centro, entre 2001 e 2011. Em 2011, segundo fonte do Instituto Nacional de Estatística (INE), a população residente na Região Centro era de 2.34839 habitantes, enquanto que uma década depois, verificou-se uma diminuição ainda que pouco significativa (0.88 %).

Quadro 6. População residente e sua variação (2001-2011) na área de estudo

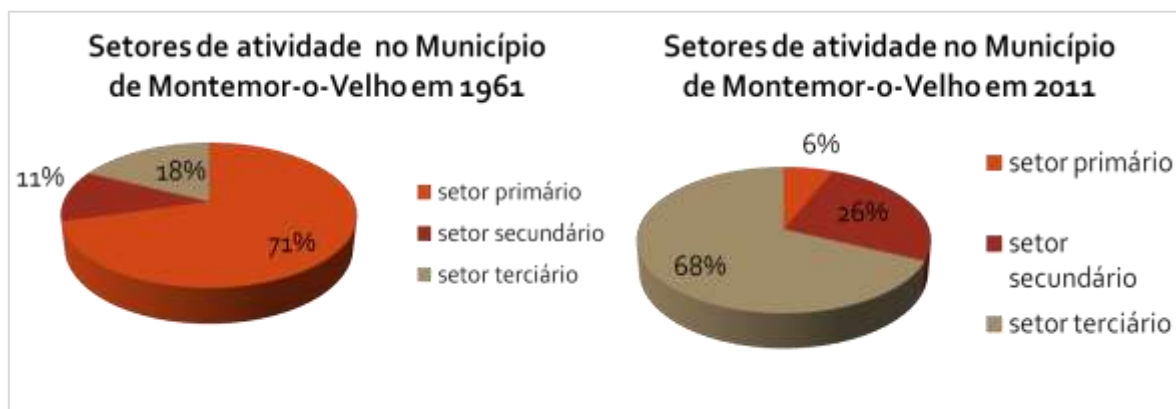
Distribuição geográfica	População residente		Variação (\approx %)
	2001	2011	
NUT I (Portugal)	10 356 117	10 555 853	1.93
NUT II (Região Centro)	2 348 397	2 327 755	-0.88
NUT III (Baixo Mondego)	340 309	332 326	-2.35
Montemor-o-Velho	25 478	26 171	2.72
Verride	699	587	-16.02

Elaboração própria com base nos dados do Instituto Nacional de Estatística (INE)

Em relação à economia, o concelho de Montemor-o-Velho assistiu a uma profunda alteração na sua estrutura produtiva. Pode-se pensar, *a priori*, que o principal setor de atividade económica é o primário, em parte devido à predominância dos grandes campos agrícolas e das principais produções agrícolas serem o milho e o arroz, como já fora mencionado, facto que poderá conduzir a uma interpretação errónea sobre a estrutura económica do município. A par disto, e dado o crescente número de população residente neste território, verifica-se que o município não tem capacidade para albergar grande parte da população ativa: “Segundo os dados do INE, cerca de 44% dos ativos do concelho trabalham fora deste, ou seja, o concelho de Montemor-o-Velho apenas garante emprego a 56% da sua população ativa residente” (Brites, 2004: 65).

Hoje, as principais atividades no município são as inseridas no setor terciário pelo que em 2011, empregavam cerca de 68% da população residente, existindo no mesmo ano 135 empresas relacionadas com o comércio grosso e de retalho, e apenas uma relacionada com as atividades artísticas de espetáculos, desportivas e recreativas. Em segundo lugar, o setor predominante é o secundário, ao qual 26% da população se dedicava, pelo que no mesmo ano existiam 63 empresas direcionadas para a indústria transformadora. No que respeita ao setor primário este é pouco significativo pelo que empregava apenas 6% da população. Atentando-se mais detalhadamente na figura 3, verifica-se uma inversão na ordem dos setores de atividade. Deste modo, em 1961, o

principal setor que empregava a população residente era o primário (71%), seguindo-se o setor terciário (18%) e em último lugar encontrava-se o setor secundário empregando apenas 11% da população residente.



Elaboração própria com base em <http://www.pordata.pt/>

Figura 3. Distribuição da população empregada por setores de atividade em Montemor-o-Velho (1961; 2011)

No que concerne ao turismo, o município de Montemor-o-Velho, tal como as suas freguesias nomeadamente Pereira e Tentúgal, possuem centros históricos de grande valor patrimonial e turístico. Neste sentido, o município dispõe de inúmeros recursos turísticos sendo de destacar os edifícios históricos e os de arquitetura religiosa.

Em relação aos edifícios históricos, são exemplo: O Solar dos Gavichos e a Casa da Arieira, situados em Tentúgal. Como edifícios de arquitetura religiosa tem-se, por exemplo: o Convento de Nossa Senhora dos Anjos, a Igreja de São Martinho, a Igreja da Misericórdia, na sede de freguesia, e o antigo Mosteiro de Verride na freguesia homónima, entre outros. Para além da vertente cultural, o município apresenta ainda uma forte componente relacionada com a gastronomia, em especial com a doçaria conventual, de que são exemplo, as Queijadas de Pereira, as Queijadas de Tentúgal e o bem conhecido Pastel de Tentúgal. Aliado ainda à vertente gastronómica, o visitante pode ainda degustar pratos cujo ingrediente principal é o arroz e que sempre esteve ligado a esta área, como é o caso do prato de arroz de lampreia.

Numa ótica mais direcionada para outras tipologias de turismo, o visitante poderá disfrutar do património natural no qual se integram as paisagens e a área dos bem conhecidos Campos do Mondego, tal como a Reserva Natural do Paul de Arzila e o

Paul do Taipal, onde é possível observarem-se inúmeras espécies de animais, em especial as aves que procuram estes locais para nidificar. Ainda na vertente ligada ao “natural”, é de salientar o Parque Zoológico *Europaradise* que alberga cerca de 250 espécies de animais. Para além disto, e relacionado com as atividades de lazer, é possível praticar hipismo, ciclismo, pesca, canoagem, tiro, entre outras modalidades desportivas.

O município de Montemor-o-Velho tem vindo a desenvolver roteiros turísticos, de forma a potenciar os recursos essencialmente relacionados com o passado histórico. Deste modo, foram desenvolvidos três roteiros: o roteiro medieval em Montemor-o-Velho, o roteiro turístico de Tentúgal e ainda o roteiro turístico de Pereira.

O roteiro medieval tem como pontos de passagem: a Capela de São João, em ruínas, a Igreja de Santa Maria de Alcáçova (igreja do castelo), o próprio castelo, as ruínas da Igreja de Santa Maria Madalena e da Capela de Santo António, e como ponto final de passagem a Igreja de São Martinho.

O roteiro de Tentúgal tem como pontos fundamentais: a Capela de Nossa Senhora das Dores, a Igreja da Misericórdia, a Igreja Matriz, a Torre do Relógio e o Convento de Nossa Senhora do Carmo.

Em relação ao roteiro de Pereira, são pontos de passagem: o Celeiro dos Duques de Aveiro, a Igreja da Misericórdia e a Igreja Matriz de Santo Estevão.

Relacionado com a atividade cultural em Montemor-o-Velho é importante salientar o festival de teatro *CITEMOR* que é um dos mais antigos do país, e que curiosamente atrai muitos visitantes, mas não a comunidade local, e o festival de Jazz, denominado *INJAZZ*.

O município apesar de possuir recursos turísticos variados não conseguiu ainda desenvolver atividades culturais, ou outras, capazes de aumentar o número de visitantes que permaneçam durante um determinado período de tempo, o que em parte se deve ao facto deste possuir apenas um hotel, tal como é referenciado no anuário estatístico da Região Centro relativamente ao ano 2012.

2.2.O Mosteiro de Verride

Verride fora durante anos um couto do Mosteiro de Santa Cruz de Coimbra, tendo tido Foral Manuelino em 1514, e na época constitucional, de 1844 a 1853, fora um concelho, existindo mesmo o título de Conde de Verride (Correia e Gonçalves, 1953:154). É nesta atual freguesia, outrora bastante conhecida, que se encontra o antigo

Mosteiro de Verride, também designado por Convento de Almiara, por pertencer à Quinta de Almiara.

O mosteiro (figura 4) encontra-se situado perto da estação ferroviária, a sensivelmente 15 minutos a pé. O edifício em si abrange uma área considerável, encontrando-se delimitado por uma Zona Especial de Proteção (ZEP) atribuída pelo Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico (IGESPAR), aquando da sua classificação (figura I, em anexo).

O acesso ao mosteiro não é fácil, uma vez que as terras envolventes se encontram vedadas, sendo que o único caminho possível é mesmo por estas, pois a entrada pelo lado da linha férrea é bastante perigosa, dado o perfil do terreno. A entrada pelas traseiras, à data da visita, foi também completamente impossível devido à densidade da vegetação. A par disto, é também importante referir que nem todas as alas se encontram acessíveis, sendo que algumas apresentam mesmo risco de ruir, encontrando-se em perigo quem ousar transpô-las.



Adaptado de: <https://www.google.pt/maps>

Figura 4. Localização do Mosteiro de Verride sobre fotografia aérea

2.2.1. Percurso histórico

A primeira referência a Almiara, conhecida, aparece na doação de Afonso Gonçalves e de sua mulher Belida Soares, de terras em Verride, na Almiara, feita em 1194. Posteriormente, em 1285, sabe-se que a quinta se encontra na posse da Priora do Mosteiro de Santana sendo nesse mesmo ano, por ela, vendida ao Prior-mor de Santa Cruz para “os seus religiosos se irem recrear e aliviar dos trabalhos do mosteiro, uma vez no ano, nos meses de verão” (Conceição, 1992:360-361). Aliados à “vida” de Verride, estão a partir desta data os monges de Santa Cruz de Coimbra a quem se deve o

arroteamento das lezírias, tal como a introdução do cultivo do arroz tendo naquele sítio edificado o mosteiro (Góis, 1995). Mais tarde, sabe-se que em janeiro de 1572, a quinta deixou de pertencer à ordem de Santa Cruz pois o Prior-geral, D. Lourenço Leite, adquiriu a Quinta de Almiara a João Gonçalves Azambuja, tendo nesse mesmo ano retomado para a posse da ordem de Santa Cruz de Coimbra, dando-se a fundação do mosteiro¹⁴ (Carvalho, 2011).

Já no século XVIII verificou-se uma reforma arquitetónica do edifício, sendo que ainda hoje, se conservam muitos elementos arquitetónicos desta época. Em 1834, aquando da extinção das ordens religiosas, o mosteiro é vendido em hasta pública, pelo que hoje pertence a particulares. Pode-se assim, depreender que mosteiro não teve somente uma função religiosa em toda a sua história, mas também uma função residencial.

De acordo com o jornal *Gazeta de Coimbra*, de 2 de outubro de 1919, pensou-se que o antigo Mosteiro de Verride seria propício para a instalação de um asilo onde fossem recebidos os filhos e filhas dos militares mortos em combate, na primeira Guerra Mundial, mas rapidamente o espaço revelou-se inadequado tendo-se abandonado essa ideia. A partir desta altura a história do mosteiro perde-se no tempo, e pelas informações que se obtiveram, dos habitantes locais, conseguiu-se saber que entre 1952 e 1954, o mosteiro era ainda habitado, mas após o falecimento do último habitante da casa, esta fora encerrada. Posteriormente, nos anos 90, a recuperação do imóvel esteve para se realizar, mas na época o antigo Instituto Português do Património Arquitetónico (IPPAR) inviabilizou o negócio, levando os interessados no espaço a desistir do projeto de converter o mosteiro num hotel de charme.

A 23 de Março de 2000, o mosteiro é classificado como imóvel de interesse público (IIP). Apesar desta classificação, o edifício encontra-se num avançado estado de degradação, e completamente ao abandono, apesar de ser bastante conhecido e contemplado por quem passa por Verride.

2.2.2. Aspetos arquitetónicos

O edifício apresenta uma longa fachada Setecentista (figura II, em anexo), conservando a cor avermelhada que se desenvolve num sentido horizontal, destacando-se a área central, cuja entrada apresenta arcaria de volta perfeita (figura II, em anexo),

¹⁴ A data de fundação do mosteiro não gera consenso entre os autores, apontando-se duas datas possíveis, 1285 e 1572, como fora mencionado.

embora não seja muito perceptível, devido à vegetação que a envolve. A fachada é composta por duas filas de janelas, sendo que as do piso térreo são “cegas”, o mesmo acontecendo no terceiro andar do torreão (figura II, em anexo). É importante também destacar o frontão triangular (figura II, em anexo), por se tratar de um belo elemento arquitetónico, tal como o pombal existente. Pensa-se que o projeto inicial contemplava dois torreões, dos quais resta apenas um, e alguns vestígios do segundo, que não se sabe se foi destruído ou nunca chegou a ser concluído (Carvalho, 2011).

Na fachada posterior, existe uma parte perpendicular que articula o edifício habitacional com a capela, paralela a este alçado. Pelo que se conseguiu saber perpendicularmente à igreja existiria um claustro, com arcaria semelhante a da entrada, mas que desde 2009 está completamente inacessível.

Em relação aos pátios, um conduziria às áreas agrícolas e outro às cavalariças, atualmente também inacessíveis.

No interior do edifício destaca-se a sala do refeitório dos monges, com painéis azulejares azuis e brancos e o teto de caixotões. A sala “principal” localizada no segundo piso do torreão, para além de também ser composta por painéis azulejares, dos quais atualmente existem apenas vestígios, apresenta um fresco (figura III, em anexo) no teto, que exhibe a data de 1755, retratando as armas de Portugal e as insígnias da ordem de Santa Cruz, o que denota a relação com a ordem. Para além destas duas salas importantes, os dormitórios apresentam ainda algumas peças de mobiliário que poderão eventualmente ainda ser do século XVII.

A capela adjacente ao edifício principal é característica do barroco. Na capela privativa, dedicada a Santo Agostinho, ainda se conservam alguns vestígios dos conjuntos azulejares do século XVIII, de fabrico coimbrão, em azul e branco, que representam cenas da vida dos crúzios e de Santo Agostinho (Correia e Gonçalves, 1953:155). A capela inicialmente, junto ao altar-mor, seria composta por dois retábulos em talha dourada, mas que acabaram por ruir (figura IV, em anexo) tendo a talha sido furtada. A sacristia tem azulejos de ramagens (Dias, 2010).

2.2.3 O espólio

O espólio do Mosteiro de Verride é essencialmente constituído por mobiliário (mesas, cadeiras, armários) e ainda por alguns vestígios azulejares, embora poucos, devido aos furtos ocorridos nos últimos anos. Em relação aos painéis azulejares, conseguiu-se saber que alguns azulejos encontram-se sob a guarda de alguém que

denota interesse neste género de elementos. Em relação às esculturas que ornamentavam o altar nada se sabe acerca destas.

Por esta razão, e dado o facto de o espólio existente ser bastante reduzido, aquando da musealização do espaço poder-se-ia contactar o Mosteiro de Santa Cruz de Coimbra, a fim de se averiguar se o mesmo possuiria no seu acervo alguns objetos relacionados com o Mosteiro de Verride, e que eventualmente poderiam ser incluídos no museu.

O facto de a proposta museológica se encontrar direccionada para a ordem de Santa Cruz, possibilitaria de certa forma a concessão de empréstimos, nomeadamente com o Museu Nacional Machado de Castro, que possui no seu acervo algumas peças de arte sacra ligadas ao Mosteiro de Santa Cruz de Coimbra. Para além disto, poder-se-ia também realizar uma investigação mais profunda junto de todos os proprietários, dado o facto de serem catorze, de forma a conseguir-se algumas informações acerca do paradeiro de outras peças relevantes. Pelo facto de o espólio ser parco, muito do material expositivo teria de ser criado, partindo de investigações, de forma a colmatar este entrave.

2.3. Da recuperação à musealização

O projeto inicialmente seria divulgado junto de possíveis investidores, como a Câmara Municipal de Montemor-o-Velho, que neste momento manifestou interesse em adquirir o imóvel, tendo já encetado contactos nesse sentido. Posteriormente seria importante encontrar instituições dispostas a levar a cabo o projeto, para que se pudessem formar parcerias.

Neste sentido, como possíveis parcerias ter-se-ia: a Federação de Amigos dos Museus de Portugal, a Direção Geral do Património Cultural (DGPC), o Turismo do Centro, o Hotel Abade João, em Montemor-o-Velho, a Câmara Municipal de Coimbra, e possivelmente o Mosteiro de Santa Cruz e a Universidade de Coimbra, não como entidades financiadoras, mas como entidades de apoio na investigação necessária.

Posteriormente seria necessário realizar uma avaliação das condições estruturais do edifício, bem como dos elementos arquitetónicos passíveis de recuperação, restauração. Ainda nesta etapa, proceder-se-ia a outros trabalhos prévios, como por exemplo, o isolamento das paredes, em especial as da *Sala Multimédia*, ou até mesmo a demolições em pequena escala, de forma a adequar o espaço às necessidades do museu. Depois desta etapa concluída proceder-se-ia à limpeza da vegetação e

consequentemente ao início das obras propriamente ditas. Dado o facto de o edifício ser antigo e de se encontrar abandonado teriam de se instalar alguns equipamentos básicos como: eletricidade, saneamento, água canalizada, gás canalizado, caso possível, rede de comunicações (telefones e internet), ar condicionado, e outros equipamentos básicos a fim de promover o bem-estar dos visitantes.

Após a conclusão geral das obras dar-se-ia início à restauração dos azulejos de cada uma das salas e da capela, os possíveis de restaurar, tal como o mobiliário e outras peças passíveis de restauração. Posteriormente dar-se-ia início ao processo de musealização com a deslocalização dos objetos para as diferentes salas existentes, utilizando os mais adequados em cada uma delas, começando-se também nesta etapa a organizar as exposições. Dado que seria necessário construir algum material expositivo era também nesta etapa que se realizaria. A par disto, seria imprescindível proceder à instalação de luminárias nos painéis expositivos, tal como de equipamento de som, em especial na capela e na *Sala Multimédia*. Após todos os trabalhos concluídos inaugurar-se-ia o espaço museológico.

2.4. Principais objetivos do núcleo museológico

Os objetivos do núcleo museológico devem ir ao encontro do projeto museológico adotado por este. Neste sentido, passa-se a elencar os objetivos do núcleo museológico de Verride:

- Preservar e documentar o espólio que esteja sob a gestão do museu;
- Promover a autoaprendizagem que será inferida pelos visitantes de forma lúdica;
- Proporcionar serviços a um público tão amplo quanto o possível;
- Promover a investigação e publicação de uma revista mensal ou anual, por exemplo, em que estivessem documentadas todas as atividades realizadas nesse período de tempo;
- Desempenhar um papel ativo na vida cultural da comunidade local;

2.5. A ideia e a temática do projeto museológico

A proposta de musealização aqui apresentada tem como tema principal a ordem de Santa Cruz de Coimbra, sendo em torno desta que se desenvolverá as exposições. Por esta não ter um espaço museológico e pelo facto de Montemor-o-Velho não possuir um museu, esta proposta torna-se uma mais-valia para o desenvolvimento local do município, não só em termos turísticos, mas sobretudo em termos culturais. Com esta

ideia museológica espera-se conseguir cativar e instruir, por um lado a comunidade local, que deverá ser sempre envolvida neste tipo de projetos, tal como os visitantes nacionais e estrangeiros que com este espaço ficarão a perceber um pouco mais da história, não só do mosteiro, mas também da ordem que a ele está associada. Neste sentido, o museu integrar-se-á na nova corrente museológica, pelo que se procurará uma interação constante com o visitante, o que só é possível através de módulos interativos, fazendo com que as barreiras entre a história e este se dissipem.

Deste modo, e aproveitando-se ao máximo a estrutura arquitetónica, o núcleo museológico seria composto por oito salas expositivas, sendo que três delas seriam a recriação das celas dos monges, e uma, o refeitório dos mesmos. Para além destas existiria ainda uma cafetaria, de traços muito simples, de forma a proporcionar um espaço de lazer ao visitante e ainda uma loja integrada na receção, onde fosse possível a aquisição de produtos relacionados com a temática do núcleo museológico. Em relação à capela está seria recuperada, mas não musealizada.

Na receção encontrar-se-ia à disposição do visitante o hábito tradicional da ordem de Santa Cruz de Coimbra, em tamanhos diferentes, que caso entendesse poderia usar durante a visita, para se sentir parte integrante da história que é exposta.

Na *Sala Santa Cruz* (figura V, em anexo) encontrar-se-iam cinco rolos de papel presos ao teto, onde cada um teria inscrito um dos cinco princípios das regras de Santo Agostinho, por onde a ordem de Santa Cruz se rege. Neste seguimento o visitante poderia encontrar exposto o traje representante da ordem, juntamente com uma legenda, para que o processo de aprendizagem fosse mais fácil. Em redor da sala seriam também colocados cinco painéis expositivos, devidamente iluminados, que contariam a história da ordem de forma sucinta e criativa aludindo também à introdução da prática do cultivo do arroz. Ainda nesta sala, seria possível encontrar-se um mapa interativo que demonstraria os vários coutos pertencentes à ordem de Santa Cruz, tal como uma vitrina, onde eventualmente pudessem ser expostos objetos da ordem.

Outra sala seria a *Sala Multimédia* (figura VI, em anexo), esta teria capacidade para 30 pessoas sentadas e é onde seria visualizado um documentário acerca da ordem de Santa Cruz, funcionando como um complemento à *Sala Santa Cruz*.

A *Sala Volátil* (figura VII, em anexo) seria o espaço destinado às exposições de carácter temporário, pelo que a sua organização seria adaptada às necessidades expositivas. Como cartão-de-visita da exposição temporária, existiria um piso interativo, onde se encontraria a imagem de marca da exposição a acontecer.

A *Sala Almiara* (figura VIII, em anexo) seria o espaço dedicado ao mosteiro, nesta sala o visitante poderá encontrar um fresco no teto com as armas de Coimbra e as insígnias da ordem, datado de 1755, tal como alguns azulejos restaurados. Esta sala faria referência às várias etapas desde a recuperação até à musealização do mosteiro, através de fotografias que estariam expostas, tal como de um vídeo que explicaria todo o processo. Para contar a história do mosteiro, desde a sua fundação, existiria uma estante cujas caixas em forma de livro, estariam dispostas por ordem cronológica, pelo que o visitante se quisesse saber mais sobre essa data só teria de abrir o “livro”.

Seguidamente ter-se-ia o refeitório dos monges (figura IX, em anexo), sendo que o mobiliário seria recuperado dentro dos mesmos padrões estéticos usados na época, mantendo-se também o teto de caixotões.

Em relação às celas (figura X, em anexo) o mobiliário seria de características simples, como é um dos princípios da ordem. No núcleo educativo do museu, que seria posteriormente criado, desenvolver-se-iam atividades, como pintura, jogos, caça ao tesouro, destinadas ao público infantojuvenil.

2.6. A promoção e a dinamização do espaço

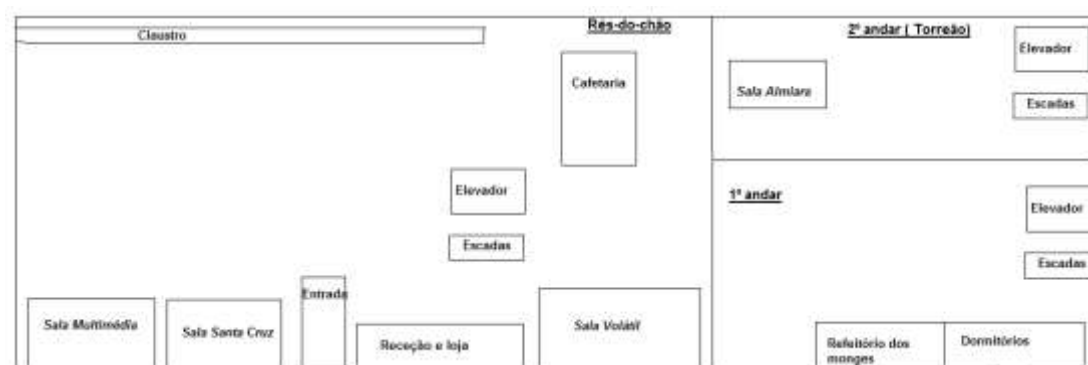
A promoção do espaço seria essencialmente feita através do *Website* do museu, que seria criado posteriormente e que permitiria a realização de uma visita virtual. As redes sociais também teriam um papel fundamental (*facebook, twitter*) de forma a conseguir-se atingir um público-alvo mais amplo e não só nacional.

Neste mesmo seguimento, criar-se-ia uma revista anual ou quinzenal, onde constassem as atividades desenvolvidas pelo núcleo museológico. O museu, bem como os eventos nele realizados seriam ainda publicitados nos jornais locais, tal como nas cidades de Coimbra e Figueira da Foz, dada a sua proximidade geográfica com Montemor-o-Velho.

Em relação à dinamização do espaço existiriam eventos, como por exemplo, as conversas no Museu, relacionadas com a arte da talha dourada e com o azulejaria, que seriam realizadas na *Sala Multimédia*. A par disto, poderia existir o “jantar conventual” organizado uma vez por mês, no refeitório dos monges. Poder-se-iam também realizar concertos de música na capela, dado o facto da ordem de Santa Cruz possuir um acervo musical bastante denso, que se encontra ainda em estudo. Estes eventos organizados, tal como a promoção do museu, constituir-se-iam fundamentais para a projeção da imagem de Montemor-o-Velho e de Verride, no contexto nacional e internacional.

2.7. Um percurso de visita para o núcleo museológico de Verride

O visitante é livre de visitar o museu pela ordem que bem entender, sendo que o percurso mais lógico a realizar é o que será aqui apresentado. Deste modo, o visitante entra no museu e a primeira sala a visitar é a *Sala Santa Cruz* e como forma de complemento sugere-se que a próxima seja a *Sala Multimédia*. De seguida, o visitante iria até ao primeiro andar, onde passaria pelas celas, e posteriormente pelo refeitório dos monges. Depois, ascenderia ao segundo andar, onde encontraria a *Sala Almiara*. Posteriormente regressaria ao primeiro piso e passaria pela *Sala Volátil* e para terminar a visita passaria pelo claustro (figura XI, em anexo) e visitaria a capela, podendo depois realizar uma pausa na cafetaria do museu (figura XII, em anexo).



Elaboração própria

Figura 5. Planta recreada do interior do Mosteiro de Verride

2.8. Análise SWOT do projeto

A análise *SWOT* tem como objetivo perceber quais seriam as forças (*Strengths*), as fraquezas (*Weaknesses*) e as oportunidades (*Opportunities*) para o município e para a própria freguesia, tal como as possíveis ameaças (*Threats*) que podem existir, a um projeto com estas características. A análise *SWOT* encontra-se de forma sucinta no quadro abaixo apresentado (quadro 3).

Quadro 7. Análise *SWOT* do projeto museológico

Análise <i>SWOT</i>	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espaços atrativos e informativos; ▪ Espaço acessível para pessoas com mobilidade reduzida; ▪ Exposições temporárias (reduz a monotonia); ▪ Preservação da História e Cultura; ▪ Proporciona conforto (cafeteria e outros espaços); ▪ Preservação do património local e da traça arquitetónica do edifício. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projeto ambicioso e dispendioso; ▪ Pagamento de ingressos no museu; ▪ Deficientes acessibilidades ao local.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dinamização cultural do Município através dos eventos desenvolvidos; ▪ Proximidade geográfica com os polos urbanos (Coimbra e Figueira da Foz); ▪ Proximidade dos transportes públicos (Comboio). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entraves colocados pelos proprietários à execução do projeto; ▪ Impossibilidade de aquisição do espólio.

Elaboração própria

2.9. Sugestão de um plano de gestão

Hoje em dia, é importante para qualquer museu ter um plano de gestão não só das atividades, mas da própria gestão dos recursos humanos. Em relação à gestão do espaço de lazer, optar-se-ia por entregar a mesma a uma empresa de concessão sendo que esta teria de pagar uma renda fixa à administração do museu. Para além disto, todas as limpezas do espaço seriam da inteira responsabilidade de um grupo de Limpeza externo ao museu, escolhido por concurso público.

No que concerne aos recursos humanos, ter-se-ia três categorias: internos, móveis e externos, num total de aproximadamente 5 funcionários internos e um número

ainda indefinido dos restantes funcionários, que seria destinado consoante as necessidades do museu, como se apresenta no seguinte organigrama (figura 5).



Elaboração própria

Figura 6. Organigrama dos recursos humanos

Relativamente à gestão das atividades faz-se a sugestão do programa para o dia da inauguração do museu. No primeiro dia de abertura, os visitantes não terão de suportar o custo dos ingressos, à exceção de lembranças caso as pretendam adquirir na loja. Em seguida, apresenta-se o calendário das atividades para o dia da inauguração (quadro 4).

Quadro 8. Calendário das atividades para o dia da inauguração

10h 00 – Abertura do museu;
10h20- Entrada na primeira sala de exposições;
10h40- Visionamento de um filme sobre a história da ordem;
11h40- Intervalo;
12h00 – Visita à <i>Sala Volátil</i> com a exposição “ A música no mosteiro de Santa Cruz”;
12h30- Almoço no refeitório dos monges seguido de degustação de doces conventuais;
14h30 – Visita aos dormitórios e restantes salas;
15h20 – Intervalo das atividades;
16h00 – Concerto de música do Mosteiro de Santa Cruz, na capela;

Elaboração própria

3. Conclusão

O tema enfoque neste trabalho de investigação foi o turismo cultural, sendo que a partir deste apresentou-se uma proposta de musealização para o antigo Mosteiro de

Verride, situado na freguesia homónima, pertencente ao Município de Montemor-o-Velho. A proposta apresentada constituiria uma mais-valia para a projeção do município, tal como de Verride não só a nível nacional, mas também internacional, o que ainda é um aspeto pouco desenvolvido, apesar do território possuir imensas potencialidades e recursos turísticos, que não estão a ser aproveitados de forma adequada.

O facto de Montemor-o-Velho não possuir alojamentos hoteleiros, a não ser um hotel com apenas 20 quartos, inviabiliza os eventos que se poderão vir a organizar no museu do mosteiro, pois os sítios de pernoita mais próximos situam-se em Coimbra e Figueira da Foz, o que faz com que as receitas não revertam para o desenvolvimento da comunidade local. Um dos aspetos que se pôde observar é que os roteiros organizados pela câmara (roteiro medieval, roteiro de Pereira, e o roteiro de Tentúgal) não se encontram devidamente organizados, pelo que o visitante que os queira realizar, não encontra a duração do percurso, nem o grau de dificuldade dos mesmos.

Neste sentido, Montemor-o-Velho é um município que em termos turísticos ainda se encontra muito pouco desenvolvido e organizado, pois apesar de no *Website* da câmara municipal se indicar que existe um posto de turismo na área do castelo, ao visitar o local, em 2014, não encontrei qualquer sinalética que indicasse a sua existência, sendo que me foi dito por um habitante que o único local de informação dentro do castelo seria a Casa de Chá, mas que só estaria aberta na época estival.

Em alternativa a esta, a Biblioteca Municipal seria o ponto mais próximo, embora pude constatar que quem nela trabalha não possui um bom conhecimento acerca do território, não podendo informar o visitante sobre quais os pontos de interesse turístico. Para além disto, pode-se verificar que o município não investe na divulgação da sua imagem turística, enquanto destino de turismo cultural, apesar de possuir recursos patrimoniais para tal. Já no que concerne ao antigo Mosteiro de Verride, apesar de se encontrar abandonado, e em avançado estado de degradação, é conhecido por imensos estrangeiros e nacionais, como é corroborado pelos inúmeros *blogs* e *websites* na Internet que referem o espaço, razão pela qual a proposta museológica apresentada faria sentido.

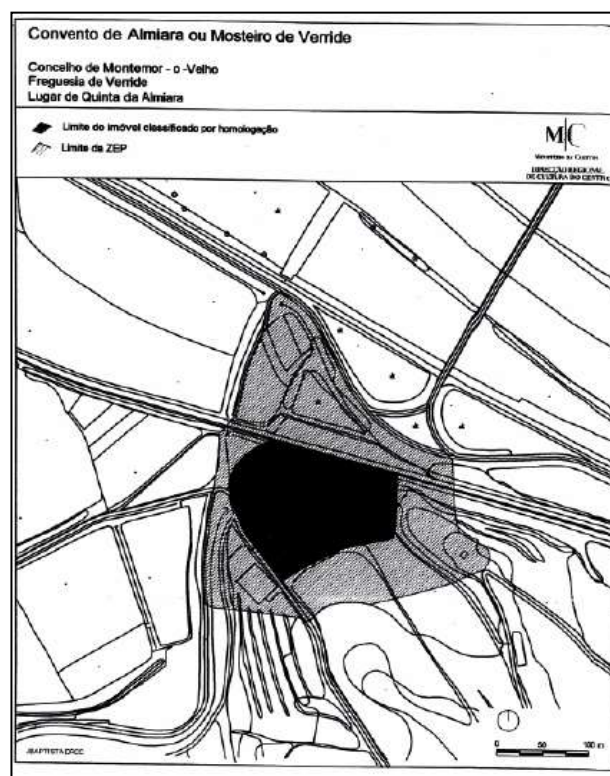
Bibliografia e fontes

Barretto, M. (2006). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas, Papirus.

- Barretto, M. (2007). *Cultura e turismo: discussões contemporâneas*. São Paulo, Edições Papyrus.
- Brites, R. (2004). *Lazer no espaço Rural. Associativismo e sociabilização em Montemor-o-Velho*. Seminário de Geografia Humana apresentado à Universidade de Coimbra. Coimbra.
- Carvalho, A. (2011). *Arquitetura Setecentista no Baixo Mondego litoral*. Dissertação de Mestrado em História da Arte, Património e Turismo Cultural, apresentada à Universidade de Coimbra. Coimbra.
- Conceição, A. (1992). *Terras de Montemor-o-Velho*. Câmara Municipal de Montemor-o-Velho (reedição).
- Correia, V.; Gonçalves, A. N. (1953). *Inventário Artístico de Portugal – Distrito de Coimbra*. Lisboa, Academia Nacional de Belas Artes, vol. IV, pp.154-155
- Dall'igna, C.; Gausatd, C. (s/d). *Museu permanência e transformação*. pp.18 Disponível online: <http://aeaulp.com/love/media/80> (último acesso: 13/03/2014)
- Desvallées, A.; Mairesse, F.(2013). *Conceitos chave de museologia*. Disponível online: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Conceitos-ChavedeMuseologia_pt.pdf (último acesso: 05/04/2014)
- Dias, I. (2010). *Turismo Cultural e Religioso no Distrito de Coimbra: Mosteiros e Conventos: Viagem entre o Sagrado e Profano*. Dissertação de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento, apresentada à Universidade de Coimbra. Coimbra.
- Fernández, A. L. (1995). *Museología: introducción a la teoría y práctica del museo*. Madrid, Istmo.
- Góis, A. (1995). *Concelho de Montemor-o-Velho: a terra e a gente*. Montemor-o-Velho, Câmara Municipal.
- Gonçalves, A. (2006). “Museus, comunidade local e turismo”. In: Santos, M. G. (org.)- *Turismo Cultural, Territórios e Identidades*. Lisboa, Edições Afrontamento e Instituto Politécnico de Leiria, pp. 81-102.
- Gonçalves, L. (2012). *Avaliação e validação de instalações interativas para museus*. Dissertação de Mestrado em Engenharia Informática, apresentada à Universidade da Madeira. Madeira.
- INE (2013). *Anuário Estatístico da Região Centro, 2012*. Lisboa, Instituto Nacional de Estatística (INE). Disponível online: <https://www.ine.pt> (último acesso:10/05/2014).
- Leslie, D.; Sigala, M. (2005). *International cultural tourism*. Edições Elsevier, pp. 244. Disponível online: <http://books.google.pt> (último acesso: 04/04/2014)
- Mendes, V. (2011). *Museus e turismo na Serra da Estrela*. Dissertação de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento, apresentada à Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Orozco, G. (2005, fevereiro, julho). *Los museos interactivos como mediadores pedagógicos*. Revista Electrónica Sinéctica, nº. 26, México, pp. 38-50. Disponível online:http://www.sinectica.iteso.mx/assets/files/articulos/26_los_museos_interactivos_como_mediadores_pedagogicos.pdf (último acesso: 2014/03/13)

- Pérez, X. P. (2009). *Turismo Cultural: uma visão antropológica*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, nº2, Tenerife, pp.309.
- Primo, J. (1995). *Pensar contemporaneamente a museologia*. Cadernos de Sociomuseologia nº 16 1999. pp. 5-37.
- Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. CAB International publications, Wallingford, UK.
- Rivière, G. H. (1993). *La Museología – curso de Museologia/ textos y testimonios*. Edições Akal/ arte y estética.
- Jornal Gazeta de Coimbra, de 2 de outubro de 1919. Disponível online: <https://bdigital.sib.uc.pt> (último acesso 2014/05/31)
- http://www.icom-portugal.org/documentos_leg,129,164,lista.aspx (último acesso em 2014/04/06)
- <http://www.cm-montemorvelho.pt/> (último acesso: 2014/05/12)
- <http://www.ccdrc.pt/index.php?option=com>(último acesso: 2014/04/28)
- http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000972&contexto=pti&selTab=tab10 (último acesso: 2014/05/10)
- http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOES_pub_boui=377711&PUBLICACOESstema=55466&PUBLICACOESmodo=2 (último acesso: 2014/05/10)
- <http://www.pordata.pt/Municipios/Ambiente+de+Consulta> (último acesso: 2014/05/15)
- <http://ruinarte.blogspot.pt/2011/09/convento-de-almiara-mosteiro-de-verride.html>(último acesso:2014/03/13)
- Google SketchUp* - programa informático utilizado na simulação da reconstrução do Mosteiro de Verride e das suas salas.

ANEXOS - FIGURAS



Fonte: http://www.cm-montemorvelho.pt/editais_2009/edital_279_2009.pdf

Figura I. Limitação da Zona Especial de Proteção atribuída pelo IGESPAR



Fotografia: Natália Quitério, 2014

Legenda:

1. Fachada Setecentista;
2. Arcaria de volta perfeita;
3. Frontão triangular;
4. Torreão

Figura II. Esquema dos elementos arquitetónicos da fachada principal do Mosteiro de Verride



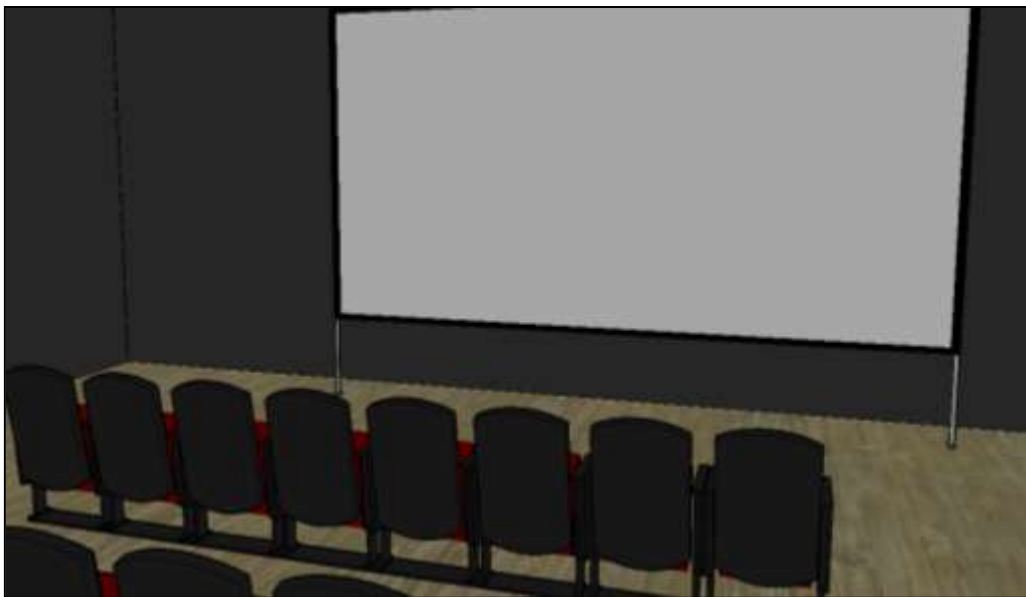
Fonte: <http://ruinarte.blogspot.pt/2011/09/convento-de-almiara-mosteiro-de-verride.html>

Figura III. Fresco existente numa sala do segundo piso do torreão



Fonte: <http://ruinarte.blogspot.pt/2011/09/convento-de-almiara-mosteiro-de-verride.html>

Figura IV. Interior da capela



Elaboração própria em *Google SketchUp*

Figura V. Sala Santa Cruz



Fonte: Elaboração própria em *Google SketchUp*

Figura VI. Sala Multimédia



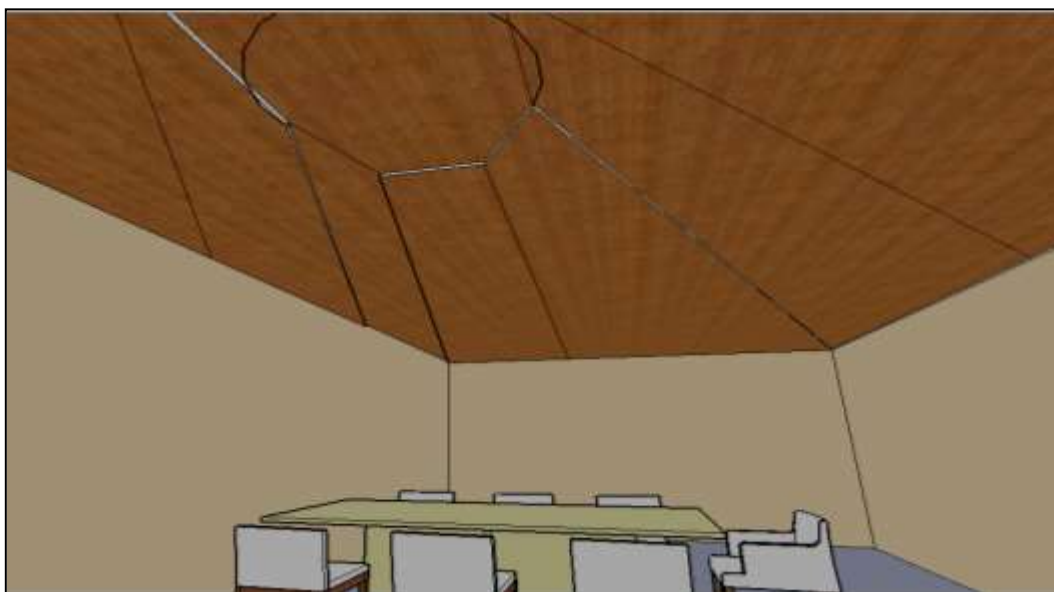
Elaboração própria em *Google SketchUp*

Figura VII. Sala Volátil



Elaboração própria em *Google SketchUp*

Figura VIII. Sala Almiara



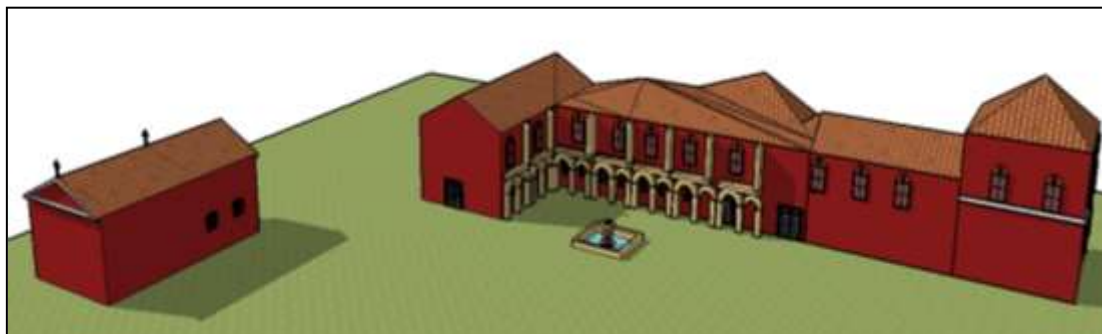
Elaboração própria em *Google SketchUp*

Figura IX. Refeitório dos monges



Elaboração própria em *Google SketchUp*

Figura X. Exemplo de uma das três celas recriadas



Elaboração própria em *Google SketchUp*

Figura XI. Reconstituição do claustro



Elaboração própria em *Google SketchUp*

Figura XII. Cafeteria do museu

PARQUE PATRIMONIAL DO VALE DO CEIRA – UMA PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Luiz Alves

Paulo Carvalho

Resumo:

Na sequência do trabalho desenvolvido pela Lousitânea (Liga de Amigos da Serra da Lousã), o qual permitiu a criação de um cadastro de todas as estruturas edificadas no contexto geográfico (margens) dos municípios do setor superior do Vale do Ceira, apresenta-se uma proposta de intervenção territorial, através da figura de Parque Patrimonial, com vista a salvaguardar e valorizar os patrimónios mais relevantes e contribuir para o desenvolvimento desta sub-região montanhosa do Centro de Portugal.

Palavras-chave: Parque Patrimonial. Desenvolvimento Territorial. Vale do Ceira.

1. Introdução

Os relatórios de “Levantamento da Ocupação Humana nas Margens do Rio Ceira”, nos concelhos de Arganil, Góis e Pampilhosa da Serra (um por cada município), elaborados pela Lousitânea (Liga de Amigos da Serra da Lousã), com base em observação direta (trabalho de campo), permitiram identificar vários períodos históricos, tipologias de construção (de acordo com o seu uso/função) e respetivas variações geográficas, assim como materializaram o ponto de partida para o (re)conhecimento e a posterior salvaguarda e valorização do universo patrimonial (natural e cultural) do Vale do Ceira, com o intuito de induzir dinâmicas de desenvolvimento para o território.

Na sequência de várias reuniões realizadas com os referidos municípios foi possível preparar um pré-projecto conducente à apresentação de uma proposta de trabalho para a definição e implementação de um Parque Patrimonial no Vale do Ceira, alicerçada numa lógica sustentável e de valorização dos seus recursos, pessoas e lugares.

A proposta inicial, ao invés de assentar em diversas modalidades de investimento, de acordo com a sua maior ou menor complexidade e dimensão, enfatizou um caminho de maior sustentabilidade e responsabilidade económica, social e ambiental, com a apresentação de um projeto estruturado por etapas/objetivos, que poderá ser modelado em função da procura, das necessidades específicas dos lugares e da avaliação corrente das metas que se pretendam alcançar, entre outros fatores.

Neste quadro, a Lousitânea pretende criar um projeto de dinamização e valorização do território mais coeso, integrador e capaz de dar resposta às necessidades dos visitantes (excursionistas/turistas), em simultâneo com uma maior capacidade de envolvimento das populações e atores locais, numa ótica de desenvolvimento sustentável, sem nunca esquecer o principal objetivo da criação do Parque Patrimonial do Vale do Ceira: revitalizar o território, divulgar e valorizar o seu património e promover o aumento da qualidade de vida das populações locais.

2. Desenvolvimento territorial e valorização do património

As atuais dinâmicas económicas, sociais e territoriais, assim como a renovação da imagem das áreas de montanha, refletem a importância estratégica dos recursos ecológicos e culturais, e a sua crescente vinculação ao lazer e turismo, nomeadamente os segmentos relativos aos passeios pedestres, BTT, *touring* cultural e paisagístico, observação e interpretação da natureza, experiências simbólicas, experiências criativas, aprendizagem/valorização de dimensões culturais materiais e imateriais, entre outros, que podem suscitar trajetórias inovadoras e sustentadas de desenvolvimento regional e local (Alves e Carvalho, 2014).

A evolução das sociedades e do sistema económico, assim como os modos de planear e ocupar o espaço (pós-produtivista e multifuncional) têm conduzido a uma nova ótica e a novos interesses em torno da estrutura e dinâmica dos territórios rurais (Pla e García, 2009).

No caso concreto dos territórios que congregam um forte potencial patrimonial e cultural associado a um enquadramento natural e paisagístico de valor relevante, a sua integração em ações conjuntas, a valorização e promoção de dinâmicas indutoras de desenvolvimento de escala supramunicipal, e uma estratégia coesa de cooperação intermunicipal apresentam-se como referências importantes na dinamização e desenvolvimento dos territórios, com especial destaque para os de matriz rural e de montanha.

Como fazem notar Aguilar, García e Serrano (2013:8), “o desenvolvimento económico regional conta nos últimos anos com instrumentos estratégicos fundamentais, como são os conceitos de paisagem cultural e parque patrimonial, que constituem uma forma sustentável de englobar a conservação e o desenvolvimento territorial”.

No mesmo sentido, a relevância do património (natural e cultural) no seio do desenvolvimento dos territórios, tem sido uma aposta emergente em diversos contextos geográficos à escala mundial. Com efeito, “a gestão inteligente do património tem-se assumido, em vários lugares, como um dos fatores-chave para o seu desenvolvimento económico, porque atrai turismo e investimentos, porque gera actividades e postos de trabalho e, fundamentalmente, porque reforça a auto-estima da comunidade¹⁵” (Sabaté e Lista, 2001, citados por Bustamante e Ponce, 2004:11).

A mesma linha de pensamento é apresentada por Pla e García (2009:1), ao considerar que “os bens naturais, culturais e os paisagísticos, desempenham uma função social, uma vez que ajudam a população a reconhecer neles os seus traços de identidade, e servem como factor de desenvolvimento da comunidade a que pertencem. As paisagens e os seus componentes estruturantes funcionam como realidades qualificadoras do ambiente cultural e territorial, e como um factor dinamizador da economia, muito interessante para o desenvolvimento e melhoria da qualidade de vida em territórios rurais. Uma das estratégias implementadas para o desenvolvimento local em meio rural está relacionada com a aposta no valor da paisagem e do património, através do turismo cultural”. Neste sentido, os segmentos do turismo cultural e de natureza podem criar receita, além de propiciarem o desenvolvimento do conhecimento sobre os aspectos culturais, as tradições e os modos de vida das populações.

Por estes e por outros motivos, torna-se imperativo experimentar, de forma planeada e estruturada, novas formas de valorizar a paisagem e o património cultural dos territórios rurais, com um objetivo múltiplo de ativar o tecido económico e social através da criação de emprego, e de fomento de novos modos de relação e interação entre os agentes locais.

Ainda que, no presente, a generalidade dos territórios rurais corresponda a conceções e práticas multifuncionais, a sua estrutura e imagem ainda conserva a influência de um passado agro-silvo-pastoril, por vezes marcado por pequenos núcleos de povoamento dispersos, em que a arquitetura (na amplitude das habitações aos muros de delimitação e/ou suporte de leiras de cultivo ou floresta) está integrada na paisagem.

Ao invés de se compreender a sua configuração e dinâmica socioeconómica como debilidades imutáveis e impeditivas de uma regeneração do tecido social e económico, a percepção e valorização dos seus recursos deve ser considerada como

¹⁵

As traduções são da nossa responsabilidade.

prioritária, de forma a transformá-los em oportunidades, tanto para os que neles habitam como para os que os visitam, numa ótica de desenvolvimento sustentável. Com efeito, o meio rural dispõe de elementos e estruturas diversas: artefactos, edifícios, infraestruturas, conhecimentos, técnicas, histórias, tradições, entre outras; que são importantes na ligação entre os territórios e as sociedades que os ocupam (Pla e García, 2009).

“As áreas patrimoniais procuram contar a história das pessoas ao longo do tempo e como a paisagem deu forma às tradições dos habitantes” (Vincent e Whiteman, 2008, citados por Alonso, 2014:225). “Assim, é normal organizar o território a partir das paisagens culturais ou itinerários culturais organizados em torno de algum tema central, como o passado industrial, episódios bélicos, áreas arqueológicas ou similares” (Clavel-Lévêque, Doukellis e Tirologos, 2002, citados por Alonso, 2014:226).

A paisagem cultural no contexto rural resulta de um processo complexo, fruto da adaptação das populações ao meio, procurando moldar e criar um território cada vez menos inóspito, mais favorável à ocupação humana e à realização das suas necessidades (sociais, económicas e culturais) tornando-o, em simultâneo, num território cada vez menos natural, fruto das sucessivas transformações antrópicas destinadas ao seu domínio e controlo.

Definida por Saeur (1925), a “paisagem cultural é criada por um grupo cultural a partir de uma paisagem natural. A cultura é o agente, a área natural é o meio, a paisagem é o resultado”. Deste modo Saeur vincula definitivamente a paisagem à acção humana, podendo entender-se a paisagem cultural como o registo desta acção sobre o território natural” (Martins e Costa, 2009:57).

Quando há aplicação do conhecimento e tecnologia sobre o território, o Homem transforma-o numa paisagem cultural que, nas palavras de Sabaté (2005), corresponde ao “melhor registo do Homem no espaço”. Assim, a paisagem define-se como “um texto que se pode escrever e interpretar, entendendo o território como uma construção humana. Neste contexto, as paisagens culturais são as paisagens do Homem, criadas por este e interpretadas por ele mesmo” (Pla e García, 2009:3).

Deste modo, consideramos que as paisagens rurais estão polvilhadas de manifestações culturais. De facto, “se entendermos por património as expressões da cultura e os modos de vida de um grupo social numa área concreta, o meio rural destaca-se tanto pelo seu número como pela sua variedade. Ainda que pela forte presença de elementos da estrutura geocológica possa parecer o contrário, é por

excelência uma paisagem cultural. Apesar dos problemas socioeconómicos (despovoamento e desemprego) que o meio rural apresenta, noutros tempos, quando as actividades agropecuárias ocupavam a maior parte da população e boas extensões de terra, foram espaços dinâmicos” (Pla e García, 2009:3).

3. Parque patrimonial: um instrumento de valorização e revitalização territorial

3.1 Génese e significado dos parques patrimoniais

A figura de parque patrimonial, embora pouco difundida e aplicada em Portugal, surge, quase em simultâneo, na Europa, com a recuperação da cidade da indústria do algodão de *New Lanark* (Reino Unido) e nos Estados Unidos América, com a criação do Parque Nacional do Carvão, ambos datados de 1972. Porém, foi sobretudo com a renovação da *Company Town of Lowell* (Estados Unidos da América) desde 1975 (Barclay, 1979; Hayward, 1987) e no Estado de Nova Iorque desde 1979 (Frenchman e Lane, 1979), “que a recuperação das designadas “áreas patrimoniais” (assim declaradas pelo Congresso Americano) ganham expressão graças às políticas oficiais da administração e à entrada em vigor de legislação protectora” (Martins e Costa, 2009:55), enraizadas desde então nas práticas de planeamento regional nos Estados Unidos da América, com grande sucesso.

Concomitantemente, na Europa, nos anos setenta (século XX) assiste-se a um crescente interesse na recuperação e patrimonialização “de estruturas físicas abandonadas ou em decadência ligadas a actividades laborais. Foram os casos da pesca na Escandinávia, ou das minas em França, tomando-se em ambos a designação de ecomuseus” (Martins e Costa, 2009:55).

No resto do mundo, a sua difusão tem sido crescente. Por exemplo, na Ásia existe uma maior preocupação com a proteção das paisagens culturais, mais do que com a sua gestão, devido ao enorme desenvolvimento industrial que tem registado. Na América Latina a situação é muito semelhante, embora exista uma maior preocupação e consciencialização a propósito da proteção e gestão das paisagens culturais (Alonso, 2014).

Este novo conceito, assente nos pressupostos da nova museologia (UNESCO, 1973), segundo as palavras de Martins e Costa (2009:55) “supera o de espaço expositivo de tradição neo-clássica e traduz a ideia de um museu voltado para a comunidade. Em harmonia com os ecossistemas naturais e humanos em que se insere, o ecomuseu pode desdobrar-se em vários pólos, espalhados pelo próprio cenário histórico,

cenário que se pretende musealizar de modo interactivo”, com valores muito próximos (ou até mesmo iguais) aos que adquirem os parques patrimoniais, evidenciando pressupostos como os “de revalorização e revitalização de paisagens culturais, urbanas ou rurais; o de repensar o território tomando como eixo do projecto os recursos patrimoniais” (Martins e Costa, 2009).

Os parques patrimoniais apresentam-se como “iniciativas heterogêneas que colocam o património cultural no centro das políticas de ordenamento do território e de desenvolvimento económico, procurando a reinvenção de territórios e a participação das comunidades locais no processo de planeamento” (Alonso, 2014:217). A sua relevância deriva da sua potencial influência na configuração macroterritorial das regiões e nos processos de desenvolvimento dos territórios.

Trata-se de um parque vivo, dinâmico, habitado, onde a vida diária é parte do mesmo e o património é o recurso básico em torno do qual gira o parque, de modo que se diferencia, claramente, de outros tipos de parques, como os temáticos ou os ambientais. A sua singularidade baseia-se na imagem que transmite e nas paisagens culturais que o determinam (Bustamante e Ponce, 2004).

Neste sentido, “os parques patrimoniais são ambientes humanizados onde se desenvolve a vida normal dos seus habitantes” (Alonso, 2014:206). Porém, em simultâneo, tentam configurar-se como polos de atração para um tipo de turismo fundamentalmente cultural e ecológico de qualidade.

Estas iniciativas decorrem de um objetivo prioritário, como é a integração, num quadro de respeito pelo território e pelas suas condicionantes, a convivência dos recursos patrimoniais com a educação, a atividade turística e o desenvolvimento sustentável (Martins e Costa, 2010).

Este tipo de parque oferece aos potenciais turistas uma combinação de práticas culturais e naturais que, num contexto de desenvolvimento endógeno, reforçam a identidade da população local, nos domínios cultural, económico e territorial (Sabaté, 2005).

Em termos gerais, o conceito de parque patrimonial implica a noção de projeto e, como tal, compreende a construção de uma imagem que contribua para reforçar a identidade de um território e conceda elementos que apoiem no seu desenvolvimento económico.

Como afirmam Martins e Costa (2010:56), “este modelo apresenta-se como um conceito inovador de preservação cultural, ao incorporar-lhe uma componente

propositiva, tomando os valores patrimoniais como activos a partir dos quais se podem vir a obter benefícios económicos”.

Neste sentido, quando se reconhece à paisagem e ao seu património qualidade e potencialidade para ser entendido como um recurso capaz de induzir dinâmicas de desenvolvimento territorial, dá-se início a um processo de reflexão em torno da sua conservação, mas também da sua valorização e promoção. Uma das formas de alcançar este intento é constituída pela aplicação do instrumento referente ao parque patrimonial, embora este não seja reconhecido como um estatuto de proteção legal.

Não sendo um instrumento jurídico, o parque patrimonial assume-se como uma ferramenta técnica que pode ser convertível num projeto de revitalização social, económica, cultural e ambiental.

Em função do seu contexto territorial e dos componentes que o constituem, podemos considerar vários tipos de parques patrimoniais: industriais; militares; arqueológicos, infra-estruturas históricas de transporte: canais e vias fluviais, parques fluviais e corredores fluviais; parques agrários ou áreas agrícolas patrimoniais; entre outros.

No seio das iniciativas estudadas por Bustamante e Ponce (2004), foi possível estabelecer algumas características do que se pode entender por parque patrimonial, designadamente as seguintes premissas:

1. São lugares ou territórios onde se privilegia o desenvolvimento através do uso dos recursos culturais e naturais em equilíbrio (de forma sustentável).
2. Em segundo lugar, são ambientes humanizados e vivos, onde se conjuga a recreação com o viver.
3. Em terceiro lugar, não é nem um parque natural nem um parque temático. Oferece um tipo de serviço intimamente ligado com a identidade de um território.
4. É um espaço onde o património e outros recursos culturais e paisagísticos se combinam para configurar uma paisagem que retrata a história do território e da sua população.
5. Por fim, um parque patrimonial representa um espaço onde os recursos patrimoniais são o elemento chave no desenvolvimento económico do território.

Em suma, um parque patrimonial é uma ferramenta que nos exorta a contemplar o património como um recurso útil, capaz de gerar um sentimento de pertença territorial e de impulsionar socioeconomicamente um território. O parque converte-se num símbolo e num ponto de referência para a população local, mas também para os

visitantes. Assim, pretende assumir-se como uma peça fundamental nas estratégias de desenvolvimento territorial (Bustamante e Ponce, 2004).

Neste sentido, “ao conjugarem valores naturais e artificiais, ao resgatarem espaços tradicionais e antigas actividades, ao reencontrarem o ancestral equilíbrio entre homem e natureza, os parques patrimoniais assumem o repto lançado por proeminentes precursores da ecologia da paisagem: o de tornar as estruturas construídas em elementos de valorização e continuação dos processos naturais” (Martins e Costa, 2010:57).

Os parques patrimoniais supõem um estímulo de primeira ordem para o desenvolvimento sustentável, porque conseguem combinar conservação e desenvolvimento, economia e ambiente.

Seguindo o pensamento de Aguilar, García e Serrano (2013:8), “a maior parte das propostas para a concepção de um parque patrimonial, contém inúmeras semelhanças e todas elas são equiparáveis aos componentes evidenciados por Lynch (1984), a saber:

- O âmbito global e subdomínios do parque - Áreas (*regions*)
- Os recursos patrimoniais e os serviços - Marcos (*landmarks*)
- As portas e acessos, os centros de interpretação e museus - Nós (*nodes*)
- Os caminhos que ligam o interior do parque - Itinerários (*paths*)
- Os limites visuais da intervenção - Fronteiras (*edges*)

É necessário partir de uma base sólida relativamente aos princípios que norteiam a implementação de qualquer iniciativa deste tipo, por isso, compreendemos o valor da paisagem, em sintonia com os três pilares que consubstanciam o desenvolvimento sustentável, como um marco referencial que engloba a temática da proteção patrimonial (Allende, 2002). Nesse sentido falamos da paisagem cultural como:

- Património cultural e histórico;
- Indicador de qualidade ambiental;
- Recurso económico que atrai investimento e atividade turística”.

Por conseguinte importa que os parques patrimoniais alicercem toda a sua estratégia na valorização dos recursos endógenos e no envolvimento dos *stakeholders*. Portanto, “os parques patrimoniais mais bem sucedidos são marcados por processos *bottom-up*, contando desde o início com a participação dos chamados *grassroots*, os amantes do território que se resistem a abandoná-lo e que se interessam, com espírito de militância, pelo seu futuro” (Martins e Costa, 2010:56).

3.2 Parques patrimoniais em Portugal

No panorama nacional, os parques patrimoniais apresentam, até ao momento, uma expressão residual, quase nula. Pese embora Portugal tenha três paisagens culturais inscritas na lista de Património Mundial da Humanidade da UNESCO (Sintra, Pico/Açores e Alto Douro Vinhateiro), nenhuma delas está a ser gerida com recurso a um instrumento integrado e operativo, como seria o caso de um parque patrimonial (Martins e Costa, 2010).

Apesar da inexistência de experiências consolidadas de parques patrimoniais em Portugal, apresentam-se três propostas, com processos situados em vários estágios de maturação: duas em fase de implementação/proposta, e outra em fase de projeto já com atividade no terreno.

No caso do parque com atividade, referimo-nos ao Parque Mineiro da Cova dos Mouros, localizado em Vaqueiros, no Algarve, que surgiu de uma velha mina de cobre e ouro. Proporciona um circuito pedestre em redor das antigas minas, além de reconstituições históricas, desde há 5 mil anos até ao início do século XIX. Neste passeio, o visitante, pode ainda conhecer uma aldeia primitiva e um forte, datados de 2500 a.C..

No caso dos parques patrimoniais em fase de projeto/proposta, importa referir o que tem tido uma maior divulgação e impacto mediático nos últimos anos, na Região Centro: o Parque Patrimonial do Mondego. Embora, na atualidade, não seja possível identificar e explicitar o estado geral do projeto, que parece ter entrado no período de “estagnação”, tendo em consideração a inexistência de notícias alusivas ao projeto na imprensa regional, e a inoperacionalidade da sua página na internet. Este surge em 2007, na sequência de vários seminários de formação realizados em Coimbra. Envolvendo várias entidades, o projeto do Parque Patrimonial do Mondego visa a revitalização e valorização da paisagem cultural das margens do rio Mondego entre o Porto da Raiva, no concelho de Penacova, e a foz, na Figueira da Foz, procurando ajudar a combater o declínio socioeconómico das populações ribeirinhas e a degradação da paisagem cultural do Mondego.

Assumindo-se como um projeto e modelo de gestão do território que tem no rio Mondego o seu eixo temático principal, “o Parque Patrimonial do Mondego apresentou, como principais objetivos:

– Revalorização e revitalização da paisagem ribeirinha do Mondego num quadro de sustentabilidade ambiental, social e económica, contribuindo assim para atrair investidores e turistas e, sobretudo, para reforçar a auto-estima das populações;

– Promover o estudo e o debate sobre as paisagens culturais, focando, em particular, a do rio Mondego, e fazê-lo conjugando a voz popular com a do meio universitário;

– Tornar-se numa infra-estrutura de ócio e cultura dinâmica e flexível, apoiada numa visão pró-activa, reflexiva e criativa do património e da história local e adaptável aos interesses dos visitantes” (Martins, 2011:61).

Em dezembro de 2007 foi um dos dez projetos seleccionados para o concurso mundial de Turismo Sustentável na “*Tourism Summit*”, que teve lugar em Chamonix-Mont Blanc. Em 2008 foi apresentado no concurso “Mentes Brilhantes, Ideias em Turismo” organizado pela Universidade de Aveiro-GrupUnave, tendo recebido o 3º prémio.

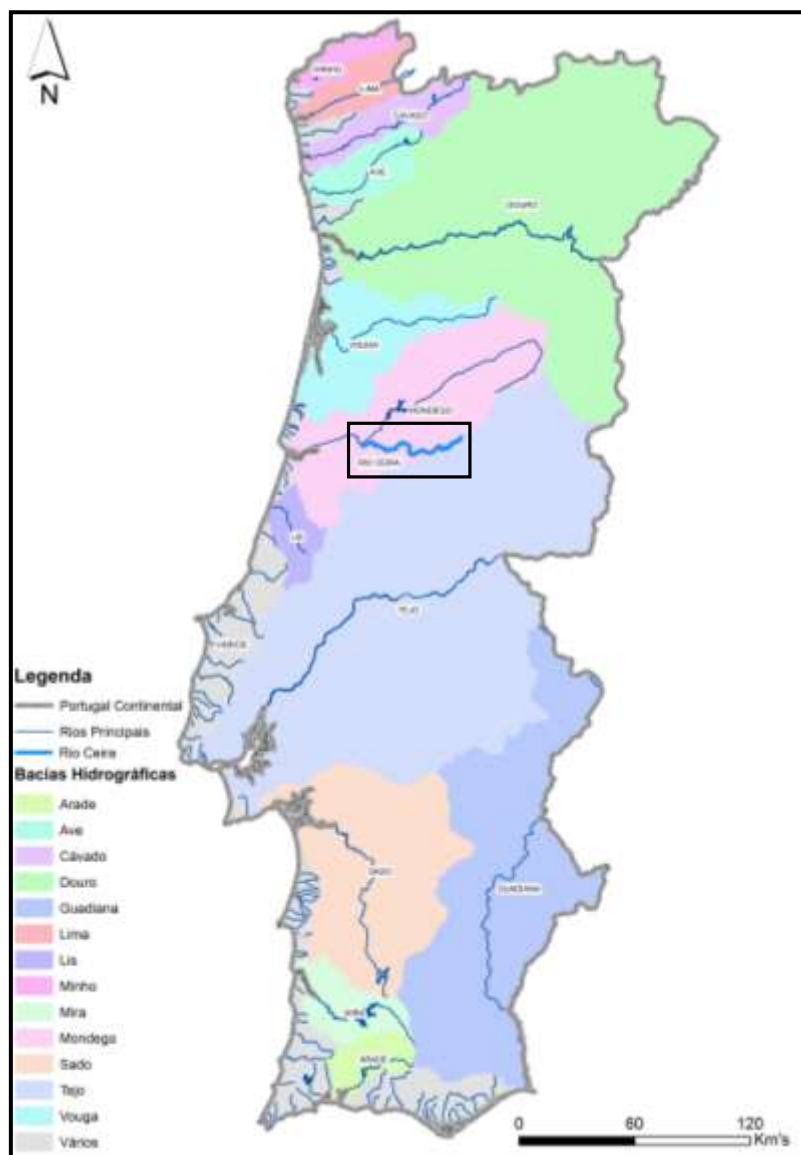
No segundo caso, mais recente (com apresentação em fevereiro de 2014), as Câmaras Municipais do Sabugal e de Penamacor pretendem criar o primeiro parque europeu de turismo sustentável transfronteiriço do património – o *Linx Park* (Lince Parque). Segundo as informações disponibilizadas pelos autarcas à imprensa, o projeto deverá ser candidatado aos fundos do quadro comunitário 2014-2020 e já se encontra em fase de adjudicação de estudo, com o intuito de delinear qual a melhor forma para avançar com o *Linx Park*, o que, à partida, deverá ser feito em conjunto com as localidades vizinhas de Espanha.

Pretende preservar e valorizar um conjunto de património natural, cultural e paisagístico que é relevante para o desenvolvimento da região. O objetivo é que tal permita um maior aproveitamento do território, designadamente em termos desportivos e turísticos, em articulação com a salvaguarda da natureza.

4. Parque Patrimonial do Vale do Ceira

O território rural é uma figura heterogénea fundamentada numa série de fatores e elementos singulares destacando-se, entre outros, os núcleos populacionais, os terrenos de uso agrícola ou a arquitetura tradicional. São características que, pela sua especificidade, se convertem em recursos que dotam o território de pontos fortes que se podem integrar em estratégias de desenvolvimento e oportunidades de futuro para a população local.

O projeto do Parque Patrimonial do Vale do Ceira¹⁶ (figura 1) assenta numa visão contemporânea do conceito de património, o que pressupõe, desde logo, assumir o envolvimento das populações e organismos locais e a adopção do conceito de paisagem cultural, aquela que é gerada pelo binómio natureza-cultura, ou seja, “o registo da acção humana sobre o território” (Sauer, 1925, citado por Martins, 2011).



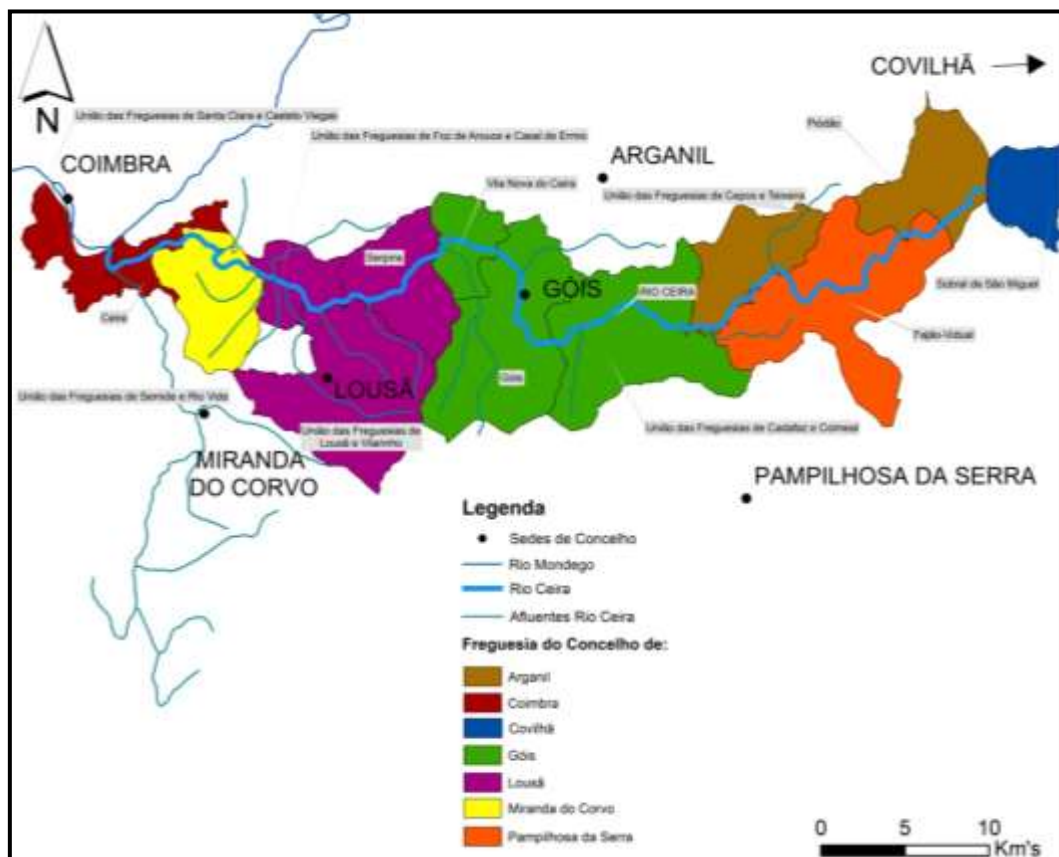
Elaboração própria (de Luiz Alves) a partir de: Atlas do Ambiente Digital

Figura 3. Enquadramento geográfico do rio Ceira no contexto das bacias hidrográficas de Portugal Continental

¹⁶ A proposta apresentada pela Lousitânea – Liga de Amigos da Serra da Lousã, tem como referência os trabalhos desenvolvidos pelo Parque Patrimonial do Mondego.

De forma simplificada, tanto sob o ponto de vista fisiográfico (geomorfologia, biogeografia e hidrologia) como no que concerne à utilização/ocupação do território, podemos considerar que o rio Ceira (figura 2) apresenta duas unidades paisagísticas principais, a saber:

- Alto Ceira, desde a nascente até perto da vila de Góis;
- Baixo Ceira, a partir da vila de Góis e até à foz (na proximidade da cidade de Coimbra).



Elaboração própria (de Luiz Alves) a partir de: Atlas do Ambiente Digital

Figura 4. Enquadramento administrativo do vale do rio Ceira

Porém, uma análise mais aprofundada à paisagem será fundamental para uma caracterização mais completa deste afluente do Mondego, designadamente a sua desagregação em sub-unidades, destrinçadas pelo grau de homogeneidade interna que possam evidenciar e a sua distinção das demais.

No Alto Ceira, as paisagens revelam em maior amplitude as marcas das influências geofísicas, com relevos acidentados, elevações consideráveis e declives

acentuados, que se traduzem num Ceira serrano (ou de montanha), de formações xistosas, apenas rasgadas por cristas quartzíticas, com predomínio de culturas de cereais pobres, como o centeio, embora com grande peso na cultura do milho até tempos pouco recuados, e atividades como a pastorícia (que já teve maior relevância na economia local) e a silvicultura, entre outras.

A jusante da vila de Góis, podemos já considerar um Ceira de várzeas (apenas pontualmente assume uma configuração de vale apertado e traçado sinuoso, como acontece em particular no troço Segade-Cabouco), com solos mais ricos em aluviões e de maior amplitude (dimensão), o que explica o predomínio de outras atividades, quer no passado, quer no presente, com destaque para os viveiristas.

Por outras palavras, o rio Ceira, cuja nascente está localizada nas cumeadas da Serra do Açor (sensivelmente a meio do bloco noroeste da cordilheira central), percorre serras de xisto e alguns relevos quartzíticos, antes de entrar na bacia sedimentar de Lousã- Arganil; em seguida, em jeito de derradeira etapa do seu percurso, atravessa o rebordo montanhoso do maciço antigo, e segue caminho para entregar as suas águas ao Mondego, às portas de Coimbra.

As dinâmicas naturais e antrópicas no vale do Ceira ao longo das últimas décadas, designadamente o desaparecimento e a degradação de partes significativas do património construído nas margens do rio, a alteração e a degradação do revestimento florístico, o declínio demográfico, a deficitária base económica em grande parte das aldeias mais distantes das sedes de concelho, a par do crescente envelhecimento populacional e do aumento do risco de perda de alguns dos saberes ancestrais, entre outras, são sinais de preocupação e o ponto de partida para que possamos enveredar esforços com vista a estruturar uma proposta capaz de assumir-se como uma mais-valia para induzir dinâmicas positivas de desenvolvimento nesta região. Ao mesmo tempo, para além dos desafios evidenciados, são reconhecidos ao vale do Ceira oportunidades de desenvolvimento, através da promoção dos seus recursos e produtos, em estreita relação com a valorização da sua paisagem cultural que, a par de vários elementos diferenciadores, poderão ser fatores importantes para a sua revitalização.

Ao vale do Ceira será fundamental lançar um projeto que alie conservação e salvaguarda do património cultural e natural à sua valorização e divulgação, com o propósito de gerar mais-valias económicas para o território, por via de uma relação que se pretende biunívoca. De facto, a existência de uma série de recursos patrimoniais e a sua disponibilidade justificam a criação e implementação deste projeto como uma

estratégia de desenvolvimento que promova a revitalização económica e social da região.

Deste modo, acreditamos que o vale do Ceira apresenta condições excecionais para oferecer atividades de lazer e turismo atraentes, que enriquece a cultura, valoriza a identidade local e promove o desenvolvimento económico. Porém, neste caso, não falamos de um qualquer segmento de turismo. Ao invés propomos a fundamentação do seu desenvolvimento numa base estruturada em torno dos segmentos do turismo cultural e de natureza. Neste contexto convém vincar que estes segmentos são muito menos afetados pelo fenómeno da sazonalidade do que, por exemplo, o turismo balnear, apresentando uma distribuição mais equilibrada de entradas de turistas ao longo do ano. Por outro lado, em termos médios, o seu gasto é superior, apresentam boas práticas de fruição e de respeito pelo património, valorizam os produtos locais de qualidade e a genuinidade cultural, a par da interação com a população local e os seus saberes.

Para além disso, de uma forma geral, constituem modalidades turísticas que requerem menos urbanização, menos edificação e menos infraestruturas viárias, logo, pressupõem menores impactos ambientais adversos e menor esforço de investimento. Podemos assim afirmar que os parques patrimoniais enquadram-se, de modo indireto, nas preocupações do turismo sustentável.

Para a realização do projeto, existe um vasto número de necessidades a realizar, entender, ponderar e estudar. O projeto deve estar assente em vários objetivos parciais, como a identificação e descrição de paisagens e recursos patrimoniais existentes ao longo das margens do rio. Este objetivo é complementado com a análise das informações necessárias para fundamentar a proposta de criação do parque patrimonial.

Uma vez analisados e cartografados os recursos singulares do território, são ponderados os valores mais significativos que acreditamos justificar a proposta, incluindo neles: valores paisagísticos e culturais; valores estéticos; valores económicos.

Neste contexto, torna-se imperativo fundamentar a lógica a gerar pelo projecto, de forma ponderada e participada entre os vários agentes locais, para que se possam definir os principais elementos do projecto, na sua fase inicial, de arranque, como sejam:

- Definição de área e subáreas do parque;
- Inventariação, sinalização e hierarquização de pontos marcantes/recursos patrimoniais;

- Localização de nós: centros de interpretação, portas de entrada e interfaces modais;
- Desenho de um sistema integrado de roteiros pedagógicos, lúdicos e turísticos, com base nos pontos sinalizados.

Por fim, o pré-projeto apresentado define, numa primeira fase, os principais objetivos ao qual o Parque Patrimonial deve dar resposta, que incidam, prioritariamente, na valorização territorial como forma de aumentar a qualidade de vida das populações locais e a sua revitalização económica e social, a saber:

- Revalorização e revitalização da paisagem do vale do rio Ceira num quadro de sustentabilidade ambiental, social e económica, contribuindo assim para atrair investidores e turistas e, sobretudo, para reforçar a auto-estima das populações;
- Tornar-se numa infraestrutura de ócio e cultura dinâmica e flexível, apoiada numa visão próativa, reflexiva e criativa do património e da história local e adaptável aos interesses dos visitantes, tendo por base os segmentos do turismo cultural e de natureza.

Por outro lado, torna-se imperativo proceder à identificação das linhas estratégicas ou ações prioritárias no quadro de atuação do Parque Patrimonial do Vale do Ceira, podendo ser consideradas as seguintes:

- Utilizar o instrumento de abordagem territorial que tem produzido efeitos bastante positivos em vários exemplos por todo o mundo, com a criação do parque patrimonial, num contexto de desenvolvimento territorial de escala regional e de cooperação intermunicipal;
- Projetar os roteiros como expressão física de ideias culturais e ambientais, conferindo-lhes um desenho ambivalente, e dotando-os de diferentes meios de locomoção em função do que mais se aproxime do momento histórico original;
- Recorrer às tecnologias da informação e da comunicação, colocando-as ao serviço da recolha de dados, da georreferenciação, da gestão territorial, da informação turística e do interface com os visitantes;
- Estabelecer parcerias com instituições de Ensino Superior tendo em vista a organização de *workshops*, de seminários e estágios que visem o estudo mais aprofundado dos vários elementos da paisagem do vale do Ceira, nas vertentes cultural (material e imaterial) e natural;

- Produzir recolhas documentais e orais sobre as tradições do vale do Ceira,
- Desenvolver um fórum de discussão junto dos atores e das populações locais;
- Implementar a educação ambiental e patrimonial no contexto dos residentes, dotando-os de ferramentas essenciais para o contacto com turistas e outros visitantes;
- Promover o envolvimento do tecido empresarial da Região e da diáspora da Beira Serra.

5. Notas finais

O resultado dos levantamentos efetuados nas margens do rio Ceira nos municípios de Arganil, Góis e Pampilhosa da Serra, constituiu o ponto de partida para delinear uma estratégia que possa contribuir para atenuar/contrariar o declínio socioeconómico das populações deste território e a degradação da paisagem cultural do Ceira, através da criação e dinamização do projeto do Parque Patrimonial do Vale do Ceira (PPVC).

Assim, apresenta-se como imperativo compreender que a paisagem humanizada do rio Ceira e o seu património material e imaterial, podem ser elementos fundamentais na revalorização territorial, com base na criação de um instrumento de desenvolvimento sustentável, e mediante o planeamento estratégico da estruturação da oferta turística e de lazer. Porém, o trabalho de base deve partir sempre da hipótese de análise do rio Ceira como matriz geográfica e cultural, ou seja, como um “núcleo genético” que explique e sintetize a identidade do território.

Referências bibliográficas

- Aguilar, M. C.; García, E. M.; Serrano, A. J. (2013). “Los parques patrimoniales: un instrumento de desarrollo sostenible”. *EXEDRA – Revista Científica ESEC*, nº 7 – Artes e Humanidades. Coimbra. Disponível em: <http://www.exedrajournal.com/wp-content/uploads/2014/08/01AH-V2.pdf>
- Almeida, M. (2007). “O mundo rural e os novos desafios”. In *Periférias e Espaços Rurais. Comunicações Apresentadas ao II Congresso de Estudos Rurais*, pp. 295-318. Editora Principia. Estoril.
- Alonso, P. (2014). “La transición al pos-productivismo: parques patrimoniales, parques culturales y ordenación territorial”. *EURE – Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, vol. 40, nº 119, pp. 217-238. Disponível em: <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v40n119/art10.pdf>
- Alves, L. (2014). *Processos de Mudança, Turismo e Desenvolvimento Rural: As Aldeias do Xisto do Concelho de Góis e o Papel da Lousitânea*. Eumed.net –

- Enciclopédia. Disponível em: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1434/index.htm>.
- Alves, L.; Carvalho, P. (2015). “Geocaching e descoberta/valorização de territórios rurais. A sua geografia em Portugal e o exemplo da Serra da Lousã”. In Carvalho, P. (coord.): *Lazeres Ativos I*. Eumed.net – Enciclopédia. Disponível em: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1426/>
- Alves, L.; Carvalho, P. (2014). “Ecomuseus e desenvolvimento local: o caso do Ecomuseu Tradições do Xisto (Serra da Lousã)”. *Revista Delos* (Desarrollo Local Sostenible). Grupo Eumed.net/Univerisdade de Málaga e Red Académica Iberoamericana Local-Global. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/delos/20/ecomuseus.html>
- Bustamante, L.; Ponces, C. (2004). “Paisajes culturales: el parque patrimonial como instrumento de revalorización y revitalización del territorio”. *Theoria*, vol. 13, pp. 9-24. Disponível em: <http://www.ubiobio.cl/theoria/v/v13/1.pdf>
- Carvalho, P. (2009). *Património Construído e Desenvolvimento em Áreas de Montanha, O Exemplo da Serra da Lousã*. Lousã Edição da Câmara Municipal da Lousã.
- Cavaco, C. (1996). “Do Despovoamento Rural ao Desenvolvimento Local: Desafio ou Utopia?”. In *Dinamismos sócio-económicos e (re)organização territorial: processos de urbanização e de reestruturação produtiva*. Coimbra, Instituto de Estudos Geográficos, pp. 333-355.
- Covas, A. (2008). *Ruralidades III - Temas e Problemas da Ruralidade Pós-agrícola e Pós-convencional*. Universidade do Algarve. Faro.
- Domingues, A. (2012). *A Vida no Campo*. Porto, Dafne Editora.
- Ferrão, J. (2000). “Relações entre mundo rural e mundo urbano. Evolução histórica, situação actual e pistas para o futuro”. *Sociologia, Problemas e Práticas*, Lisboa, n.º 33, pp. 45-54.
- Jacinto, R. (1995). “O Mundo Rural e o seu Desenvolvimento”. *Cadernos de Geografia*, Coimbra, nº 14, pp. 143-145.
- Martins, N. (2011). *Projecto Territorial do Parque Patrimonial do Mondego – revisitações da paisagem cultural ribeirinha*. Dissertação de Mestrado em Arquitectura, com especialização em Planeamento Urbano e Territorial. Faculdade de Arquitectura. Universidade Técnica de Lisboa. Lisboa. Disponível em: <http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/2985>
- Martins, N.; Costa, C. (2009). “Património, paisagens culturais, lazer e desenvolvimento sustentável. Parques temáticos vs parques patrimoniais”. *EXEDRA – Revista Científica ESEC*, Número temático Turismo 7 de 2009. Coimbra. Disponível em: http://www.exedrajournal.com/docs/S-tur/04-nuno-martins_claudia-coosta-76.pdf
- Moreno, L. (2007). *Desenvolvimento Local em Meio Rural: Caminhos e Caminhantes*. Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Pla, J.; GARCÍA, García, E. (2009). *El diseño de um parque patrimonial municipal como estrategia de desarrollo local. Los casos de Cortes de Pallás e de Arcos de Las Salinas*. In IV Jornadas valencianes d’estudis regionals. Valencia, 2009. Disponível em:

<http://www.reunionesdeestudiosregionales.org/valencia2009/htdocs/pdf/p192.pdf>

Rodrigues, J. (2007). *Turismo e Espaço Rural: Convivências, Conflitos e Harmonia – o Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Coimbra.