

Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Gestão de Tomar

Lígia Vanessa Lopes Farinha Marques

**Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira:
Proposta de Musealização**

Dissertação de Mestrado

Orientado por:

Doutor Luís Mota Figueira – Instituto Politécnico de Tomar

Coorientado por:

Doutor José Manuel Lopes Cordeiro – Universidade do Minho

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Tomar

para cumprimento dos requisitos necessários

à obtenção do grau de Mestre

em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural

Ao meu padrinho...

RESUMO

Nos últimos anos tem crescido o interesse pela preservação e reutilização do património industrial um pouco por todo o mundo. Como prova disso são os cada vez mais artigos científicos e estudos sobre a temática da arqueologia industrial que se produzem e publicam, bem como a promoção de atividades de sensibilização para o tema. O Turismo Industrial tem assim um lugar no panorama turístico nacional e com bastante potencial de crescimento por se encontrar ainda em fase inicial de expansão.

Com esta dissertação pretende-se dar a conhecer o Tramagal como detentor de património arqueológico industrial suscetível de ser turistificado com intuito também à preservação e didática da memória desse legado.

O património industrial do Tramagal assenta no legado da Metalúrgica Duarte Ferreira – edifício, acervo e memória – que merece toda a atenção enquanto património arqueológico industrial local, com projeção nacional e internacional, tendo em conta a importância que a MDF teve para o desenvolvimento da região e seu contributo para a industrialização do país bem como a sua projeção na Europa e África colonial, durante praticamente todo o século XX.

Imputámos a este trabalho uma componente prática e elucidativa sobre a forma de preservação e didática do património industrial, através da proposta de musealização do acervo da MDF, que esperamos contribua para o estudo do Turismo Industrial.

Palavras-chave: Memória; Património e Arqueologia Industrial; Turismo; Museologia.

ABSTRACT

In recent years there has been growing interest in the preservation and reuse of industrial heritage all over the world. As proof of this, there is the increasing number of scientific articles and studies on the theme of industrial archeology that are produced and published, and the promotion of activities to raise awareness of the issue. The Industrial Tourism thus has a place in the evolving national tourism and it has enough growth potential as it is still in its initial stage of expansion.

With this work we intend to make Tramagal known as having an archaeological industrial heritage, which can be used by tourism, and also contribute to the preservation of this legacy, as well as making it didactic.

The industrial heritage of Tramagal based on the legacy of Metalúrgica Duarte Ferreira - building, collection and memory - deserves all the attention as an industrial archaeological site, with national and international projection. Also we must consider the importance that MDF had in the development of the region and its contribution both to the country's industrialization and to its projections in Europe and colonial Africa, during the entire twentieth century.

We included in this study a practical and informative component on the preservation and teaching of the industrial heritage, through the proposed musealization of the MDF's acquis, which we hope will contribute to the study of the Tourism Industry.

Keywords: Memory; Industrial Heritage and Archeology; Tourism; Museology.

AGRADECIMENTOS

Um trabalho de investigação, como o é a realização de uma dissertação, é um percurso solitário, mas para que se consiga alcançar as metas a que nos propomos, necessita da compreensão, apoio e incentivo de quem nos rodeia e está mais próximo. Por essa razão não devemos esquecer o reconhecimento e agradecimento a todos quanto, de uma forma ou de outra, nos ajudaram a alcançar e a valorizar o resultado final.

Assim, deixo o meu reconhecimento ao Doutor Luís Mota Figueira, orientador desta dissertação, por ter despertado em mim o interesse para a arqueologia, património e turismo industrial e dessa forma por ter contribuído para que descobrisse aqui uma paixão e uma vocação. Obrigada por isso. Agradeço-lhe ainda pelo apoio e incentivo sincero, principalmente quando se começava a instalar o cansaço e o desânimo, que em certos momentos um trabalho de investigação desta natureza provoca.

Deixo igualmente o meu agradecimento ao Doutor José Manuel Lopes Cordeiro, coorientador desta dissertação, pelo privilégio que foi ter tão pronta e gentilmente aceite o convite que lhe enderecei e por todo o apoio que manifestou para a valorização do resultado final deste trabalho. Muito Obrigada.

Um agradecimento especial à Futrifer, nas pessoas do Sr. Joaquim Dias Amaro e Eng^o Jorge Santos Silva que me permitiram o total e livre acesso ao espólio da MDF, sem o qual nunca poderia obter o resultado final aqui apresentado.

O meu reconhecimento é ainda devido à Câmara Municipal de Abrantes e à Junta de Freguesia de Tramagal, nas pessoas dos seus presidentes, respetivamente, Dr^a Maria do Céu Albuquerque e Sr. Victor Hugo Cardoso, pela confiança que em mim depositaram para levar a cabo o inventário do espólio da MDF e contributo no projeto museológico do futuro museu. Este contacto mais pormenorizado possibilitou uma investigação ainda mais aprofundada deste património industrial e que certamente se refletiu no resultado final deste trabalho.

Outros agradecimentos se impõem à Arqt. Joana Chambel por me ter facultado os projetos de arquitetura e requalificação do edifício do futuro museu; à Dr.^a Isilda Jana por todas as informações e apoio na discussão de ideias e muito especialmente aos meus amigos Eng.^o Renato Sousa por todo o incentivo, paciência e apoio na execução do projeto

de proposta de museografia, bem como à Dr.^a Susana Domingues e Sr. José Filipe Maximiano pelo privilégio de aprendizagem e demonstração de apoio e incentivo incondicionais.

Uma palavra não menos especial ao meu marido e outros familiares pela tolerância demonstrada em momentos de maior pressão e inquietude.

Por fim, um agradecimento a todos os inquiridos, professores, colegas e amigos que de uma forma direta ou indireta contribuíram no desenvolvimento e conclusão deste trabalho.

Índice

Introdução.....	1
Objetivos do estudo: gerais e específicos.....	3
Metodologia.....	5
1. Enquadramentos legais e espaciais.....	7
1.1. Enquadramento local.....	7
1.2. Enquadramento regional.....	9
1.3. Enquadramento nacional.....	12
1.4. Enquadramento europeu e internacional.....	17
2. Enquadramentos teóricos e conceituais.....	21
2.1. Turismo.....	21
2.2. Turismo Cultural.....	25
2.2.1. Património cultural.....	31
2.2.2. Turista cultural.....	33
2.3. Repositórios e inventários turísticos: breve relance.....	35
2.4. Turismo industrial.....	39
2.5. Museus e musealização.....	44
2.5.1. Evolução museológica.....	47
2.5.2. Museus em Portugal.....	52
2.5.3. Acervos e coleções.....	59
2.6. Arqueologia industrial e seu património.....	60
3. A relação Museus - Turismo.....	69
3.1. Novos museus, novos públicos.....	71
3.2. Marketing e planos de comunicação nos museus.....	72
3.3. A relação tripartida: Cultura, museus e turismo.....	75
4. O património em estudo: breve resenha histórica e proveniência do acervo.....	77
4.1. O território e o património no Tramagal: breve caracterização.....	77
4.2. O projeto industrial de Eduardo Duarte Ferreira: a empresa MDF.....	82
4.3. O valor patrimonial do Tramagal – acervo e potencial museológico do espólio da MDF93.....	82
4.4. Avaliação do potencial turístico do Tramagal na região: reflexão preliminar.....	97
5. O museu MDF e os seus públicos: visão prospetiva.....	99
5.1. O projeto existente – Núcleo Museológico Industrial do Tramagal.....	100

5.2.	A proposta – Museu Metalúrgica Duarte Ferreira	103
5.2.1.	O nome.....	103
5.2.2.	A marca.....	105
5.2.3.	Visão, Missão, Objetivos e Metas	107
5.2.4.	O acervo – musealização	110
5.2.5.	O projeto	111
5.2.6.	Acessibilidades e Parcerias.....	126
5.2.7.	Serviços Educativos.....	133
5.2.8.	Definição do Público-alvo (segmentação).....	136
5.2.9.	Estratégias de <i>marketing-mix</i> :	137
	Produto	138
	Distribuição.....	140
	Comunicação	142
	Preço	143
	Pessoas.....	145
5.2.10.	Limitações da proposta	146
	Considerações finais	147
	BIBLIOGRAFIA	149
	ANEXOS	165
	Anexo I – Protocolo do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal – Rede Museológica de Abrantes.....	165
	Anexo II - Questionários	173
	Resultados dos questionários realizados através do <i>Survey Monkey</i>	178
	Respostas aos 10 questionários realizados a pessoas que pela sua profissão ou posição social têm uma opinião que tem relevância e influência na sociedade.	187
	Anexo III – Projetos arquitetónicos e museográficos da proposta	229
	Anexo IV - Programa e Comunicação na Mesa Redonda realizada no âmbito desta Dissertação de Mestrado	241
	Anexo V – Programa das XI Jornadas de História Local	249
	Anexo VI – Programa das II Jornadas de Arqueologia do Vale do Tejo	253

Índice de Ilustrações

Ilustração 1: Mapa de Fregusias de Abrantes - Localização da Freguesia de Tramagal	77
Ilustração 2: Localização de Tramagal no mapa nacional.....	78
Ilustração 3: Heráldica da Freguesia de Tramagal	79
Ilustração 4: Eduardo Duarte Ferreira	82
Ilustração 5: Primeiras instalações no centro de Tramagal (Por volta de 1910).....	84
Ilustração 6: Placa publicitária à Fábrica do Tramagal	85
Ilustração 7: Edifício do escritório principal da MDF (cerca de 1920).....	86
Ilustração 8: Desenho Técnico da imagem de marca da MDF - a borboleta.....	87
Ilustração 9: Filial da MDF em Lisboa.....	88
Ilustração 10: Ceifeira Debulhadora e Enfardadeira Tramagal - MDF	89
Ilustração 11: Selo da Caixa de Previdência do Pessoal da MDF	90
Ilustração 12: Frente de um camião militar Berliet-Tramagal.....	91
Ilustração 13: Camião Guindaste Berliet-Tramagal	92
Mapa Conceptual 14: Acervo e potencial museológico da MDF – conceitos e objetivo	93
Ilustração 15: Desenho técnico, a tinta-da-china, de uma máquina para gaseificar vinhos.....	94
Ilustração 16: Charrua dupla. Espólio MDF.....	95
Ilustração 17: Acessório de secretária em prata. Espólio MDF.....	95
Ilustração 18: Edifício do antigo Escritório Principal da MDF	96
Ilustração 19: Museu A Forja	102
Ilustração 20: Reclame luminoso	106
Ilustração 21: Publicidade a entidades que usam ainda como marca a borboleta	106
Ilustração 22: Diferentes imagens do símbolo de marca da MDF.....	107
Ilustração 23: Secretária de Eduardo Duarte Ferreira.....	113
Ilustração 24: Cofre	114
Ilustração 25: Grade de facas (malhador de favas).....	114
Ilustração 26: Monumento de homenagem a Eduardo Duarte Ferreira.....	115
Ilustração 27: Moinho de Resina	115
Ilustração 28: Charrua de tração animal B8	116
Ilustração 29: Bomba de água do tipo Califórnia	116
Ilustração 30: Maquete/Réplica de Lagar MDF	117
Ilustração 31: Engenho de furar.....	117
Ilustração 32: Peça de laboratório para ensaios mecânicos	118
Ilustração 33: Porta da Casa Forte.....	119
Ilustração 34: Cofre que sofreu atentado no pós 25 de Abril	120
Ilustração 35: Um dos primeiros estiradores da secção de desenho da MDF.....	121
Ilustração 36: Máquinas fotográficas Ernest Leitz Wetzlar	121
Ilustração 37: Banda Filarmónica da União Fabril do Tramagal 1901.....	123
Ilustração 38:Foto de ‘família’ – mais de 500 funcionários em 1937	124
Ilustração 39: Máquina tipográfica.....	125

Ilustração 40: Relógio de Ponto.....	125
Ilustração 41: Troféus dos concursos intersecções durante as comemorações dos 1º de Maio	126
Ilustração 42: Bloco de notas.....	129
Ilustração 43: Bloco para colorir	129
Ilustração 44: Porta-chaves.....	130
Ilustração 45: Cinzeiro.....	130
Ilustração 46: Pregadeira	130
Ilustração 47: Livros sobre a vida e obra de Eduardo Duarte Ferreira	131
Ilustração 48: Peluche.....	131
Ilustração 49: Pista para carrinhos de brincar	132
Ilustração 50: Bolacha	132

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Underlying Principles of Cultural Tourism.....	30
Tabela 2 - Tipologias de Museus em Portugal	57
Tabela 3 - Património Industrial classificado pelo IGESPAR.....	64
Tabela 4 - Exemplos de aplicação do <i>marketing-mix</i> aos museus.....	74
Tabela 5 - Fauna e Flora	81
Tabela 6: Definição dos Objetivos e Metas	109

Lista de Siglas e Abreviaturas

APPI – Associação Portuguesa para o Património Industrial

ARTRAN – Associação de Reformados de Tramagal

CCDRCentro – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro

CE – Comissão Europeia

CMA – Câmara Municipal de Abrantes

CRER 2020 – Competitividade Responsável, Estruturante e Resiliente - Centro de Portugal 2020

ENDS – Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável

HP – Horse Power (unidade de medida de potência, em português CV – Cavalo- vapor)

ICOM – International Council of Museums

ICOMOS – International Council on Monuments and Sites (Concelho Internacional de Monumentos e Sítios)

IMC – Instituto dos Museus e da Conservação

ISO – International Organization for Standardization

LEADER – Liaison Entre Actions de Développement de L'Économie Rurale

MDF - Metalúrgica Duarte Ferreira

OMT – Organização Mundial do Turismo

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

PME - Pequenas e Médias Empresas

PRODER – Programa de Desenvolvimento Rural

PROT-OVT - Plano Regional do Ordenamento do Território do Oeste de Vale do Tejo

QREN – Quadro de Referência Estratégica Nacional

RPM – Rede Portuguesa de Museus

TICCIH – The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage (Comissão Internacional para a Conservação do Património Industrial)

TSU – Tramagal Sport União

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura)

UTIT – Universidade da Terceira Idade do Tramagal

Introdução

Tendo sido o Tramagal um referente de grande importância nacional e reconhecimento internacional da metalurgia, e havendo um importante legado dessa "Grande Fábrica do Tramagal", como era conhecida nos seus tempos áureos, legado esse que apesar de alienado do seu cerne inicial, na realidade se mantém, resiste, é nossa convicção a urgência e a justeza da preservação dessa herança patrimonial tangível e intangível.

Este legado que ainda hoje encontramos tem várias proveniências e dessa forma marcou em várias vertentes. Marcas urbanas - por todo o património edificado (pavilhões da fábrica, edificado residencial urbano de bairros fabris, imóveis de cariz social, cultural, recreativo e desportivo); marcas culturais pela diversidade da proveniência dos operários desta fábrica, que vinham de todo o país e que com eles traziam formas de estar e de ser características das suas regiões de origem; marcas relacionadas com o acervo museológico existente propriamente dito (fotografias, documentos, exemplares da produção da Metalúrgica, desenhos técnicos de máquinas e peças, etc.), ou ainda marcas da memória coletiva da essência do 'velho' Eduardo e da grande fábrica que ele criou. Ainda que hoje grande parte desse património seja essencialmente arqueologia industrial, deve ser conservado, preservado, comunicado para as gerações futuras. A forma de o fazer que propomos nesta dissertação é a da musealização e da sua turistificação sustentável.

Com este trabalho pretendemos dar um contributo no entendimento e reconhecimento do Tramagal como sendo detentor de potencial turístico, decorrente da sua história, do seu património arqueológico industrial e seu contexto, em todas as vertentes que esse património implica.

A arqueologia industrial como método de estudo, investigação e defesa do património industrial está num cada vez maior crescendo como movimento cultural e social (ARECES, 2001:7). Este crescente interesse pelo património industrial leva também a uma crescente revitalização económica e recuperação de autoestima dos territórios onde antes haviam atividades de industrialização e agora apenas restam memórias e património arqueológico, como é o caso do Tramagal e da MDF.

É desta premissa que surge também o conceito de cidades criativas, no que diz respeito à atribuição de nova 'roupagem' e utilização de edifícios, muitas vezes devolutos, e que

outrora foram fábricas pulsantes de gente, produção e dinamização económica, e que podem agora, como que renascendo das cinzas, voltar a encher-se de vida através da criatividade e da atração de conhecimento, talentos e inovação, sempre numa base da tolerância.

Sendo o Turismo uma atividade económica com grande importância a nível mundial e com uma crescente evolução, julgamos que é pertinente pensarmos numa vertente do turismo que possibilite responder às necessidades, desejos e aspirações de cultura e conhecimento dos turistas de hoje.

Devido a uma alteração no paradigma social, hoje o turista é alguém mais informado e mais exigente de qualidade, autenticidade e veracidade naquilo que procura vivenciar e experienciar.

Consideramos que o Turismo Cultural é aquele que mais eficazmente responde a estas exigências, já que a cultura é um dos recursos de maior expressão e atratividade na atualidade do panorama turístico internacional (OCDE, 2009:19). Se a esta convicção juntarmos o facto de olharmos para os recursos endógenos que um território tem para oferecer e constatarmos que esses recursos patrimoniais são maioritariamente de cariz industrial, podemos afirmar que, e no caso do Tramagal, o que este território tem de mais diferenciador para oferecer, do ponto de vista turístico é essa tradição, esse legado industrial. Então estamos capazes de afirmar que o Turismo Industrial é a solução, como vertente do Turismo Cultural que é (ARECES, 2001:65).

Desta forma, e incidindo o nosso estudo no território Tramagal e no seu património industrial, pretendemos apresentar uma solução para melhor preservar, divulgar e rentabilizar esse legado. Assim numa abordagem turística ao legado da MDF, propomos a sua musealização sob o chapéu da nova museologia, da criatividade e da sustentabilidade holística do Turismo e dos territórios.

Objetivos do estudo: gerais e específicos

A escolha deste tema prende-se com o nosso interesse pelo Turismo Industrial, Património Industrial e Arqueologia Industrial, desenvolvido no decorrer deste Mestrado. Sendo a autora natural de Tramagal onde existe um espólio, uma história, um passado e uma memória de uma importante indústria nacional do século XX, a Metalúrgica Duarte Ferreira, fez todo o sentido que enveredássemos por esta temática.

Os nossos principais objetivos são:

- Apresentar uma proposta de musealização de um acervo industrial que possa eventualmente ser adaptado a outros da mesma categoria.
- Contribuir para o estudo do Turismo Industrial tendo por base um caso específico – Metalúrgica Duarte Ferreira em Tramagal.
- Contribuir para o reconhecimento e sensibilização da necessidade de preservação deste património arqueológico industrial em particular e da sua memória.
- Contribuir para uma revalorização da marca Tramagal – cujo símbolo é a borboleta.
- Propor uma forma de museu industrial no Tramagal, estudar o seu potencial e expor qual a sua validade e/ou interesse para o turismo e desenvolvimento locais.
- Propor uma forma de didática do património.
- Contribuir para o aumento do turismo em Tramagal e por conseguinte em Abrantes na sequência da sua rede museológica, da qual fará parte o museu aqui proposto.
- Chamar a atenção para o potencial do turismo industrial neste território enquanto município com uma vertente industrial tão acentuada, com bastante potencial, a nosso ver, para transformar esses recursos em atrativos turísticos e que em última análise, serão igualmente ativos dinamizadores da economia local.

Metodologia

Procedeu-se à recolha de informação e base bibliográfica sobre as temáticas envolvidas para a elaboração do trabalho tais como: informação sobre a MDF – origens, história, fim e legado; sobre quem foi Eduardo Duarte Ferreira e que herança deixou ao Tramagal e contributo para a história do país; que projetos existem para o acervo da MDF – musealização (ideias e protocolo); museus, musealização, novas tendências museológicas; e por último base teórica sobre o tema de fundo – Património, Arqueologia e Turismo Industriais.

Uma vez que a escolha do tema da dissertação já estava feita desde o 1º ano deste mestrado, foi-se procedendo, sempre que possível, a visitas a museus industriais e de cariz rural que pudessem ajudar a compreender e a perceber in loco que tipo de exposições e oferta museológica e educativa se está a realizar de momento a nível nacional. Assim visitaram-se os: Museu da Chapelaria, Museu Municipal de Portimão – Fábrica La Rose, Centro Ciência Viva das Minas do Lousal; Museu Agrícola dos Riachos; Museu das Aldeias e Fábrica Museu Viarco.

Realizaram-se conversas informais com personalidades locais para recolha de informação *in situ* do que foi a MDF e do que poderá ser ou o que se pretende que seja o museu.

Foram ainda efetuados dois tipos de questionários: uns anónimos através da aplicação *online Survey Monkey* que foram difundidos via *e-mail* e *Facebook*; e outros a dez pessoas do Tramagal que pela sua profissão e/ou papel na sociedade. Considerou-se que as suas opiniões teriam alguma relevância/ impacte nessa mesma sociedade. Os dois tipos de questionários foram dirigidos a pessoas residentes ou oriundas de Tramagal, ou que tenham interesse ou ainda algum conhecimento de causa da MDF.

Para fundamentação deste trabalho procedeu-se à recolha de fotografias do acervo existente no edifício do futuro Museu Metalúrgica Duarte Ferreira, bem como de todas as imagens consideradas relevantes para o efeito.

Procedeu-se ainda à elaboração do esquiço, da virtualização desta proposta de musealização, em programa informático adequado e com o auxílio do Engenheiro Civil Renato Sousa. Este projeto de museografia foi submetido a uma avaliação sob

comunicação na Mesa Redonda com o título “A MDF e a Arqueologia Industrial do Médio Tejo”. Nesta, participaram o Professor Doutor Jorge Custódio e seus alunos de Mestrado e de Doutoramento no dia 15 de Outubro de 2013. A finalidade deste evento foi o de se aprender, trocar conhecimento e experiências com outros oradores e ainda colocar à prova a proposta apresentada nesta dissertação. Tendo em conta esses mesmos oradores e as suas experiências, foi útil entender as suas opiniões e sugestões que se revelaram bastante relevantes assim como a do público presente.

Todos estes contributos fortaleceram a estratégia metodológica que havíamos desenhado no início da investigação.

1. Enquadramentos legais e espaciais

1.1. Enquadramento local

Consideramos como território do nosso estudo, do ponto de vista geográfico e administrativo, o concelho de Abrantes e mais concretamente a freguesia e vila de Tramagal.

Refere a Presidente da Câmara Municipal de Abrantes, Dr.^a Maria do Céu Albuquerque, aquando do I Encontro de Museus do Ribatejo¹, que a capacidade de atrair turistas, passa não apenas pela promoção da gastronomia, do sol e mar, mas, principalmente no interior, a estratégia a definir para esse fim passa também pelos museus. Daqui podemos deduzir a importância do património, da preservação das memórias, da história coletiva, da valorização do passado para podermos construir um novo futuro e o papel fundamental que os museus desempenham nas estratégias da visão e da missão política desta autarquia, no que concerne à cultura e por conseguinte ao turismo.

Deste modo a proposta que aqui apresentamos vai ao encontro daquilo que são as perspetivas do poder local de captação de turistas para este território. De tal modo assim é, que Abrantes pretende criar uma rede museológica municipal, onde o museu principal será o Museu Ibérico de Arqueologia e Arte – MIAA, e onde se integrará o Museu Metalúrgica Duarte Ferreira que aqui propomos, mas que também já se encontra contemplado, ainda que com outro nome e outra proposta, no protocolo da Rede Museológica de Abrantes – Núcleo Museológico Industrial do Tramagal². Com o MIAA e com esta rede museológica pretende-se, defendia a autarca no mesmo encontro supra referido, “(...) *criar uma estratégia de alavancagem económica local, preservar memória e identidade, criar competitividade do território e ainda torná-lo referência regional e alavanca nacional (...)*”.

¹ Realizado na Biblioteca António Botto em Abrantes no dia 14 de Maio de 2012

² Vide Anexo I

É nossa convicção que o este trabalho também irá ao encontro do que é defendido no Plano Diretor Municipal de Abrantes no seu objetivo de “(...) *garantir a conveniente utilização dos recursos naturais, do ambiente e do património cultural (...)*” [Art.º 1º, 1 e)], pois o património a que neste trabalho pretendemos chamar a atenção para a sua importância e preservação, é um bem cultural do qual se deve fazer um uso sustentável.

As Grandes Opções do Plano e o Orçamento do Município para 2013 referiam a estratégia “Europa 2020” que promove o crescimento sustentado e prevê a competitividade da economia local e regional (2013:7). Nesta perspetiva “(...) *o Plano Plurianual de Investimento incorpora os investimentos em curso e abre oportunidade para outros investimentos considerados cruciais para o desenvolvimento sustentado do Município (...)*”, onde se encontra o projeto financiado do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal. De referir que ao nível do plano de atividades, à Cultura e Turismo foram afetos 9% do orçamento (cerca de oitocentos mil euros) (CMA:17 e 18).

No que concerne ao crescimento e desenvolvimento sustentáveis, o Município de Abrantes desenvolveu a sua Agenda 21 Local com os objetivos de, além de promover a sustentabilidade económica, social e ambiental do concelho, também melhorar a qualidade de vida da sua população e envolver a participação da comunidade no processo de diagnóstico e de tomada de decisão, tal como referiu a Srª Presidente da Câmara Municipal de Abrantes no 4º Fórum de Participação na Agenda 21 Local de Abrantes, com a temática “Dinamizar o Turismo”, ocorrido em 2010 (CMA:2).

No mesmo evento, a Srª Presidente defendeu ainda que “(...) *o Município de Abrantes, como entidade pública local, responsável pela constante procura do aumento da qualidade de vida da sua população e pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística, tem vindo a desenvolver ações estratégicas no sentido de transformar o concelho num destino turístico por excelência (...)*” (CMA, 2010:2). Para isso são delineados alguns desafios entre os quais o de planear novas ofertas turísticas orientadas para nichos de oportunidade, tal como, entre outros, o Turismo Cultural. É neste sentido que também vai o foco desta dissertação, pois com esta proposta pretendemos contribuir para tornar o concelho de Abrantes num destino turístico reconhecido (no que nos propomos), na área do Turismo Cultural no qual se integra o Turismo Industrial e por conseguinte o seu património, a que pertence o espólio em estudo.

1.2. Enquadramento regional

A indústria e o seu património assumem-se como características físicas e de memória coletiva e identitária do território em estudo, quer ao nível mais local - no concelho de Abrantes [de tal modo que a própria se apresenta no Programa Territorial de Desenvolvimento – Estratégias de Desenvolvimento 2020 do Médio Tejo e Pinhal Interior Sul como “(...) *uma cidade com tradição industrial (...)*” (2008:22)], onde a vila do Tramagal sempre se destacou - quer ao nível da região do Médio Tejo. Tornando-se assim este património industrial um forte recurso que, ao ser afeto ao Turismo, se transforma em atrativo.

Neste aspeto, a Metalúrgica Duarte Ferreira teve preponderante papel, tanto enquanto durou a sua atividade, desde os finais do século XIX e por mais de um século, como nos dias hoje enquanto acervo arqueológico industrial. É então a MDF “(...) *um símbolo da industrialização em Portugal (...)*”, tal como afirmou o Doutor Jorge Custódio (aquando da Mesa Redonda “A MDF e a Arqueologia Industrial do Médio Tejo” organizada por nós no âmbito desta Dissertação de Mestrado).

Numa perspetiva territorial e de acordo com o que diz o Plano Regional de Ordenamento do Território do Oeste e Vale do Tejo

“(...) a região desenvolve um forte potencial turístico, com uma componente chave no património histórico e nas atividade conexas, e em que se desenvolvem um conjunto de outras atividades de serviços avançados, criativas e industriais em que é essencial o conhecimento e a acumulação de competências tecnológicas, a caminho da sociedade da informação (...)” (2009:29),

assim, consideramos que o desenvolvimento da nossa proposta de musealização do património histórico-industrial da MDF é de todo pertinente, assim como poderá dar o seu contributo para o que é igualmente um objetivo do PROT-OVT e que se prende com tornar esta região “(...) *numa região atrativa para visitantes (...)*” (2009:33).

Ainda numa perspetiva territorial e no que se encontra definido pelo PROT-OVT, o Museu Metalúrgica Duarte Ferreira que aqui propomos, dará o seu contributo para a “(...) *coesão territorial (...)*” (2009:38), assim como para o horizonte de progresso delineado neste Plano através do desenvolvimento de turismo, “(...) *em particular de novas*

modalidades de turismo – (...) touring cultural e paisagístico [agora apenas designado por *touring* na nova revisão do PENT], (...)” (2009:38), onde inserimos a modalidade de turismo industrial.

Este contributo de coesão territorial prende-se também com a questão da região do Médio Tejo ser fortemente industrializada, com história e empresas de renome que poderão suscitar o interesse turístico.

Contudo, tal como referia Manuel Reis Ferreira³ aquando de uma comunicação sobre “Economia, Território e Inovação”⁴, o Médio Tejo beneficia de uma “(...) *localização de grande centralidade mas condição periférica (...)*”. Para combater essa condição de periferia necessita de modelos específicos de resposta do ponto de vista da economia do turismo.

Assim, a longo prazo os atractores turísticos supra enunciados poderão fazer parte de uma rede mais alargada de turismo industrial. Esta Rede integraria o museu que aqui propomos, mas também outros núcleos da rede museológica de Abrantes, completaria a Rota Industrial do Médio Tejo, poderia ainda no futuro fazer ligação à Rede Espanhola de Turismo Industrial – RETI – dando assim origem à Rede Ibérica de Turismo Industrial - e ligar-se-ia ainda à Rota Europeia de Património Industrial – ERIH. Este património regional poderá beneficiar ainda fazendo um uso recíproco da capacidade de atração de visitantes e turistas pela proximidade estratégica com outros centros e atractivos patrimoniais. Exemplo de um desses centros atractivos é o Convento de Cristo em Tomar que é um polarizador turístico desta região, aliando ainda o facto de Tomar estar também a despertar para o Turismo Industrial com a recuperação dos Lagares D’el Rei na Levada, bem no centro da cidade; e ainda na proximidade do núcleo museológico proposto à Albufeira de Castelo de Bode e na relativa proximidade a Fátima e a Lisboa, que são importantes espaços de polarização turística, tal como as classifica o já referido Plano.

Na tentativa de capacitar a Região Centro de meios estruturais que garantam a resiliência territorial, a CCDR Centro traçou a vários níveis estratégias que possibilitem ao território aguentar o embate da crise económica atual, essas encontram-se no plano de ação regional para 2014-2020 - CRER 2020 Centro de Portugal. No que concerne à cultura, o CRER 2020 reconhece a existência de uma rede relativamente completa de equipamentos

³ Manuel Reis Ferreira - Professor Adjunto do Instituto Politécnico de Tomar e docente neste Mestrado.

⁴ Ciclo de Conferências sobre Economia, Empreendedorismo e Turismo, organizadas pelos Cespoga em parceria com o IPT e a Câmara Municipal da Golegã. Golegã. 20 de Março de 2013

culturais na Região Centro e por esse motivo estabelece que “(...) o principal desafio para 2014-2020, (...) consiste em dar-lhes vida e sustentabilidade (...) e o seu aproveitamento para a dinamização económica dos respetivos territórios (...)” (2013, 38), para isso interessa apostar em “(...) programação adequada, definida e gerida em redes de base regional e sub-regional, adequada a diferentes segmentos de públicos (...)” (*ibidem*). Já no que diz respeito a eixos e linhas de ação para o turismo, este plano, entre outras estratégias, pretende “(...) desenvolver o turismo associado ao território, promovendo a sustentabilidade e a coesão territorial, afirmando a Região Centro enquanto Destino Sustentável(...)” (2013:81), bem como promover a “(...) consolidação de Rotas Turísticas, centradas em recursos endógenos, artes e saberes e na produção cultural (...)” (*ibidem*). Pensamos que neste sentido vai também o nosso projeto museológico, pelo que será certamente, a longo prazo, uma mais-valia territorial na captação de turismo, de investimento e de dinamização cultural, social e económica do território onde se insere.

De referir ainda que a Entidade Regional de Turismo do Centro apresenta uma estratégia para o período 2014-2020 [TURISVER,2013a)] assente em seis eixos: sustentabilidade e coesão territorial – o Museu MDF poderá assumir-se como um elemento diferenciador no potencial turístico do território e contribuir para a coesão de redes de interação entre os agentes participantes da atividade turística; desenvolvimento e qualificação da oferta/produtos – o museu poderá contribuir para a promoção da singularidade e competitividade da oferta turística regional, sendo ele mesmo um produto cultural; empreendedorismo, inovação e diferenciação – poderá contribuir para a dinamização da economia local; internacionalização e dinamização dos mercados externos – a relevância e reconhecimento internacional da marca MDF poderá ser reativado através do museu e ao integrar as redes e rotas já supra referidas, poderá ele contribuir para o reconhecimento internacional da região; marketing, promoção e comercialização – o museu poderá dar o seu contributo para o marketing territorial a uma escala local, nacional e externa; e investigação, desenvolvimento e formação – além de levar a cabo as funções principais de um museu, preservar, conservar e educar, previstas na legislação, este museu poderá ainda ser alvo de investigação por parte de historiadores, arqueólogos industriais, estudantes de áreas relacionadas com a indústria e a metalurgia e ainda dar o seu modesto contributo na formação de guias de museu e de *turismólogos* desta temática, pois o turismo

cada vez mais revelará o seu sucesso e qualidade na qualificação e profissionalização dos seus recursos humanos.

1.3. Enquadramento nacional

Na atual conjuntura de crise económica e financeira o turismo pode e deve ser considerado como uma ótima fonte de rendimento que contribui para o desenvolvimento local, funcionando até como alavanca económica para muitas regiões com potencial turístico e pouca capacidade de atração de outros sectores económicos.

Com o *novo turista* a ser cada vez mais exigente, sedento do que é diferente, do autêntico, inovador, mas atento às origens, surge uma proporcional necessidade de dar resposta a essas novas tendências, não se perdendo contudo a noção da atual realidade económica e financeira. Assim surgem novas formas de turismo criativas e inovadoras que têm por base alicerces pré-existentes, sejam eles de origem material ou imaterial, que otimizados como recursos, passíveis de serem transformados em atrativos turísticos proporcionam novos interesses e novas formas de turismo, como o são o turismo ligado aos produtos da terra, aos recursos endógenos e porque não o próprio turismo industrial, baseado no património industrial, que irá ser abordado neste trabalho académico.

Tal como é apontado no PENT para a visão do “Destino Portugal”, também o património industrial pode ser dinamizador de desenvolvimento local desde que apoiada em procedimentos de sustentabilidade. A nossa intervenção está alinhada com as características distintivas e inovadoras delineadas para o país (PENT:7).

Assim, no que concerne à questão da sustentabilidade dos destinos, a estratégia será enveredar pelo caminho do desenvolvimento sustentável a vários níveis (PENT:48), para os quais o património industrial e, em particular, a nossa proposta apresentada nesta dissertação, também terão forte contributo. Tal como está patente no documento referido, o desenvolvimento sustentável fomenta o empreendedorismo e potencia a interação com as comunidades locais e as suas atividades produtivas (PENT:49). A nossa proposta partilhará do mesmo objetivo de sustentabilidade do desenvolvimento, isto é, pretende-se que o futuro museu, com a sua programação e a sua loja, contribua para a dinamização da

economia local, permita aos produtores locais, aos artesãos expor, dar a conhecer e vender os seus produtos, incrementando-lhes valor.

De acordo com o PENT, o destino Portugal para se tornar competitivo deverá obedecer aos seguintes pré-requisitos:

- Qualidade do serviço;
- Competitividade da oferta;
- Criação de conteúdos autênticos e experiências genuínas;
- Formação dos recursos humanos;
- Modernização empresarial.

Da mesma forma no PENT, “(...) *a importância do turismo na economia deve ser crescente, constituindo-se como um dos motores do desenvolvimento social, económico e ambiental a nível regional e nacional (...)*”. Assim, na nossa opinião, o turismo industrial e o património industrial podem ser considerados, entre outros, como mais-valias que económica e socialmente inovam, reinventam novas formas de negócio e conseqüentemente, pela fruição de gente e de ideias farão surgir dinâmicas económicas, ideológicas e sociais que contribuirão para o desenvolvimento local e nacional. Um território que aposte nos seus recursos industriais abandonados pode, nesta lógica, criar valor.

Tal como a estratégia apontada no PENT, o destino Portugal tem uma proposta de valor que se sustenta nos seguintes elementos: clima e luz; história, cultura e tradição; hospitalidade e diversidade concentrada. São estes quatro grupos os eixos principais no foco à imagem e marca do nosso território.

É importante reforçar a estabilidade da oferta para que os turistas a percebam e sejam por ela motivados, sendo assim de extrema importância a nossa imagem percebida. Temos de saber gerir o trinómio produto, mercados emissores e destinos. Coloca-se assim uma questão: a arqueologia e património industriais, e suas presenças efetivas no Médio Tejo, são assuntos merecedores de atenção das administrações públicas, nomeadamente autarquia de Abrantes e freguesia do Tramagal?

Segundo a visão de Ana Mota e Carlos Costa (2013:12) “(...) *uma dada área industrial encontra-se circundada por um ambiente especial de relações sociais e de valores culturais, como códigos e padrões de conduta, crenças, valores e criações (...)*” que são específicos desses locais e das suas gentes e por isso de difícil reprodução. Isto é

certamente uma mais-valia para o território em causa, mas para isso é necessário o interesse político, pois tal como, uma vez mais nos dizem Ana Mota e Carlos Costa citando Hospers (2002:14)

“ (...) os monumentos industriais poderão representar outros papéis e assumir diferentes funcionalidades, complementando e reforçando áreas económicas e sociais de uma determinada região. (...) O autor defende que o turismo industrial será mais viável se considerado um instrumento político adicional para a regeneração local, [mais] do que restaurar os monumentos apenas para fins turísticos (...)”.

É portanto neste sentido que o nosso trabalho poderá dar resposta à questão anteriormente colocada, uma vez que o turismo industrial baseado no património industrial poderá ser uma mais-valia em sentido holístico para este território.

O património industrial poderá contribuir para os fatores de competitividade apontados no PENT (2012:11) para Portugal uma vez que proporciona um *“(...) vasto património histórico e cultural (...)”*, assim como um *“(...) património civilizacional e universal (...)”*, difundindo a *“(...) cultura popular e tradições genuínas (...)”*, possibilitando uma *“(...) diversidade cultural e paisagística a curta distância (...)”*, com *“(...) alojamento em meio rural de qualidade e variado (...)”* e ainda proporcionar ao turista uma boa *“(...) hospitalidade (...)”*.

Ainda de acordo com o mesmo documento o património industrial poderá contribuir para a estruturação da oferta de turismo de natureza, designadamente em meio rural, podendo os turistas deste segmento (turismo industrial), participar em outras atividades turísticas como os segmentos de passeios (a pé, de bicicleta ou a cavalo), já que Abrantes e sua região de influência, dispõe de belíssimos espaços para o fazer como o são a zona ribeirinha (Aquapolis), parque de São Lourenço, bacia hidrográfica de Castelo do Bode e ainda a proximidade estratégica a outros locais. Há, assim, uma vasta possibilidade de atividades de lazer e de turismo complementares, como por exemplo atividades equestres na vila da Golegã com toda a sua tradição rural. Esta ligação poderá, consequentemente, contribuir para a melhoria da experiência de visitação e por conseguinte suscitar a formação dos recursos humanos que, também por esta via, qualificam a região (PENT:14).

A estratégia nacional para a abordagem aos mercados assenta em objetivos de dinamização dos mercados de crescimento; de revitalização de mercados de consolidação; e de desenvolvimento de abordagens seletivas nos mercados de diversificação (PENT:21).

No caso do turismo industrial será importante fomentar o turismo doméstico, bem como apostar nos mercados de proximidade, nomeadamente o espanhol, que além da proximidade geográfica dispõe de uma já maior tradição neste tipo de turismo, assim como de outros países que têm uma pré-disposição social e cultural para este tipo de turismo, por estarem com ele mais familiarizados, como o são a Alemanha e o Reino Unido (considerados no PENT mercados consolidados que necessitam de ser revitalizados) (PENT:47).

Ainda um dos mercados que deve ter uma especial atenção é o das comunidades portuguesas, já que se estima que a população total de portugueses e luso-descendentes residentes no estrangeiro ultrapasse os cinco milhões de pessoas (PENT:22), que poderão ter interesse no regresso, em viagens e em estada, às origens e à cultura e tradição das suas gentes e dos seus ofícios.

Ao nível do produto as linhas de atuação do PENT (2012:47 e 48), prendem-se com a necessidade de criar um inventário turístico nacional, princípio básico de qualquer processo de roteirização (FIGUEIRA, 2010:38 e 39), que necessitará certamente de instrumentos de apoio como o mapeamento e a georreferenciação, tal como nos aponta o documento. Assim, pensamos ser fundamental que se crie, a médio ou longo prazo, um Repositório de Arqueologia e Património Industrial do Médio Tejo que poderá futuramente contribuir e ser parte integrante de um inventário nacional. Este Repositório deverá conter informação estratégica que, de um ponto de vista do património industrial permita criar vários produtos turísticos usando essa informação concentrada, creditada e acessível.

O património industrial e o turismo industrial em particular, do qual passará a fazer parte o futuro museu industrial aqui proposto, prestarão o seu contributo para a promoção turística do país, na perspetiva da captação de turistas deste segmento em particular, mas que também poderão captar a atenção de turistas do segmento do turismo cultural com um impacto, assim, mais alargado, adequando as variedades de instrumentos de promoção a estes segmentos específicos, tal como nos propõe o PENT (2012:50).

O museu aqui proposto e o património e o turismo industriais destacam a diversidade do património cultural, material e imaterial, existente no nosso país, focando-

se em fatores distintivos, como o são as características deste património específico (industrial), permitindo proporcionar ao turista experiências diversas e diversificadoras que potenciam a oferta. Para isso é fundamental “(...) a qualificação das atrações e a melhoria da informação ao turista visando uma promoção e comercialização mais eficaz dos serviços turísticos associados ao produto (...)” (PENT:63).

O Turismo contribui para dotar o país de melhores condições de atratividade com vista ao incremento da economia, à valorização territorial, à melhoria da qualidade de vida das populações, à preservação e constância do património, etc.. Para isso é necessário a “(...) dotação de equipamentos essenciais à qualificação dos territórios e ao reforço da coesão económica, social e territorial (...)” (QREN, 2010), dos quais são exemplo os museus.

Num quadro de valorização e de igualdade de oportunidades, através do conhecimento, da qualificação, da ciência, da tecnologia e da inovação, o Turismo vai ao encontro daquilo que são os desígnios estratégicos do Quadro de Referência Estratégico Nacional (2007:55).

O QREN defende que o conhecimento, a ciência, a tecnologia, a inovação, a educação e a cultura são as formas principais de garantia do desenvolvimento e do aumento de competitividade do país, através da promoção do crescimento sustentado (2007:56). Que melhor indústria para abarcar todas estas valências competitivas e de promoção do desenvolvimento que o Turismo? O Turismo Cultural possibilita o acesso à cultura; gera conhecimento empírico, científico e fomenta o senso comum; educa, e hoje me dia, e cada vez mais, faz uso das novas tecnologias e inova com novas formas de fazer turismo e novas tendências de turismo, como o são o turismo de experiências, o turismo científico, o turismo industrial, entre outros.

Os próprios museus de hoje são museus tecnológicos, inovadores e criativos, com programações de cariz diversificado, inclusivo [no sentido da igualdade de oportunidades para todos os cidadãos, tal como estabelece a Lei nº107/2001 para o Bens Culturais Portugueses, em que “(...) todos os cidadão têm direito à cultura e à fruição dos bens culturais (...)”]; contribuem também para a competitividade dos territórios pela sua vertente diferenciadora e dinamizadora de trocas culturais, coesão social, de intercâmbios económicos e ainda têm um importante contributo no desenvolvimento de competências para o exercício da cidadania plena, nas suas áreas de influência territorial, por todas as

questões já enumeradas e como disposto também na Lei-Quadro dos Museus Portugueses [Art.º 2º a) e b)] que estabelecem os museus como instituições indispensáveis ao desenvolvimento integral das pessoas, bem como à “(...) concretização dos seus direitos fundamentais (...)” e ainda à “(...) promoção da cidadania responsável (...)”. Estão então os museus, desta forma, também de acordo com aquilo que são as prioridades estratégicas e os princípios orientadores do QREN (2007:56-58).

Sendo gerador por si só de 11% do PIB (TP:2010), o turismo contribui para uma das metas globais do ENDS para Portugal, que pretende colocar o país num patamar de desenvolvimento económico mais próximo do da média europeia (2008:25).

O ENDS classifica a gestão do património histórico e cultural como “(...) um valioso recurso para o crescimento económico, diversificação de atividades e desenvolvimento sustentado (...)” (2008:29), tal como defende também o Art.º 12º da Lei nº107/2001 para o Bens Culturais Portugueses. Se pensarmos que o Turismo gere o património histórico e cultural então podemos afirmar que ele está em conformidade com o objetivo do ENDS de crescimento sustentado e competitividade à escala global.

Se ainda olharmos para a vertente do Turismo que forma, estimula e reforça o serviço público nas áreas da cultura e das artes, e que também promove a equidade, a igualdade de oportunidades e a coesão social, por todas as razões já supra referidas, colocamos o sector do turismo uma vez mais em consonância com as diretivas e o objetivos do ENDS e podemos concluir que o Turismo também deverá ser, é, sustentável.

1.4. Enquadramento europeu e internacional

A Europa e o Mundo encontram-se a atravessar uma época de mudança e de profundas transformações económicas, sociais e a vários outros níveis. A crise económica que, fruto da globalização, se fez sentir por todo o mundo, fez colapsar anos de evolução e crescimento e elevou as fragilidades estruturais das nações. Cada vez mais os recursos são pressionados, a pirâmide etária está cada vez mais invertida e uma vez mais a globalização faz-se sentir da forma mais negativa, permitindo a rápida propagação desta reformulação económica.

A Europa precisa assim de delinear uma estratégia de união, no sentido de que unidos são mais fortes, permitindo-lhe sair reforçada desta crise. Para isso aposta numa estratégia de crescimento económico inteligente, inovador e sustentável (CE, 2010). Assim, uma dos principais objetivos da União Europeia prende-se com a “(...) *transformação das ideias inovadoras em novos produtos e serviços que criam crescimento e emprego de qualidade e que ajudam a enfrentar os desafios sociais [sic] que se colocam a nível europeu e mundial (...)*” (2010:14).

Deste modo pensamos que o Turismo poderá ser uma atividade económica vital na contracorrente da atual conjuntura europeia e global, tendo em conta a própria transversalidade das atividades do turismo. Reforçando esta nossa ideia está o facto de um dos objetivos da União Europeia ser “(...) *renovar a competitividade do setor europeu do turismo (...)*” (2010:20). As novas tendências do turismo, no qual se enquadram o Turismo Cultural e o Turismo Industrial, contribuem ainda com um acréscimo de inovação, de captação de novos mercados e assim naturalmente com a oferta de novos serviços para os quais são necessárias novas qualificações que levam à renovação formativa, à diferenciação, ao emprego, e à igualdade de oportunidades e fruição de cultura.

José Manuel Lopes Cordeiro⁵ afirmava, na sua intervenção no 4º Congresso Europeu de Turismo Industrial⁶, que nos últimos anos o turismo industrial tem vindo a crescer até de forma surpreendentemente rápida. Segundo o mesmo autor “(...) *passou-se das ideias, intenções e projetos a ações e à criação de emprego nesta área (...)*”. O próprio turismo cultural é dos “(...) *sectores do turismo o que mais tem crescido nos últimos 20, 25 anos (...)*” e é uma “(...) *alternativa consistente ao turismo de massas (...)*”, dizia José Cordeiro na mesma comunicação.

Também Manuel Brazinha Firmino ao abordar o tema do turismo e economia no contexto da globalização afirma que “(...) *a Europa tem representado um grande mercado, com forte influência na estruturação da oferta turística e com um assinalável contributo para a definição do perfil dos novos turistas (...)*” (2007:93).

⁵José Manuel Lopes Cordeiro – professor do Departamento de História da Universidade do Minho; investigador do CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória; presidente da Associação Portuguesa para o Património Industrial; diretor do Museu da Indústria Têxtil da Bacia do Ave; diretor da revista “Arqueologia Industrial”; representante português do TICCIH; coorientador desta dissertação de mestrado

⁶ Realizou-se em São João da Madeira nos dias 22 e 23 de Novembro de 2012.

Licínio Cunha ao falar nas perspectivas e tendências do turismo, defende que “(...) o turismo afirma-se como uma das atividades económicas mais pujantes contribuindo fortemente para a dinamização de outras atividades (...)” (2003:20), mas, segundo o mesmo autor, o turismo “(...) ainda só alcançou o limiar das suas potencialidades (...)” (2013:48).

2. Enquadramentos teóricos e conceituais

Para um melhor entendimento do tema em estudo consideramos ser importante compreender as temáticas *umbrella* do assunto, ou seja, aquelas temáticas que servem de base, de alicerce a todas as restantes temáticas de desenvolvimento desta dissertação.

Para esse efeito serve este capítulo que irá apresentar, ainda que de forma superficial, os enquadramentos teóricos e conceituais que permitam depois entender o tema da proposta aqui apresentada e que é a criação de um *museu industrial territorial*.

2.1. Turismo

De acordo com os vários autores que tratam do assunto do turismo, a sua definição é muito complexa e controversa.

A OMT define: “(...) o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (...)” (2001:38). Esta definição tem no entanto uma limitação que é a de não contemplar a perspectiva da oferta. Não são tidas em conta os bens e serviços criados no destino para servir direta ou indiretamente os turistas. Apenas contempla as atividades levadas a cabo pelos visitantes.

Assim, esta definição é ampla e flexível à realidade dos países membros desta organização, mas não compreende a real complexidade deste fenómeno.

Vários são os autores que tentam definir de forma inequívoca o turismo e abarcar toda a sua complexidade. Assim existem diversas definições de turismo.

Xerardo depreende que o turismo

“(...) não pode ser reduzido a uma simples atividade comercial regida pelos critérios de mercado As políticas nacionais de turismo devem promover a investigação científica, que deve ser concebida por equipas interdisciplinares de economistas,

geógrafos, arqueólogos, antropólogos, historiadores, sociólogos (...)” (2009:133).

Ou seja, o turismo é um fenómeno multi e pluridisciplinar e apenas dessa forma poderá ser totalmente compreendido.

Ter esta abrangência de conhecimentos permitem ter em conta uma série de princípios e regras éticas que possibilitam, em última instância, um turismo acessível a todos e uma harmonia e compreensão entre os visitantes e os visitados que, por sua vez, levam a um turismo responsável e sustentável, tal como prevê o Código de Ética Mundial para o Turismo da OMT. O Código encontra-se dividido em dez artigos:

- “(...) 1º. Contribuição do Turismo para o entendimento e respeito mútuo entre Homens e sociedades;*
- 2º. O turismo, instrumento de desenvolvimento pessoal e coletivo;*
- 3º. O turismo, fator de desenvolvimento sustentável;*
- 4º. O turismo, fator de aproveitamento e enriquecimento do património cultural da humanidade;*
- 5º. O turismo, atividade benéfica para os países e as comunidades de destino;*
- 6º. Obrigações dos agentes do desenvolvimento turístico;*
- 7º. Direito ao turismo;*
- 8º. Liberdade de deslocamento turístico;*
- 9º. Direito dos trabalhadores e dos empresários do setor turístico;*
- 10º. Aplicação dos princípios do código ético mundial para o turismo. (...)*” (OMT, 1999:4 a 8).

Para Figueira e Dias o turismo é

“(...) uma atividade económica e social que ocorre através da deslocação temporária de pessoas para fora do seu ambiente habitual e que, por diversos motivos, chegam a um lugar de destino onde realizam vários atos particulares de consumo que provocam um efeito multiplicador em toda a economia local (...)” (2011:28).

O turismo apresenta ainda várias dimensões que devem ser consideradas sob o ponto de vista da sustentabilidade: dimensão económica, dimensão social, dimensão cultural e dimensão ambiental, para as quais tem um importante papel a administração municipal como agente coordenador (FIGUEIRA e DIAS, 2011:29 e 30). Neste contexto a adoção dos princípios estabelecidos na Norma ISO 26000 (de responsabilidade social) e na Agenda 21 tornam-se fundamentais, tal como defende atualmente a OMT na sua abordagem orientada para o combate à pobreza e desigualdade social.

Da ideia da multidisciplinariedade do turismo partilha também Jafar Jafari: “(...) *tourism is indeed a challenging multisectoral industry and a truly multidisciplinary field of study (...)*” (2000:585), que também apresenta uma definição holística de turismo, afirmando que este é “(...) *o estudo do homem fora da sua residência habitual, da indústria turística que satisfaz as suas necessidades, dos impactes que este provoca tanto nos locais de partida como nos destinos, bem como do diálogo entre estes (...)*” (tradução nossa) (2000:585).

Ignarra por sua vez apresenta uma definição de turismo que tem também em conta uma visão abrangente de turismo, mas onde inclui o turismo motivado por questões de negócios, de lucros: “(...) *deslocamento de pessoas de seu local de residência habitual por períodos determinados e não motivados por razões de exercício profissional constante (...)*” (2001:25).

Para Licínio Cunha o turismo é

“(...) um sistema complexo cujo funcionamento equilibrado depende do funcionamento de um variado conjunto de outros sistemas (...) alguns dos quais com objetivos nem sempre coincidentes com os do turismo mas que têm de ser compatibilizados entre si (...)” (2001:11).

Ou seja, o turismo depende do conhecimento e do funcionamento de variadas atividades, sejam elas inerentes e decorrentes da atividade turística, sejam elas atividades que não estando diretamente direcionadas para o turismo este também precisa delas para poder existir, bem como das relações de interdependência entre umas e outras.

Em turismo é determinante que se perceba o perfil da procura. As ações de estruturação da oferta são fundamentadas pelo conhecimento deste perfil. Desta forma, a

viabilização da oferta, só pode ser considerada quando é apresentada na decorrência dos efeitos da procura.

Desta forma não podemos esquecer que quando a atividade turística ocorre estão em contacto dois grupos sociais – visitantes e visitados – e que devem ser ambos beneficiários dessa atividade.

Segundo Licínio Cunha e tal como também defendem os organismos internacionais, o turismo é um dos fenómenos que contribui fortemente para a dinamização e crescimento da economia, pois possibilita o aparecimento de outras atividades, contribui para a modernização dos países e para a criação de emprego (2003:20).

De acordo com dados do Turismo de Portugal, em 2010 o turismo representou 9,2% do PIB nacional e sagrou-se como o maior sector exportador do país com uma quota de 14% no total das exportações de bens e serviços (TP, 2011:3).

De acordo com Figueira e Dias

“(...) a opção pelo turismo como forma de desenvolvimento local oferece a vantagem de que quando bem planeado não substitui outras atividades económicas (agrícolas ou industriais), mas pode complementá-las e até mesmo alavancar o crescimento de outros sectores, induzindo-os à inovação (...)” (2011:42), como é o caso do turismo industrial.

O próprio secretário-geral da OMT, Taleb Rifai, afirmou recentemente que o turismo pode ser uma forma de combater a crise em Portugal. Segundo o mesmo *“(...) no caso de Portugal, a questão não é como pode crescer, mas antes se pode dar-se ao luxo de não usar o turismo na sua recuperação (...)”* (PUBLITURIS, 2013). Portanto se Portugal souber apostar corretamente no turismo, com políticas e estratégias adequadas e motivadas para uma sustentável e inovadora atividade turística *“(...) o turismo pode ser parte da solução e não parte do problema (...)”* (*ibidem*, 2013).

Devemos ainda ter presente que os produtos gerados pelo turismo são essencialmente serviços e estes têm particularidades conferidos pela sua intangibilidade como o facto de não ser possível transportá-los, armazená-los ou distribuí-los (FIGUEIRA e DIAS, 2011:29). Daí a importância fulcral do conhecimento científico no sector turístico, pois no quadro conjuntural que se vive atualmente as organizações só conseguem ser competitivas se criarem conhecimento e desenvolverem novos produtos e novos serviços

(COSTA *et all*, 2009:476), serviços que têm características intangíveis, perecíveis, heterogêneos, que têm propriedade e cujo prestador do serviço é inseparável do próprio serviço que é consumido automaticamente (*ibidem*, 2009:479).

Cunha afirma que o turismo tem crescido com base em recursos naturais e culturais existentes, mas agora surgem outras formas de “(...) *atrativos artificiais em que o poder de atração é a relação com os clientes e a riqueza natural ou monumental, como é o caso dos parques temáticos, health resorts ou do turismo industrial (...)*” (2013:41). Desta forma, as novas tendências do turismo apontam para um turismo participativo e participado em que o turista deixa de ser mero espectador para ser ele mesmo ator e são valorizadas as experiências efetivas, bem como as emoções que se retiram dessas experiências em detrimento do consumo puro e duro e mais superficial dos recursos.

Para estas tendências do turismo contemporâneo contribui de forma especial o turismo cultural e, mais especificamente, contribui também o turismo industrial.

2.2. Turismo Cultural

A OMT define turismo cultural como aquele turismo que é

“ (...) baseado nos atrativos culturais que possui o local, sejam permanentes ou temporários, tais como museus, atrações teatrais ou musicais, orquestras, etc., ou baseado nas características culturais ou sociais de uma população que dispõe de um estilo tradicional de vida ou com características próprias (...).”
(2001:128).

Já o ICOMOS define turismo cultural como “(...) *forma de turismo que tem por objetivo, entre outros fins, o conhecimento de monumentos e sítios histórico-artísticos (...)*” (1976:2).

De referir que muitas são as definições de turismo cultural, tantas quantos os autores que as apresentam. Mckercher e du Cros afirmam isto mesmo quando se questionam sobre o que é o turismo cultural, concluindo que é uma questão complicada de responder porque “(...) *there are almost as many definitions or variations of definitions of cultural tourism (...)*” (2002:3).

Esta é uma questão complexa, tão complexa quanto os próprios paradigmas de fundo o são – turismo e cultura.

Cultura é um termo algo difícil de explicar, pois parte-se do princípio que é algo intrínseco ao e produzido pelo Homem e assim sendo pode-se afirmar que tudo é cultura. Se a esta complexidade juntarmos a definição de turismo, que, grosso modo, implica a movimentação de pessoas instigadas por uma qualquer motivação e que neste caso será a cultura, obtemos uma definição de turismo cultural muito abrangente e imprecisa que não servirá os atuais propósitos, tal como nos alerta a OCDE (2009:25).

No entanto, e tal como a própria OCDE afirma

“(...) a broader view of culture in tourism emerged (...), which included the performing arts (Hughes, 2000), crafts (Richards, 1999), cultural events, architecture and design, and more recently, creative activities (Richards and Wilson, 2006) and intangible heritage (UNESCO) (...).” (2009:25).

O ICOMOS promoveu em 22 de Outubro de 1999 uma reunião magna em Guadalajara no México, para refletir sobre o binómio património cultural - turismo. O principal objetivo dessa reunião era o de criar uma doutrina única, atualizada, consensual que envolvesse tanto entidades como responsáveis públicos e privados do turismo, bem como turistas e autóctones, no desenvolvimento do turismo cultural assente na proteção e preservação do património e na sustentabilidade desse mesmo turismo para as gerações futuras. Os objetivos da carta pretendem encorajar e facilitar:

- *“(...) a possibilidade de tornar o património acessível a todos;*
- *a promoção e gestão do turismo de forma a valorizar e a respeitar todas as culturas vivas;*
- *o diálogo entre aqueles que querem preservar o património em todas as suas dimensões e aqueles que promovem e gerem o turismo por forma à sustentabilidade de ambos;*
- *a formulação de planos, estratégias e de políticas para o desenvolvimento de objetivos concretos e mensuráveis no contexto da conservação e preservação das atividades culturais e seu património;*

- *a manutenção da integridade da gestão e da conservação do património por parte de outros organismos internacionais;*
- *a união de todas as pessoas com obrigações e poder de decisão e gestão no turismo, tenham elas opiniões convergentes ou divergentes, com a finalidade de atingirem os seus objetivos;*
- *a produção de guias com linhas orientadoras e detalhadas, pelas partes interessadas, com a aplicação dos princípios estabelecidos pela Carta Internacional do Turismo Cultural a cada caso particular (...)*”.

No texto é bem perceptível o apelo às vontades de entidades públicas e privadas no sentido destas darem resposta e ajudarem na resolução do dilema cultura e turismo.

Segundo Novoa e Villalva, citados por Xerardo Pereiro Pérez (2009), as viagens motivadas por uma “(...) *natureza cultural (...)*”, já vêm desde a Idade Média com viajantes como Marco Pólo (NOVOA e VILLALVA, 2007). Contudo, é no séc. XVIII e XIX com o *Grand-Tour* - que eram então viagens realizadas por jovens nobres e burgueses como formação/iniciação, recolha de *capital cultural* para se poderem depois afirmar junto das suas sociedades e assumir posições de liderança e governança - que surge verdadeiramente o conceito de viagem com o intuito de conhecer e aprender com novos povos e novas culturas (PÉREZ, 2009).

Hoje este tipo de turismo já não está reservado a elites. No entanto as motivações eram, de certo modo, “(...) *semelhantes às dos turistas culturais atuais (...)*” (PÉREZ, 2009:106 que citou MALKIN, 1999:24 e 25), “(...) *todas se resumem (...) [a] uma intensa e rica experiência emocional de cariz psicológico, que é resultante da contemplação de obras de arte (...)*” (PÉREZ, 2009:106).

Licínio Cunha inclui no Turismo Cultural as viagens “(...) *provocadas pelo desejo de ver coisas novas, de aumentar os conhecimentos (...)*”, assim como a vontade de interagir intimamente com novos povos e seus hábitos, tradições, costumes, novas culturas e identidades culturais, assim como a satisfação de necessidades espirituais e até viagens de estudo (CUNHA, 2009:49).

Mckercher e du Cros apresentam quatro categorias em que, segundo os mesmos, assentam as diversas definições de turismo cultural: “(...) *tourism derived, motivational,*

experiential and operational (...)” (2002:3). *Tourism derived* assenta na questão de que o turismo cultural se afirma como uma forma especial de captar interesse turístico; a categoria motivacional prende-se com o facto da razão principal para a viagem ser diferente da de outros tipos de turismo; já a categoria experiencial privilegia a experiência obtida, as vivências retiradas da atividade turística experimentada, o turista “(...) *will become educated as well as entertained (...)*”; por último a questão operacional do turismo cultural, segundo estes autores, privilegia a participação ativa a todas as outras questões motivacionais ou experienciais, vai além disso, o turista é ator, é participativo ao invés de ser meramente espetador e sujeito passivo da atividade turística (MCKERCHER e DUCROS 2002:4 e 5). Para estes autores, o turismo cultural tornou-se “(...) *an umbrella term for a wide range of related activities, including historical tourism, ethnic tourism, arts tourism, museum tourism, and others (...)*” (2002:6).

De acordo com Susana Gastal o turismo cultural não pode continuar a ser visto apenas como uma motivação dos turistas, como algo que simplesmente impele à viagem. Ele é mais do que isso, é uma experiência intrínseca (2012:237).

Segundo Luís Mota Figueira⁷ “(...) *a atual sociedade global proporciona-nos uma experimentação cultural cada vez mais total e sensitiva, mesmo a da cultura geograficamente mais longínqua (...)*” (2007:16). Daí que, e tal como afirma o mesmo autor, “(...) *a importância pessoal da experiência turística é, nessas circunstâncias de viagem e estadia, de grande impacto sobre o ‘modo de ver’ sugerido e proporcionado ao turista (...)*” (*ibidem* 2007:16).

Xerardo Pérez afirma que os locais turísticos não são estáticos e meramente funcionais, eles proporcionam vivências, experiências, sensações e emoções (2009:110). Seguindo esta lógica de ideias podemos afirmar que o turismo enquanto experiência proporciona sensações (sons, odores, cores, etc.) e possibilita interações sociais (relação com o outro, bem-estar, segurança, etc.), culturais (eventos, museus, monumentos, atividades, festivais, etc.) e económicas (relação qualidade-preço, transporte, alojamento, restauração, souvenirs, atividades realizadas, etc.).

⁷ Luís Mota Figueira – Professor Coordenador no Instituto Politécnico de Tomar; diretor e docente do Curso de Licenciatura em Gestão Turística e Cultural; diretor e docente do Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural; diretor do Museu Agrícola dos Riachos e orientador desta dissertação de mestrado.

Desta forma, e de acordo com o mesmo autor, o turismo cultural oferece um produto que “(...) *contem sensações e experiências emocionais (...)*” (ibidem 2009:111). Podemos aferir assim que o que o turista compra não é o serviço ou bem em si, mas a vivência emocional e sensorial que a experiência turística lhe proporciona. Isto vai ao encontro do que defende Bernd Schimtt com o marketing experimental, que se foca em como o consumidor se sente, percebe, emociona, pensa e age quando entra em contacto com o produto pretendido, ou seja os produtos são convertidos em experiências com valor acrescentado. O autor defende que “(...) *a experiência da percepção confia ao produto uma certa atratividade peculiar e única que mexe com os sentidos do individuo (...)*” (2008:18).

Segundo Susana Gastal a cultura é também um setor económico importante, ela é um “(...) *negócio, embora não lide com um produto qualquer (...)*” (2012:239 e 251).

Para Mckercher e du Cros a transformação dos bens culturais em produtos de turismo cultural permite incrementar o potencial desses mesmos bens ao converte-los em algo que o turista consegue utilizar (2002:8). De facto, para estes autores, o produto de turismo cultural representa algo que foi especificamente transformado ou mercantilizado para o consumo turístico (Ibidem 2002:8).

O turismo apropria a cultura como um produto que depois mercantiliza e isso pode gerar impactes positivos e negativos.

Como impactes positivos podemos indicar a preservação e reativação de tradições e de património, a revitalização do sentimento de pertença e de identidade dos locais em relação aos visitantes, o incremento da autoestima coletiva e o desenvolvimento económico das localidades turistificadas.

Quanto aos impactes negativos apontam-se aqueles a que o excesso da mercantilização da cultura pode levar, tais como a capacidade de carga dos locais ser amplamente ultrapassada, o banalizar das tradições e das experiências proporcionadas, o ficcionar excessivo dessas mesmas tradições e experiências, a insustentabilidade económica, social e ambiental dos recursos e dos territórios.

Contudo, estratégias de *marketing* aliadas ao turismo permitem gerir estes impactes e incrementar os benefícios do turismo nos destinos, nas regiões onde as atividades turísticas acontecem, tal como defende Buhalis: “(...) *marketing of destinations should also guide the tourism impacts optimisation and the maximisation of benefits for the region (...)*” (2000:97).

Tal como afirma Luís Mota Figueira “(...) *o turismo cultural, regendo-se por princípios de sustentabilidade, ao apropriar culturas e património que o expressem, tenta constituir-se como mais um eixo de valorização territorial (...)*” (2007:12).

Concluimos, então, que para que possamos compreender o turismo cultural temos de primeiro compreender o que é o turismo, como funciona e como são tomadas as decisões em turismo. Para isso utilizamos o modelo de Mckercher e du Cros apresentado na Tabela 1 (2002:27), onde são enunciados cinco princípios fundamentais do turismo cultural e que abordam as questões da natureza do turismo, do facto das atrações incentivarem ao turismo, dos fatores que influenciam o nível e a qualidade das visitas, do comportamento do turista e por fim do que é o turismo cultural. De resto, este foi também o modelo de base que utilizámos na nossa linha de pensamento ao longo deste trabalho.

Tabela 1 - Underlying Principles of Cultural Tourism

Issue	Principle
The nature of tourism	<ul style="list-style-type: none"> – Tourism is a commercial activity. – Tourism involves the consumption of experiences. – Tourism is entertainment. – Tourism is a demand-driven activity that is difficult to control.
Attractions drive tourism	<ul style="list-style-type: none"> – Not all tourism attractions are equal. – Culture heritage attractions are part of tourism. – Not all cultural assets are cultural tourist attractions.
Factors influencing visitation levels	<ul style="list-style-type: none"> – Access and proximity dictate the potential number of visitors. – Time availability influences the quality and depth of experience sought.
Tourist behavior	<ul style="list-style-type: none"> – The tourist experience must be controlled to control the actions of the tourist. – Tourists want controlled experiences.

	<ul style="list-style-type: none"> – The more mainstream the market, the greater the need for user-friendly tourism products.
Cultural Tourism	<ul style="list-style-type: none"> – Not all cultural tourists are alike. – Cultural tourism products may be challenging and confronting but not intimidating or accusatory. – Tourists want “authenticity” but not necessarily reality.

Fonte: Elaboração própria. Adaptado de Mckercher e du Cros (2002:27)

Em suma, se tivermos em conta a previsão da OMT para o crescimento do turismo mundial numa visão para 2020, que é bastante otimista e motivador e que aponta para um crescimento médio anual de 4,1%, apesar das ameaças emergentes como o terrorismo, a crise financeira, epidemias, conflitos regionais, etc.. Pensamos que o turismo cultural poderá apresentar-se como uma forte alternativa ao turismo de massas e à sazonalidade, como “(...) *uma ferramenta importante para promover as relações culturais e a cooperação internacional (...)*” (IGNARRA, 2001:119), e poderá ainda ser entendido como uma forma complementar de desenvolvimento das comunidades, se encarado e desenvolvido de forma integrada, autêntica, participativa e sustentável.

2.2.1. Património cultural

A Lei de Bases do Património Cultural Português (Lei nº 107/2001) tem por objetivos proteger e valorizar o património cultural português, bem como assegurar o direito à cultura e à fruição cultural no território nacional [Art.º 1º: 1) e 2)]

A mesma lei define património cultural como “(...) *todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou de cultura portadores de interesse cultural relevante (...)*” [Art.º 2º: 1)], de igual modo integram o património cultural os “(...) *bens imateriais que constituam parcelas estruturantes da identidade e da memória coletiva portuguesas (...)*”[Art.º 2º: 4)].

De acordo com Pérez o património cultural “(...) *redefine os conceitos de folclore, cultura popular e cultura tradicional (...)*” (2009:140), e podemos falar dele como a “(...) *representação simbólica das identidades dos grupos humanos (...)*” (*ibidem*).

Muitas vezes tendemos a confundir os conceitos de património cultural, cultura e património. Segundo Pérez património são “(...) *todos os recursos que se herdaram, bens mobiliários e imobiliários, capitais e outros (...)*” desta forma o património pode ser “(...) *acumulado, perdido ou transformado (...)*” (2009:140). O mesmo autor afirma que “(...) *o património cultural é definido muitas vezes como ‘património’, isto é, como uma herança do passado, mas nem todos os vestígios herdados do passado podem ser considerados património cultural (...)*”, ou seja, podemos entender que “(...) *o património cultural tende a ter um sentido público, comunitário e de identificação coletiva largada (...)*”, enquanto que o património “(...) *tem um sentido mais restrito, familiar e individual, (...)* [tem um] *contexto privado e particular (...)*” (2009:141). Já “(...) *da cultura não podemos patrimonializar nem conservar tudo, daí que o património cultural seja só uma representação simbólica da cultura (...)*” (*ibidem*).

Pérez afirma ainda que o património cultural é “(...) *uma expressão da cultura dos grupos humanos que recupera memórias, ritualiza sociabilidades, seleciona bens culturais e transmite legados para o futuro (...)*” (*ibidem* 2009:142), ou seja, o património cultural resulta da atribuição de significados sociais, de valores e da reconstrução da memória e da identidade.

No que concerne ao património industrial existe uma lacuna de identificação clara em termos normativos e legislativos, pois consideramos que as referências ao património industrial nos Artigos 2º - “Conceito e âmbito do património cultural” e 72º - “Disposições gerais – Componentes do regime geral de valorização dos bens culturais”, da Lei de Bases do Património Português são insuficientes e não transmitem nem o que é o património industrial nem a importância da sua salvaguarda. Estas lacunas levam muitas vezes, como em muitos outros casos, a impasses de âmbito legal no decorrer de projetos ligados à preservação deste património.

2.2.2. Turista cultural

A era da globalização e os novos paradigmas políticos e económicos que vivemos hoje em dia contribuem para o desenhar de um novo perfil de turista com preferências e interesses específicos ao nível dos produtos e serviços turísticos que este pretende usufruir.

Tal como disse Licínio Cunha aquando da conferência sobre “Turismo e Empreendedorismo”⁸ “(...) *entramos numa nova geração de turistas (...)*” que advêm de e espoletam novas tendências: “(...) *alterações demográficas; estilos de vida; interculturalismo; desenvolvimento da ‘economia das experiências’; proliferação de novos modelos da oferta e de produtos; clientelização (...)*” além dos fenómenos “(...) *da globalização, da emergência de novos destinos, da sustentabilidade, etc. (...)*”. Hoje em dia tudo acontece muito rapidamente, é quase instantâneo, logo há uma maior tendência para a individualização e para a personalização individual. As pessoas procuram no turismo novas experiências que satisfaçam as suas necessidades, curiosidades e o turismo cria e especializa-se nessas experiências, dando aso assim a economias apenas com essa finalidade - de satisfação das mesmas.

O turista cada vez mais busca a autenticidade, procura o que é verdadeiro, singular que o leve à satisfação, transportando em si a sua própria noção de autenticidade. Isso leva à necessidade da criatividade, pois muitas vezes, em turismo, a autenticidade cria-se e essa criação é feita de forma deliberada. Para esse processo criativo pensamos ser pertinente e lógico a aplicação da teoria dos “3T’s” de Richard Florida: talentos (atraídos à região); tecnologia (usada intensivamente) e a tolerância (fundamental à cooperação e à colaboração).

Luís Mota Figueira identificou quinze características do turista cultural: é curioso; necessita sentir-se seguro; tem aptidão para a compreensão do que lhe é mostrado; quer ter mais conhecimento; pretende estar o mais bem informado possível; é participante ativo no processo da visita; é atento à interpretação do que o rodeia e do que lhe é mostrado; “(...) *extasia-se e maravilha-se na perceção mais fina de certos pormenores do que lhe é mostrado ou sugerido (...)*”; interroga, dialoga e critica o processo interpretativo do que lhe é mostrado; valoriza a natureza e as manifestações culturais; preocupa-se com as questões de salvaguarda do património; envolve-se de forma rápida e fácil com as

⁸ Realizou-se no Isla em Santarém em 10 de Maio de 2012.

populações locais; dispõe-se a comprar programas suplementares à sua visita se lhe parecerem merecedores e potencialmente enriquecedores da experiência; poderá ser “o” potencial divulgador do destino visitado; e é “(...) *consumidor atento de novidades, em termos de elementos e produtos culturais, viajando propositadamente para os poder consumir (...)*” (2007: 16).

Já Mackercher e du Cros identificam duas dimensões do turismo cultural que fazem com que um turista opte na escolha de um destino turístico para visitar, são elas a centralidade ou primazia do turismo cultural na escolha e a profundidade da experiência (2002:140 a 143). Combinando estas duas dimensões os autores identificam cinco tipos de turistas culturais: turista cultural intencional – aquele cuja motivação principal para visitar um destino é o turismo cultural, a sua experiência é profunda; turista cultural inspirado – aquele cuja motivação principal ou grande razão para a visita de um destino é o turismo cultural, mas a sua experiência é mais superficial; turista cultural acidental – aquele cuja motivação principal para visitar um destino não é o turismo cultural, mas depois de participar acaba por ter uma experiência profunda; turista cultural casual - aquele em que o turismo cultural é uma motivação secundária para visitar um destino, e a experiência resultante é superficial; e o turista cultural incidental - aquele cuja motivação principal para visitar um destino não é o turismo cultural, mas apesar disso acaba por ter algumas experiências (2002:144).

Todos estes tipos de turistas culturais podem ser encontrados a qualquer altura em qualquer destino turístico, isso vai variar de destino para destino e depender de si mesmo, do próprio turista cultural, da sua origem, do património cultural a ser visitado e das experiências oferecidas.

Desta forma cabe aos operadores e promotores turísticos, públicos e privados, conscientes desta versatilidade, fazerem as melhores opções no que concerne à oferta turística. A forma como vendem o destino é muito importante daí o planeamento turístico ser fundamental.

O *turista industrial*⁹ enquadra-se perfeitamente nesta tipologia, uma vez que é um turista que pretende vivenciar, experimentar e experienciar. O desejo de visitar fábricas em laboração, museus industriais ou qualquer outro património industrial poderá partir de uma motivação mais ou menos direcionada para a especificidade do tema, dependendo de cada

⁹ Usaremos esta designação para nos referirmos ao turista que tem interesse pelo património industrial, por forma a facilitar a comunicação e o discurso.

turista e do destino escolhido, e do mesmo modo o turista poderá ter experiências mais ou menos profundas dependendo da sua abertura à experiência e da maneira como a própria experiência é proporcionada.

Em Portugal o turismo industrial encontra-se em franco crescimento, a julgar pelo sucesso de São João da Madeira e aparecimento de outros projetos de turismo industrial como os casos da Marinha Grande e do projeto-piloto que une o Tecnopolo de Sines e a refinaria da Galp, que suscitaram ao Turismo de Portugal a necessidade de promover uma conferência¹⁰ para debater os casos de sucesso nesta temática [TURISVER, 2013b) e c)] Daí que o número de *turistas industriais* em Portugal também se encontre em crescimento, ora movidos pela motivação principal de visitar património industrial, como é o caso de São João da Madeira, que antes não tinha qualquer atração turística e agora só nos primeiros seis meses do ano contou com 3000 visitas por mês em média [PÚBLICO, 2013b)], ora atraídos por um outro qualquer atrativo turístico e que depois por curiosidade e/ou vontade de saber e conhecer mais visitam o património industrial disponível, como é o caso, por exemplo, de Portimão cuja atratividade principal será o sol e mar e que depois oferece como complemento à experiência turística o seu museu municipal com o espólio da fábrica conserveira La Rose, onde de resto está situado o próprio museu.

2.3. Repositórios e inventários turísticos: breve relance

Um inventário segundo o Dicionário da Língua Portuguesa é uma lista, uma enumeração e descrição minuciosa de algo.

Assim sendo um inventário turístico será uma lista, uma base de dados com toda a informação turística de um local e neste caso de um país. Nela deverão estar inscritos os recursos e atrativos turísticos, os serviços, infraestruturas e equipamentos de apoio ao sector. Em suma, deverão constar todas as informações úteis de que necessite o turista ou o interessado nessa informação.

¹⁰ Realizou-se no auditório do edifício sede do TP no dia 30 de Outubro de 2013 e teve como título “Turismo Industrial e Desenvolvimento Local”.

Os inventários, no geral, têm uma finalidade simples, arrumar informação dispersa que no entanto serve o mesmo interesse, que responde à mesma necessidade de saber. Para servir esse propósito deverão ser de fácil acesso e leitura.

No caso de um inventário turístico o propósito deverá ser o mesmo. Isto é, um inventário turístico deverá colocar ao dispor do turista toda a informação que ele necessita saber no momento sobre um determinado local ou destino. De forma clara e simples o inventário turístico deve identificar a rede hoteleira, gastronómica, cultural (em todas as suas conceções), de acessos, de serviços e de equipamentos de apoio à atividade turística de um qualquer destino turístico.

Toda esta informação disposta sob a forma de uma listagem, acessível num só local contribui para o planeamento turístico, uma vez que todo o trabalho de inventariação, de recolha dos dados, permite obter um conhecimento alargado de toda a oferta turística de cada local inventariado. Este conhecimento e contributo para o planeamento levarão *a posteriori* à sustentabilidade do turismo, na medida em que tendo-se o conhecimento do que se tem ao dispor, em que quantidade e em que qualidade, poder-se-á mais facilmente detetar possíveis pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades e delinear estratégias que visem a sustentabilidade dos locais, da oferta e do turismo bem como do seu desenvolvimento.

Através de um bom inventário turístico e do seu contributo no planeamento turístico, também é possível contribuir para a elaboração de roteiros turísticos mais bem desenhados e a serem usados por todos os tipos de públicos.

Sendo um inventário turístico bem elaborado é possível delinear de forma mais eficiente e eficaz as estratégias a adotar, bem como gerenciar os recursos económicos, isto é, serem definidas prioridades de investimento no turismo local e nacional. Com um ideal e atual conhecimento do território turístico, em todas as suas vertentes, será mais fácil e mais assertivo delinear as estratégias de desenvolvimento sustentável do turismo pretendido, tanto ao nível da oferta como da procura e tanto à escala local como nacional.

Desta forma o inventário turístico torna-se não apenas útil ao turista mas também ao técnico turístico, ao gestor e até ao operador turístico que irão depois servir-se desta base de dados para executar o seu trabalho de planeamento e gestão do turismo, do território e até para mais fácil organizar uma viagem a um determinado local, para melhor servir o seu cliente.

Para que tudo isto seja possível é fundamental que o inventário turístico seja elaborado com seriedade e profundidade de conhecimentos sobre o território em estudo e as necessidades do turista para que as informações prestadas pelo inventário sejam verdadeiramente relevantes e úteis.

Assim, para que o inventário seja totalmente confiável e de fácil leitura é importante que este utilize a mesma linguagem e a mesma matriz (metodologia) dentro de um mesmo destino turístico. Isto é, o inventário deverá ter um carácter nacional, para que o turista ou o técnico possa buscar as informações que pretende em toda a plenitude da oferta turística de um país e assim, mesmo que elaborado por municípios ou regiões de turismo (que são as entidades mais próximas de cada local e por isso com uma perceção mais fidedigna das realidades), esta base de dados deverá ser uniforme no seu conjunto, seguir uma mesma regra de construção, contribuindo também assim para um mais fácil processo de planeamento turístico nacional.

Na perspetiva do técnico de turismo, este repositório turístico permitirá igualmente uma otimização dos recursos públicos, uma vez que lhe permite partir para a ação sem ser necessário a constante repetição de tarefas de levantamento sobre os recursos, serviços, acessibilidades, equipamentos turísticos de um município por exemplo. Este tipo de trabalho além de identificar o que existe, permite detetar também o que não existe e/ou o que pode ser melhorado, as necessidades turísticas (e não só) de planeamento sustentável, de desenvolvimento turístico e territorial e de ação efetiva - o que fazer.

Contudo, esta base de dados não deve ser fechada, mas antes aberta, dinâmica, flexível. Ela deverá ser sujeita a um processo de monitorização por parte dos órgãos competentes para que se mantenha atualizada, para que a sua informação seja sempre a mais fiável e credível e assim sirva da melhor forma os seus múltiplos propósitos.

Para um mais fácil e rápido acesso à informação estes inventários deverão, na minha opinião, ser divididos por município e por temática turística. Por exemplo, no caso do município de Abrantes poderão haver tantos repositórios turísticos quantas temáticas turísticas o concelho tiver, sendo que deverão ser todas inicialmente apresentadas ao pesquisador, que depois irá aprofundando o seu conhecimento da oferta seguindo o tema que mais lhe convier. Poderá Abrantes então, apresentar bases de dados relativamente à oferta turística de por exemplo: turismo cultural, turismo industrial, turismo natureza, turismo fluvial, turismo aventura, etc. Partindo do princípio que alguma da informação

poderá ser a mesma, como por exemplo no que concerne à hotelaria e restauração e alguns outros serviços úteis, acessibilidades, etc., a informação específica dos conteúdos de cada temática turística estará devidamente separada, para que a pesquisa seja mais assertiva.

Como *benchmarking* podemos seguir o caso do Brasil que dispõe de um Inventário Turístico Nacional, levado a cabo pelo EMBRATUR (Instituto Brasileiro do Turismo), tutelado pelo Ministério do Turismo, que surgiu em Janeiro de 2003 embora o EMBRATUR seja já bem mais antigo (DARINI, 2006). O início do Inventário Turístico Nacional do Brasil deu-se na década de 1980 que leva assim já uma longa experiência de inventariação turística já que a sua metodologia e técnicas de inventariação foram evoluindo e sendo melhoradas ao longo de mais de vinte anos, até aos dias de hoje, pelo que temos muito a aprender com eles (PERANTONI *et all*, *s.d.*).

Do ponto de vista do património industrial pensamos ser relevante e absolutamente necessário que se faça um inventário nacional desse património, seguindo a linha de pensamento da Grã-Bretanha, que foi o primeiro país a encarar essa necessidade numa conferência realizada pelo *Council for British Archaeology* em 1959 (CORDEIRO, 2000:405).

Em Portugal também se começou a pensar nesta questão, principalmente depois das transformações produtivas e urbanísticas ocorridas no pós 25 de Abril, quando muitas fábricas, algumas delas centenárias, começaram a desaparecer e com elas parte da história da industrialização em Portugal. Essa preocupação ficou registada nos trabalhos do I Encontro Nacional sobre Património Industrial, em 1986, no decorrer dos quais foram surgindo alguns projetos para a realização de inventários à escala regional e local (CORDEIRO, 2007:44). Contudo, infelizmente, hoje em dia muito pouco foi feito nesta área.

Julgamos que esta será a forma mais correta e fidedigna para a posterior elaboração de qualquer rota nacional de património nacional, pois só depois de se conhecer o património industrial existente, seu estado de preservação, seu potencial e relevância histórica, se poderá criar oferta turística de qualidade e confiança. Para isso contribuiria certamente o Repositório de Arqueologia e Património Industrial do Médio Tejo, que deverá a médio longo prazo, pensamos nós, ser alvo de estudo e debate científico mais aprofundado nesta região.

Em suma, um inventário turístico nacional é pois uma ferramenta bastante útil no planeamento sustentável do turismo e no serviço informativo prestado ao turista. Sendo que, na nossa opinião, deveria até ser indispensável pois permite não só otimizar serviços prestados ao turista como também recursos económicos e humanos por parte das autoridades locais e/ou turísticas, com responsabilidades no planeamento e desenvolvimento de planos e estratégias turísticas, aliando assim a sustentabilidade numa perspetiva holística.

2.4. Turismo industrial

O turismo “(...) apresenta uma reconhecida capacidade para regenerar territórios em crise, contribuindo para garantir a revitalização socioeconómica [das] regiões. (...)” (CORDEIRO, 2012:15), uma vez que, já como referido anteriormente, por si só contribui com cerca de 10% para o PIB.

Segundo Xerardo Perez citando Urry (1990), Lowenthal (1985) e Fowler (1992), “(...) vivemos numa sociedade pós-moderna na qual prevalece uma tendência para a nostalgia, que se manifesta numa atração nostálgica pelo património cultural, entendido como representação simbólica da cultura, sendo esta uma das mais fortes motivações para a prática do turismo cultural (...)” (2009:113).

Esta nostalgia identitária coletiva é o que caracteriza as comunidades pós-industriais, em que permanece a lembrança forte do passado. Desta forma podemos afirmar que o turismo industrial através da reativação do património industrial contribui para o apaziguar dessa nostalgia, substituindo-a, pelo menos em parte, pelo sentimento do renascer do seu valor histórico, cultural e identitário entre si e perante os outros. Ainda que não volte a haver a dimensão laboral e empregadora que houve outrora, o sentido de importância, valorização e pertença a uma comunidade ativa, valorizada e reconhecida por terceiros, consegue devolver alguma autoestima coletiva a estas comunidades.

O *turista industrial* também é impelido por esta nostalgia pelo património industrial, quer sejam eles mesmo fruto de territórios industriais e pós-industriais, quer sejam movidos pela curiosidade nostálgica do que foi outrora o património industrial que

agora visitam, quer sejam movidos pela curiosidade do agora, do saber como se faz, neste caso através das visitas a fábricas em laboração.

O turismo cultural “(...) *tem vindo a constituir uma alternativa convincente ao turismo de massas, diversificando e multiplicando a oferta turística, contribuindo para a eliminação da sazonalidade e aliviando a pressão sobre os destinos turísticos histórico-culturais e artísticos mais procurados (...)*”, assim foi “(...) *no âmbito do turismo cultural que em 1987 (...) surgiu o conceito de turismo industrial. (...)*” (CORDEIRO, 2012:10).

Segundo Freitas (2011), o Turismo Industrial é praticado nos países desenvolvidos, como o Japão, a França e os Estados Unidos da América, desde a segunda metade do séc. XX.

O conceito de turismo industrial “(...) *não possui uma definição consensual, (...), abrangente de todos os seus pontos de vista. Ootgar et al. (2008) esclarecem que este é um tema de investigação relativamente pouco explorado, denota uma escassez de conceitos e definições claras (...)*”(MOTA e COSTA, 2013:10).

Em todas as diversas possibilidades de definições do conceito de turismo industrial, existem no entanto três fatores comuns: 1. existência de atividade turística, especificamente visitas; 2. oferta de uma experiência ligada ao contexto em visitação; 3. valorização do ambiente social e cultural associado aos recursos (*ibidem*, 2013:10).

Sendo o Turismo Industrial uma vertente do Turismo Cultural (ARECES, 2001:65), tem como suporte o desejo do turista em experienciar coisas novas, não apenas ver o superficial e pré formatado, mas, ao invés, ou para além disso, ver algo autêntico, que lhe traga conhecimento e lhe permita interagir com novos povos e seus hábitos, tradições, costumes, novas culturas e identidades culturais, “(...) *os visitantes [de hoje] esperam experimentar o património (...)*” (GONÇALVES, 2009:77), tendo por base, neste caso, o património industrial.

Tal como já referido anteriormente, este património industrial significa um registo histórico e social de uma comunidade, das atividades desempenhadas, que tendo uma consequência histórica despertam para um sentimento de identidade, de autenticidade, além de despertarem emoções também pelo seu valor estético, que será certamente diferente do que o turista está habituado a ver como sendo um monumento. Aqui uma fábrica, um moinho, uma chaminé, são monumentos à atividade laboral do Homem, mas

também marcam uma época, uma comunidade e por isso devem ser preservados e apreciados.

Para além de trocas culturais o turismo industrial possibilita minimizar as perdas económicas e sociais causadas pela desindustrialização, através da revitalização dos espaços industriais e suas paisagens que até então eram considerados locais de decadência, poluídos, feios e sem interesse (CORDEIRO, 2012:10).

De acordo com a organização do 4º Congresso Europeu de Turismo Industrial, em S. João da Madeira, este tipo de turismo abarca Património Industrial, Arqueologia Industrial e também *Indústria Viva*, ou seja, visitas a empresas que ainda laborem.

Então, além do contacto com o passado, através da visita ao património e arqueologia industrial, que podem estar musealizados ou transformados criativamente, como vimos anteriormente, o turista pode ter contacto com o presente e ter uma perspetiva de futuro, ao visitar uma empresa que labora, experienciando tudo o que o património industrial permite, tanto ao nível das experiências do conhecimento, como ao nível das experiências dos sentidos e das emoções, mas no hoje, no agora, privilegiando do *ver fazer* no ativo e do contacto direto e presencial com a comunidade que labora e que vive o agora da sua história. É, portanto, uma experiência enriquecedora para o turista, já que lhe é permitido ver como se faz e quem o faz, interagindo.

Este tipo de turismo, também é benéfico, proveitoso, para as empresas que disponibilizam as suas instalações para as visitas, já que, claro está, têm a possibilidade de projetar para um possível consumidor a qualidade dos seus produtos, daqueles que os fazem, dando a melhor imagem possível daquilo que faz, com rigor, profissionalismo, qualidade, sendo assim uma ótima estratégia de *marketing*. Além de que podem beneficiar também monetariamente, com a venda das visitas, de *merchandising* ou dos próprios produtos, já que, normalmente, estas visitas terminam sempre numa prova de degustação e/ou loja de *souvenirs*, ou simplesmente com a oferta de uma t-shirt ou boné, por exemplo, com que o turista, mesmo que sem se aperceber, fará publicidade gratuita à empresa.

Portanto, e tal como afirmado por José Manuel Lopes Cordeiro, “(...) o turismo industrial poderá também contribuir para a diminuição do impacte negativo da desindustrialização de certas zonas da Europa, com a reconversão para fins culturais – nomeadamente museus, mas também através da preservação do mais diverso tipo de património industrial *in situ* (...)” (2007:47).

À semelhança do que acontece ou deve acontecer no restante turismo, também no turismo industrial é importante a criação de redes. Isto é, a colaboração entre vários sectores turísticos como, o hotel, o promotor, o restaurante, o agente de viagens, etc., e a empresa a ser visitada, trará benefícios para todos. É importante que em prol de um bem comum, esquecendo a concorrência, se entreatudem, fazendo referência uns aos outros e angariando clientes uns aos outros, beneficiando todos e maximizando, assim, os proveitos de um mesmo turista, nos vários ramos do turismo e da economia, lucrando com isto também a própria comunidade em que se inserem.

Principais dificuldades e obstáculos para a elaboração de projetos de turismo industrial, segundo Dietrich Soyey (1993), citado por José Manuel Lopes Cordeiro (2012):

Cognitivas e/ou culturais:

- preconceito de que o património industrial “(...) não constitui um bem cultural com a mesma importância e dignidade do restante património cultural. (...)” (*ibidem* 2012:11);
- “(...) que o património industrial não apresenta um suficiente valor estético que justifique a sua exibição como atração turística (...)” (*ibidem* 2012:11);
- já é altura de apresentar as ruínas industriais como símbolos da industrialização, “(...) com o mesmo valor e dignidade das ruínas (...)” (*ibidem* 2012:11) de outras épocas, uma vez que o património industrial é reconhecido enquanto tal por importantes entidades do setor do património como o é a UNESCO.

Económicas:

- o facto de o património industrial constituir, na sua grande maioria, propriedade privada de empresas ou particulares, que por vezes passam por processos de falências e especulação imobiliária, põem em risco a preservação deste património, tanto móvel como imóvel (*ibidem* 2012:12);
- a questão dos elevados custos de investimento económico para a recuperação e/ou requalificação e conseqüente manutenção das instalações industriais, também é muitas vezes apontada como a justificação para a solução da demolição deste património. No entanto quando se opta pelo investimento para a preservação deste património, segundo o autor, é sempre preferível apostar na reutilização, não só porque se

conserva o património, mas também pelas múltiplas soluções vantajosas que podem advir dessa reutilização (*ibidem* 2012:12).

Física e de natureza ambiental:

- localização periférica de algumas instalações industriais, bem como as condições ambientais e de conservação deste património “(...) *podem dificultar a sua integração em circuitos de visita (...)*”. “(...) *Todavia, é possível ultrapassar essas dificuldades através, [por exemplo], do reforço da sua capacidade de atração, ainda que para tal seja necessário efetuar os correspondentes investimentos, inclusivamente no que respeita à oferta de alojamento. (...)*” (*ibidem* 2012:12).

Organizativas:

- “(...) *o valor patrimonial de um sitio não constitui, por si só, a garantia de que o mesmo se irá transformar numa atração turística. Para tal têm de se criar as condições necessárias à sua transformação num produto turístico. [O que constitui] uma operação complexa que exige os correspondentes meios humanos e financeiros, infraestruturas de diverso tipo, assim como uma planificação adequada (...)*” (*ibidem* 2012:12).

A colocação de produtos de turismo industrial no mercado turístico necessita de estratégias de planeamento em turismo industrial, que segundo Ana Mota e Carlos Costa se estabelecem a vários níveis:

Ao nível da organização do produto:

- Complementaridade entre diversas atrações para tornar o produto mais heterogéneo e interessante e garantir a sua sustentabilidade económica;
- Criação de *clusters* de oferta temáticos;
- Implementação de um sistema de ligações físicas atrativo e estratégico entre os vários *clusters*;
- Organização de um produto turístico regional (*ibidem*, 2013:21).

Ao nível do ambiente intrínseco global:

- Respeito pela identidade cultural, no sentido de aproveitar o que é único e de promover o *empowerment* da comunidade local;
- Conjugação dos setores do turismo e do lazer e recreio;
- Equilíbrio entre as necessidades da comunidade e as expectativas dos visitantes;
- Criação de novos serviços e de serviços com rótulo de qualidade na região, pelo apoio ao empreendedorismo local e pela formação e especialização técnica dos residentes;
- Articulação com as políticas de ordenamento do território e com as linhas estratégicas definidas para o setor do turismo ao nível regional (*ibidem*, 2013:21).

Ao nível da governância:

- Planeamento de *marketing* estratégico para o produto integrado;
- Estabelecimento de parcerias público-privadas;
- Consulta oportuna e pertinente à população local e residente, bem como aos restantes agentes sociais e económicos da região;
- Dinamismo do planeamento, no sentido de se adaptar a alterações e de se manter legítimo ao longo do tempo;
- Monitorização das estratégias e das ações (*ibidem*, 2013:22).

Segundo Alexander Ootgaar *et all* o turismo industrial tem vindo a crescer no panorama turístico mundial e a sua capacidade de crescimento será tanto maior quanto mais variada for a sua rede de oferta turística, já que, segundo o autor “(...) *industrial museums and industrial theme parks can attract many more visitor than factories can (...)*” (2008:187).

2.5. Museus e musealização

Hoje em dia pensamos ser incontestável a importância dos museus para o turismo cultural e para a divulgação, dinamização e desenvolvimento do património e cultura locais. Assim julgamos ser fundamental que o especialista em turismo cultural conheça o conceito de museu e que saiba tirar partido dos vários tipos de museus para fins turísticos.

A origem etimológica da palavra *museu*, no dicionário de Língua Portuguesa, deriva do latim *museum* e do grego *museion*, significando *lugar consagrado às musas*.

Deste sentido etimológico pensamos ser importante reter a ideia de que o museu deve ser um lugar de inspiração, de emoção e essa ideia deverá servir de mote para o nosso conceito de museu, no sentido da nova museologia e de um museu que preserva a memória e a identidade locais.

Segundo José Manuel Lopes Cordeiro *apud* Georges Henri Rivière (1989), museologia define-se como uma ciência aplicada, a ciência do museu. Ela estuda a história, as funções na sociedade e as técnicas de investigação e conservação mais adequadas, bem como as formas de apresentação, animação, divulgação, de reabilitação arquitetónica e ainda a tipologia e a deontologia (2001:43).

Já a museografia, de acordo com o mesmo autor citando Roberto Rojas (1979), caracteriza-se por ser a teoria e a prática da construção dos museus, desde os aspetos arquitetónicos e de circulação às instalações técnicas e logísticas dos mesmos. São assim “(...) *um conjunto de técnicas e de práticas aplicadas aos museus (...)*” (tradução da autora) [CORDEIRO, 2001:43 *apud* RIVIÈRE (*ibidem* 1989)].

Ambas atuam em simultâneo, complementando-se e de forma interdependente. A museologia diz respeito a uma técnica mais teórica, enquanto a museografia é mais prática e concretizante do ato de construir um museu, uma exposição museológica.

Os objetivos principais dos museus são então o de investigar, conservar e preservar o património cultural e natural, aliando a estes, ainda, os deveres de educar e difundir a cultura, a história, a memória e a identidade de uma população e de um território para as gerações futuras e para os *outsiders* que têm curiosidade e interesse em conhecer a sociedade anfitriã.

Tal como diz Xerardo Pérez “(...) *o museu tem por objeto ser espelho das comunidades para ajudá-las a descobrir quem são, de onde vêm e para onde vão (...)*” (2009:183), além de que, podemos afirmar, o museu se converteu “(...) *numa montra para turistas (...)*” e é um “(...) *instrumento fundamental do desenvolvimento local(...)*” através da sua exploração por parte do turismo (2009:184). Assim podemos concluir que “(...) *o museu é um elemento fundamental para o turismo cultural: nalguns casos o turismo cultural precisa do museu e noutros o museu precisa do turismo cultural para a sua própria sobrevivência (...)*” (PEREZ, 2009:184).

Existe em nós enquanto seres humanos uma necessidade intrínseca, quase inata, para a preservação da memória do *nosso eu* enquanto seres coletivos pertencentes a um

grupo a que chamamos de sociedade, perpetuando-nos assim de alguma forma, daí a própria memória ser “(...) *um objetivo e um instrumento de governo* (...)” (LEGOFF, 1984:38), por parte de todos os Governos, sejam quais forem as suas ideologias políticas.

Nesta perspetiva os museus desempenham um papel fulcral, uma vez que estes permitem a preservação e comunicação do nosso património cultural, tangível e intangível, para as gerações vindouras e para os outros, que não pertencendo nem descendendo do nosso grupo social e cultural, pela visita ao museu conseguem conhecer-nos (através dos valores intrínsecos no património cultural exposto e transmitido), e identificar-nos enquanto elementos pertencentes a um determinado grupo que não o seu (através das características diferenciadoras desse património cultural). Desta forma o museu cumpre a sua função social na interpretação do *genius loci* e dos modos de vida do território e da comunidade em que se insere possibilitando e promovendo o intercâmbio cultural, sendo assim, ele mesmo, instrumento de multiculturalismo.

Uma das funções dos museus é comunicar e estes comunicam através das exposições, publicações, anúncios, mas também por outros meios como vídeos, etc.. Desta forma e segundo Eilean Hooper-Greenhill são eles mesmos caracterizados como meios de comunicação em massa, mas com a particularidade de a essa vertente massificada juntarem ainda a comunicação *face-to-face*, interpessoal [1994a]:12]. São então os museus meios de comunicação privilegiados.

Devemos, assim, pensar os museus como uma estratégia de desenvolvimento integral que promova o desenvolvimento local com base da melhoria da qualidade de vida e da autoestima coletiva por meio da valorização dos recursos endógenos.

Esta valorização promovida pelos museus deve ser cada vez mais, pensamos nós, sob uma perspetiva holística, ou seja, uma valorização dos recursos endógenos obtida através do desenvolvimento social, cultural, político, ambiental, educativo e também económico, pois o consumo cultural promovido através do turismo permite gerar direta ou indiretamente riqueza económica, questão tão fulcral na conjuntura que atravessamos atualmente.

Nesta perspetiva, hoje em dia, os museus aliados ao turismo cultural poderão fazer toda a diferença principalmente em comunidades onde abundam a escassez de fontes de rendimento e a carência de dinamização económica, uma vez que poderão associar e/ou espoletar atividades económicas ligadas ao artesanato, ao *merchandising*, a atividades de

cariz cultural complementares à função social do museu como atividades decorrentes da atividade turística (restauração, transportes, alojamento), e até proporcionar oportunidades em que o empreendedorismo possa acontecer.

2.5.1. Evolução museológica

Tal como o define atualmente o ICOM, 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 envolvente com fins de educação, estudo e deleite (...)”,

e grosso modo também é assim que é definido pela Lei-Quadro dos Museus Portugueses (Lei nº 47 de 2004).

No entanto a história dos museus remonta a tempos bem mais antigos. Poderá dizer-se que teve início com os ideais que levaram à prática do colecionismo na Antiguidade Clássica, ainda que nesta época esse colecionismo fosse levado a cabo pelas elites e com fins propagandísticos, de demonstração de poder político, militar, ideológico e social, portanto com uma finalidade bem diferente dos de hoje em dia (ANICO, 2008:105).

Com o passar dos séculos e a mudança de paradigmas e de pensamento, surge no Renascimento, com a ascensão da burguesia e do gosto pelos ideais clássicos, a noção de que o colecionismo não se deve fazer simplesmente pelo fazer *per si*, mas antes tendo em conta o desenvolvimento do humanismo e da necessidade de investigação dos testemunhos artísticos clássicos (ANICO, 2008:106). Assim os objetos passam a ter um valor representativo, um valor da sua significância do passado. Deixam então de ter um simples valor estético e económico, para lhes ser reconhecido um valor científico e didático. Evoluiu-se desta forma para a corrente de pensamento que levará ao conceito de museu moderno.

É então que chegam à Europa todo o tipo de curiosidades, de objetos considerados raros, estranhos vindos do Novo Mundo, fruto da *Era Expansionista* dos séculos XV e XVI e que merecem tratamento expositivo. Surgem assim os Gabinetes de Curiosidades, que se

irão manter até aos séculos XVIII e XIX, altura em que estas exposições deixam de ser usufruídas apenas pelos privilegiados elitistas e passam a abrir-se ao público, dando origem a museus, na aceção que conhecemos hoje (ANICO, 2008:112). É pois no decorrer desta época que surgem muitos dos museus nacionais europeus como o Museu Ashmolean (em Oxford), o Museu Britânico (em Londres) e o Museu do Louvre (em Paris).

Poderemos dizer que o primeiro museu português foi o Real Museu da Ajuda, criado pelo Marquês de Pombal para o príncipe D. José, em finais do século XVIII e que era constituído por um Museu de História Natural, um Jardim Botânico e um Gabinete de Física (RAMOS, 1993:21-23)

Contudo, em Portugal os primeiros museus públicos surgem no pós triunfo do movimento liberal, em 1834. Embora também por cá tivesse havido coleções particulares e coleções reais, era a Igreja, que devido aos excepcionais privilégios que possuía, quem detinha os maiores tesouros artísticos nacionais. Assim só quando sobe ao poder o governo liberal, com a extinção das ordens religiosas e a nacionalização dos seus tesouros e propriedades é que estão criadas as condições para surgirem os museus públicos em Portugal (PIMENTEL, 2005:102 e 103).

Foi no Porto, em 1838, que abriu as suas portas o primeiro museu público português, o Museu Allen. Este era um museu privado pertencente a um comerciante de origem britânica, João Allen e dispunha de uma coleção variada, desde mineralogia, a pintura, numismática, curiosidades e biblioteca. Embora fosse teoricamente aberto ao público, o seu acesso era bastante restrito, apenas recebia visitantes ao domingo das 10h00 às 15h00 (PIMENTEL, 2005:36 e 37).

De referir que com a Revolução Industrial surge um novo tipo de património e de conhecimento - o industrial.

É então no início da segunda metade do século XIX que nascem em Portugal, em Lisboa e no Porto, os Museu de Industria e os Museus Tecnológicos, tidos como estabelecimentos complementares dos Institutos Industriais das duas cidades (RAMOS, 1993: 38).

Posteriormente, em 1883, António José Aguiar, Ministro das Obras Públicas, Industria e Comércio, cria por decreto os Museus da Industria e Comércio em Lisboa e no Porto (PIMENTEL, 2005: 107-108). A principal finalidade destas instituições era contribuir para a educação dos trabalhadores fabris nos "*(...) princípios do design*

industrial (...)”, impulsionando assim a produção industrial (PIMENTEL, 2005:108). Para tal foram anexadas a estes museus, uma escola industrial e comercial.

Poder-se-á dizer que estes foram dos primeiros museus verdadeiramente abertos ao público, pois ao contrário de outros que apenas abriam ao público uma ou duas vezes por semana, estes abriam todos os dias e por vezes até à noite, contribuindo desta forma para a educação do público em geral (PIMENTEL, 2005:108).

Contudo, ambos os museus falharam por não cumprirem os intuitos a que se propuseram e foram encerrados por decreto em 1899 (PIMENTEL, 2005:108).

As últimas décadas do século XIX e a primeira metade do século XX são marcadas pelo crescimento do movimento nacionalista, que também se fez sentir em Portugal. Pretende-se construir uma identidade nacional com valorização da memória coletiva (ANICO, 2008:133).

Com a Implantação da República considera-se extremamente importante, para o desenvolvimento do país, o património da Nação (ANICO, 2008:133).

Esta “(...) *glorificação nacionalista (...)*” perdura e acentua-se com o Estado Novo, marcado pela criação de museus etnográficos em todas as capitais de distrito (ANICO, 2008:135; RAMOS, 1993:51), tornando-se assim os museus verdadeiros instrumentos ao serviço do Estado.

No pós 25 de Abril, acompanhando os movimentos europeus das décadas de 1960 e 1970 que censuravam o tradicionalismo patente nos museus, surge também em Portugal o conceito de Nova Museologia (MAURE *apud* DIAS, 2008).

Os novos museus têm na participação dos membros da comunidade uma fonte de conhecimento, em que estes deixam de ser meros visitantes, atores passivos, para passarem a ser também eles sujeitos da musealização (MAURE *apud* DIAS, 2008).

Em contradição do que eram os museus tradicionais que dispunham de um edifício, de uma coleção e de um público; os novos museus dispõem de um território, de património regional e de uma comunidade.

É neste contexto que surge o Ecomuseu.

O conceito de ecomuseu foi utilizado pela primeira vez em 1971, criado por Hugues de Varine (PIMENTEL, 2005:166).

Embora inicialmente o termo ecomuseu estivesse intimamente ligado com a ecologia, atualmente refere-se tanto ao meio natural como ao meio social.

Mais do que qualquer outro tipo de museu, o ecomuseu depende da comunidade em que se insere e da participação ativa da mesma. O ecomuseu pretende representar o saber-fazer, valorizar o património natural, cultural e social de uma determinada comunidade, contribuindo dessa forma para uma verdadeira didática do património (SANTOS, 2009:13).

Na região francesa de Creusot, Borgonha, surge na década de 1970 o primeiro ecomuseu do mundo: Le Creusot-Montceau-les-Mines. Este projeto teve também a participação de Hugues de Varine e de G. H. Rivière (ambos antigos diretores do ICOM), foi baseado no património industrial dos Schneider e seria um museu do homem e da indústria espalhado por toda a região e contando com a participação ativa e fundamental da população local (SOARES, 2006:11).

Já em Portugal, a primeira experiência de criar um ecomuseu surge com a tentativa de criar o Parque Natural da Serra da Estrela. Contudo este projeto não foi concluído ainda que se tenham reunido materiais etnográficos e feito contactos com a população local. Apenas em 1982 com o Ecomuseu Municipal do Seixal tivemos o verdadeiro primeiro ecomuseu a nível nacional, que se estende por todo o território municipal e que conta com a participação fundamental da comunidade local e que desta forma transmite ao visitante as características essenciais daquela região (SANTOS, 2009:13).

Depois deste e conjuntamente com o desenvolvimento da arqueologia industrial, muitos ecomuseus e museus de sítio surgiram por todo o país, principalmente a nível da preservação e/ou recuperação de espaços industriais (SANTOS, 2009:15; LOPES, 2012:12-13).

A nova museologia trouxe ainda a ideia de que os museus devem ter novas e mais valências. Valências que permitam aos seus públicos permanecerem nos museus por mais tempo, que essas experiências perdurem nas suas memórias e tragam com elas a vontade do visitante regressar, sem com isto descurar das funções cultural, geradora de conhecimento e ciência, de preservação e de lazer dos museus.

Estas novas valências potenciam ao turismo e à criação de receitas financeiras que permitem aos museus a sua autossustentabilidade financeira e que ainda poderão contribuir para um ciclo automático de geração de economia e de dinâmica e projeção programática nos museus.

Este paradigma prende-se inclusive com os novos tempos, em que é fundamental a criação de riqueza, ou de recursos financeiros que possibilitem pelo menos a autossustentação das entidades e instituições, incluindo as que por natureza ou decreto não devem ter fins lucrativos. Com a atual conjuntura é imperativo que as organizações sejam independentes financeiramente e para isso há que ser criativo e atento a novas tendências, possibilidade e tecnologias, em que neste caso se encaixa na perfeição o turismo cultural ao serviço da nova museologia e dos novos museus, dando conseqüentemente origem a novos públicos.

No Congresso Internacional Turismo da Região Leiria e Oeste¹¹Alexandra Rodrigues Gonçalves, na sua comunicação refere que atualmente os museus enfrentam:

“(...) o desafio de atrair mais visitantes, adotando uma gestão estratégica orientada para o mercado e para as suas necessidades, de modo a garantir uma viabilidade financeira e, em simultâneo, cumprir com a respetiva função social, a que estão obrigados enquanto instituições públicas. Porém, verifica-se que existe um conhecimento muito incipiente do uso potencial dos museus pelo turismo, e vice-versa, embora já estejam identificados benefícios claros que podem resultar do desenvolvimento do turismo cultural associado aos museus (...)” (2007:30).

Estes são certamente novos paradigmas que os museus terão de enfrentar. Terão de responder à dicotomia oferecer cultura/ gerar riqueza, encontrar nela o equilíbrio e a sustentabilidade e aceitar os prós e os contras que possam daí decorrer. Para que isso aconteça é fundamental, na nossa opinião, que haja um planeamento e uma gestão eficaz e eficiente dos recursos, um conhecimento profundo do que se pretende e da forma como se poderão atingir esses objetivos, do caminho a percorrer, bem como uma adequada e consciente programação museológica.

¹¹ Realizou-se em Peniche, com organização do Instituto Politécnico de Leiria, nos dias 22 e 23 de Novembro de 2007.

2.5.2. Museus em Portugal

Se olharmos de forma perspetiva para o panorama português podemos constatar que os museus em Portugal têm vindo a obter um papel de destaque no acesso à cultura da população.

Hoje em dia quase todos os municípios têm museus, decorrendo esta situação das atribuições legais fixadas na legislação autárquica. Existem na sua generalidade os museus ditos clássicos, com exposições permanentes diversas, nomeadamente de história e de arte, mas cada vez mais o fenómeno que se observa é do surgimento dos museus etnográficos, considerados museus de território que contam, preservam e perpetuam a história local.

Estes são geralmente museus rurais, característicos de cada região e que surgem da necessidade e crescente interesse de valorizar identidades, promover os produtos da terra, ilustrar formas de fazer e saberes de antigamente, numa tentativa de preservar a memória nestes tempos tecnológicos e em que tudo acontece a uma velocidade estonteante. Neste sentido, estes museus servem também para relembrar as nossas origens e memórias, não muito longínquos, em que até o tempo passava mais devagar e em que praticamente tudo era feito à base do esforço manual e alimentado pela força motriz do corpo humano.

Assistimos a uma procura cada vez maior por parte do visitante do autêntico, do real, do saber fazer, da *origem das coisas*. Também só assim se pode justificar a existência de tantos museus rurais, etnográficos e mais recentemente também de museus industriais, sempre ligados à sua componente territorial. Não se trata, portanto, na nossa opinião, de apenas se praticar a necessidade de preservar memória e património por parte das populações locais, mas também dessa mesma necessidade ser partilhada por parte dos seus públicos, visitantes externos, que querem ver, aprender e, cada vez mais, experienciar e experimentar realidades autênticas diferentes das suas. Sem públicos, sem visitantes, de que servem os museus?

Esta pergunta merece uma reflexão. Assistimos em Portugal a que uma maioria dos museus tenha apoio, investimento e gestão estatal, quer seja diretamente tutelado pelo governo central, ou pelas administrações locais, sendo ainda que os museus sob alçada de privados são-no na sua maioria pertencentes à Igreja, a Associações de direito privado e a Fundações.

Os museus portugueses são regidos pela Lei-quadro dos Museus Portugueses, Lei nº 47/2004 de 19 de Agosto. Os objetivos desta lei-quadro são:

“(...) definir os princípios da política museológica nacional; estabelecer o regime jurídico comum aos museus portugueses; promover o rigor técnico e profissional das práticas museológicas; instituir mecanismos de regulação e supervisão da programação, criação e transformação de museus; estabelecer os direitos e deveres das pessoas coletivas e privadas de que dependam os museus; promover a institucionalização de formas de colaboração inovadoras entre instituições públicas e privadas tendo em vista a cooperação científica e técnica e o melhor aproveitamento possível de recursos dos museus; definir o direito de propriedade de bens culturais incorporados em museus, o direito de preferência e o regime de expropriação; estabelecer as regras de credenciação de museus e institucionalizar e desenvolver a Rede Portuguesa de Museus. (...)” (Artigo 1º).

De acordo com o artigo 2º desta lei-quadro, a política museológica nacional obedece a vários princípios. São eles:

“(...) princípio do primado da pessoa; princípio da promoção da cidadania responsável; princípio de serviço público; princípio da coordenação [entre políticas culturais, de educação, de ordenamento do território, da ciência, do ambiente e do turismo]; princípio da transversalidade; princípio da informação; princípio da supervisão; princípio de descentralização e o princípio da cooperação internacional. (...)”.

O museu é então, de acordo com o artigo 3º, qualquer instituição de carácter permanente, quer disponha ou não de personalidade jurídica, dotada de uma estrutura organizacional, sem fins lucrativos, seja qual for o tipo de acervo, desde que cumpram as funções museológicas previstas pela Lei-quadro dos Museus Portugueses. Essas funções, previstas no artigo 7º são: *“(...) estudo e investigação; incorporação; inventário e documentação; conservação; segurança; interpretação e exposição e educação. (...)”.*

Atualmente, e tal como já referido anteriormente, pensamos que se poderiam acrescentar às funções museológicas as da experiencição e experimentação. No sentido de que em muitos museus o usufruto pleno desses museus, só se obtém se o visitante puder ter uma experiência mais real do que está a ver. Isto é, em muitos museus, em que se pretende

demonstrar, e mais preservar memória e o saber fazer, obter-se-á um resultado mais enriquecedor e permanente para o visitante se este puder de facto fazer, sentir, ouvir, tocar, cheirar o que lhe é transmitido pela exposição, pelo acervo e programação museológica. No âmbito desta dissertação tentaremos fazer evidenciar que há uma visita passiva ao museu (visita clássica) e que há uma visita ativa ao museu (visita do nosso tempo). O que separa os conceitos é a diferença entre ter-se uma experiência museológica que se fica pela observação das exposições e poder-se contar com a imersão do visitante do museu nas atividades em curso naquele espaço.

Obviamente este conceito não se aplicará a todos os museus e a toda a coleção de um museu onde esta experiência efetiva seja possível acontecer, mas em alguns casos poderão ser criadas condições para que isso seja uma realidade. Exemplos disso poderão ser oficinas e *ateliers* da atividade musealizada (caso da oficina de carpintaria do Museu Agrícola de Riachos; do laboratório do Centro de Ciência Viva das Minas do Lousal; Museu do Pão); filmes e sons de época (som das diferentes sirenes das várias fábricas de conservas no Museu Municipal de Portimão; encenação através de reconstrução artificial, som e imagem do funcionamento e de uma mina no Centro de Ciência Viva das Minas do Lousal); passeios *in situ* com possibilidade de ver e sentir toda a envolvente de um espaço museológico ao ar livre que ainda se encontre em atividade (Rota do Mármore em Vila Viçosa; Rota do Património Industrial em São João da Madeira), ou em que se possa recriar essa atividade. Pensamos que assim se poderá garantir o cumprimento dos objetivos maiores da preservação dos bens culturais musealizados – o de servir a comunidade e o de preservar e perpetuar a sua função para que esta nunca se perca, para além de se dinamizarem as economias locais.

É portanto imperativo, na nossa opinião, que os museus desenvolvam estratégias que deem resposta aos novos desafios sociais e às novas tendências da procura, dando novos usos e novas dinâmicas aos seus espaços, sem contudo descuidar a sua missão.

Tal como referiu Stephen Weil, citado por Clara Camacho (2007:2) os museus só terão a possibilidade de sobreviverem ao futuro se estabelecerem pontes e parcerias com outras entidades e se se abrirem inteiramente ao exterior.

Poderá dizer-se, que foi também com este intuito que se criou em 2000 a Rede Portuguesa de Museus.

A Rede Portuguesa de Museus rege-se, desde 2004, Lei-quadro dos Museus Portugueses e é constituída pelos museus sob tutela do IMC, pelos museus dependentes dos Governos Regionais das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira e por museus que se voluntariam e candidatam a participar desta rede.

Os museus que pretendem integrar a Rede Portuguesa de Museus terão de respeitar determinados requisitos presentes no regulamento de adesão à RPM.

O funcionamento dos museus em rede implica: “(...) *um conhecimento aprofundado de cada entidade constituinte do sistema; a circulação contínua de informação; a articulação de recursos e a existência de finalidades comuns às entidades envolvidas. (...)*” (CAMACHO, 2007:7).

Os museus integrantes da RPM beneficiam de descentralização de recursos, apoio na divulgação dos dados e das atividades dos museus, apoio financeiro, apoio formativo, apoio jurídico, apoio na própria programação e funcionamento do museu e ainda de apoio na cooperação entre os museus que a integram

Consideramos ainda ser interessante refletirmos sobre a questão, um tanto ou quanto polémica, e sobre a qual de certo modo já nos debruçámos no capítulo anterior, que se prende com a economia dos museus.

Da diversa bibliografia relativa aos museus que consultámos para esta dissertação, foi bastante visível, principalmente na bibliografia mais recente, a preocupação com esta questão que o paradigma da atualidade impõe, no que concerne ao financiamento e sustentabilidade dos museus. Portugal não é exceção.

Se por um lado pesam as questões dos museus ao serviço da sociedade, da preservação e conservação do património, por outro lado começam a pesar as questões de como conseguir fazer isso na conjuntura atual, na nova dialética da procura e dos novos interesses dessa mesma sociedade e do público em geral. Cada vez mais museus e economia são interdependentes, já que os museus precisam de recursos materiais para poderem continuar a missão a que se propuseram.

Decorre daqui uma outra questão pertinente que se prende com o facto da ideia de cultura acessível para todos, que, em teoria, deveria acontecer. Se os museus definirem como sua estratégia de autofinanciamento apenas a de cobrança de ingressos, terão estes de ter certamente, e claro está consoante cada caso, valores que poderão impedir cidadãos comuns de os frequentarem. O museu perde assim a sua função de desenvolvimento da

sociedade em que se insere, além de fomentar a desigualdade social. Não é isto que se pretende. Pelo contrário. Pensamos que os museus devem ser cada vez mais unificadores sociais e permitir o acesso à cultura e à didática do património de todos os seus cidadãos por igual.

Assim sendo, pensamos que Portugal, à semelhança do resto da Europa e do mundo, terá de se preocupar com estas questões e delinear uma estratégia que permita aos museus autofinanciar-se, podendo assim continuar e melhorar o seu trabalho e reforçar o seu papel na sociedade, não perdendo de vista a sustentabilidade holística indispensável. É neste contexto que começa a ser mais comum uma vertente mais economicista do património em museus, como por exemplo venda de *merchandising*, restaurantes, cafetarias, um variado leque de atividades lúdicas e didáticas pagas, e há até grandes museus que pensam vender a sua marca a outros museus, como é o recente caso polémico do museu do Louvre que pretende vender a sua marca a Abou Dhabi (Emirados Árabes) por cerca de 400 milhões de euros, onde em 2015 será inaugurado o novo Louvre de Abou Dhabi (PÚBLICO a), 2013).

No que concerne aos museus industriais estes têm a sua origem no ideário de utopistas franceses do século XIX, Saint-Simon e Fourier que, por sua vez, têm como antepassado a New Atlantis de Bacon (CUSTÓDIO, 1991a:7). Na última metade do século XIX, e mais evidentemente a partir da década de 80, os museus industriais surgiram um pouco por toda a Europa (Londres, Paris, Viena, Bruxelas, Madrid) (*ibidem*, 1991:8).

Estes eram museus que por um lado serviam de apoio pedagógico-cultural do ensino industrial e técnico, uma vez que se tornaram em alguns casos “(...)um complemento prático e útil à formação dos quadros técnicos superiores e dos operários especializados da moderna indústria oitocentista(...)” (*ibidem*, 1991:9), e por outro lado são alternativa às exposições industriais temporárias, conferindo um carácter permanente às coleções decorrentes da industrialização (*ibidem*, 1991:9).

Também em Portugal a ideia de museu industrial começou a ganhar contornos ao longo do século XIX, como é visível através da criação, em 1822, da Sociedade Promotora da Indústria Nacional que se propõe constituir “(...) hum estabelecimento com o nome de deposito das Artes, em que se recolhão todos os planos, desenhos, e modelos de instrumentos, e Máquinas, o qual para instrução do público, e muito particularmente dos artistas (...)” (CUSTÓDIO, 1991a *apud* Programa sobre a criação da Sociedade Promotora

da Industria Nacional, p.5: 10). Esta mesma ideia é também constatável através do facto de alguns fabricantes, a partir de 1863, começarem a oferecer amostras dos seus produtos ao Conselho Geral das Alfandegas, com o objetivo dos mesmos serem apreciados (*ibidem*, 1991:11).

É ainda importante reter a ideia da particularidade do facto de nos museus industriais os objetos expostos se transformarem do ponto de vista simbólico. Isto é, eles perdem a sua função primária de uso e adquirem uma nova função, a de testemunho e de legado para as gerações vindouras.

Em suma, cada vez mais os museus terão de se questionar sobre que museus querem ser no futuro, e que museus querem as comunidades em que se inserem que eles sejam. Terão de compreender se as duas faces desta moeda convergem no mesmo sentido ou se pelo contrário divergem e assim se devem eles (museus) adaptar-se aos novos tempos e aos novos paradigmas da sociedade ou se haverá espaço para serem eles os influenciadores dessa mesma sociedade.

Neste momento e, segundo dados obtidos na publicação do INE “Inquérito aos Museus” (2009), as classificações dos museus repartem-se por 13 formas diferentes, a saber:

Tabela 2 - Tipologias de Museus em Portugal

Código	Designação	Conteúdos
3113	Monumento Musealizado	Museu cujas coleções são indissociáveis de um determinado monumento. Notas: excluem-se os sítios arqueológicos.
2554	Museu	Instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que promove pesquisas relativas aos testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, adquire-os, conserva-os, comunica-os e expõe-nos para estudo, educação e lazer.
3766	Museu de Arqueologia	Museu que se distingue pelo facto de as suas coleções terem origem, em grande parte ou na totalidade, em escavações.
35	Museu de Arte	Museu consagrado às belas-artes, às artes aplicadas e às artes performativas. Nota: neste grupo estão incluídos os museus da escultura, pinacotecas, os museus de fotografia, de cinema, de teatro, de arquitetura e as galerias de exposição dependentes de bibliotecas e de arquivos.

36	Museu de Ciência e Técnica	Museu consagrado a uma ou mais ciências exatas ou técnicas tais como a astronomia, a física, a química, a construção, as indústrias de construção, os artigos manufacturados, as matemáticas, as ciências médicas, etc. Notas: excluem-se os planetários.
3120	Museu de Ciências Naturais e de História Natural	Museu consagrado às temáticas relacionadas com uma ou mais disciplinas tais como a biologia, a geologia, a botânica, a zoologia, a paleontologia e a ecologia.
3118	Museu de Etnografia e de Antropologia	Museu que expõe materiais que se relacionam com a cultura, com as estruturas sociais, com as crenças, com os costumes e com as artes tradicionais, entre outras.
38	Museu de História	Museu que ilustra um determinado tema, personalidade, ou momento histórico e nos quais as coleções refletem predominantemente essa leitura. Notas: neste grupo estão incluídos os museus comemorativos, militares, escolares, dedicados a personalidades históricas.
3117	Museu de Território	Museu cujas coleções são representativas de um território específico, mais ou menos vasto e cuja ligação a esse mesmo território se concretiza através de um conjunto de ações em articulação com a comunidade e outras instituições locais.
39	Museu Especializado	Museu consagrado à investigação e exposição de todos os aspetos relativos a um tema ou assunto em particular.
3115	Museu Misto ou Pluridisciplinar	Museu com coleções heterogéneas que não apresenta uma predominância inequívoca de uma determinada coleção sobre outra, ou seja, onde duas ou mais coleções têm relevância e representatividade próximas, não podendo ser identificados por um tema particular.
6557	Museu Polinucleado	Museu com um ou mais Núcleos Museológicos
43	Museu Privado	Museu que é propriedade de particulares ou de organismos privados sendo por eles administrados. Notas: inclui os museus das Fundações e os museus ou coleções das Misericórdias, Associações e Igrejas.
3114	Núcleo Museológico	Extensão ou um pólo territorialmente descentralizado de um museu. Ou seja, uma unidade dependente de um museu que comporta os principais serviços técnicos que permitem a sua adequada manutenção, bem como o cumprimento das funções museológicas indispensáveis (investigar, preservar, comunicar).

Fonte: Elaboração própria. Adaptado de INE “Inquérito aos Museus. Documentos Metodológicos” (2009:13 a 15).

2.5.3. Acervos e coleções

Acervo tem a sua origem etimológica no termo latino *acervus* e no Dicionário de Língua Portuguesa, significa “*grande quantidade*” e “*conjunto de bens pertencentes a algo ou a alguém*”.

Geralmente utilizados o termo acervo para fazer referência a um conjunto de obras ou bens que fazem parte de um património, seja ele de propriedade privada ou pública. Esse património pode ser de variada natureza, artístico, etnográfico, iconográfico, documental, mobiliário, científico, histórico, etc.

Quando falamos de acervo cultural, falamos de um conjunto de manifestações culturais e artísticas, tangíveis e intangíveis (bens materiais, “património papável”, mas também costumes, tradições, etc.), que caracterizam, diferenciam e identificam um povo e que são passados de geração em geração.

Por esta lógica, normalmente associamos a palavra acervo, quase instintivamente, a museus, pois é principalmente em museus que estão reunidas grandes quantidades de peças, de património cultural em todas as suas dimensões, conjuntos patrimoniais que compõem as coleções dos museus. É nos museus que os acervos são organizados, investigados, preservados, conservados e comunicados.

Assim define o INE, acervo é o “(...) *conjunto de bens culturais que constituem o património do museu (...)*” (2009:13).

Ora, podemos então definir coleção, segundo o Dicionário de Língua Portuguesa, como “*reunião de objetos da mesma natureza; compilação*”. Assim uma coleção museológica “(...) *será o conjunto de bens culturais da mesma natureza que fazem parte do acervo do museu (...)*” (INE 2009, 13).

O museu aqui proposto é composto por um acervo de várias naturezas – documental, fotográfico, mobiliário, material de escritório, alfaias e máquinas agrícolas, máquinas de produção, etc. – que constituem assim coleções variadas, tantas quantas variações de acervo houver. Este acervo, ainda que provenha de um único proprietário, a MDF, comporta temáticas que sendo diversas, criam a natureza mista deste museu, cuja heterogeneidade de espólio nos autoriza a esta proposta classificativa, como desenvolveremos no subcapítulo seguinte.

2.6. Arqueologia industrial e seu património

Segundo Eusebi Casanelles i Rahola (2001:33), o conceito de património é relativamente recente e a sua conceção assenta em parâmetros que foram evoluindo ao longo dos séculos, não sendo então, algo estável mas sim mutável.

Inicialmente, património cultural era sinónimo de antiguidade, só o que era «antigo» e de índole política, militar, diplomática, artística e religiosa era suscetível de ser preservado, estudado e admirado (MENDES, 1990:112). Até meados do séc. XX as atividades artesanais e industriais não se integravam no conceito de património cultural, imperavam, como já referido, os critérios político-militares e até puramente estéticos, associados ao peso do tradicional e de ideologia elitista (MENDES, 1995:203).

Felizmente, hoje o conceito de património cultural foi alargado para além das suas fronteiras materiais e atinge, nos últimos anos, uma conceção de património intangível [ABREU e CHAGAS, 2003, citados por RODRIGUES DA SILVA (s.d.)], abarcando as ciências humanas, mas também as ciências do património tecnológico e imaterial e até do património genético, através das ciências da saúde e biológicas [RODRIGUES DA SILVA, (s.d.)].

Com a Revolução Industrial, produção em larga escala, surgem novas formas de património: edificado, com grandes fábricas que marcaram para sempre a paisagem onde se inseriram; material, resultado e meios de produção e também imaterial, com o *saber-fazer* daí resultante, conhecimentos e memórias, quer dos operários, quer das populações atingidas pela industrialização.

Contudo, posteriormente, com a «destruição criadora» de que fala Schumpeter, citado por Mendes (1995:204), referindo-se aos dois conflitos mundiais, e à crescente atitude de indiferença, este património dito industrial é delapidado. Isto apesar de já se ‘levantarem’ vozes desde os finais do séc. XIX para a importância da preservação em museus das artes mecânicas, como foi o caso de Oliveira Martins e Francisco de Sousa Viterbo que, em 1896, propôs a criação da arqueologia industrial e o estudo e preservação dos moinhos (uma vez que era ele próprio neto de moleiros), (MENDES, 1995:204).

A partir de 1950, deu-se um alerta de consciência, começando a dar-se importância e a reconhecerem-se as potencialidades deste legado que é o património industrial, conceito que foi popularizado por Michel Rix (MENDES, 1995:204; SILVA, 2007). O

turismo do pós-guerra e das décadas de 50 e 60 vai-se democratizando e acompanha a popularização da cultura e do património de que, aliás, se alimenta em grande parte.

Em 1972, a UNESCO, na conferência de Paris, que ficou conhecida como Convenção do Património Mundial, passaram a considerar-se, como fazendo parte do património cultural, monumentos, grupos de edificios e sítios. Ótica que foi também integrada na lei portuguesa do Património Cultural Português, através da lei 13/1985 revogada pelo art.º 114.º da Lei n.º 107/2001, de 8/9 (MENDES, 1995:204).

Assim, aos monumentos *clássicos*, podem agora juntar-se “(...) *antigos moinhos, oficinas ou fábricas, utensílios ou maquinismos, já obsoletos, material de transporte e comunicações, estruturas de construção civil, eletrodomésticos de diferentes períodos, etc. (...)*” (MENDES, 1990:113).

Posto isto, foi então possível, entre 1978 e 1994, classificar 12 elementos do património industrial como património mundial: “(...) *sítios de exploração mineira (Polónia, Brasil, México e Suécia), exploração de sal (França e Polónia), produção de ferro (Suécia) e complexo industrial (Grã-Bretanha – com a famosa Iron Bridge, primeira ponte de ferro do mundo (1776-79), que é como a ‘Meca’ para os arqueólogos industriais) (...)*” (MENDES, 1995:204 e 205).

Tal como refere Jorge Custódio “(...) *esses sítios industriais transformam-se eles próprios em museus vivos in loco (...)*” (CUSTÓDIO, 1991a:19), passíveis de serem cartografados e identificados para integrarem a oferta turística nacional.

Atualmente, os espaços sob os domínios do património apontam para aqueles que permitem vivência e cidadania coletivas, ou seja um sentimento de identidade (ALVES, 2004: 253).

Em 2003, o TICCIH (organização mundial consagrada ao património industrial e consultor especial do ICOMOS para este tipo de património), na carta de Nizhny Tagil sobre o Património Industrial, define património industrial (sublinhado nosso) como património que compreende:

“(...) *vestígios da cultura industrial que possuem valor histórico, tecnológico, social, arquitetónico ou científico. Estes vestígios englobam edificios e maquinaria, oficinas, fábricas, minas e locais de processamento e de refinação, entrepostos e armazéns, centros de produção, transmissão e*

utilização de energia, meios de transporte e todas as suas estruturas e infraestruturas, assim como os locais onde se desenvolveram atividades sociais relacionadas com a indústria, tais como habitações, locais de culto ou de educação. (...)” (Carta de Nizhny Tagil, do TICCIH, 2003).

No mesmo documento é definido a arqueologia industrial (sublinhado nosso) como sendo um método interdisciplinar para o estudo de toda a evidência, material e imaterial, os documentos, os artefactos, a estratigrafia e as estruturas, as implantações humanas e as paisagens naturais e urbanas, criadas por e para os processos industriais. Sendo o período histórico, sobre que incide, mais relevante, o que está compreendido entre, inícios da Revolução Industrial, a partir da segunda metade do séc. XVIII até aos nossos dias, sem, no entanto, descurar as suas raízes pré e proto industriais. Apoiando-se ainda, no estudo das técnicas de produção, reunidas pela história da tecnologia.

Segundo José Amado Mendes a arqueologia industrial não pode ficar-se pelo estudo, inventariação e preservação do património, deverá também, contribuir para estimular e apoiar o estudo e aprendizagem de profissões que tendem a desaparecer, antes que seja tarde demais, pois, segundo o autor, *“por cada atividade tradicional que desaparece, é o património cultural (...) que fica mais pobre e amputado”* (1990:118).

Importa ainda referir que embora a denominação “arqueologia industrial” seja hoje, de uma forma geral, universalmente aceite, esta não foi contudo muito pacífica, pois muitos autores recusam-na por considerarem que *“(...) a mesma, ao incluir o vocábulo ‘industrial’, marca de uma forma restritiva o âmbito da disciplina, preferindo a sua substituição por outra denominação, como ‘arqueologia moderna e contemporânea’(...)*” (CORDEIRO, 2000:413). No entanto essa é uma questão que, tal como o autor afirma, não deve ser sobrevalorizada, já que a presença do vocábulo “industrial” *“(...) representa a síntese adequada para o estudo dos traços mais significativos das sociedades industriais (...)*”(ibidem, 2000:413), e desta forma poderemos tentar perceber a razão de ser da denominação “arqueologia industrial” de uma forma mais generalista. De facto a arqueologia industrial, principalmente a partir dos anos 60 do século passado, já não se limita apenas ao estudo dos vestígios e impactes económicos do património industrial, mas também à análise das questões de carácter social, antropológico e restantes aspetos da cultura material registados desde a origem da industrialização (ibidem, 2000:414).

O património industrial envolve um valor histórico-social, registo histórico e social da vida de homens e mulheres e das atividades por eles desempenhadas e que tiveram e ainda têm consequências históricas, despertando para um sentimento identitário; além do valor estético que apresentam pela sua arquitetura, seu *design* ou sua conceção (TICCIH, 2003; ALVES, 2004:255).

A reutilização dos espaços industriais, suas envolventes e áreas de influência é uma relevante estratégia para a valorização da paisagem urbana e industrial, assim como para a diversificação das oportunidades no desenvolvimento do património cultural contemporâneo.

Esta reutilização passará certamente pela musealização, mas também, pela atribuição de novas funções e utilizações dos espaços, tal como sugere o conceito de cidades criativas, difundido pelo teórico do urbanismo americano Richard Florida. Ao dar-se nova vida aos edifícios industriais, através da inovação, da criatividade, está também a preservar-se a sua história, presente na arquitetura desses edifícios, mas também na memória de todos aqueles que a recordam e permite que esta seja transmitida às gerações futuras. Exemplos disso são: a LX Factory, em Lisboa, antiga Companhia de Fiação e Tecidos Lisbonense, e que é hoje um espaço de criatividade e cultura, nas mais diversas áreas, desde a moda, a comunicação, a publicidade, a arte, a música, etc.; a fábrica de chá, café e tabaco Van Nelle, que é hoje um centro de exposições e escritórios, em Roterdão; o Parque Criativo M50, em Xangai, que em tempos foi um complexo industrial têxtil e hoje é um espaço artístico.

A nível nacional as questões que se prendem com políticas e estratégias museológicas na área do património industrial são ainda muito escassas, com salvas exceções de algumas iniciativas do poder autárquico, “(...) *muitos dos quais não têm um real interesse no seu desenvolvimento, utilizando-os como meros instrumentos de propaganda* [política] (...)” (CORDEIRO, 2000:416), talvez por desconhecimento do valor patrimonial e potencial turístico, económico e de valorização identitária (autoestima coletiva), que têm em mãos, daí que será muito importante a informação, a formação e o suscitar de interesse para a preservação, reconhecimento e valorização do património industrial.

Em Portugal, apesar de só se ter começado a preocupar com as questões do património industrial a partir de 1980, segundo o IGESPAR, existem já vários edifícios

classificados como património industrial, estando divididos por sectores de atividade produtiva e são eles:

Tabela 3 - Património Industrial classificado pelo IGESPAR

Século	Manufatura	Indústria	Estruturas Sociais Associadas	Obras Públicas / Infraestruturas
XVIII	<ul style="list-style-type: none"> - Fábrica de Tecidos de Seda; - Fábrica Nacional de Cordoaria; - Real Fábrica de Panos da Covilhã - Conjunto de fornalhas e poços cilíndricos; - Real Fábrica de Gelo de Montejunto; - Real Fábrica de Vidros de Coina. 		<ul style="list-style-type: none"> - Residência de Guilherme e Diogo Stephens. 	<ul style="list-style-type: none"> - (1732-1799) - Aqueduto das Águas Livres.
XIX		<ul style="list-style-type: none"> - (2ª metade) - Fábrica da Romeira; - (1865) - Fábrica de Cerâmica da Viúva Lamego; - (1861-1868) - Fábrica de Papel do Boque; - Séc. XIX-XX - Edifício Panificação Mecânica. 	<ul style="list-style-type: none"> - (1886) - Edifício da Escola Industrial Marquês de Pombal. 	<ul style="list-style-type: none"> - (1834-inauguração) - Pilares da Ponte Pênsil; - (1876) - Ponte D. Maria Pia; - (1886-87) - Edifício da Estação de Caminho de Ferro do Rossio; - (finais) - Ponte D. Luís; - Séc. XIX-XX - Estação Caminho de Ferro de S. Bento.
XX		<ul style="list-style-type: none"> - (1909) - A Napolitana; - (1914) - Central Tejo; - (1968) - A Kodak. 	<ul style="list-style-type: none"> - (C.1913) - Palácio da Fiação de Fafe; - (1905-57) - Bairro Grandella; - Villa Berta. 	

Fonte: Elaboração própria. Adaptado de: <http://igespar.pt/pt/patrimonio/itinerarios/industrial1/>

Estamos agora capazes de definir, segundo o nosso conceito, o que é um museu de património industrial?

Tendo em consideração quer a definição que a UNESCO utiliza para o museu, quer a definição patente na legislação nacional, somos de opinião que embora se possa aplicar ao caso em estudo, poderemos arriscar uma extensão conceptual daquelas definições. Assim

sendo e experimentalmente, avançamos com a ideia de que eventualmente, haverá espaço para uma nova designação a um museu que consiga definir-se pelo conceito clássico e, também, pela emergência do nosso tempo. Uma das vias que podem fundamentar esta designação que avançamos pode ser a do conceito de museu de território alinhado também ao conceito de museu monográfico. Nesse contexto monográfico e no caso da MDF, a riqueza e diversidade do acervo permitem pensarmos um museu de natureza mista. Esta hipótese permitirá então fazer convergir o museu de território e o museu monográfico num contexto compaginável das funções destes dois tipos de museus. Com efeito nunca se poderá ignorar a força de um território na explicação do conteúdo monográfico do museu MDF nem o inverso. A história e evolução das MDF feitas de território envolvente e de lugar Tramagal justificam na evocação desse surgimento (no ideário do museu a realizar), que estejam ligadas estas duas realidades numa perspetiva de trabalho museológico unificado. Reforçando esta ideia podemos utilizar uma designação do INE (Museu Misto ou Pluridisciplinar com o código: 3115) que apresenta a seguinte definição também: “(...) *Museu com coleções heterogéneas que não apresenta uma predominância inequívoca de uma determinada coleção sobre outra, ou seja, onde duas ou mais coleções têm relevância e representatividade próximas não podendo ser identificados por um tema particular (...)*” (2009: 15). A própria Rede Portuguesa de Museus, em 2013, apresenta no seu Relatório dos encontros dos museus pertencentes à Rede que dos 137 museus, 33 são Museus Mistos (2013:3). Quer a nossa definição quer a do INE enquadram-se com a realidade do acervo da MDF.

Poderemos, então, enquadrar o museu de património industrial no paradigma da Nova Museologia, classificando-o como um Ecomuseu, mas mais do que isso, como um *museu misto*, uma fusão de ecomuseu com o museu dito clássico.

Ecomuseu não no sentido em que o define a OMT, cuja definição se prende apenas com as questões do meio ambiente e a sua preservação (2001:130), mas no sentido em que o define Hugues de Varine, de que já falámos anteriormente. Assim, ecomuseu no sentido de que, de acordo também com a nossa visão do que é a arqueologia industrial, este é um tipo de museologia participada e participativa, não meramente de inventário, de preservação e de informação. Estes museus ajudam a construir a identidade territorial e a memória coletiva, contribuindo para a didática do património e para a sustentabilidade

holística da comunidade e do território. São portanto, na nossa ótica e proposta, museus de território.

Considera-se ainda um ecomuseu na medida de que ambos são mutáveis, isto é, transformam-se, adequam-se a cada sociedade (SOARES, 2006:9).

Poderemos ainda reforçar esta ideia de ecomuseu se pensarmos que grande parte do parque industrial onde antes existiu a MDF é hoje arqueologia industrial que merece ser visitado. A esta ideia ainda podemos juntar o facto de poder haver interesse por parte do visitante/turista em experienciar uma vertente mais antropológica da visita ao museu e ao Tramagal e nesse sentido conhecer o desenho urbano da vila desenvolvido pela MDF, com os bairros industriais e de operários. Assim poderemos concluir que praticamente todo o Tramagal será um museu ao ar livre suscetível de ser visitado, experienciado e compreendido como exemplo de uma localidade fortemente marcada pela indústria do século XX, a vários níveis: sociológicos, antropológicos, urbanos, etc.

Desta forma propomos a designação de *museu industrial de natureza mista com integração territorial*.

No nosso entender, este museu deverá ter também uma vertente expositiva clássica, uma *casa-mãe*, um local de interpretação e contemplação. Esta componente mais clássica não irá enfraquecer, mas antes pelo contrário, fortalecerá e enriquecerá o museu industrial (cujo conceito já se encontra estabelecido), porque a experiência proporcionada ao visitante/turista é proporcional à variedade do acervo, conforme pudemos enfatizar.

O museu de património industrial ou museu industrial (se quisermos abreviar mantendo aqui no entanto o sentido) é parte do *genius locci* do território em que se insere.

Este deverá ser um museu ao serviço da comunidade, com a comunidade, para a comunidade. Deverá, no nosso entender, ser um instrumento de desenvolvimento local, da comunidade, que irá preencher o vazio identitário deixado pela extinção destes complexos industriais.

Segundo Jorge Custódio “(...) o Museu Industrial deve ser um museu vivo e amplamente didático, estabelecendo um contato constante entre o visitante e o percurso expositivo, se possível mesmo com o local de produção (...)” [1991b): 78].

Os museus industriais não deverão, no entanto, limitar-se à história da indústria em si, mas ter em conta que se faz também a história social, preservando e salvaguardando a memória coletiva (património intangível) destas gentes, bem como o seu património

tangível mais significativo. Ainda que para isso signifique que haja uma tentativa para a total requalificação, reutilização, reconstrução (consoante cada caso e o que se considerar mais vantajoso) desse património.

Num museu industrial está não só representado a obra industrial, o processo de criação e de produção, mas também o está o Homem, a dinâmica e realidade social dessa comunidade, e ainda as relações que existem entre si. Elas não são totalmente independentes ou indissociáveis umas das outras. As relações criadas entre máquina e Homem, entre produção industrial e vivências sociológicas complementam-se, interagem e até se confundem.

De referir também o papel importante que os museus industriais poderão desempenhar ainda na salvaguarda urgente dos arquivos de empresa, pois ainda que sejam muitas vezes desvalorizados, estes são também parte integrante, e não menos importante, do nosso património industrial e cultural, já que muitas vezes são nestes arquivos que ficam registados os últimos testemunhos (memórias), dessas mesmas empresas e que serão certamente, um importante recurso documental de investigação (CORDEIRO, 2002:97 a 99).

Em suma, o museu industrial contribuirá para a preservação, inventário e estudo científico deste tipo de património, mas também, e não menos importante, desempenhará um papel fulcral na didática do património (tangível e intangível, entenda-se), na preservação e transmissão das memórias coletivas e sentimentos de identidade e pertença às gerações vindouras dessa comunidade, não esquecendo de todo, claro está, o turismo. O turista e o visitante não pertencente à comunidade em que se insere e participa o museu industrial, sentir-se-á certamente identificado com ele na medida das suas próprias relações e vivências humanas, uma vez que no fim, todos somos produto da socialização desta cada vez mais *aldeia global*, além de que somos por natureza seres curiosos e cada vez mais sedentos de conhecimento, mas de conhecimento autêntico e temos tendência para a procura de respostas inclusivas na diferenciação.

3. A relação Museus - Turismo

Como já vimos anteriormente, museus e turismo são aliados na produção de cultura e de património cultural. Talvez por esta razão cada vez surjam mais museus, talvez até de uma forma desordenada e exagerada, até porque os museus e o turismo são instrumentos políticos de produção e disseminação cultural. Quiçá esta seja uma questão que mereça uma reflexão mais aprofundada.

Os museus são o “espelho da sociedade” por isso cada vez mais os museus têm uma postura menos *top down* para com os seus públicos e comunidades onde se insere, ou seja, os museus já não têm apenas a função de instruir, mas são eles próprios instrumentos de aprendizagem por parte dos seus públicos, que têm cada vez mais um papel ativo e são, ainda e cada vez mais meios de comunicação de divulgação do património cultural de uma comunidade, de um território.

Os museus cada vez mais democratizam as suas coleções e as histórias que contam (além das suas acessibilidades), isto é, são transversais a todas as classes sociais, credos, raças, condições físicas e mentais, etc., contam as histórias dos vencedores mas também dos vencidos (PÉREZ, 2009:204). Esta será certamente uma tendência da busca de autenticidade por parte dos visitantes atuais dos museus e, por sua vez, estes tiveram de se adaptar às novas tendências e exigências contemporâneas.

Neste sentido os museus usam cada vez mais o marketing para captar públicos e atrair turismo que lhe trará muito desse público.

Segundo Pérez a ligação de cooperação entre turismo e museus é motivada por:

- a) *“(...) o museu precisa do turismo e dos seus públicos para o seu funcionamento. O museu passou do valorizar ao rentabilizar.*
- b) *interesse do turismo em oferecer atividades e produtos culturais que atraiam, entretinham e cativem turistas.*
- c) *chegada à direção dos museus de profissionais procedentes do marketing e da gestão económica.*
- d) *os museus entraram nas leis do mercado e as administrações públicas não estão dispostas a responsabilizar-se pelas despesas de gestão e manutenção dos museus (...)*” (2009:205).

O mesmo autor lança a questão “(...) *quais são os novos reptos dos museus?(...)*” (*ibidem*, 2009:205), e ele mesmo lança as respostas:

- a) “(...) *generalização das exposições temporárias;*
- b) *renovação das técnicas expositivas: composições cenográficas, meios audiovisuais, desenho e realidade virtual;*
- c) *musealizar o território e territorializar o museu;*
- d) *reconstrução real, não virtual, da vivência;*
- e) *aumentar o número de visitas sem saturar a capacidade de carga;*
- f) *tornar compreensíveis para diferentes grupos sociais, a identidade cultural representada no museu;*
- g) *seguir as orientações dos ecomuseus, da nova museologia, da museologia pobre, dos museus de sociedade;*
- h) *acrescentar o ludismo e a interatividade do museu, sem cair na banalização mais superficial e juntando o lúdico à educação;*
- i) *utilizar guias interpretes;*
- j) *nem museus mausoléu, nem museu mercado, mas sim museus vivos que tenham em conta as necessidades e problemas das comunidades e dos públicos (...).*” (*ibidem* 2009: 205 e 206). Estes são também os desafios que nos propomos alcançar e dar resposta com esta proposta de musealização.

Pensamos ser ainda pertinente ressaltar que para que esta relação turismo-museus seja salutar e relação de verdadeira cooperação sustentável, o papel a desempenhar pelos técnicos superiores de turismo será fundamental.

Em especial aqueles que tenham formação superior ao nível do turismo cultural, da gestão e planeamento turístico e do património cultural devem ser atores imprescindíveis no contributo para a melhoria do panorama museológico português, bem como da gestão e planeamento do turismo cultural nacional. Este mestrado, em todas as suas seis edições propõe-se dar o seu contributo neste sentido.

Poder-se-á então afirmar que um museu que pretenda obter crescimento e desenvolvimento através da atividade turística deverá ter um gestor que além das capacidades de gestão museológicas, deverá ser especialista na captação, dinamização e programação das atrações turísticas.

3.1. Novos museus, novos públicos

Neste capítulo pretendemos apresentar a relação dos museus com o turismo considerando-a à luz da economia global e das economias locais. Se o museu é importante para o lugar porque é um atrativo interessante que cativa turistas também é importante que a nível mundial os museus suportem rotas internacionais, itinerários nacionais e circuitos locais que revelem as identidades territoriais quer a nível local e regional, quer a nível internacional. Os novos museus são os que acompanham a dinâmica social constante e no nosso tempo conseguem incorporar ideias e tecnologias contemporâneas ao serviço da memória e dos artefactos que salvaguardam.

Como já referimos anteriormente, estamos a viver na Era do consumo e da democratização da cultura. Estes paradigmas afetam também os museus que são espaços cada vez mais democráticos e representantes fiéis das comunidades onde se inserem.

Além disso vivemos numa época onde a tecnologia e a criatividade são motes transversais a todas as representações culturais e questões quotidianas das nossas vidas em sociedade. Ou seja, cada vez mais se apela e se sente o apelo das novas tecnologias bem como da criatividade para fazer o que quer que seja, desde a política, ao nosso dia-a-dia, passando claro está pela elaboração e divulgação de cultura. Até tendo em conta a conjuntura atual o uso das tecnologias da informação e a criatividade são fortes possibilidades de empreendedorismo e de melhoria da qualidade de vida do indivíduo e da sociedade.

As pessoas de um modo geral e os turistas em particular buscam e anseiam por cultura e por autenticidade. Consequentemente os visitantes dos museus têm e vivem os mesmos anseios.

Assim surge o turismo criativo, que é aquele que oferece aos visitantes a possibilidade de desenvolverem a sua criatividade através da participação ativa nas experiências proporcionadas no destino (GONÇALVES *apud* Richards, 2008:12).

O turismo criativo surge assim de uma “(...) *nova sociedade contemporânea mais instruída, mais exigente, mais experimentada, mais independente (...)*” (GONÇALVES, 2008:12), e desta forma as atrações culturais e os museus terão de adaptar-se a esta nova sociedade, com novas exigências, que quer ser participante ativo e adquirir conhecimento empírico.

Para dar resposta a estes novos públicos os museus deverão possibilitar mais que apenas a exposição propriamente dita. Terão de ser eles mesmos criativos e (re) inventar-se através de exposições temporárias, *workshops*, serviços educativos, *ateliers* pedagógicos, etc.

Tal como nos diz Alexandra Gonçalves ao citar Richard Florida (2002), “(...) o sucesso e emergência destas iniciativas estão associadas ao desenvolvimento de estratégias de desenvolvimento local que tornem as regiões atrativas à criação e fixação das indústrias culturais (...)” (ibidem 2008:13), e que têm por base três fatores principais: talento (pessoas criativas e empreendedoras), tolerância (locais de espírito aberto e sem preconceitos), e tecnologia (novas tecnologias, universidades).

3.2. Marketing e planos de comunicação nos museus

A importância dos museus na gestão e salvaguarda do património cultural e a sua necessária articulação com o conhecimento, a educação e a comunicação, levam a que os museus cada vez mais recorram a estratégias de *marketing* cultural.

O *marketing* cultural visa promover a arte e os artistas, os espaços que os acolhem e os meios em que se inserem.

Para isso o *marketing* cultural faz uso das estratégias de *marketing-mix* – produto, preço, comunicação e distribuição, intentando à criação da necessidade nos visitantes (assíduos e novos), de obter a atração turística/museológica, o serviço, o bem cultural ou o *souvenir* da loja do museu, permitindo assim uma constante novidade e renovação da oferta.

Na estratégia de *marketing* dos museus não podemos descurar o importante papel das relações públicas, pois são elas que possibilitam o contacto direto com o público, que possibilitam perceber as suas necessidades e o seu *feedback* em relação ao museu, assim como permitem o contacto entre departamentos e outras instituições museológicas, captando assim as melhores estratégias de motivação interna e festão do museu em torno das necessidades dos públicos (gestão das coleções, exposições temporárias, *workshops*, artigos vendidos na loja do museu, etc.), e ainda analisando as estratégias e a oferta da concorrência, bem como são as relações públicas que mais facilmente conhecem e chegam

a possíveis investidores e mecenas. As relações públicas num museu contribuem para a harmonia cordial, humana, profissional e financeira entre todos os atores da organização – públicos, colaboradores, investidores – com a finalidade de alcançar a eficiência e eficácia económica e ainda passar uma boa imagem na sua dimensão social.

Outros aspetos muito importantes na venda de qualquer produto são a publicidade e a marca. Sendo o museu um bem cultural mercantilizado, um produto turístico e cultural, também ele deve apostar numa imagem de marca, numa marca e em publicidade. A marca permite ao museu diferenciar-se dos outros e ser reconhecido e a publicidade permite-lhe chegar ao público que pretende captar para seu sustento, através da venda de ingressos, *merchandising*, atividades lúdicas e educativas proporcionadas no museu, etc., alcançando assim a autossuficiência financeira que é cada vez mais imperativa nos museus para que estes possam manter as suas funções primordiais de investigar, proteger, conservar e educar.

Middleton e Clarke apresentam-nos uma visão de como poderemos aplicar as estratégias do *marketing-mix*, também conhecidas por estratégias dos 4P's, aos serviços turísticos e assim aos museus.

Produtos – são desenvolvidos mediante as necessidades dos clientes. No turismo esta componente é constantemente adaptada e quase “feita por medida” e inclui, segundo Middleton e Clarke (2001:89):

- “(...) *pacotes – serviços e experiências agrupadas como um todo para a satisfação do cliente;*
- *relação qualidade-preço da oferta;*
- *qualidade, formação, simpatia, desenvoltura do prestador de serviços;*
- *marca (...)*” (tradução e adaptação nossa).

Preço – atribui valor monetário e mensurável à experiência oferecida ao cliente/turista e adquirida por este (*ibidem* 2001:90). Permite ao cliente perceber quanto vale a necessidade daquela experiência em particular que pretende obter e vivenciar em detrimento de outras ofertas. Assim muitas vezes existe uma “barreira psicológica” na relação qualidade-preço que tanto pode ser supra como sobrevalorizada. É também por isso que em turismo a política de preços funciona muito com base num preço (supostamente) fixo e que depois sofre descontos e promoções.

Promoção (comunicação) - inclui publicidade, comunicação direta e indireta, promoção de vendas, *merchandising*, relações públicas, comunicação através da Internet, brochuras, etc. (*ibidem* 2001:90).

Distribuição (“*place*”) – “(*...*) *place does not just mean the location of a tourist attraction or facility. It means the location of all the points of sale that provides prospective customers with access to tourist products. (...)*” (*ibidem* 2001:90).

Os mesmos autores apresentam ainda exemplos da aplicação do *marketing-mix* ao turismo, aqui apenas reproduziremos o exemplo que apontam para a temática dos museus que é o que mais nos importa abordar neste trabalho:

Tabela 4 - Exemplos de aplicação do *marketing-mix* aos museus

Marketing-mix strategies (4 P's)	Museum
<p>Product</p> <p>Designed characteristics/packaging</p> <p>Service componente</p> <p>Branding</p> <p>Image/reputation/position</p>	<p>Building size/design/facilities. Type of collection. Size of collection. Interior display/interpretation.</p> <p>Staff numbers, uniforms/attitudes/customer responsiveness.</p> <p>e.g. Tate Gallery (London); Metropolitan Museum (New York).</p> <p>e.g. dull, exciting, modern.</p>
<p>Price</p> <p>Normal or regular price</p> <p>Promotional price (for each product offered)</p>	<p>Adult rate, senior citizen rate.</p> <p>Group/party rates, children rate, friends of the museum rate.</p>
<p>Promotion (solo and collaborative)</p> <p>Advertising</p> <p>Sales promotion</p> <p>Public Relations</p> <p>Brochure production and distribution</p> <p>Sales force</p>	<p>Television/radio/press/journals/web sites.</p> <p>Merchandising.</p>
<p>Place</p> <p>Channels of distribution including reservation systems, third party retailers and web sites</p>	<p>Other museums</p> <p>Internet</p> <p>Tourist information offices</p> <p>Hotel desks</p> <p>Schools/colleges</p>

Fonte: Elaboração própria. Adptado de Middleton e Clarke (2001:91)

3.3. A relação tripartida: Cultura, museus e turismo

Tendo em consideração que a relação entre os museus e o turismo nem sempre é isenta de conflitos, é importante para os atores do turismo perceberem os seus papéis nas dinâmicas territoriais.

Associar cultura, museus e turismo implica planeamento.

Dada a transversalidade do sector turístico, que abrange temáticas como economia, património, cultura, sociedade e ambiente, bem como a intangibilidade e perecibilidade dos produtos da indústria do turismo, além de que o turismo é constituído por um grande número de PME's, é fundamental o planeamento em turismo (COSTA, 2005:285 E 286). Assim “(...) *as vertentes socioculturais e patrimoniais assumem importância central no processo de planeamento (...)*” (*ibidem*, 2005:286).

Como já abordámos anteriormente, os turistas de hoje, mesmo os chamados “turistas de massas”, procuram obter experiências culturais, nem que seja como complemento, como enriquecimento da sua visita e estadia no destino. Desta forma as questões da cultura e do património cultural, onde se inserem também os museus, estão cada vez mais interligadas com o turismo e todos tem uma certa dependência entre si na busca do sucesso individual (*ibidem* 2005: 287 e 288).

A estreita relação entre turismo e cultura torna-se mais evidente quando se usa o património como meio de atração de visitantes e como meio de transmissão e propagação de conhecimento e promotor de educação. Nestes termos, o uso do património por parte do turismo e da cultura é ainda mais patente no recurso aos museus para esse fim, pois é neles que se encontra confiado de forma quase “super concentrada” todo o conhecimento que o visitante pretende adquirir, através dos seus espólios materiais e imateriais e das experiências que o próprio museu proporciona na atração de públicos.

Segundo Pérez (*apud* Kirshenblatt-Gimblett, 2001) “(...) *o património cultural é entendido como uma nova forma de produção cultural, como um meio através do qual alguns locais se convertem em destinos turísticos (...)*” (2009:162).

O turismo tem contribuído para preservar o património cultural e as tradições, mas muitas vezes ele também inventa essas mesmas tradições, cria novas práticas culturais que antes não existiam e que agora contribuem para a subsistência dessas comunidades através da sua capacidade de atração da “indústria” do turismo. A apropriação ou invenção

exagerada da cultura pelo turismo pode levar a uma total perda de identidade e autenticidade que poderá também a longo prazo, cair na banalização e descrédito por parte dos turistas. Pelo que há sempre o reverso da medalha e daí também muitas vezes a razão da intolerância relacional da cultura para com o turismo e conseqüentemente, deste com os museus enquanto património cultural que pretende preservar, conservar e comunicar a autenticidade e identidade dos territórios onde se inserem.

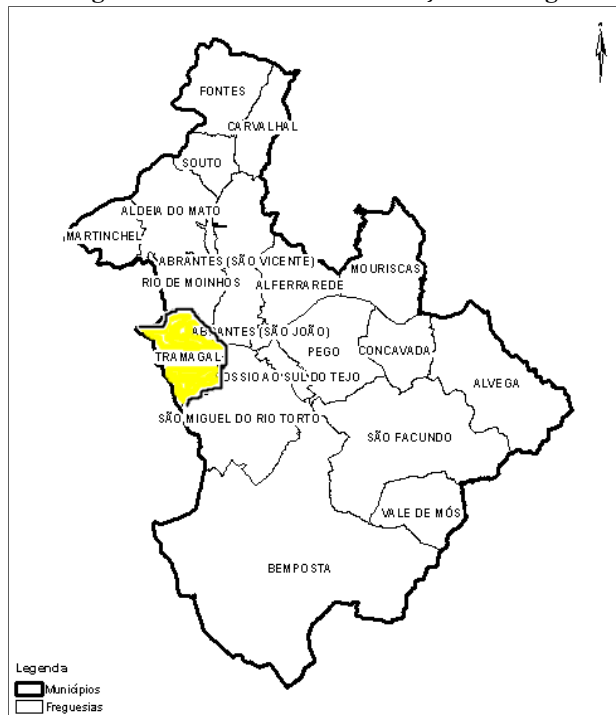
A própria OCDE debateu o assunto e concluiu que: “(...) *it is clear that culture is important for tourism and for attractiveness and competitiveness of destinations. The most successful destinations are those that can create a positive synergy between culture and tourism. But this synergy does not happen automatically: it has to be created, developed and managed (...)*” (2009:31). Pensamos que os museus terão certamente um papel importante e uma palavra a dizer na criação, desenvolvimento e gestão destas sinergias.

4. O património em estudo: breve resenha histórica e proveniência do acervo

4.1. O território e o património no Tramagal: breve caracterização

O Tramagal é uma vila localizada na Região Centro, na margem sul do Tejo e na parte ocidental do concelho de Abrantes. É sede de freguesia e tem uma área de 24,06 km² e 3.500 habitantes (Censos 2011).

Ilustração 1: Mapa de Fregusias de Abrantes - Localização da Freguesia de Tramagal



Fonte: Adaptado de:

http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=rau2012_municipio_ficha&ddcc=1401

Ilustração 2: Localização de Tramagal no mapa nacional



Fonte: Adaptado de: <http://www.mapquest.com/print?a=app.core.ff856734c0ff3938eec45ed8>

Segundo narra a lenda, o seu nome terá origem nas tramagas (pequeno arbusto com propriedades medicinais), que por aqui abundavam, e que suscitaram o espanto da rainha D^a. Leonor, esposa de D. João II, que ao passar por aqui, certa vez, terá exclamado “*Mas que grande Tramagal!*”.

É freguesia desde 24 de Junho de 1754 e vila desde 23 de Agosto de 1986, devendo grande parte da sua ‘fisionomia’ atual e evolução, à Metalúrgica Duarte Ferreira, que foi um grande polo industrial nacional desde os inícios do séc. XX e até 1985.

Estas duas vertentes da história da vila estão presentes na sua heráldica, com a referência à tramaga, à importância industrial da vila assim como à oliveira, já que a azeitona e o azeite eram também uma fonte de rendimento da vila, de tal modo que o seu orago é a N^a Sr.^a da Oliveira.

Ilustração 3: Heráldica da Freguesia de Tramagal



Fonte: http://www.portalfreguesias.cm-abrantes.pt/tramagal_freguesia.html

Situando-se na Bacia Hidrográfica do Tejo, o Tramagal sempre foi uma zona de agricultura, já que os seus terrenos irrigados naturalmente pelas cheias do rio eram bastante férteis. Além disso, localiza-se entre dois importantes portos fluviais da Idade Média – Tancos e Abrantes. Sendo que do porto de Abrantes, no fim dos anos 1950 “(...) *ainda saiam do Rossio de Abrantes barcos de até 30 toneladas, com cortiça e madeiras para Lisboa (...)*” (CANDEIAS DA SILVA, 2011:11).

A sua localização junto ao rio, a baixa altitude, também lhe confere um clima temperado, moderado, mediterrânico, com Verões secos e Invernos rigorosos (ECOS DO RIBATEJO, 2013; QUINTA DO CASAL DA COELHOIRA, 2013).

A grande âncora patrimonial desta vila será, pensamos nós, o legado da sua herança industrial, já que grande parte dela estará sempre ligada ao grande polo industrial que aqui existiu e que fez desenvolver o Tramagal tal como o conhecemos hoje. Quer em termos urbanísticos, quer paisagísticos e até socioculturais, já que foi durante a existência da Metalúrgica Duarte Ferreira que ruas, estradas e muitos dos bairros habitacionais da vila. Eduardo Duarte Ferreira e seus descendentes mandaram construir habitações, tanto para os altos quadros da empresa, como para os simples operários que vindo de todo o país ao chegarem aqui e não tendo onde viver, poderiam viver nas casas da empresa durante algum tempo, ou quando casavam, para início de vida¹².

Para além dos edifícios fabris que marcam a zona “baixa” da vila e do futuro núcleo museológico que aí irá nascer nos antigos edifícios dos escritórios da Metalúrgica, o

¹² Informação concedida gentilmente pelo Sr. Manuel Pio, ex funcionário da MDF e atual presidente da ARTRAN.

território e planta urbana da vila é marcada por construções de habitação da primeira metade do séc. XX e que terão certamente interesse do ponto de vista de um turista especializado ou simplesmente pela razão da sua edificação.

A população do Tramagal é oriunda de várias regiões do país. Vinham pessoas de Norte a Sul para aqui trabalharem e portanto a sua população apresenta uma variedade sociocultural de algum interesse, ainda que nos mais jovens já não sejam evidentes esses sinais, nos seus pais e avós ainda se notam sotaques e certamente costumes e tradições dos seus locais de origem.

Também o património ‘de cultura’ desta vila se deve em parte à Metalúrgica, já que foi o Comendador Eduardo Duarte Ferreira que impulsionou e financiou muito deste património material e imaterial, e depois também alguns dos seus descendentes mantiveram essa obra (com a doação de alguns terrenos para a construção, por exemplo, da escola EB2,3/S e do Pavilhão Gimnodesportivo, além de atribuição de bolsas de mérito aos melhores alunos do 9º ano e Secundário, atribuída pela Srª Maria Helena Duarte Ferreira, neta do Sr. Comendador):

- Sociedade Artística Tramagalense (1901 – com o nome União Fabril e ainda de Grémio Musical);

- Banda Filarmónica do Tramagal (1901), e outros grupos musicais (estes mais recentes);

- Rancho Folclórico da Casa do Povo de Tramagal (início do séc. XX);

- Campo de Jogos Comendador Eduardo Duarte Ferreira (com pista de atletismo e campo de futebol –TSU (1923));

- Cineteatro (TTL – Teatro Tramagalense Lda. 1943);

- Campo de Ténis;

- Pavilhão Gimnodesportivo;

- Piscinas Cobertas;

- Junta de Freguesia;

- Antigo Posto Médico e Maternidade da Caixa de Previdência do Pessoal da Metalúrgica Duarte Ferreira (hoje Associação Humanitária dos Dadores de Sangue do Tramagal) (cerca de 1927);

- Cooperativa Operária Tramagalense (1917 – fundada por sugestão do Eng.º Manuel Cordeiro Duarte Ferreira, devido à instabilidade dos preços dos bens de primeira

necessidade em consequência da Primeira Guerra Mundial, e assim os seus trabalhadores podiam comprar as suas mercadorias do mês a preços especiais);

–Museu da Forja (1980 – Representação do que seria a Forja com que se iniciou a que viria a ser a Grande Fábrica do Tramagal, a MDF).

Além de todo este património edificado e imaterial, o Tramagal, pela sua localização na margem (esquerda) do Rio Tejo, apresenta ainda uma bela paisagem natural com o rio e as suas encostas verdejantes, assim como variada e rica fauna e flora (com potencial para *birdwatching*, já que são muitas as espécies de aves que por aqui existem), como:

Tabela 5 - Fauna e Flora

Fauna	Flora
<ul style="list-style-type: none"> – Lebre e Coelho; – Raposa; – Furão; – Javali; – Lontra; – Lagartixa-do-mato-comum; – Lagarto Verde; – Cegonha; – Perdiz; – Pato Bravo; – Garça-real; – Peneireiro comum; – Tentilhão comum; – Rabirruivo-preto; – Chapim; – Cotovia-de-poupa; – Gralha- preta; – Corvo; – Gavião; – Guarda-rios – Vários peixes do rio: boga, barbo, fataça, muge, carpa, sável, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> – Pinheiro; – Oliveira; – Esteva; – Tramaga;

Fonte: Elaboração própria adaptado de: Pereira (2012), ‘Fauna e Flora de Tramagal’ e Quinta do Casal da Coelheira (2012).

Sendo o *terroir* do Tramagal propício, esta é também uma zona de tradição vinícola. Estando as margens do Tejo ‘decoradas’ por vários hectares de vinha (250 ha), pertencentes à Quinta do Casal da Coelheira, com várias castas brancas e tintas, nacionais (tintas: Touriga Nacional, Touriga Franca, Trincadeira, Aragonês, Periquita; brancas: Fernão Pires, Arinto e Verdelho), e internacionais (tintas: Cabernet Sauvignon, Syrah, Alicante Bouschet; branca: Chardonnay), e que constituem também, assim, parte do património paisagístico da vila (Quinta do Casal da Coelheira, 2012).

4.2. O projeto industrial de Eduardo Duarte Ferreira: a empresa MDF

Eduardo Duarte Ferreira nasce a 10 de Fevereiro de 1856, embora os registos oficiais digam que foi a 11 de Fevereiro, mas tal deve-se ao facto de apenas ter sido registado um dia depois do seu nascimento, como, de resto, era comum na época (Fonseca, 2006:17).

Ilustração 4: Eduardo Duarte Ferreira



Fonte: Foto da autora sobre original do espólio da MDF

Segundo filho de um simples barqueiro da, então, aldeia de Tramagal, Eduardo sempre foi uma criança franzina, reservada e extremamente tímida, tendo deixado a escola aos 8 anos de idade, devido às carências económicas da família e pelo enorme custo da educação de seu irmão mais velho que estudava farmácia, e cujo esforço financeiro não havia sido devidamente contemplado por seu pai. Começa assim a sua vida ativa aos oito anos, ajudando o pai nos afazeres agrícolas, mas revelando excepcional capacidade de

observação, ao conseguir rapidamente executar tarefas tidas como difíceis para uma criança tão pequena.

Sentindo-se insatisfeito e incompreendido tanto pela família, como pelos seus conterrâneos, isola-se cada vez mais em si mesmo, sentindo crescer dentro dele uma ambição e vocação que nem ele próprio consegue entender de onde vem e para onde o levará (FERREIRA, 1946:12).

É então que, terminados os estudos do irmão mais velho, que já pode agora ajudar a família, que o pequeno Eduardo entra em acordo com seu pai e tentam encontrar junto de vários profissionais da aldeia alguém que o queira aceitar como aprendiz, a fim de este desenvolver uma profissão que lhe seja mais satisfatória e passível de ter futuro. Eduardo repudia de imediato as ideias de vir a ser alfaiate, pedreiro ou sapateiro e, por outro lado, muitos dos profissionais da aldeia negam-no como aprendiz devido ao seu feitio e por isso o considerarem incapaz de desempenhar qualquer ofício. Quase sem alternativas, seu pai decide enviá-lo como aprendiz de ferreiro para Rossio ao Sul do Tejo, na Forja do Sr. Manuel Mineiro, onde irá trabalhar por três anos gratuitamente. Tinha então 19 anos (FERREIRA, 1946:13; FONSECA, 2006:18).

Sempre feliz com a sua aprendizagem, anseia que os três anos passem depressa e começa a crescer dentro dele o desejo de vir a ter uma fundição.

Passados os três anos, e sem conseguir trabalho numa fundição em Lisboa, Eduardo desabafa o seu desalento por não conseguir ir aprender a ser fundidor, com o seu primo padre Mota que, sendo uma pessoa influente na região, escreve uma carta ao dono de uma fábrica com fundição do Porto, para que aceitasse o jovem a trabalhar por lá por uns dias, e envia-a por Eduardo ao pedir-lhe que se deslocasse lá para comprar umas bombas de que necessitava (FERREIRA, 1946:14; FONSECA, 2006:19).

É então que Eduardo Duarte Ferreira se dirige a 7 de Julho de 1879, á tal fundição do Porto, a “Fundição do Ouro”, na esperança de por lá ficar e aprender a profissão de fundidor, vindo a ser bem-sucedido (FERREIRA, 1946:14; FONSECA, 2006:19).

Eduardo consegue, finalmente, atingir o seu objetivo, e apesar de ser quase apenas observador, não se importa, porque dotado da sua excecional capacidade de observação “*ele quer é ver, ver tudo*” (FERREIRA, 1946:15). Em conversa com o encarregado, este incentiva-o a abrir uma pequena fundição na sua terra e explica-lhe que se tiver alguém

que lhe empreste uma pequena verba monetária, conseguirá abrir o negócio, que é rentável. Eduardo deslumbra-se com a ideia e agora tem pressa de regressar.

Eduardo consegue comover e convencer seu pai (fazendo também uso àquele que foi sempre o seu lema de vida: *“Menos que ferreiro, se tiver saúde, não deixo de ser. Se puder ser mais alguma coisa, porque não tentar consegui-lo?”*), a pedir o empréstimo necessário para iniciar o seu negócio e ajuda ele próprio, como servente de pedreiro, a construir a casa onde iria ser a sua oficina. Em Setembro de 1879 começa a trabalhar por conta própria (FERREIRA, 1946:11; FONSECA, 2006:17).

A sua Forja era bastante rudimentar e ele próprio ainda aprendia a dominar as técnicas que havia aprendido no Porto. Os clientes eram poucos e começa por fazer enxadas, enxadões e outras ferramentas agrícolas que depois vai vender aos domingos à porta da igreja de St^a Margarida. O seu primeiro empregado costumava contar que Eduardo andava sempre depressa e que certa vez este, extenuado e não o conseguindo acompanhar, depois da venda em St^a Margarida, o interpelou: *“Porque vai tão depressa, Mestre? A venda está feita, podemos ir com o nosso vagar!”*, ao que lhe responde Eduardo *“Tenho que andar sempre depressa, homem. A minha estrada é muito comprida!”* (FERREIRA, 1946:17).

Devido a esta persistência característica, o seu negócio vai crescendo, e com muito sacrifício e dedicação, ultrapassando a dúvida e chacota dos seus conterrâneos, e convicto de que não se estabelecerá sem montar uma fundição, consegue finalmente, em 1882, fundir os seus primeiros 100 Kg de ferro. Nasce assim, a primeira fundição do Tramagal, no centro da aldeia (FONSECA, 2006:18).

Ilustração 5: Primeiras instalações no centro de Tramagal (Por volta de 1910)



Fonte: Foto da autora sobre original do espólio da MDF

Aos 28 anos, em 1884, casa com Rosa Cordeiro, mas nesse dia, Eduardo trabalhou até às 14 horas, chegando atrasado a casa, já tendo à espera os padrinhos e convidados. Rosa revelar-se-ia a companheira mais fiel e dedicada, incentivando-o e apoiando-o sempre nas suas decisões, mesmo que isso implicasse pedir mais empréstimos para compra de máquinas ou outros bens necessários ao negócio (FERREIRA, 1946:22; FONSECA, 2006:21).

Deste casamento nascem três filhos, Joaquim, Manuel e Eduardo. Todos foram estudar: Joaquim e Manuel licenciaram-se em Engenharia Mecânica em Lisboa, realizando depois estágios na Alemanha e Inglaterra e Eduardo graduou-se nos Estados Unidos da América em Comércio e Ciências Económicas (FONSECA, 2006:30).

Ilustração 6: Placa publicitária à Fábrica do Tramagal



Fonte: Foto da autora

Em 1885, Eduardo empregava já 10 homens e tornava-se conhecido como “o homem das noras” pela arte e maestria com que as fazia. Além de inovar no fabrico de charruas metálicas que lhe valeram prémios nacionais e internacionais, e que revolucionaram o sector das máquinas e alfaias agrícolas (FONSECA, 2006:24).

A fábrica vai crescendo (empregando já cerca de 500 operários em 1937), e com ela cresce também a necessidade de aumentar a força motriz à medida do que se vai precisando. Assim passa de 3 HP em 1883, para 168 HP em 1920, a quando da inauguração das novas instalações junto à estação de caminho-de-ferro (FONSECA, 2006:21-33).

Ilustração 7: Edifício do escritório principal da MDF (cerca de 1920)



Fonte: “*Nas asas de uma borboleta*” Fonseca, 2006: 35

Na viragem do século, já com luz elétrica, a fundição de Duarte Ferreira era já conhecida como a “A Grande Fábrica Metalúrgica” (FONSECA, 2006:26).

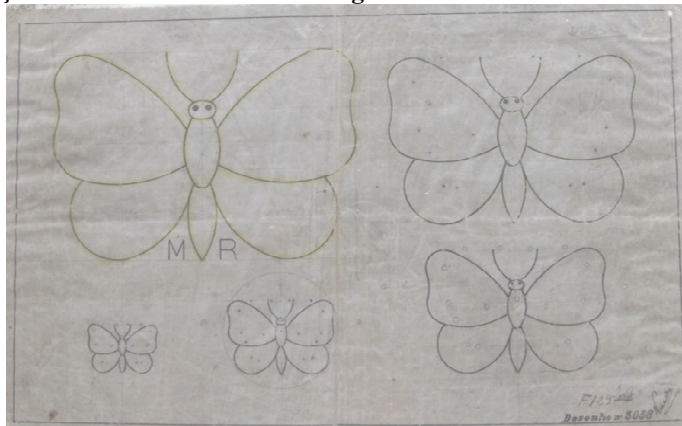
A sua esposa morre em 1911, para seu grande desgosto, de tal modo que a nova moradia, iniciada a construir recentemente, e para onde se haviam mudado, tal como estava nesse fatídico dia assim ficou, não permitindo ele que, por exemplo, que se rebocassem ou pintassem as paredes (FONSECA, 2006:27).

Eduardo Duarte Ferreira, sempre gentil, humilde e homem de *vistas largas*, querendo contrariar as elevadas estatísticas de analfabetismo do país, financiou a construção da primeira escola primária do Tramagal, e na sua fábrica, só admitia aprendizes que soubessem ler e escrever (FONSECA, 2006:32).

Os seus filhos mais velhos regressam a casa em 1915, já como engenheiros, e recebem logo do pai várias responsabilidades na fábrica, que contava já com cerca de 200 operários e foi por iniciativa deles que em 02 de Junho de 1917, se registasse a famosa borboleta como marca e logótipo exclusivo da unidade de Tramagal (FONSECA, 2006:32). Utilizada já desde os primórdios da fundição, era reconhecida como símbolo de qualidade em qualquer máquina ou ferramenta agrícola por eles produzida. Perdidas no tempo, as razões que levaram à escolha deste símbolo, segundo nos relata Patrícia Fonseca, os netos de Duarte Ferreira recordavam que a avó lhes terá dito, certa vez, que esta “(...)

borboleta era fácil de fundir e representava o campo que ele tanto amava (...)” (FONSECA, 2006:32).

Ilustração 8: Desenho Técnico da imagem de marca da MDF - a borboleta.



Fonte: Foto da autora

A 14 de Junho de 1916, Abrantes passa a cidade e, tal como refere o historiador José Martinho Gaspar, uma das principais indústrias do concelho era a Metalúrgica de Tramagal, destacando-se entre as 14 freguesias (GASPAR, 2005:19 e 20).

Com a entrada de Portugal na I Guerra Mundial, em 1916, para garantir a sua posse das colónias africanas, surgiram no país graves problemas socioeconómicos, com a escassez de bens alimentares e uma elevada taxa de inflação, que se prolongou até aos anos vinte, e que também se fez sentir no concelho de Abrantes (GASPAR, 2005:34 e 35).

Contudo, contrariando o expectável, este foi um período de prosperidade para a fundição Duarte Ferreira, que aumenta as suas instalações, mudando-as para junto da estação de caminho-de-ferro, permitindo assim um mais rápido transporte de mercadorias para venda e de matérias-primas necessárias à continuidade do ofício; sendo estas inauguradas em 1920 (FONSECA, 2006:34).

Com os três filhos de novo juntos, e formados, em Tramagal, lavra-se, em 11 de Agosto de 1923, a escritura da sociedade em nome coletivo “Duarte Ferreira & Filhos” (FONSECA, 2006:36).

Entregando a direção da empresa aos filhos, mas sempre sob a sua supervisão, Eduardo pôde dedicar-se à sua Casa Agrícola, comprando grandes parcelas de terreno para cultivo, onde testava as suas máquinas agrícolas, pensando sempre em como aperfeiçoá-las. Dedicou também muitas horas ao estudo dos sistemas de lagares de azeite, criando um

verdadeiro laboratório experimental de material oleícola. Esta viria a revelar-se uma das suas melhores apostas, já que em 1925, tinham sido já instaladas mais de duas mil prensas para fabrico de azeite, da fábrica da borboleta, em Portugal e Espanha (FONSECA, 2006:38).

Ilustração 9: Filial da MDF em Lisboa



Fonte: “*Nas asas de uma borboleta*” Fonseca, 2006: 38

Em 1926 a Duarte Ferreira & Filhos abre a sua primeira filial, em Lisboa, na Avenida D. Carlos I, que serviria de montra para as produções da fábrica do Tramagal e, é também neste ano que se exportam as primeiras maquinarias agrícolas para as colónias além-mar.

Tal era a sua importância para o país, que em 1927, os Ministros do Comércio e Comunicações, Júlio César de Carvalho Teixeira, e da Justiça e dos Cultos, Manuel Rodrigues Júnior, visitam a Duarte Ferreira & Filhos, juntamente com um grupo de jornalistas lisboetas. Desta visita resultou a recomendação ao Presidente da República para que concedesse ao industrial tramagalense, uma Ordem de Mérito, “(...) *homenageando o seu percurso e os serviços prestados ao desenvolvimento da Nação* (...)”. É então que, Eduardo Duarte Ferreira recebe o grau de Comendador, atribuído por Óscar Carmona, em 30 de Janeiro de 1928 (FONSECA, 2006:41).

Referência ao seu destaque na indústria nacional é também o facto de esta fábrica fazer parte do Programa de Estudos e receber visitas de estudo de alunos do Instituto Superior Técnico (FONSECA, 2006:74).

Ora com o início dos anos 30, vivia-se uma época de grande crise e instabilidade, tanto a nível nacional como internacional. Em Portugal, essa instabilidade, levou à

ascensão de Oliveira Salazar como Ministro das Finanças, posteriormente chefe do Governo, e possibilitou o surgimento autoritário e antidemocrático do Estado Novo.

A Duarte Ferreira não passa intacta a toda esta conjuntura, e chega mesmo a votar-se entre o despedimento e a redução salarial, que prevaleceu e se aplicou também à administração, o que fez com que a empresa tivesse de pedir empréstimo junto da Caixa Geral de Depósitos, para evitar a falência, onde lhe foi imposto como condição para se conceder o dito empréstimo, a aquisição da “Fábrica de Louça Esmaltada” do Porto (GASPAR, 2004:14).

Ilustração 10: Ceifeira Debulhadora e Enfardadeira Tramagal - MDF



Fonte: Foto da autora

Porém, a década de trinta vê renascer a borboleta, voltando a Duarte Ferreira à antiga prosperidade, e em 1933 começam a ser fabricadas enfardadeiras mecânicas e as primeiras debulhadoras fixas tipo grande (GASPAR, 2004:14). Com o regresso da prosperidade e as contas equilibradas, são atualizados os salários e pagos os “retroativos” de que tinham prescindido para ajudar a fábrica nos seus tempos difíceis (FONSECA, 2006:52).

Um acontecimento de grande importância para a indústria portuguesa, como denota José Martinho Gaspar, foi a ascensão, em 1940, do engenheiro Ferreira Dias a Subsecretário de Estado do Comércio e Indústria que tentou “sacudir” a indústria em Portugal, dando como exemplos os bem sucedidos, mas raros, casos de Alfredo da Silva, Henrique Sommer, Narciso Ferreira e Duarte Ferreira (GASPAR, 2004:14).

Apesar das dificuldades por que foi passando a sua empresa, o velho industrial tramagalense, sempre fez questão de investir uma parte dos lucros da fábrica em obras de beneficência cultural e social:

- nasce a 01 de Julho de 1901, com o apoio e financiamento do Comendador, a Sociedade Artística Tramagalense, sob o nome de União Fabril e se forma também a primeira banda filarmónica do Tramagal;

- desde a sua formação, no início dos século XX, que os trajes do Rancho Folclórico da Casa do Povo de Tramagal, eram comprados com a ajuda do senhor Eduardo;

- em 1917 é fundada por sugestão de Manuel Cordeiro Duarte Silva (e tal como já foi anteriormente referido neste trabalho), a Cooperativa Operária Tramagalense;

- em 1923 surge o Campo de Jogos Comendador Eduardo Duarte Ferreira (com pista de atletismo e campo de futebol –TSU (equipa que mais tarde, em 1966/67 viria a jogar na 2ª Divisão Nacional));

- em 1927, uma das primeiras Caixas de Previdência do país (só 10 anos depois é que o Governo legislou sobre esta temática);

- no mesmo ano inaugura-se o Posto Médico da Caixa de Previdência do Tramagal, que dispunha de maternidade e equipamentos de raio-X, eletrocardiograma e laboratório de análises;

- em 1943, com a sua ajuda, forma-se o Teatro Tramagalense Lda., que dispunha de cinema, ringue de patinagem, clube e esplanada ao ar livre para realização de festas e sessões de cinema, jazz privativo e grupo cénico amador.

(FONSECA, 2006:60-73).

Ilustração 11: Selo da Caixa de Previdência do Pessoal da MDF



Fonte: “*Nas asas de uma borboleta*” Fonseca, 2006: 60

De referir ainda, que na Metalúrgica Duarte Ferreira sempre se comemorou o 1º de Maio, com pompa e circunstância, mesmo durante o Estado Novo e apesar de chegarem mesmo a ser proibidos do fazer, por duas vezes.

Por tudo isto o Senhor Eduardo (como era carinhosamente chamado), era, e continua a ser na memória daqueles que o lembram, muito acarinhado.

Eduardo Duarte Ferreira morre aos 92 anos, numa tarde de quarta-feira, a 21 de Abril de 1948, vítima de uma pneumonia. Trabalhou e teve sempre novas ideias para o futuro da fábrica até ao último dos seus dias, andando sempre muito depressa de chapéu-de-chuva na mão e lembrando que venceria a morte, se a sua obra não morresse (FERREIRA, 1946:27; FONSECA, 2006:102). Assim,“(…) *preservada a memória, estará cumprido o seu desejo (...)*” (FONSECA, 2006:102)

Em 1964 com a quebra do investimento na agricultura, começa a produção de viaturas para o exército português com os camiões Berliet-Tramagal. Até 1974 foram produzidas mais de 3.500 viaturas Berliet-Tramagal (GABIRRO *et. al.*, 1997:20).

As viaturas Berliet-Tramagal levavam consigo o nome desta vila além-fronteiras e durante a Guerra Colonial serviam de conforto a muitos jovens militares tramagalenses que em África combatiam, e que assim, de certo modo, se sentiam mais perto de casa. Além de que era um prestígio terem o nome da pequena localidade de onde vinham reconhecida por todo o contingente militar nacional e não só.

Ilustração 12: Frente de um camião militar Berliet-Tramagal



Fonte: Foto de Daniel Carvalho In <<http://rodasdeviriato.blogspot.com/>>.

Ilustração 13: Camião Guindaste Berliet-Tramagal



Fonte: Foto da autora

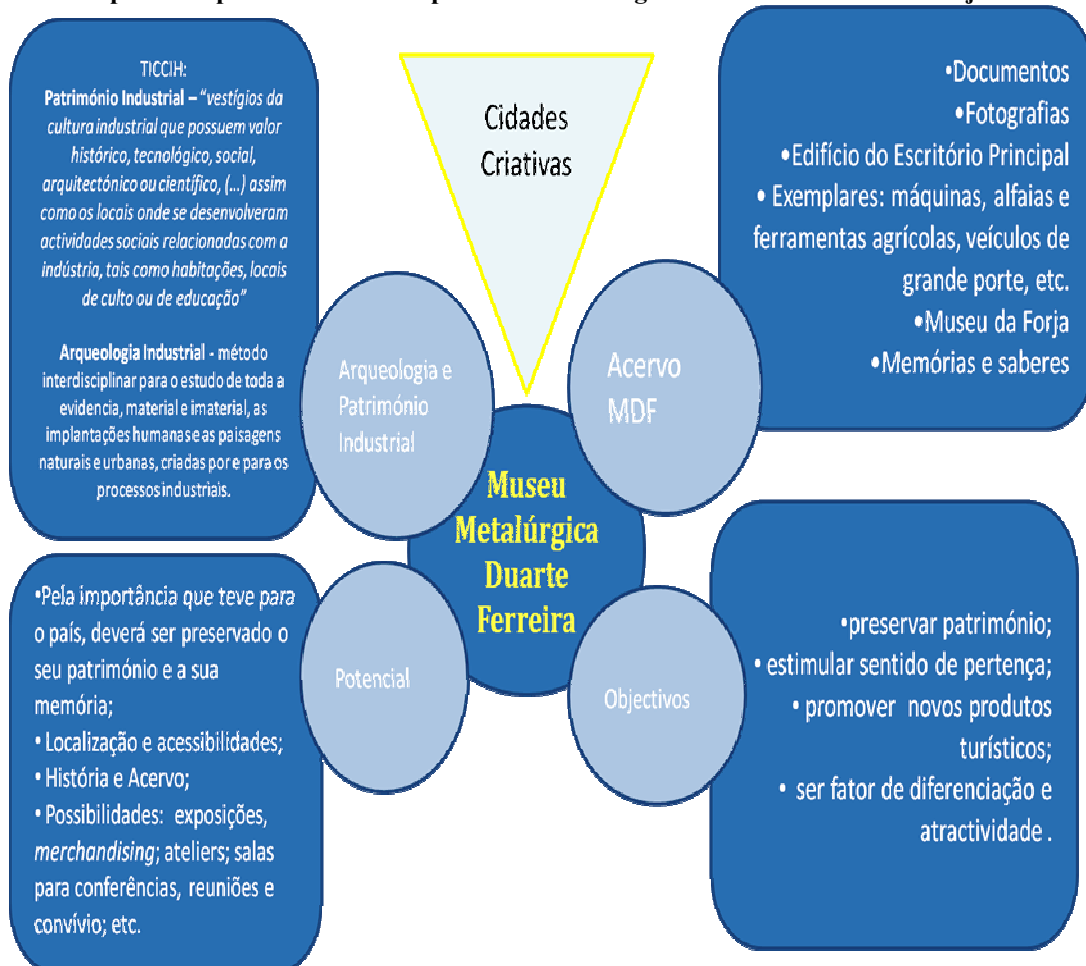
No entanto com o fim da guerra colonial, em 1974, inicia-se um período de decadência, já que tinham apostado tudo na produção dos camiões em detrimento das suas atividades tradicionais (GABIRRO *et. al.*, 1997:21).

É intervencionada entre 1974 e 1980, pelo Governo Português, estando em risco os 2.300 postos de trabalho que possuía então (FONSECA, 2006:100).

Em 1985 é desmembrada em 6 unidades: Metalúrgica Duarte Ferreira S.A.; Industrias de Automóveis e Montagens, Lda.; FUTRA, Lda.; MDF- GESTE, Lda.; MDF - Angola, S.A. e MDF - Moçambique, S.A. (GABIRRO *et. al.*, 1997:21).

4.3. O valor patrimonial do Tramagal – acervo e potencial museológico do espólio da MDF

Mapa Conceptual 14: Acervo e potencial museológico da MDF – conceitos e objetivo



Fonte: Elaboração própria.

Tendo por base os conceitos de património e arqueologia industrial, já desenvolvidos neste trabalho, o Museu Metalúrgica Duarte Ferreira é um projecto e sonho antigos, de muitos quantos trabalharam nesta fábrica.

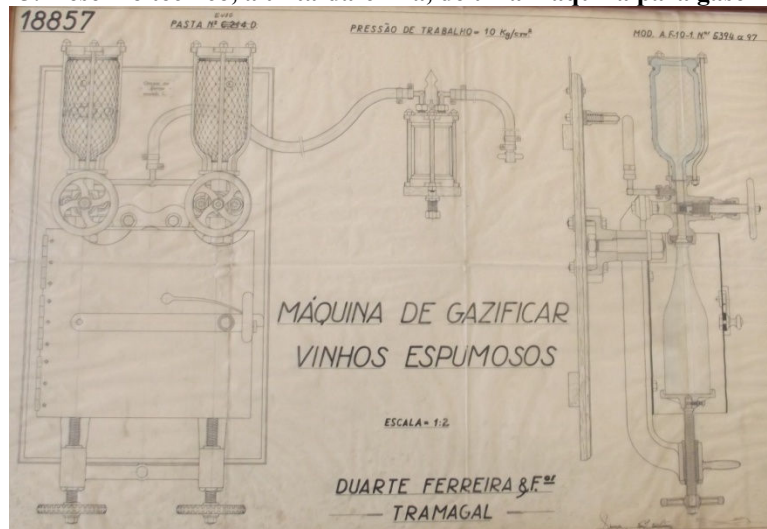
O acervo atualmente existente e que será o ponto de partida para o Museu MDF, é composto por vários tipos de material e importa referir que muito deste espólio foi salvo de se perder para sempre pela generosidade e sentido apurado do dever de preservar, de pessoas que a custo próprio adquiriram muitas destas peças, quer no leilão que se seguiu à extinção da fábrica, quer em feiras ou compra directa a particulares, bem como de artigos

que tinham em sua posse desde os tempos em que eram funcionários da empresa, e que depois o doaram ao que à muito chamam de museu.

Desse acervo fazem então parte, pelo que foi observado *in situ*:

- Documentos: livros sobre, metalurgia, mecânica e agricultura; documentação da própria empresa; desenhos projectistas de impressionante precisão, maestria e qualidade, feitos a tinta da china e com tal rigor que mais parecem feitos a computador; Diplomas de honra, prémios e distinção;

Ilustração 15: Desenho técnico, a tinta-da-china, de uma máquina para gaseificar vinhos.



Fonte: Foto da autora

- Fotografias: bem como a própria máquina fotográfica, que pertencia ao fotógrafo permanente da fábrica para registo para a posteridade, e que são também de inestimável valor, pelo conteúdo e qualidade;

- Exemplos de máquinas, ferramentas e alfaias agrícolas, bem como das máquinas e veículos de grande porte que foram aqui produzidos;

Ilustração 16: Charrua dupla. Espólio MDF.



Fonte: Foto da autora

- Algum mobiliário, como a secretária e cadeira do Sr. Comendador Eduardo Duarte Ferreira, além dos cofres, estiradores, relógios de ponto e outros móveis pertencentes aos escritórios;

- Material de escritório: porta selos, porta canetas, máquinas de escrever, calculadoras, pisa papéis, ‘indicadores’ de quem está de folga, fora ou onde se encontrava determinado engenheiro ou administrador, para mais rapidamente ser localizado na fábrica, e fácil contacto caso necessário, além da respectiva extensão telefónica a contactar;

Ilustração 17: Acessório de secretária em prata. Espólio MDF.



Fonte: Foto da autora

- Memórias e saberes, que na minha opinião são parte fundamental a ser preservada para continuidade de conhecimentos para as gerações futuras;

- O próprio edifício dos antigos escritórios, onde se sediará o museu, e que sendo dos anos 1920, tem uma traça característica, que deve ser preservado, não só por isso, pela sua beleza e utilidade, mas também pela sua história;

Ilustração 18: Edifício do antigo Escritório Principal da MDF.



Fonte: Foto da autora

- o Museu da Forja, que retrata como começou o ferreiro Eduardo Duarte Ferreira e cujo caminho de distância até ao museu (cerca de 300m), se pretende venha a expor as máquinas de grande porte (como camiões Berliet-Tramagal, ceifeiras, debulhadoras, enfardadeiras, etc.) que não caberão dentro do edifício – esta questão não foi considerada nesta dissertação por se considerar que nada mais haveria a acrescentar ao que é proposto pela Junta de Freguesia de Tramagal para o projeto do Núcleo Museológico Industrial de Tramagal e o que pretendemos é apresentar a nossa proposta de musealização para o museu propriamente dito contribuindo com uma nova visão.

Apresentados todos estes factos e recursos, será correcto afirmar que o Tramagal e o seu Museu MDF têm todo o potencial para turistificação e sucesso. Através do museu estes recursos poderão ser ativados e transformados em atrativos turísticos.

Dada a importância desta fábrica para o Tramagal e para o país é, na nossa opinião, imperativo que se preserve o seu património e a sua memória, além de que a sua localização geográfica e de fácil acesso, são também factores potenciadores, assim como a rentabilização e dinamização das economias locais, e do próprio museu, que podem daqui surgir através, não só do número de turistas que se espera venham a consumir os bens e

serviços que a vila tem para oferecer, mas também das possibilidades de negócio criados no e para o próprio museu, através de *merchandising* e outras possibilidades que referiremos mais adiante neste trabalho.

De referir ainda que esta revitalização de património devoluto, através da inovação, criatividade e tolerância, de ‘sangue novo’ que lhe trará uma nova vida, acenta também no muito actual conceito das cidades criativas, de Richard Florida, e que está em marcha ao nível das mais importantes, desenvolvidas e visionárias cidades do mundo, contribuindo para o seu bem-estar social e urbanístico de forma sustentável.

4.4. Avaliação do potencial turístico do Tramagal na região: reflexão preliminar

Atualmente o Tramagal é apenas zona de passagem, não dispendo de qualquer atração turística devidamente aproveitada.

No entanto, a nosso ver, o Tramagal tem potencial, não só pela MDF e a sua história, importância, visibilidade, património, acervo – futuro Museu MDF, de que já falámos, e que será sem dúvida o grande recurso âncora deste território, mas também:

- Pela localização da vila, no centro do país, atravessada pela N118; situada a cerca de 10 km cidade de Abrantes, que além de ser um grande centro urbano (à escala local), tem acesso à A23. Esta acessibilidade rodoviária seria deveras melhorada e facilitada se se concretizasse a obra da tão prometida¹³ ponte sobre o Tejo, que ligaria o Tramagal a Abrantes e à A23 em escassos minutos e em menos de 1km, numa continuidade do troço do IC9 com ligação a Ponte de Sôr. A vila é ainda servida pela Linha Ferroviária da Beira Interior;

- Pela proximidade ao Rio Tejo, já que se localiza numa das suas margens, e que lhe confere um clima ameno e propício a atividades ao ar livre, e ainda uma bela paisagem

¹³ No final de 2008 o então Primeiro Ministro José Sócrates anunciou a construção de uma nova travessia sobre o Tejo, naquela que seria uma das contrapartidas dadas pelo Governo à Mitsubishi Fuso Trucks Europe na sequência do investimento anunciado de 20 milhões de euros e depois de inúmeros apelos no sentido da melhoria das acessibilidades para uma mais fácil exportação dos seus produtos. No entanto esta é já uma reivindicação antiga chegando a surgir nos anos 1980 e 1990 um movimento intitulado “Tramagal não sabe nadar”.

natural, além de toda a riqueza e diversidade da fauna e flora, de que já falámos anteriormente, e que poderá ser potenciador de turismo para determinados segmentos de mercado, ligados ao gosto pela observação da natureza, por exemplo;

- Pela sua gastronomia e vinhos – tigeladas, folares, peixe do rio, migas carvoeiras, couves com feijão e os afamados e galardoados vinhos da Quinta do Casal da Coelheira;

- Além de dispor de um leque alargado de associações/instituições culturais e recreativas desativadas ou em risco, mas com potencial turístico, mencionadas anteriormente, assim como de bens e serviços, que certamente contribuem e contribuirão para o bem-estar e segurança da população, do visitante e do turista, tais como:

- Turismo em Espaço Rural – Quinta dos Vales, com 6 quartos;
- Restaurantes, cafés, esplanadas e bares;
- GNR;
- Posto Médico;
- Junta de Freguesia;
- Banco e Seguros;
- Bombas de Gasolina;
- Jardim com palco para espetáculos e parque Infantil;
- Escolas até ao ensino secundário e 3ª Idade (UTIT);
- Centro de Dia e Lar de Idosos.

5. O museu MDF e os seus públicos: visão prospetiva

Com o intuito de perceber as necessidades, desejos e opiniões dos tramagalenses em relação à proposta de um museu sobre o espólio da MDF, foram realizados questionários.

Cabe-nos alertar para a utilização de linguagem simples e direta nesses mesmos questionários, assim determinado para que a comunicação fosse fácil e entendível por todos. De igual modo a linguagem que apresentamos nas transcrições como forma de corroborar ou fundamentar o que aqui dizemos neste trabalho, é exatamente a linguagem proferida pelos inquiridos, para que as opiniões transcritas sejam o mais fiéis possíveis das realmente manifestadas e assim manter a imparcialidade e independência científicas.

Para tentarmos perceber o conhecimento das pessoas de Tramagal sobre a existência de museus industriais e assim averiguar o seu entendimento sobre o que poderá ser a proposta de museu que aqui apresentamos, questionámos através de inquéritos realizados com recurso ao *Survey Monkey* que difundidos via *e-mail* e *Facebook*, se conheciam museus industriais e quais. Da nossa amostra de 57 inquéritos válidos, que se caracteriza por ser jovem, em que 68,42% estão na faixa etária compreendida entre os 20 e os 39 anos, e por ser maioritariamente do sexo feminino (63,16%), constatámos que 52,63% não conhece ou visitou museus industriais. Desta forma concluímos que esta é ainda uma vertente da museologia pouco conhecida por parte do público.

Contudo, quando questionados sobre a importância da execução de um museu da MDF, 92,98% respondeu concordar totalmente. No caso dos inquéritos realizados às dez pessoas que consideramos ser as que detêm maior influência de opinião na sociedade¹⁴, a resposta afirmativa a esta pergunta é de unanimidade. Victor Hugo Cardoso¹⁵, Presidente

¹⁴ Victor Hugo Cardoso- Presidente da Junta de Freguesia de Tramagal, Emílio Caetano Serra – Professor aposentado e grande impulsionador cultural dos mais jovens; Ana Maria Dias – Vice Presidente da Junta de Freguesia de Tramagal e pessoa bastante envolvida em diversos projetos de cariz social e cultural na comunidade; José Filipe Maximiano – Reformado, ex-funcionário da MDF e pessoa estimada na localidade por ser conhecedor e historiador amador da história do Tramagal; Isilda Jana – professora na escola Octávio Duarte Ferreira de Tramagal e responsável pelo projeto MIAA; Vânia Grácio - Assistente Social e presidente da Associação Vidas Cruzadas em Tramagal; Bruno Abreu - Estagiário no Centro de Dados da Defesa do Ministério da Defesa Nacional e presidente da Associação Juvenil Cistus; Mário Rui Fonseca – Jornalista e Jornalista do Jornal de Abrantes; Radialista na Antena Livre e Proprietário do “Borboleta Café-Clube”; Jacob – Reformado, antigo presidente da Caixa de Previdência do Pessoal da MDF, uma das pessoa mais velhas de Tramagal, Manuel Pio – Reformado, antigo funcionário da MDF e presidente da ARTRAN.

¹⁵ Vide Anexo II.

da Junta de Freguesia de Tramagal, ressalva que este é mesmo “(...) *muito importante* (...)”, já José Maximiano¹⁶ demonstra bem a importância deste museu como homenagem à família Duarte Ferreira e seu legado, ao afirmar “(...) *os Duarte Ferreira são o Tramagal e o Tramagal é os Duarte Ferreira* (...)”.

Já no que concerne ao tipo de museu que esta comunidade pretende, 17,54% considera que o museu deve ser participativo, participado e também expositivo, sendo que 56,14% considera que este deve ser participativo e participado e apenas 8,77% considera que deva ser meramente expositivo. Pensamos que isto retrata bem o que a comunidade e o visitante de hoje procura num museu, num bem cultural, o que corrobora o que temos vindo a afirmar ao longo desta dissertação, o facto de os visitantes dos museus de hoje quererem ser atores e não meros espectadores, querem vivenciar de facto, em todas as vertentes do sentir a experiência museológica.

5.1. O projeto existente – Núcleo Museológico Industrial do Tramagal

Tal como afirmado anteriormente o Museu MDF é um desejo e sonho antigos dos tramagalenses que foi também abraçado pelos órgãos da administração local. No seguimento desse querer e dessa necessidade que é imposto pelo rico património, pela marca e pelo nome da Metalúrgia Duarte Ferreira, foi assinado em 26 de Abril de 2011 o protocolo para a criação do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal. Este teve como outorgantes a Câmara Municipal de Abrantes, a Junta de Freguesia de Tramagal, a Diorama e a Predierg (que detêm a posse do edifício dos antigos escritórios, onde se irá estabelecer o museu, e algum do espólio da MDF), e foi homologado pela então Ministra da Cultura Gabriela Canavilhas. Este projecto recorrerá a apoios do PRODER – Abordagem LEADER.

Fará este Núcleo Museológico Industrial do Tramagal, parte de um conjunto maior de núcleos museológicos, um pouco por todo o concelho, resultando de protocolos entre a Câmara Municipal, as respetivas Juntas de Freguesia e Instituições Locais (como os Ranchos Fólclóricos). Serão exemplos disso: casa-museu do Pego, núcleos museológicos de Vale das Mós, Mouriscas e Martinchel, e que ficarão sob alçada do “museu *umbrella*”

¹⁶ *Idem*

que será o futuro MIAA de Abrantes (Museu Ibérico de Arqueologia e Arte). Juntos formarão a Rede Museológica de Abrantes, pretendendo-se que venham a ser criadas redes de visita entre eles e, em relação ao MIAA, que venham a ser criadas rotas entre este e os vários locais de interesse arqueológico do concelho (Rota do Romano, Rota do Megalítico, entre outras). Tudo isto com o intuito de fixar turistas, transformar visitantes e excursionistas em turistas, fazer com que fiquem pelo menos uma noite, ajudando assim a dinamizar as economias locais, bem como à criação de emprego, entre os quais oportunidades para os profissionais de turismo¹⁷.

Os objectivos desta Rede, de acordo com o protocolo (supra referido), são:

- criar condições que permitam a preservação do património material e imaterial de Abrantes;
- estimular o sentido de pertença das populações locais para o que é seu;
- desenvolver novos produtos turísticos, que através de uma linguagem contemporânea nos mostram o tradicional português;
- constituir factores de diferenciação e de atractividade do Concelho, através da tradição e do rural.

No nosso entender este projeto apresenta algumas lacunas e limitações, a saber:

- nome do museu – não colocamos em causa o facto de ser um núcleo museológico em vez de um museu independente, apesar de considerarmos que tem potencial e se bem gerido e programado poderá ter capacidade para a sua sustentabilidade e independência financeira. Contudo consideramos um erro estratégico chamar-lhe Núcleo Museológico **Industrial de Tramagal**, no sentido em que consideramos que este perde a sua identidade e génese que é a da MDF. Não colocar o nome MDF ou alusão ao mesmo no nome do museu, além de ser considerado pela população uma falha de carácter e ingratidão para com a história, razão de ser do museu e seu epólio (o que por si só consideramos que é fragilizar a relação população local/museu que, a nosso ver, tem de ser o melhor e mais inclusiva possível para o próprio sucesso da entidade museológica), consideramos ser uma estratégia de marketing completamente falhada. Ou seja, o nome e a marca MDF por si só já são reconhecidas e vendáveis, estão estabelecidas no mercado e apenas precisam ser

¹⁷ Informação concedida gentilmente pela Sr^a Dr^a Isilda Jana, que à época era a técnica superior da CM Abrantes responsável pelo projeto do MIAA.

reativadas. Será fácil identificar a razão de ser do museu através do seu nome, pois o espólio e o porquê se criar este museu deve-se exclusivamente a esta fábrica. Será também mais fácil a criação de redes e parcerias com e através deste museu se este tiver associado o nome MDF pelo seu reconhecimento no mercado, identificação temática rápida e garantia de qualidade. Além de que o merchandising decorrente da marca da MDF cujo logótipo é uma borboleta será certamente apelativo, reconhecido e vendável.

–O facto de apenas contemplar o rés-do-chão do edifício, pois tendo em conta o tamanho e características do espólio (que a autora teve o privilégio de visitar e que agora acompanha em termos profissionais), a sua museografia e percurso museológico, consideramos ser muito insuficiente, senão mesmo impossível. Isto se se quiser dar a magnitude e dignidade que este espólio e museu merecem, pois de outra forma ter-se-á que limitar muito o número de elementos de cada coleção expostos, para que caibam no espaço disponível e possa haver uma certa coerência no percurso museológico.

–O período de cedência de apenas 10 anos. Ainda que possa e haja a vontade de ser automaticamente renovado, parece-nos bastante curto para o investimento necessário na recuperação do edifício, do espólio e respetiva museografia e posteriormente para a implementação do museu no panorama nacional e internacional.

Consideramos contudo ser muito positiva a rede museológica e de parcerias que se pretende criar em Abrantes e que está apresentada no protocolo suprarreferido, da qual julgamos ser pertinente e indispensável que faça parte o Museu MDF.

Ilustração 19: Museu A Forja



Fonte: Foto da autora

5.2. A proposta – Museu Metalúrgica Duarte Ferreira

Tratando-se de uma proposta estamos plenamente conscientes que esta possa ser alterada e adaptada posteriormente e sempre que se justifique, por não ser detentora de verdades absolutas e por muitas vezes a teoria e a prática serem bastantes dispares. Esta proposta está sujeita a escrutínio e não está, portanto, fechada ou totalmente encerrada. Merece ser atualizada e terá certamente limitações no sentido de que por vezes a falta de tempo e o nosso envolvimento, a nossa proximidade ao projeto por vezes não nos permitem desenvolver mais ou alcançar mais além, ainda que tentemos sempre ter e dar uma perspetiva científica desta proposta.

5.2.1. O nome

O nome proposto é Museu Metalúrgica Duarte Ferreira.

Julgamos que este museu tem potencial e capacidade para ser um museu independente, no sentido de que não precisará estar dependente do futuro museu municipal MIAA que tutelará os outros núcleos museológicos que virão a existir em Abrantes, tal como já referido anteriormente.

O museu que propomos terá uma envergadura maior que qualquer um dos outros núcleos, a julgar pelo que nos foi dito pela Dr.^a Isilda Jana, tal como já referimos. Além de que pela carga histórica e acervo que o integram ter um peso que consideramos ser de maior relevância, sem querer descurar os outros núcleos museológicos, e que por isso merecerá uma programação e gestão museológica diferente destes. Isto é, o Museu MDF deverá por si só dar resposta às funções legais e deontológicas, que já explanámos anteriormente, de um museu e para isso deverá ser alvo de um projeto de intervenção museográfica (inventário e conservação e restauro do espólio, e que a autora se encontra de momento a desenvolver), além de que deverá depois, a curto, médio e longo prazo, desenvolver uma programação museológica que lhe permita promover o interesse e a visitação durante todo o ano, bem como a didática do património, com recurso aos serviços educativos e através dessas ações autossustentar-se.

Metalúrgica Duarte Ferreira pois este nome, como já referimos, por si só autoidentifica-se, já que é por si só identificador do tipo de acervo que comporta, bem como da razão de ser da sua existência. Como marca é bastante reconhecido por todo o país e até internacionalmente (através da Berliet-Tramagal e das filiais da MDF em Angola e Moçambique), o que de certo modo ajuda à divulgação, implementação e venda do conceito do museu e seu *merchandising*. Fazer uso de uma marca que já está implementada no mercado, que apenas terá de ser reativada, parece-nos de todo correto, mais fácil e assertivo. Parece-nos, pois, uma excelente aposta em termos de estratégia de *marketing*.

Na sua resposta ao questionário apresentado, na pergunta nº 7 que questiona o nome que o inquirido daria ao museu, a Dr.^a Isilda Jana¹⁸ respondeu Museu da MDF e justificou-se da seguinte forma “(...)Porque é a Metalúrgica Duarte Ferreira que dá a identidade ao museu. Além disso a MDF é uma marca muito importante e conhecida que não deve ser desperdiçada. Para quê inventar o que já está inventado? (...)”. A pergunta que nos deixa no final da sua resposta julgamos ser de facto pertinente e elucidativa da linha de pensamento que é também a nossa, pois para quê desperdiçar uma marca implementada, reconhecida e valorizada e por isso excelente estratégia de *marketing*?

Outra resposta bastante elucidativa da importância de escolher este nome ou outro desde que evoque a memória dos Duarte Ferreira e da sua obra, é a do Sr. Eurico Jacob¹⁹ que afirmou “(...) esta terra deve a Eduardo Duarte Ferreira e à sua iniciativa o que é hoje e ele empregou o que ganhava em prol do desenvolvimento da indústria e da comunidade (...)”, esta perspetiva evidência bem a relevância que Eduardo Duarte Ferreira teve no panorama da indústria em Portugal.

Optámos por não colocar a preposição “da”, isto é, Museu **da** Metalúrgica Duarte Ferreira, por considerarmos que esta poderia limitar de certo modo a integração futura de outros espólios industriais do Tramagal ou de exposições temporárias de outras proveniências.

Assim homenageamos a génese do museu sem no entanto o limitar no seu futuro à integração de outros espólios, já que o Tramagal tem atualmente outros aglomerados industriais que também têm a sua importância e que marcam a história desta vila (Mitsubishi, Futrifer, etc.), e que, de resto, é o que está na origem da escolha do nome

¹⁸ Vide Anexo II.

¹⁹ *Idem*.

Núcleo Museológico Industrial do Tramagal, mas que, como já vimos, peca por outros aspetos.

Como pudemos observar pelos resultados obtidos com os inquéritos realizados através da *Internet*, este é também o desejo da maioria dos que responderam a esta questão (17,54%) e se a estes somarmos as opções dadas que têm uma qualquer variação²⁰ ao nome MDF ou à família Duarte Ferreira (28.07%), como por exemplo, “Museu Eduardo Duarte Ferreira” ou “Museu MDF Tramagal”, verificamos que para a população em causa é deveras importante que o nome MDF conste de alguma forma no nome do museu, assim pudemos concluir que esta designação ajudará à identificação da população local com este museu, bem como a consequente renovação identitária local e do sentido de pertença. Essa mesma tendência está patente ainda nos dez inquéritos que realizámos a personalidades que pela sua profissão e/ou papel na sociedade, julgamos que a sua opinião tem uma certa influência e é determinante nessa mesma sociedade²¹.

5.2.2. A marca

A marca do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira será a legada pela MDF, ou seja a borboleta cujas cores são: o amarelo e o azul.

Não havendo registo da razão de ser da adoção da borboleta como marca e logótipo (exclusivo da unidade do Tramagal), sabe-se que foi registada pela primeira vez em 02 de Junho de 1917, apesar de ser usada desde os primórdios da fábrica e que terá sido escolhida por ser fácil de fundir e por lembrar as origens campestres do fundador e o seu amor pelo campo.

Simbolicamente as cores significam: o amarelo representa a ideia de calma e de prosperidade e o azul o sonho, a segurança e a lealdade (MARKCOMMS) – ideais e valores que podemos atribuir facilmente ao fundador da MDF – Eduardo Duarte Ferreira – e que foram transmitidos e impregnados nos valores e ideais da fábrica.

A MDF e a borboleta foram durante muito tempo sinónimo de grandeza, qualidade e fiabilidade.

²⁰ Vide Anexo II.

²¹ *Idem*.

Ilustração 20: Reclame luminoso



Fonte: Foto da autora

Agora apenas precisa de ser (re)avivada nas nossas memórias e voltar a ter os mesmos significados, embora em funções diferentes – na cultura, na didática do património, na preservação e comunicação desse mesmo património.

Prova de que a marca e a identidade da MDF, através da borboleta, ainda se mantém nos dias de hoje é a sua utilização por exemplo em nome de estabelecimentos comerciais como o “Borboleta Café-Clube” e ligada ao clube desportivo local, o TSU (que surgiu em 1 de Maio de 1922).

Ilustração 21: Publicidade a entidades que usam ainda como marca a borboleta



Fonte: Foto da autora sob original

A importância desta marca e a identificação identitária com ela por parte da população local, também foi alvo do nosso escrutínio de investigadores através dos inquéritos realizados. Constatámos que é deveras importante que a imagem de marca da MDF e do Tramagal – a borboleta – esteja patente, inclusive no *merchandising* do museu.

Dos inquiridos *online*, 82,46% considera que faria uso do *merchandising* do museu, principalmente se este utilizasse e divulgasse a borboleta, já os outros dez inquiridos foram mesmo unânimes nas suas respostas ao concordarem com esse uso e divulgação.

Ilustração 22: Diferentes imagens do símbolo de marca da MDF



Fonte: Fotos e adaptações da autora

5.2.3. Visão, Missão, Objetivos e Metas

Estes itens são da maior importância para o desenvolvimento da nossa proposta e do futuro museu, pois são eles os alicerces da estratégia a delinear. Precisamos saber quem somos, a quem, como e onde queremos chegar para podermos delinear as nossas estratégias e ao mesmo tempo sermos identificados e reconhecidos pelos outros e pelo nosso público-alvo.

A visão do Museu MDF será:

–Museu de região capaz de dar resposta às novas exigências culturais e sociais, de reforçar a dimensão coletiva da comunidade e de contribuir para novas dinâmicas urbanas.

–Museu cujo programa museográfico dependerá dos critérios dominantes bem como da arquitetura pré-existente, cuja condição de pré-existência e valor histórico que não permite alterar muito o original, comporta possibilidades e limites que devem ser tidos em conta.

–Museu onde cabem a participação ativa das gentes locais, dos visitantes, dos turistas, dos empresários, da administração local, de investigadores, dos colaboradores e

técnicos do museu, cujos testemunhos fazem parte de um museu vivo e onde os recursos são colocados à disposição desses agentes ativos para que obtenham uma experiência didática e estética plena, de imersão na história da MDF e desta região, numa vertente passado-presente-futuro e em que o visitante é também coautor do produto museológico no sentido em que ele mesmo vivência as experiências oferecidas no museu e as comunica e divulga.

–Museu de região com visão nacional e internacional, no sentido em que aposta na evocação da memória, celebrando o presente e com perspectiva de evolução no futuro numa orientação de inovação, criatividade e desenvolvimento integrado com a região, com o país e com a comunidade europeia e ainda com pretensão de busca pela notoriedade mundial.

–Museu que explora a memória do espaço onde se insere e que se projeta segundo a nova museologia.

O Museu Metalúrgica Duarte Ferreira terá por missão:

–O estudo e investigação, incorporação, inventariação e documentação, interpretação e exposição, conservação e divulgação do património arqueológico-industrial da MDF - Tramagal e sua envolvente, procurando valorizar as temáticas relacionadas com a industrialização enquanto fenómeno económico, social, urbanístico, arquitetónico, antropológico, tecnológico e patrimonial.

–Ser um agente ativo na formação e educação dos públicos e da comunidade em que se insere, contribuindo assim para a democratização da cultura, a promoção da cidadania e o desenvolvimento da sociedade, a nível cultural, lúdico, científico e económico.

–A projeção nacional e internacional do património industrial da MDF, da freguesia do Tramagal e do município de Abrantes e contribuir para a consolidação do Turismo Industrial em Portugal, potenciando o desenvolvimento económico e social da comunidade em que está inserido.

Deverá potenciar um novo produto turístico em Abrantes, baseado na indústria e no seu património atual e passado, aliando as novas tecnologias e as ideias e ideais criativos.

Uma das oportunidades fortíssimas que este museu possui é o facto de ser único na região, na temática do património industrial e singular no país, na temática do património metalúrgico e alicerçado por uma marca já estabelecida e sinónimo de grandeza e qualidade, como é o caso da borboleta e da marca MDF associada também ao nome

Tramagal, e que apenas precisa ser reavivada nas nossas memórias, como já frisámos anteriormente.

Como estratégia de combate à concorrência que hoje em dia a televisão, o cinema, as redes sociais e *Internet* em geral fazem às entidades de desenvolvimento cultural como são os museus, defendemos que estes devem cooperar entre si e funcionar numa base de interajuda e complementaridade. Hoje em dia a existência de redes e de protocolos de cooperação são fundamentais para a sobrevivência de qualquer empresa ou entidade pública ou privada, seja ela qual for a sua génese ou sector de atividade e a isso os museus também não podem ficar indiferentes. Julgamos então ser pertinente que os museus locais cooperem entre si complementando desta forma a oferta turística e cultural oferecida aos turistas e visitantes o que julgamos ser uma mais-valia para a região.

Tabela 6: Definição dos Objetivos e Metas

Definição dos Objetivos e Metas	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Contribuir para a preservação do património material e imaterial, tangível e intangível do setor metalúrgico em Portugal; - Preservar e transmitir o legado da MDF; - Preservar o património industrial do Tramagal e a sua memória; - Promover a didática do património; - Captar e sensibilizar o visitante/cidadão para a importância da preservação deste tipo de património: - Desenvolver uma estreita relação com o público pautada pelo rigor e criatividade; - Desenvolver experiências educativas adequadas aos diferentes públicos-alvo do museu através de uma programação lúdico-pedagógica; - Promover relações de reciprocidade entre o museu e outras entidades socioculturais e/ou científicas, funcionando como “instituição âncora” do desenvolvimento de projetos inovadores com a comunidade local, bem como fomentando projetos científicos, editoriais e atividades intergeracionais que valorizem a memória coletiva e seus contextos; - Contribuir para a promoção do debate, divulgação e partilha de conhecimento entre as várias indústrias e restante tecido empresarial da região – ser um elo de ligação através dos serviços educativos e da sua sala de conferências em ambiente particularmente inspirador; - Contribuir e liderar estudo científico e preservação do património e arqueologia industriais; - Realizar uma eficaz e reconhecida campanha de

	divulgação do museu; – Desenvolver parcerias de qualidade, vantajosas e duradouras ²² ; – Potenciar turismo industrial em Abrantes.
Metas	<ul style="list-style-type: none"> • Captar um aumento em 20% dos turistas anuais para Abrantes²³; • Contribuir para aumentar as receitas vindas do Turismo²⁴; • Fixar os turistas no Tramagal, pelo menos 1 noite.

Fonte: Elaboração própria.

O Museu MDF tem um valor patrimonial industrial indiscutível na região e no país e nessa medida compromete-se com o desenvolvimento da região.

5.2.4. O acervo – musealização

A musealização do acervo passará primeiramente pelo inventário, respetiva documentação e conseqüente incorporação do espólio, bem como limpeza, conservação e restauro (se necessário) do mesmo.

Proceder-se-á ainda à museografia do museu. Ou seja, serão definidas as regras do museu e a disposição do acervo pelo mesmo. Levar-se-á a cabo a investigação e estudo do espólio, bem como posteriormente será feita a interpretação e exposição do mesmo. Para isso será definido o percurso museológico tendo em conta uma determinada lógica que poderá ser temática (tipo de espólio, por categorias) e/ou temporal (tendo em conta a evolução histórica). Depois proceder-se-á à seleção das peças que integrarão inicialmente a exposição e as que irão ficar em reserva, para futura troca ou integração da exposição

²² Com outras entidades de referência no Turismo, em especial no Turismo Industrial (por exemplo: S. João da Madeira), no estudo e preservação deste património (APPI, escolas, IEFP), com outros agentes do turismo (ex.: restaurantes e alojamento), e entidades que possam exponenciar a atividade turística no Tramagal e em Abrantes (ex.: CP, Tagus), assim como, claro está, com entidades, comércio e empresas locais (ex.: Centro Agrícola da Quinta do Casal da Coelheira, Supermercados *Intermarché Contact* - Tramagal).

²³ Tendo em conta o número de turistas que visitam anualmente Abrantes (mais de 14000 em 2010), e comparativamente com o caso de maior sucesso do Turismo Industrial em Portugal, que é São João da Madeira (cerca de 16000 em 2010), e tendo como objetivo um aumento global de turistas a rondar os 20% do total de turistas anuais para Abrantes, para o primeiro ano do projeto, pensa-se que o número de 3000 turistas anuais a visitar o museu, seja realista e já uma boa meta a alcançar.

²⁴ Se multiplicarmos a afluência de turistas pretendida pelo gasto médio em dormida e refeição, por pessoa, durante uma estadia em Abrantes (que segundo o INE em 2010 rondava as 2,1 noites), o benefício e aumento de receita para a economia local é bastante animador: a rondar o meio milhão de euros. Se a este valor ainda somarmos todos os outros potenciais gastos em transporte, *souvenirs* e com outros bens e serviços, é de facto entusiasmante.

permanente ou eventualmente de exposições temporárias, já que o museu dispõe de uns largos milhares de desenhos projetistas, por exemplo, que não poderão ser todos expostos e que poderão suscitar o interesse para possíveis futuras exposições temáticas de cariz mais temporário.

Serão ainda e por fim definidas as atividades a levar a cabo pelo e no museu através dos Serviços Educativos com uma programação anual, pois tendo em conta a pequena envergadura do museu pensamos ser a melhor opção, até porque esse espaçamento temporal permitir-nos-á amadurecer as ideias para as atividades e solicitar os apoios que sejam considerados necessários (independentemente do tipo) para o melhor desenrolar das mesmas.

5.2.5. O projeto

Este é um projeto há muito sonhado e ansiado pela população do Tramagal, principalmente por aqueles que de forma direta ou indireta se relacionaram e tiveram as suas vidas ligadas à MDF. Assim, este terá de ser um projeto também para a comunidade, de portas abertas à população, quer através de ações e atividades, quer da disponibilidade do próprio espaço para eventuais necessidades culturais da população (como por exemplo reuniões, conferências, apresentações culturais, etc.).

Para o desenvolvimento deste projeto tivemos em grande consideração o caso do Turismo Industrial de São João da Madeira, pela sua experiência e sucesso, que não sendo propriamente um concorrente direto já que as suas ações e temáticas são diferentes, consideramos ser um exemplo de boas práticas e pensamos que poderá certamente ser um parceiro.

O Museu Metalúrgica Duarte Ferreira deverá ainda ter em atenção as novas tendências tecnológicas. Deverá servir-se delas não só como apoio e/ou suporte da sua exposição museográfica, mas também para assim captar os públicos mais jovens. Por exemplo através da passagem de filmes didáticos sobre o passado da MDF e representando o trabalho numa fundição [já que isso não será possível ver de outra forma e era isso que a MDF fazia na sua origem – fundia ferro (e também cobre e bronze) e transformava-o em alfaias e ferramentas agrícolas, ornamentos e cercaduras em ferro fundido, peças de

mobiliário em ferro fundido etc.] – ou através da agenda digital europeia (sugerido pelo Comité de Sábios e que originou a Europeia), e/ou ainda de visitas virtuais ao museu e com recurso à tecnologia 3D, sendo estas propostas obviamente a longo prazo. Além de ter uma plataforma *online* atual, com informação simples e apelativa e ainda participação nas redes sociais, tão importantes nos dias de hoje.

Deverá dispor de contactos com pessoal qualificado para manter e preservar o espólio, numa estratégia de *outsourcing*, uma vez que devido à dimensão e arquitetura pré existente do museu, do seu espólio e correspondente percurso museológico, não é de todo possível dispor de uma sala de conservação e restauro com todas as condições necessárias e legalmente exigíveis para grandes trabalhos dessa natureza, ainda que se possa improvisar no caso de peças mais pequenas, nas peças de grande dimensão isso não é de todo possível, pelo que sempre que seja necessário posteriormente dever-se-á recorrer a serviços externos.

Deverá dispor de um funcionário qualificado a tempo inteiro para fazer as visitas guiadas.

Deverá igualmente dispor de contactos para criação de uma bolsa de formadores que assegurem o *atelier* de fundição e os *workshops* promovidos pelo museu. Pensamos contudo, que poderia haver aqui também uma parceria com o IEFP e/ou com as escolas locais que tenham no seu plano de estudos a metalurgia ou metalomecânica).

Seria ainda interessante haver uma bolsa de voluntariado ligado ao museu para trabalhar, apoiar nas visitas e na vivência do próprio museu, além de participarem na didática do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira, na passagem dos conhecimentos e memórias adquiridas para que não se percam – por exemplo voluntariado de antigos funcionários da MDF que assegurem algumas das visitas guiadas. Assim, o Museu Metalúrgica Duarte Ferreira teria uma importante carga social, no apoio, integração e ocupação desde os mais idosos aos mais novos, numa troca de experiências e conhecimentos.

Além do seu financiamento através do LEADER-PRODER, a que se candidatou o projeto, será importante atrair mecenato cultural, previsto pelo IGESPAR como uma importante forma de garantir a preservação e continuidade de projetos culturais, principalmente no paradigma conjuntural que hoje vivemos, e que representa um cada vez maior e importante fonte de financiamento de instituições e atividades culturais em geral,

por parte das empresas, no espírito da responsabilidade social das mesmas, e que assim beneficiam de contrapartidas fiscais por parte do Estado (IGESPAR).

Além disso, e como temos vindo a defender ao longo da dissertação, o museu deverá ter capacidade para se autofinanciar (ainda que por definição não preveja o lucro) através da venda de ingressos, de *merchandising* e outros artigos da loja do museu, bem como das atividades promovidas pelos serviços educativos.

Em termos museográficos e de percurso museológico o que propomos é o seguinte:

Piso 0²⁵:

- Entrada - Bilheteira;
- Início do percurso pela “Sala Eduardo Duarte Ferreira” onde estará exposto a secretária e cadeira do Sr. Eduardo bem como busto, fotografias e outros elementos que digam respeito à figura pioneira da MDF e onde se dará início à narrativa museológica com a história de Eduardo Duarte Ferreira que se confunde com a da MDF;

Ilustração 23: Secretária de Eduardo Duarte Ferreira



Fonte: Foto da autora

- De seguida segue-se para a “Sala Nobre da Exposição” onde, ainda que haja lógica na disposição das peças, o visitante poderá circular mais livremente

²⁵ Vide planta no Anexo III.

ou acompanhado pelo guia que irá prosseguindo com a narrativa e explicação das peças:

1. Torno de Madeira;
2. Cofre;

Ilustração 24: Cofre



Fonte: Foto da autora

3. Grade de facas (malhador de favas);

Ilustração 25: Grade de facas (malhador de favas)



Fonte: Fotos da autora

4. Réplica do Monumento de Homenagem a Eduardo Duarte Ferreira edificado no Miradouro da Penha (servirá como barreira física e visual para a zona das casas de banho que se mantêm no seu local original e que serão elas mesmas motivo de interesse de visita, ainda que não propositada, pelas características arquitetónicas e decorativas de época, como os azulejos e os urinóis integralmente feitos em ferro fundido na MDF e que são uma verdadeira obra de arte pela sua complexidade de execução);

Ilustração 26: Monumento de homenagem a Eduardo Duarte Ferreira



Fonte: Foto da autora

5. Charrua dupla;
6. Moinho de resina;

Ilustração 27: Moinho de Resina



Fonte: Foto da autora

7. Charrua;

Ilustração 28: Charrua de tração animal B8



Fonte: Foto da autora

8. Sachador de tração animal;
9. Cortador manual;
10. Bomba de água;

Ilustração 29: Bomba de água do tipo Califórnia



Fonte: Foto da autora

11. Bomba de relógio;
12. Descarolador de milho;
13. Moinho de café;
14. Serrote manual;
15. Lagar;

Ilustração 30: Maquete/Réplica de Lagar MDF



Fonte: Foto da autora

16. *Display* interativo;
17. Dispositivo manual para realizar furos;
18. Capachos;
19. Serrote de ferro alternativo;
20. Sino;
21. Engenho de furar;

Ilustração 31: Engenho de furar



Fonte: Foto da autora

22. Máquina de rebordar chapa;
23. Relógio de Ponto 1;
24. Componente de laboratório de ensaios mecânicos;
25. Peça de laboratório de ensaios mecânicos;

Ilustração 32: Peça de laboratório para ensaios mecânicos



Fonte: Foto da autora

26. Máquina de costura;
 27. Fichas de identificação dos funcionários
- Os visitantes terão ao seu dispor um *display* interativo a meio da exposição onde poderão ver dois filmes interativos: por um lado um sobre a evolução histórica do uso do ferro e sua importância na história da humanidade e outro sobre a evolução histórica e importância da azeitona e do azeite no quotidiano do Homem. O visionamento de um ou de outro dependerá da ordem em que visitarem a “Encenação da Fundição” ou a “Maquete-Réplica de Lagar MDF”.
 - Na “Maquete-Réplica de Lagar MDF²⁶” (15) o visitante poderá ver à escala como era e funcionava um dos afamados lagares da MDF, uma vez que todo ele funciona e produz de facto azeite, à sua escala obviamente. Lagares que

²⁶ Lagar feito por operários da MDF e que já percorreu o país em várias feiras alusivas ao tema ou simplesmente alusivas à história da indústria portuguesa, sendo a mais importante delas a Expo'98.

representaram uma importante fatia dos lucros desta fábrica e do seu reconhecimento a nível nacional e internacional,

- O percurso seguir-se-á no sentido da casa forte que servirá de “Encenação da Fundição”, que pelas suas características de quase *bunker* permitirá a escuridão e características acústicas necessárias para a passagem de filme sobre o quotidiano na fundição e de som, bem como possibilitar as melhores condições para que sejam imputadas no visitante sensações térmicas (calor) e odoríficas (cheiro a ferro, a óleos, etc.) para que este tenha uma ideia aproximada do que era trabalhar numa fundição.

Ilustração 33: Porta da Casa Forte



Fonte: Foto da autora

- A última paragem de visita no piso 0 será na “Sala Sabia que...” onde o visitante terá contacto com peças que contam histórias e curiosidades particulares - como a máquina de costura que servia para se fazerem luvas, proteções para os braços e outros acessórios de proteção pessoal e de trabalho, ou ainda o cofre que aquando do 25 de Abril, no meio do frenesim revolucionário se cometeram alguns excessos e alguns funcionários assaltaram as instalações dos escritórios principais com o intuito de arrombar com o auxílio de um maçarico um dos cofres que segundo os mesmos estaria cheio de dinheiro, mas que no fim de contas continha dinamite usado nas prospeções mineiras da família Duarte Ferreira e que

assim estes tiveram muita sorte por não fazerem explodir tudo e perderem as próprias vidas - entre outras.

Ilustração 34: Cofre que sofreu atentado no pós 25 de Abril



Fonte: Foto da autora

É neste piso que se encontram ainda os Serviços Educativos do museu (que desenvolveremos em subcapítulo próprio), por uma questão funcional e de acessibilidade.

Piso 1²⁷:

- Entrar-se-á no espaço “Encenação Sala de Desenho”, com exposição de estiradores e material de desenho, bem como de desenhos projetistas, assim como aplicação de vinil fotográfico em parede com fotografia-cenário da sala e de antigos desenhadores. Esta sala pretende representar a realidade deste edifício e deste piso, pois era onde se encontravam os desenhadores projetistas da MDF.

²⁷ Vide planta no Anexo III.

Ilustração 35: Um dos primeiros estiradores da secção de desenho da MDF



Fonte: Foto da autora

- A “Sala das Comunicações” exporá peças relacionadas com as comunicações no início do século XX, mas também com a comunicação enquanto meio de divulgação, propagação e preservação da memória: telex, centrais telefónicas, máquina tipográfica, máquinas fotográficas, máquina de projetar slides, etc.

Ilustração 36: Máquinas fotográficas Ernest Leitz Wetziar



Fonte: Foto da autora

- No espaço de transição entre a primeira encenação e a segunda encontrar-se-ão expostas pequenas peças de manutenção e de controlo da qualidade.

- O segundo espaço de encenação dirá respeito à “Encenação dos Escritórios”, com exposição de secretárias e material de escritório variado usado em diversas épocas, assim como aplicação de vinil fotográfico em parede com fotografia-cenário dos antigos escritórios que eram neste edifício no piso térreo. Pretende-se assim, também, lembrar a génese do edifício.
- Neste piso haverá ainda um espaço reservado para exposições temporárias que, quando não as haja, poderá ser integrado na exposição permanente.
- A “Sala Breliet” exporá fotografias e pequenos elementos destes lendários camiões.
- A “Sala Filiais MDF” exporá imagem e placas representativas e indicativas da existência de filiais da MDF em Portugal e em Angola e Moçambique. Sendo que no caso da filial da MDF no Porto expor-se-á peças de loiça esmaltada da marca “Águia” que eram lá produzidas, mas que pertenciam igualmente à MDF e representam uma outra vertente de negócio.
- Na “Sala MDF e a vida social e cultural do Tramagal” serão expostos peças e imagens do contributo da família Duarte Ferreira e da MDF na vida cultural e social do Tramagal, como por exemplo as comemorações do 1º de Maio, a sua contribuição para o desporto (TSU), a Caixa de Previdência do Pessoal da MDF, o incentivo e apoio na fundação da Sociedade Artística Tramagalense e do Cineteatro Tramagalense, bem como na fundação de escolas, etc.

Ilustração 37: Banda Filarmónica da União Fabril do Tramagal 1901



Fonte: “*Nas asas de uma borboleta*” Fonseca, 2006: 65

- Com a “Sala de Homenagem aos Antigos Funcionários”, que é a última da visita, estarão expostos os troféus que eram atribuídos aquando dos concursos de decoração intersecções nas comemorações dos 1º de Maio e que eram formas de promover o convívio e manter uma certa disputa salutar entre secções envolvendo os trabalhadores no espirito deste dia comemorativo. Estarão ainda expostas algumas fichas de identificação de funcionários e nas paredes estarão colocadas fotografias e painéis de montagem fotográfica de antigos funcionários. Esta sala, sendo a última tem uma importância e conotação bastante fortes, pois servirá um propósito de agradável surpresa e consagração para os locais e antigos funcionários, cumprindo assim de forma mais acentuada e direta o papel a que se propõe o museu na sua identificação com a população local e antigos operários e para os visitantes externos à comunidade servirá também para transmitir a ideia de importância que os funcionários sempre tiveram nesta fábrica e que de certo modo se perpetua com o museu.

Ilustração 38:Foto de ‘família’ – mais de 500 funcionários em 1937



Fonte: Foto da autora sobre original do espólio da MDF

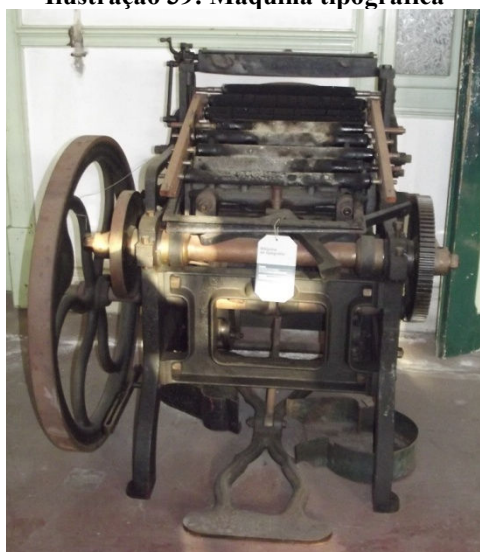
- A visita termina com a saída pela loja do museu onde o visitante poderá adquirir *merchandising*, mas também outros produtos de origem local, como artesanato, mel, vinho, azeite, queijos, etc. que poderão advir da rede de parcerias expostas no subcapítulo seguinte.

Importa referir que por toda a exposição estarão expostas fotografias e outros documentos (quadros de propaganda institucional contra acidentes, publicidade, desenhos projetistas que poderão complementar a informação das peças expostas, diplomas de honra, prémio e participação, etc.), considerados relevantes para a narrativa, interpretação e compreensão da história, do legado patrimonial e da memória da MDF. Estes elementos poderão ir sendo substituídos por outros com a periodicidade que se considerar adequada no decorrer da atividade do museu, por os haver em tão grande número e pela relevância histórica que têm.

Estão expostos no Piso 1:

28. Tripé de máquina fotográfica (máquina com fole, do início do século XX);
29. Telex;
30. Máquinas fotográficas;
31. Máquina de tipografia;

Ilustração 39: Máquina tipográfica



Fonte: Foto da autora

32. Relógio de Ponto 2;

Ilustração 40: Relógio de Ponto



Fonte: Foto da autora

33. Esmaltados (Frigideiras, tachos, cafeteiras, etc. da marca “Águia”);

34. Troféus (Taças de prémios dos concursos entre secções durante comemorações do 1º de Maio)

Ilustração 41: Troféus dos concursos intersecções durante as comemorações dos 1º de Maio



Fonte: Foto da autora

No piso 1 encontra-se ainda a parte logística e administrativa do museu, bem como uma sala de conferências/multiusos com respetiva sala de apoio onde poderá ser montada uma pequena cozinha de apoio a eventos que aqui decorram.

Para o acesso a pessoas com mobilidade reduzida o museu disporá de um elevador exterior, por questões de arquitetura estrutural do edifício, que sairá do piso térreo e parará no início da exposição do piso 1, o que permitirá a estas pessoas não perderem nada da exposição nem do percurso museológico definido.

5.2.6. Acessibilidades e Parcerias

Localizado privilegiadamente no centro do país e bem próximo da sede de concelho (cerca de 10 km), como já referimos anteriormente o Tramagal dispõe de uma boa rede de acessibilidades. É servido pela EN118 e pela A23 (em Abrantes), além da Linha Ferroviária da Beira Baixa que tem a sua estação localizada estrategicamente em frente ao futuro Museu Metalúrgica Duarte Ferreira.

Por esta proximidade entre o Museu Metalúrgica Duarte Ferreira e Estação de Caminhos de Ferro do Tramagal, seria de todo o interesse realizarem-se parcerias com a CP, que poderão passar por:

- Integração do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira no Roteiro Turístico da Linha da Beira Baixa, disponível *online* no *site* da CP²⁸ e *link* para *site* da CP na página oficial na *Internet* do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira;

- Descontos nos bilhetes de comboio e nas entradas do museu mediante apresentação dos ingressos de comboio ou de entrada no museu.

Sugerimos ainda que a médio longo prazo sejam estabelecidas parcerias de troca de informação, publicidade e divulgação e até de visitas com outros museus e roteiros industriais de Portugal (por exemplo São João da Madeira, Ecomuseu do Seixal, Museu do Ferro e da Região de Moncorvo, entre outros), bem como até internacional (como por exemplo a Fundação Berliet, pela produção na MDF das Berliet-Tramagal nos anos 60 e 70 do séc. XX, e que também fazem parte do espólio museológico do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira; com o *Hungarian Museum for Science, Technology and Transport - Museum of Metallurgy* (na Hungria); e/ou o *Metallurgical Museum of Železiarne Podbrezová* (na Eslováquia e passível de visitar *online*), ou ainda o *Iron and Steelworkers Museum Ilseburg* (na Alemanha), entre outros, através da rede do TICCIH²⁹. Para esta parceria com TICCIH, será fundamental a ligação com a APPI, que tem a representação nacional do TICCIH, que por sua vez é o representante do ICOMOS – UNESCO, para as questões do património industrial.

Além destas parcerias mais ligadas ao tema do património industrial, seria pertinente realizar parcerias com as associações de desenvolvimento local, como a Tagus, e com o próprio IGESPAR na tentativa da preservação do património e do aconselhamento e troca de informação legal e de boas práticas para essa mesma preservação.

Será igualmente pertinente realizar parcerias com agentes do turismo locais e regionais – alojamento, agências de viagens, restauração e bebidas, empresas de animação turística; e também com empresas e associações locais e que possam melhorar e

²⁸ <http://www.cp.pt/cp/displayPage.do?vnextoid=a477aef98368c310VgnVCM100000be01a8c0RCRD>

²⁹ Rede de que fazem parte vários países do mundo e que para o caso português identifica os seguintes museus como museus industriais: Museu da Indústria Têxtil da Bacia do Ave, Ecomuseu Municipal do Seixal, Museu da Pólvora Negra, Museu da Indústria de Chapelaria, Museu do Papel Terras de Santa Maria, Museu de Lanifícios, Museu da Água, Museu da Eletricidade, Museu de Cerâmica de Sacavém, Museu das Comunicações, Museu da Fábrica de Cimento Maceira-Liz, Museu de Eletricidade "Casa da Luz", Museu do Café da NOVADELTA, Museu do Carro Elétrico, Museu do Trabalho Michel Giacometti, Museu do Vidro da Marinha Grande, Museu Nacional do Azulejo, Museu Santos Barosa, Museu Nacional da Imprensa/Jornais e Artes Gráficas.

exponenciar o número de visitantes, obtendo também contrapartidas dessa parceria (como por exemplo: UTIT, ARTRAN, Centro Agrícola do Casal da Coelheira, etc.).

Propomos ainda a uniformização da marca Tramagal, cujo símbolo é a borboleta logótipo da MDF e que ainda hoje está tão patente no auto reconhecimento por parte da comunidade tramagalense e na sua identificação por terceiros. Prova disso é a presença desse símbolo no comércio e desporto locais, já que este mesmo símbolo é adotado, e a título de exemplo, como logótipo do “Borboleta Café-Clube” e do “Tramagal Sport União”. Assim pensamos que esta marca identitária poderá estar presente de alguma forma por toda a rede empresarial e de serviços da freguesia, por exemplo, através de papel de embrulho ou sacos de compras disponibilizados aos clientes.

Como hoje em dia o trabalho em rede é cada vez mais evidente, poderiam ser estabelecidas parcerias entre o museu e as restantes empresas locais. Por exemplo: venda de produtos e/ou publicidade a essas empresas no museu e vice-versa; descontos em compras a quem visitar o museu ou participar numa determinada atividade dos Serviços Educativos do museu; descontos nos ingressos de entrada no museu a quem fizer compras no comércio local; rede de visitas a essas empresas com ponto de partida no museu; etc.

Consideramos ainda que seria interessante e produtivo se se estabelecessem parcerias com indústrias da região, no sentido de estas poderem fazer mostras dos seus produtos no museu – Feira Industrial – e em contrapartida estas sugerirem e promoverem junto dos seus clientes a visita ao museu, bem como, se assim o entendessem, poderem ser elas mesmas alvos de visita por parte de turistas e visitantes do museu.

Fundamentais seriam ainda as parcerias estabelecidas com a Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo - Médio Tejo Empreendedorismo em Rede - e com a Tagus, uma vez que a própria Comunidade propõe uma Rota Industrial. Destas parcerias além de cooperação ao nível do que já foi anteriormente enunciado para outras parcerias, poderiam estas entidades servir-se do museu e das suas estruturas para em conjunto desenvolverem conferências, *workshops*, eventos (por exemplo o 1º Congresso do Empreendedorismo), sessões com componente educativa na temática da indústria, do ferro, do azeite, Rota Industrial em que uma das visitas temáticas poderá ter a sua partida ou chegada no museu, etc.

Sugerimos ainda a possibilidade interessante de parceria com o museu Casa-Estúdio Carlos Relvas, na Golegã, devido ao grande número de espólio fotográfico, bem

como a existência de algumas máquinas fotográficas e de projetar bastante interessantes. Poderiam haver exposições temporárias com troca de peças em cada um dos museus, bem como uma rede de visita integrada e complementar em cada museu.

Propomos ainda algum *merchandising* que se poderá vender na loja do museu e tendo em conta a versatilidade e cariz atrativo e animado da borboleta, imagem da marca da MDF e do museu, estamos seguros que os exemplos que aqui apresentamos não se esgotam em si:

- Blocos de notas;

Ilustração 42: Bloco de notas³⁰



Fonte: Foto da autora

- Blocos e Lápis de colorir para os mais pequenos;

Ilustração 43: Bloco para colorir³¹



Fonte: Foto da autora

- Canetas;
- Porta-chaves;

³⁰ Elaboração e adaptação da autora.

³¹ *Idem.*

Ilustração 44: Porta-chaves³²



Fonte: Foto da autora

- Cinzeiros;

Ilustração 45: Cinzeiro



Fonte: Foto da autora

- Acessórios: malas, carteiras, pins, etc.;
- Bijuteria com a borboleta (anéis, colares, pregadeiras, brincos, molas de cabelo, bandoletes para meninas, pulseiras, etc.);

Ilustração 46: Pregadeira³³



Fonte: Foto da Sr^a Maria Maximiano

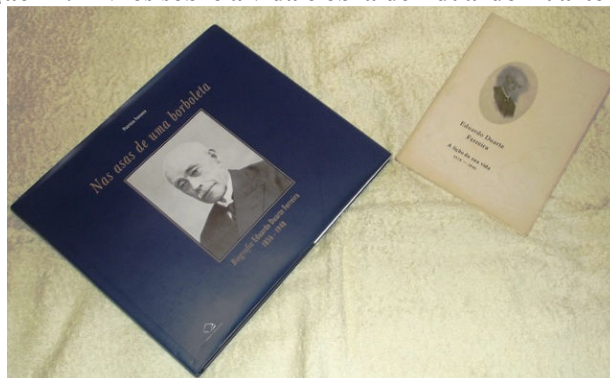
- T-Shirts;

³² Elaboração de Sr^a Maria Rosa.

³³ Pregadeira usada no colarinho pelas empregadas domésticas da família Duarte Ferreira.

- Bonés;
- BD “A Borboleta” – história da MDF contada aos mais pequenos;
- Livros e Publicações sobre a MDF;

Ilustração 47: Livros sobre a vida e obra de Eduardo Duarte Ferreira



Fonte: Foto da autora

- Peluches;

Ilustração 48: Peluche³⁴



Fonte: Foto da autora

- Brinquedos;

³⁴ Elaboração da Sr^a Maria Rosa.

Ilustração 49: Pista para carrinhos de brincar³⁵



Fonte: Foto da autora

- Bolachas e outra doçaria;

Ilustração 50: Bolacha³⁶



Fonte: Foto da autora

- Miniaturas fundidas;
- Miniaturas de máquinas e alfaías agrícolas, bem como de Berliet-Tramagal;
- Entre muitos outros artigos que poderão rentabilizar e ajudar monetariamente o museu na sua gestão e missão.

³⁵ Elaborado pelo Sr. Marçalo Maximiano e cedido para fotografar pelo Sr. José Filipe Maximiano.

³⁶ Confeção de Ana Maximiano.

5.2.7. Serviços Educativos

. Tal como afirmou Eilean Hooper-Greenhill “(...) *museum and gallery education is now acknowledged in the museum world as a vital and integral part of all well-managed museums, and in the educational field as an essential aspect of enlightened state provision (...)*” (1994b:65), e são estes mesmos serviços educativos “(...) *a driving-force behind the establishment of many museums (...)*” (*ibidem*, 1994b:187). Desta forma os Serviços Educativos (SE) são por excelência o setor do museu especializado em comunicar/educar/sensibilizar os públicos e são por isso, um serviço indispensável em qualquer museu dos tempos modernos.

Os SE terão por missão promover o Museu MDF como lugar de vivência coletiva, diálogo e partilha de experiências, bem como de desenvolver atividades lúdico-pedagógicas promovendo a educação não formal e dirigidos a diversos públicos, nomeadamente, escolas, famílias e adultos. Promove ainda a reflexão e experimentação da relação entre o património cultural e o papel histórico-simbólico da MDF, em articulação com as exposições permanentes e temporárias e outros eventos que o museu promova.

Através dos SE pretende-se sensibilizar o público para a existência do espólio e do património material e imaterial da MDF, bem como a sua importância para o desenvolvimento social, tecnológico e urbano do Tramaçal.

Partindo de programas educativos que tenham em conta o contexto social, económico e cultural da comunidade em que está inserido, pretende-se que os SE dinamizem o museu.

Os SE facilitarão ainda, através de atividades lúdico-pedagógicas a compreensão, interpretação e intercâmbio de conhecimento e experiências das coleções, permitindo assim que os visitantes sejam ativos, sejam eles mesmos protagonistas na construção, reconhecimento e interpretação museológica. Possibilitando que o museu seja desta forma participativo e participado, o que de resto vai ao encontro do pretendido pela maioria dos inquiridos (56,14%)³⁷ no questionário realizado no âmbito desta dissertação.

Cabe aos SE promover a visita frequente dos seus públicos, em especial, do público local, possibilitando assim uma aprendizagem ao longo do tempo.

³⁷ Vide no Anexo II.

Os SE deverão dispor de um funcionário qualificado a tempo inteiro que assegure o seu funcionamento e que sempre que se justifique entre em contacto com formadores e com a bolsa de voluntários.

Atividades a desenvolver pelos SE, numa programação anual e estratégia de curto, médio e longo prazos:

–*Atelier e workshops* de fundição, agricultura, lagares, azeite, indústria de uma forma geral, etc.. Irão desenvolvendo-se ao longo do tempo e consoante a adesão que as justifique;

–“Conversas com”: o ferreiro; o carpinteiro de moldes; o lagareiro; o desenhador técnico; a secretária; o menino de recados; o segurança; a mãe de família e dona de casa do operário MDF; a bordadeira; a parteira; etc. Proporcionar a troca de experiências intergerações e a perpetuação das memórias. (A desenvolver a médio prazo);

–“No tempo em que os objetos falavam” – promover o debate e a educação informal sobre diversas temáticas, tendo por base um determinado objeto/peça do museu para que os que as fizeram e/ou usaram possam desenvolver uma narrativa de experiência própria e transmiti-la aos mais novos e às gerações futuras. Esta atividade poderá ser desenvolvida com as escolas, centros de dia, ARTRAN e antigos funcionários e com uma calendarização específica - um objeto por mês (a desenvolver a longo prazo);

–BD “*A Borboleta*” (história em BD da MDF contada aos mais pequenos) (a desenvolver a curto prazo);

–Maleta pedagógica “*A Borboleta Ensina*” para os mais pequenos com: maquete em gesso da Borboleta e/ou de outras miniaturas e desenhos para colorir, lápis de cor e tinta acrílica (guaches), BD “*A Borboleta*”. Também uma maleta pedagógica que seja direcionada para os mais velhos – centros de dia, para que estes sejam também integrados no museu e nas suas atividades. Estas maletas poderão ainda ter a valência de poderem ser emprestadas a outros museus, mediante protocolos de intercâmbio de relações e de troca de conhecimento e divulgação da didática do património industrial da MDF (a desenvolver respetivamente a curto, médio e longo prazo);

–Recriação histórica/encenação teatral da vivência industrial ativa da MDF, através de protocolos com os grupos cénicos locais (grupo cénico da SAT, grupo cénico Palha de Abrantes, grupo cénico Fatias de Cá) – visita encenada - museu vivo (a desenvolver a longo prazo);

–Exposição da Indústria – nova edição desta exposição em parceria com o Museu da Eletricidade, uma vez que a primeira edição teve tanto sucesso (a desenvolver a longo prazo);

–Atividades direcionadas para o início do ano escolar, em Setembro, em que depois de uma visita guiada será proposto aos alunos em parceria com as escolas, a execução de projetos direcionados para a temática do museu compaginados com as suas áreas de estudo ou formação, a desenvolver durante o ano letivo e que serão depois expostos no museu no final de cada ano (a desenvolver a curto prazo);

–Direcionar atividades ou mudança de exposições temporárias na época de verão, com a finalidade de captar a maior afluência de turistas à região (a desenvolver a curto prazo);

–Promover a ideia de “Praxes Criativas” através do desafio à comunidade estudantil das engenharias dos Institutos Politécnicos de Santarém e Tomar, para que venham ao museu fazer uma praxe diferente aos seus caloiros (a desenvolver a médio prazo);

–Desenvolver um plano anual de conferências, palestras e reuniões para a sala com esse fim no museu (a desenvolver a curto, médio e longo prazo);

–O museu disponibiliza-se para ser recetor e mediador das atividades (inscrições, divulgação, reuniões, programação segundo o pretendido pela entidade promotora, etc.), que possam surgir na região no âmbito da Rota Industrial do Médio Tejo e da Rede Museológica de Abrantes. Desta forma o museu assegura o seu papel fundamental no desenvolvimento cultural da região, bem como o seu papel de dinamizador, investigador e comunicador da didática do património a nível local e regional (a desenvolver a longo prazo);

–Visitas guiadas por ex-operários (a desenvolver a médio prazo);

–Atividades para famílias – visitas temáticas especiais para este segmento de público; maleta pedagógica; *workshops* direcionados, etc. (a desenvolver a médio prazo);

–Fidelizar visitantes através de um “cartão de fidelização”, em que ao atingir um determinado número de entradas pagas o visitante poderá usufruir de uma atividade gratuita ou de uma visita gratuita, a definir mediante número de entradas realizadas (a desenvolver a curto prazo);

–Criar e dinamizar o “Passaporte Cultural de Abrantes”, em que o turista ao adquirir esse documento tem acesso, a um preço mais reduzido, a uma panóplia de atividades e

visitas culturais no concelho. Estes passaportes poderão estar ordenados por temática e/ou tempo de estadia e ainda poderão oferecer descontos ou outras vantagens a quem o adquirir (a desenvolver a médio prazo);

–Promover a edição de uma monografia do museu (a desenvolver a curto prazo);

–Promover atividades específicas e comemorativas no 1º de Maio – renovar o espírito comemorativo e corporativo que se vivia na MDF (a desenvolver a médio prazo);

–Cabe ainda aos SE fazerem a monitorização e avaliação da qualidade do impacte dos serviços do museu na satisfação dos seus visitantes e do cumprimento da sua missão, através de inquéritos de satisfação/avaliação (a desenvolver a médio e longo prazo).

A reforçar esta panóplia de atividades sugeridas, estão, uma vez mais, os resultados obtidos através dos inquéritos em que além dos inquiridos pretenderem um museu onde eles mesmos possam intervir ativamente, já supra referido, as sugestões de atividades que apresentam prendem-se essencialmente com essa vertente ativa e participativa³⁸. Além disso 75,44%³⁹ dos inquiridos *online* responderam que se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais o frequentaria.

5.2.8. Definição do Público-alvo (segmentação)

A segmentação é “(...) o ato de dividir o mercado em grupos distintos de compradores que podem adquirir produtos diferentes com diferentes estratégias de *marketing-mix*(...)” (MARQUES, 2005:178). São diversas as variáveis a adotar na segmentação do mercado: localização, demografia, interesses, estilos de vida, etc., contudo no Turismo a segmentação pelo uso (negócios, lazer, frequência, etc.), benefício para a própria pessoa que adquire o bem ou serviço turístico, e preço são que melhor se adaptam (MARQUES, 2005:179).

O público-alvo do museu será:

–Direcionado para os mercados:

–Turismo cultural;

³⁸ Vide Anexo II.

³⁹ *Idem*.

- Turismo Industrial;
- Turistas de *city-breaks* que visitem Abrantes;

Com o perfil de visitante:

- De todas as regiões nacionais e de todas as nacionalidades;
- Perpendicular a todos os estratos sociais;
- Grupos (escolas, séniores, excursionistas, etc.);
- Alunos do ensino tecnológico que podem ter no Museu MDF uma forma de olharem para o passado e para a forma como era a indústria “antigamente”;
- Infanto-juvenil – escolas (serviços educativos);
- Adultos com interesse pela cultura e preservação do património (industrial);
- Adultos mais idosos que possam transmitir os seus conhecimentos e memórias sobre o espólio e legado deste museu (serviços educativos);
- Professores, investigadores, historiadores da área da museologia, da arqueologia industrial, da história, do turismo.

A segmentação mostra-se assim muito importante para melhor se definir as estratégias a adotar para alcançar o público pretendido e dessa forma atingir os objetivos a que nos propusermos e, obviamente, o sucesso do nosso produto.

5.2.9. Estratégias de *marketing-mix*:

O *marketing-mix* é um conjunto de variáveis controláveis que nos permitem ter influência na forma como o nosso público-alvo responde ao que lhe oferecemos e dessa forma condicionamo-lo na procura do nosso produto, visando o alcance das metas a que nos propusemos e claro está, a autossuficiência e sustentabilidade do museu baseadas no número de visitantes e de vendas.

Estas estratégias são também conhecidas pela estratégia dos 4 P's – Product, Price, Place e Promotion – sugeridas primeiramente por Jerome McCarthy.

Produto

Caracteriza-se por ser aquilo que temos para oferecer (museu e suas dinâmicas e ofertas culturais e empíricas) ao nosso consumidor (visitante/turista), de modo a satisfazer as suas necessidades e/ou desejos. São eles:

- Singular museu metalúrgico no país;
- Valor patrimonial, histórico e científico do acervo: documentação, fotografias, máquinas e ferramentas produzidas (de algumas é possível acompanhar a sua evolução ao longo dos tempos);
- Exposição permanente e exposições temporárias;
- Visitas guiadas;
- Projeção de filmes sobre a história da MDF e sua influencia no desenvolvimento de Tramagal, e/ou como se fazia ao longo dos tempos a fundição – possibilidade de integração, a longo prazo, de tecnologia virtual e 3D;
- Merchandising*;
- Ateliers e workshops*;
- Serviços educativos.

Ciclo de vida do Produto

Segundo o modelo de Butler (1980), citado por Jorge Costa et. al (2004), podemos definir as fases do ciclo de vida do produto e seus conteúdos, sendo que a duração de cada fase depende de diversos fatores, como a procura e a aceitação do produto oferecido, estratégias a adotar, imprevistos, etc.:

1ª Fase – exploração

–Visita dos primeiros turistas/visitantes, curiosos e que ainda não sabem bem com o que contar, são os pioneiros, e que segundo Costa et. al (2004:13), de acordo com a curva de adoção de novos produtos, representam 2,5% do mercado total.

–O próprio produto também está a ter o primeiro contato com os visitantes pioneiros, vai agora começar a perceber-se e a perceber o visitante, o que ele quer, como e quando, sendo aqui fundamental aplicar estratégias de avaliação e controlo.

–São dados a conhecer os serviços e as atividades do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira (distribuição e comunicação interna e externa).

2ª Fase – envolvimento

–Inicia-se um envolvimento mais destemido por todas as partes, principalmente por possíveis agentes externos ao museu e que poderão prestar serviços aos turistas.

–O mercado alarga-se e cresce o número de visitantes, assim como o crescente interesse e envolvimento por parte da população local.

3ª Fase – desenvolvimento

–Período de maior crescimento, tanto da oferta, como da procura.

–Ocorrem os fenómenos da imitação (boca-a-boca, troca de influências e de experiências nos ciclos familiares e de amigos, são aqui fundamentais), e da maior afluência de visitantes/turistas.

–O museu encontra-se a funcionar em plena atividade de todas as suas capacidades e vertentes.

4ª Fase – consolidação

–Dá-se um decréscimo no número de visitantes, tendência para a estabilização fictícia, uma vez que o turismo tem sempre picos.

–Perda do fator surpresa, de novidade (no sentido de ser um produto novo no mercado), cabe ao Museu Metalúrgica Duarte Ferreira garantir que a inovação seja mais-ou-menos uma constante, para que este evolua e possa garantir sempre um número positivo de visitas, sempre atraídos pela certeza de poder ver e usufruir de algo novo ou diferente a cada visita, apesar da manutenção do acervo e sentido iniciais.

5ª Fase – estagnação

–Sentimento de uma certa incerteza, já que é atingido o número máximo de visitas.

–O produto deixa de estar na moda. Cabe, uma vez mais, ao Museu Metalúrgica Duarte Ferreira garantir que este facto não o impeça de crescer, de ser líder, de atrair público, em suma de cumprir a sua missão e objetivos e que, a acontecer, a próxima fase seja a de rejuvenescimento. Caso contrário podem ser ultrapassados pela concorrência e levar ao declínio.

6ª Fase – pós-estagnação (estabilização, rejuvenescimento ou declínio)

–Poderão ser importantes, nesta fase, a existência de estratégias contingenciais.

–Dever-se-á, pelo menos, manter o número de visitantes, mas o melhor cenário será claramente o de adotar estratégias de novo ciclo, que possibilitem o aumento do público.

–O museu deverá estar atento às tendências e atualizado em relação às necessidades dos seus públicos para poder ultrapassar a situação de eventual declínio e se possível, o ideal será mesmo antever essas possibilidades por forma a antecipadamente munir-se de recursos e estratégias para evitar o declínio ou, em caso de inevitabilidade, recuperar muito rapidamente.

Como se poderá observar este esquema é perfeitamente aplicável à estratégia a delinear para o Museu MDF.

Distribuição

Os Canais de Distribuição são os meios como um determinado produto chega ao conhecimento dos clientes e podem ser feitos de forma direta ou através de intermediários. Propomos os seguintes canais de distribuição:

–Acessibilidades: A23, EN 118, Linha Ferroviária da Beira-Baixa;

–Localização central no país: a 10 Km de Abrantes (centro geográfico de Portugal), 146 Km de Lisboa, 120 Km Espanha (*Google Maps*, 2013).

–Internet:

–*Site* próprio do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira;

–*Links* de acesso à plataforma oficial *online* nos *sites* da: Junta de Freguesia do Tramagal, da Câmara Municipal de Abrantes, da Rede Museológica de Abrantes, do

Insitu⁴⁰, dos parceiros do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira, da Entidade de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo;

- Rede Europeia;
- Redes Sociais;
- *Teasers*.
- Rádio: locais e uma nacional.
- TV: canais nacionais.
- Jornais: locais e um nacional.

– Publicações de folhetos: a serem distribuídos no posto de turismo, no castelo de Abrantes, Juntas de Freguesia, Tagus, Entidade de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo, hotéis da região, restaurantes do concelho, empresas visadas, núcleo museológico industrial do Tramagal, agentes de viagens e operadores turísticos, posto de turismo e câmara municipal de São João da Madeira;

– *Placards* informativos e ilustrativos (nome e logótipo do museu com *design* gráfico apelativo) a serem colocados: no *hall* de entrada do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira, da Câmara Municipal de Abrantes, da Junta de Freguesia de Tramagal, da Tagus, do *Intermarché Contact* de Tramagal, bem como no castelo e na Biblioteca António Botto de Abrantes, na Quinta do Casal da Coelheira em Tramagal e no posto de turismo. Outros, talvez de menor dimensão, deveriam ainda ser colocados na Entidade de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo, nos estabelecimentos hoteleiros da cidade de Abrantes (Residencial Conforto Latino, Hotel de Turismo de Abrantes, Hotel Rural Quinta de Coalhos, Pousada da Juventude), no Hotel Rural da Quinta dos Vales em Tramagal, nos restaurantes do Tramagal (“O Barraqueiro”, “O Grelhas” e o “Tick-Tak”).

– Informação junto dos grossistas e retalhistas especializados: operadores turísticos, agentes de viagens, vendedores de viagens e incentivos, associações de turismo, associações culturais, etc., e ainda escolas, centros de dia, lares, etc.;

- Sinalética de informação turística e direção/localização do museu.

Ainda que estes meios de distribuição possam não acontecer todos de uma só vez e durante o mesmo período de tempo, pensamos que a curto, médio e/ou longo prazo todos

⁴⁰ Insitu: portal de informação turística que abrange os concelhos de Abrantes, Constância e Sardoal.

serão de relevância para a eficiente e eficaz chegada do nosso produto (museu) ao futuro cliente (visitante/turista).

Comunicação

Hoje em dia tudo comunica e quase tudo é comunicar.

É através dos meios de comunicação que conseguimos dar-nos a conhecer, descrever, divulgar as nossas ofertas, suas datas, custos e a quem se destinam, etc. É através da comunicação que o museu, neste caso, cria, destaca e publicita as suas vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes diretos e indiretos.

Do ponto de vista do *marketing-mix* e da estratégia de comunicação da nossa proposta de Museu MDF, delineámos:

–A elaboração de panfletos alusivos ao museu, com breve informação histórica sobre a MDF, indicação e informação sobre as peças mais significativas do acervo do museu, horários, contactos e custos (entrada e serviços educativos), outros locais de interesse, e outras informações úteis;

–*Placards* turísticos apelativos, alusivos ao museu;

–Spots Publicitários nas rádios locais e em pelo menos uma das nacionais mais ouvidas (RFM e Comercial, segundo a *Marktest*);

–*Site* oficial do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira, com informação histórica sobre a MDF, sobre como surgiu o Núcleo Museológico Metalúrgica Duarte Ferreira e indicação da sua missão, horários, contactos, preços (entrada e serviços educativos), informação sobre o que se pode visitar, indicação de existência ou não de loja, da possibilidade ou impossibilidade de fotografar, acessibilidades, sobre alojamento, restauração, outros pontos de interesse, etc.;

–*Link* de acesso à plataforma oficial *online* nos *sites*: da Junta de Freguesia do Tramagal, da Câmara Municipal de Abrantes, da Rede Museológica de Abrantes, do Insitu, dos parceiros do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira, da Entidade de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo; bem como, talvez fosse interessante e relevante estabelecer parceria com São João da Madeira e partilharem *links* sobre cada um dos projetos de turismo industrial nos

respetivos *sites*, assim como em conjunto no *site* do Turismo de Portugal (que de resto ainda nem sequer faz alusão ao Roteiro de Turismo Industrial de São João da Madeira);

–*Teasers* (informativos, apelativos e não reveladores) – enviados através de uma base de dados de contatos de *e-mail*, que poderá ser a da Câmara Municipal e a da Junta de Freguesia antes da inauguração do museu e depois sempre que se justifique pela originalidade da atividade desenvolvida com o intuito de captar atenção e curiosidade dos possíveis visitantes;

–*Flyer/Newsletter* enviado por *e-mail* com periodicidade mensal ou bimestral informando das atividades a decorrer no museu;

–Redes Sociais – Página do Museu Metalúrgica Duarte Ferreira no *Facebook* – possibilidade de se realizarem concursos *online* com oferta de entradas no museu e/ou *merchandising* aos vencedores;

–Anúncios de uma página em jornais locais (“O Mirante”, “Jornal de Abrantes”, “Abarca”), e em pelo menos um de tiragem nacional;

–Sinalética na vila com referência à existência e localização do museu, além de sinalética informativa turística, com referência ao museu, nas entradas da vila.

Pensamos que através destes meios de comunicação abrangentes chegaremos a diversos tipos de público que sendo variado será sempre o público-alvo que definimos. Acreditamos que, ainda que possam surgir outros meios de comunicação, estes serão os principais a adotar numa perspetiva temporal que se deve iniciar antes da inauguração do museu, deve manter-se durante o seu funcionamento pleno e depois alterar-se, renovar-se e intensificar-se no caso de diminuição de afluxo ou sempre que se justifique por questões de sazonalidade ou novidade.

Preço

Os preços aqui apresentados destinam-se à obtenção de receitas, não visando o lucro, mas a autossuficiência e a sustentabilidade económicas.

As propostas de preço abaixo indicadas têm em consideração a experiência empírica das visitas a museus da especialidade realizadas pela autora, bem como base comparativa com outros museus da região.

Entradas:

- Adultos: €2,50 por pessoa;
- Crianças até aos 12 anos: gratuito;
- Séniores a partir dos 65 anos: €1,50;
- Famílias (a partir de 4 pessoas): €1,50 por pessoa (crianças até aos 12 anos gratuito);
- Grupos (a partir de 10 pessoas): €1,00 por pessoa (crianças até aos 12 anos gratuito);
- Entradas gratuitas durante o fim-de-semana para residentes na Freguesia do Tramagal.

Serviços Educativos:

- *Atelier e Workshops* variados – para grupos no mínimo de 10 pessoas: preços variados tendo em conta a temática e correspondente material e formador necessários – desde €3 por pessoa;
- BD “*A Borboleta*” (história em BD da MDF contada aos mais pequenos): €6,50;
- Monografia do museu – processos de conservação e restauro, informação sucinta e detalhada de cada peça (tipo edição colecionador): €25;
- Livro sobre vida e obra de Eduardo Duarte Ferreira e da MDF, de Patrícia Fonseca “*Nas asas de uma borboleta*”: €20 (preço real);
- Visitas encenadas - museu vivo: preço a acordar com os grupos cénicos;
- Maleta pedagógica “*A Borboleta Educa*”: €2 por pessoa, mínimo 10 pessoas.

Estes preços são meramente indicativos a esta altura, pois como sabemos e tendo em conta a conjuntura atual, certamente deverão ser alterados, adaptados à realidade que se verificar na altura de implementação da proposta.

Pessoas

As pessoas são um fator de extrema importância em qualquer negócio e principalmente em qualquer projeto de cariz cultural e social como o é um museu e mais ainda um museu de território como propomos que este seja.

Os museus fazem-se com pessoas, de pessoas e para as pessoas. Por essa razão devemos dar-lhes a devida atenção e delinear estratégias que deem resposta tanto a necessidades intrínsecas ao funcionamento do museu como ao público a que se destina.

Assim propomos que:

–O Museu Metalúrgica Duarte Ferreira seja um museu aberto à comunidade local em que se insere. Seja de e para ela e por isso deve desenvolver um regime de voluntariado e parcerias com essa comunidade, em que estes podem vir ao museu para visitar, conhecer, aprender, ensinar, trocar ideias, etc., e ainda poderão usar um espaço no museu, reservado para o efeito, para exporem/expressarem a sua criatividade (por exemplo para exposição, venda e/ou troca de contactos, de trabalhos artísticos realizados por locais, já que no Tramagal existe um número considerável de artistas mais ou menos autodidatas).

–Deverá dispor de contactos com pessoal qualificado para manter e preservar o espólio, numa estratégia de *outsourcing*.

–Deverá igualmente dispor de contactos para criação de uma bolsa de formadores que assegurem o *atelier* de fundição e os *workshops* promovidos pelo museu (parceria com o IEFP e/ou com as escolas locais)

–Dispor de uma bolsa de voluntariado para auxiliar nas visitas e nos serviços educativos sempre que se justifique.

–Manter uma rede de parcerias-chave com a empresas locais (hotéis, restaurantes, comércio, etc.), entidades reguladoras e/ou decisoras locais (CMAbrantes, JFTramagal, Entidade de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo e Tagus), entidades com importância, papel fundamental e experiência na preservação do património industrial e no turismo industrial (S. João da Madeira, APPI e IGESPAR), IEFP e CP; e ainda parcerias que não sendo chave, poderão ser de grande valia: com académicos de renome nestas temáticas, escolas, outros museus industriais nacionais e internacionais, e ainda outros museus que possam eventualmente ter peças da MDF expostas (por exemplo: Museu Agrícola de Riachos e Museu do Trabalho Agrícola de Abela em Santiago do Cacém).

Acreditamos que estando as estratégias que envolvem as pessoas devidamente bem definidas e os papéis bem delineados, reconhecidos e aceites, será mais fácil desenvolver todas as restantes estratégias e conduzir o projeto ao sucesso.

5.2.10. Limitações da proposta

Tal como afirmámos no início deste capítulo reconhecemos a existência de limitações nesta proposta. Assim apontamos como principais limitações as seguintes:

- Obrigatoriedade de seguir a arquitetura pré-existente.
- Distribuição do acervo pelo espaço segundo uma leitura histórica (diacrónica).
- Dificuldade em identificar algumas peças por não haver informação suficiente (desaparecimento de grande parte do espólio e documentação da fábrica).
- As propostas apresentadas têm uma validade e dimensão concetual, sendo que depois na realidade algumas delas poderão ser de difícil execução por diversas razões alheias à nossa vontade.
- Limitações financeiras devido à conjuntura atual.
- O espaço de tempo de um ano para a realização desta dissertação de mestrado revelou-se de certo modo insuficiente para que pudéssemos aprofundar tanto quanto gostaríamos algumas questões pertinentes da proposta. Ainda que neste caso em particular se tenha começado a trabalhar neste sentido logo durante o primeiro ano de Mestrado e sempre que possível, muito mais poderia ser feito pois o conhecimento que se foi adquirindo, desenvolvendo e aprofundando foi-se revelando cada vez mais profundo e careceria assim de mais tempo efetivo.

De referir ainda que ao se tornar realidade esta proposta caberá à sua administração, gestão, ultrapassar as dificuldades aqui encontradas, bem como melhorar e adaptar a mesma à realidade empírica do museu.

Considerações finais

Como demonstrámos através deste estudo, a evidência empírica mostra que o turismo pode dar um importante contributo para o desenvolvimento local. O seu posicionamento enquanto fator estratégico de desenvolvimento local é para nós evidente, tanto mais o poderá ser no território sobre o qual incidiu o nosso estudo, o Tramagal.

Pela importância que a MDF teve para esta comunidade e para o país, pela lição de vida que nos foi legada pelo seu fundador, Eduardo Duarte Ferreira, pensamos ser imperativo que este museu se concretize, para que nunca morra assim perdue a sua obra, tal como era o seu desejo.

Seguindo o lema da fábrica que o originará, o Museu MDF deverá ser sinónimo de qualidade, de inovação e ser marco determinante de diferenciação, aliando a criatividade que lhe permita ser mais que pioneiro, um líder e um exemplo.

Tendo por base as teorias da Nova Museologia pensamos que este museu deverá, mais que um simples local de depósito e exposição do património industrial da MDF, ser um lugar aberto à sua comunidade, como o era, uma vez mais, esta empresa, onde estes possam ser protagonistas ativos da experiência museológica e não meros atores passivos. Deverá ser um lugar de aprendizagem, de troca de conhecimento, de inspiração, de bem-estar – atento às novas tecnologias e às exigências, cada vez maiores, dos mercados sedentos de autenticidade e do que é genuíno e diferente e que rapidamente ficam enfadados.

Defendemos que Abrantes pode ser líder regional na questão do Turismo Industrial e do conhecimento e preservação do património e arqueologia industrial, por todas as razões já aqui apresentadas e que a tornam singular nas suas especificidades. Além de ter a possibilidade de ter um produto âncora de renome, como será o Museu Metalúrgica Duarte Ferreira, com património industrial de valor inegável e cuja marca é reconhecida, assim como também o é o território onde se insere – o Tramagal, já que o nome Tramagal se encontrava em destaque em muitas das alfaias produzidas na MDF e mais evidentemente nas Berliet-Tramagal.

Certos de que esta investigação tem as suas limitações, devido a diversos fatores, entre eles a disponibilidade de tempo e o curto espaço da sua realização, consideramos que a

temática do património e turismo industrial no território em que se insere o estudo não se esgotam nesta dissertação de mestrado, devendo ser alvo de uma investigação futura, mais aprofundada. A criação de um Repositório de Arqueologia e Património Industrial do Médio Tejo será certamente um passo importante para o desenvolvimento da região no turismo industrial.

Estamos seguros de que ao identificarmos e assumirmos o turismo cultural e mais especificamente o turismo industrial como elementos indissociáveis e desencadeadores de memória coletiva, o futuro encarregar-se-á de afirmar o Museu MDF como um produto turístico-cultural aglutinador e dinamizador de cultura, impelidor de desenvolvimento, promotor de educação, de valorização e de proteção do património industrial da região.

BIBLIOGRAFIA

AAVV. “Arqueologia e Indústria”. Revista da Associação Portuguesa de Arqueologia Industrial. Número 2/3. Edições Colibri. 1999.

AAVV. “Arqueologia e Indústria”. Revista da Associação Portuguesa de Arqueologia Industrial. Número 1. Edições Colibri. 1998.

AAVV. “Plano Estratégico Nacional do Turismo – Horizonte 2013-2015”. Lisboa. Gabinete do Ministro da Economia e do Emprego. 2012.

AAVV. Coord. ARECES, Miguel Ángel Álvarez. “Estructuras y paisajes industriales: proyectos socioculturales y turismo industrial”. Espanha. Incuna, Asociación de Arqueologia Industrial. 2003.

AGENCIA PORTUGUESA DO AMBIENTE. “Estratégia Nacional de Desenvolviemtno Sustentável ENDS 2015” [em linha]. Janeiro de 2008. [Consult. 28 de Maio de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.planetazul.pt/edicoes1/imagens/@ficheiros/379_ENDS.pdf>.

ALVES DE MATOS, Joana Isabel Barreiro; orientação de COELHO DO VALE, Rita Miguel Ramos Dias. “A experiência de visita ao museu”. *Dissertação de Mestrado em Marketing*. Universidade Técnica de Lisboa. [em linha]. Março de 2009. [Consult. 21 de Setembro de 2013]. Disponível na Internet: <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/718/1/Tese%20Mestrado_Joana%20Alves%20de%20Matos_26032009.pdf>.

ALVES, Jorge Fernandes. “Património industrial, educação e investigação – a propósito da Rota do Património Industrial do Vale do Ave” [em linha]. Guimarães, 13 de Março de 2003. [Consult. 15 de Janeiro de 2012]. Disponível na Internet: <<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1192.pdf>>.

ANICO, Marta. “Museus e Pós-Modernidade”. Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. 2008.

ARECES, Miguel Ángel Álvarez. “Asturias: patrimonio y turismo industrial”. *In* Arqueología Industrial, Patrimonio y Turismo Cultural. Espanha. Incuna, Asociación de Arqueologia Industrial. 2001. Págs. 63 a 72.

ARECES, Miguel Ángel Álvarez. “Presentación”. *In* Arqueología Industrial, Patrimonio y Turismo Cultural. Espanha. Incuna, Asociación de Arqueologia Industrial. 2001. Págs. 7 a 9.

BAIA DO TEJO. “Museu Industrial e Centro de Documentação”. 2010 [em linha]. [Consult. 02 de Novembro de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.baiadotejo.pt/museu/Museu_MuseuIndustrial.htm>.

BUHALIS, Dimitrius. “Marketing the competitive destination of the future”. *In* Tourism Management. Vol. 21 (2000) págs. 97 a 116.

CAMACHO, Clara Freyrão. “O modelo da Rede Portuguesa de Museus e algumas questões em torno das redes de museus”. Atas do I Encontro de Museus do Douro. [em linha]. 24 Setembro de 2007 [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.museudodouro.pt/exposicao_virtual/pdf/clara_camacho.pdf>.

CÂMARA MUNICIPAL DE ABRANTES. “Agenda 21 Local. Diagnóstico Sintético Freguesia de Tramagal”. 2009.

CÂMARA MUNICIPAL DE ABRANTES. “Opções do Plano e Orçamento – 2013” [em linha]. Abrantes [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://sic.cm-abrantes.pt/contabilidade/orcamento_cma_2013.pdf>.

CÂMARA MUNICIPAL DE ABRANTES. “Protocolo da Rede Museológica de Abrantes – Núcleo Museológico Industrial do Tramagal”. 2011.

CÂMARA MUNICIPAL DE ABRANTES. “Relatório do 4º Fórum de Participação na Agenda 21 Local de Abrantes” [em linha]. Abrantes, atual. 1 de Julho de 2010 [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.cm-abrantes.pt/NR/rdonlyres/00017aa3/qqtpxrcfgtypgbaqtbkvufcmrncurxjh/Relatorio4F%C3%B3rumdeParticipacao.pdf>>.

CÂMARA MUNICIPAL DE SANTIAGO DO CACÉM “Museu do Trabalho Rural de Abela”. [em linha]. *S.d.* [Consult. 04 de Maio de 2012]. Disponível na Internet: <<http://www.cm-santiagocacem.pt/viver/Cultura/EspacosCulturais/museudotrabalhorural/Paginas/MuseudoTrabalhoRuraldeAbela.aspx>>.

CÂMARA MUNICIPAL DO SEIXAL. “Ecomuseu do Seixal” [em linha]. [Consult. 02 de Novembro de 2013]. Disponível na Internet: <http://www2.cm-seixal.pt/pls/decomuseu/ecom_hpage>.

CÂMARA MUNICIPAL SÃO JOAO DA MADEIRA. “Turismo Industrial” [em linha]. [Consult. 02 de Novembro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.turismoindustrial.cm-sjm.pt/>>.

CANDEIAS DA SILVA, Joaquim. “O Antigo Porto Fluvial de Abrantes – subsídios para um estudo” *in Revista Zahara*, 2011 (ano 9 nº18), p.p. 3-18.

CARNEIRO, Evidasco; ARAÚJO DE OLIVEIRA, Sofia; CARVALHO, Karoliny Diniz. “Turismo Cultural e sustentabilidade: uma relação possível?”. *In Revista Eletrônica de Turismo Cultural*. Volume 04, nº 01. [em linha]. 1º Semestre de 2010. [Consult. 18 de Fevereiro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.eca.usp.br/turismocultural/07.1Carneiro.pdf>>.

CARVALHO, J. Eduardo. “Metodologia do Trabalho Científico. «Saber-Fazer» da investigação para dissertações e teses”. 2ª Edição. Lisboa. Escolar Editora. 2009.

CASANELLES I RAHOLA, Eusebi. “El Patrimonio Industrial” *in Arqueología Industrial, Patrimonio y Turismo Cultural*. Espanha. Incuna, Asociación de Arqueologia Industrial. 2001. Págs. 33 a 40.

CCDRC. “CRER 2020 – Centro de Portugal. Plano de Ação Regional 2014-2020”. Julho de 2013. [em linha]. [Consult. 09 de Setembro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://crer2020.ccdrc.pt/index.php/crer2020/documentacao/documentacao-regiao>>.

COMISSÃO EUROPEIA. “Europa 2020. Estratégia para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo” [em linha]. Bruxelas. 03 de Março de 2010. [Consult. 02 de

Março de 2013]. Disponível na Internet: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:pt:PDF>>.

CONGRESSO EUROPEU DE TURISMO INDUSTRIAL [em linha]. São João da Madeira [Consult. 26 de Dezembro de 2011]. Disponível na Internet: <<http://www.portugalturismoindustrial.com/index.php>>.

COOPER, Chris; HALL, C. Michael; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. “Turismo Contemporâneo”. São Paulo. Elsevier Editora Lta. 2011.

CORDEIRO, José Manuel Lopes, “Oportunidades e fragilidades do turismo industrial”, *in* Revista Turismo e Desenvolvimento, 2012 (Nº 1 especial), Págs. 09 a 18.

CORDEIRO, José Manuel Lopes. “A Arqueologia Industrial como a Arqueologia da Industrialização” *in* Separata das Atas do 3º Congresso de Arqueologia Peninsular, Vol. III, “Terrenos’ da Arqueologia da Península Ibérica”, Porto. ADECAP. 2000. Págs. 404 a 420.

CORDEIRO, José Manuel Lopes. “Museología y Museografía Industrial”. *In* Arqueologia industrial, património y turismo cultural. 2001. Incuna: Asociación de Arqueologia Industrial. Págs. 41 a 52.

CORDEIRO, José Manuel Lopes. “O património industrial em Portugal. Situação atual e perspectivas de futuro”. *In* Separata de Arqueologia Industrial, quarta série, volume III, nº1-2. 2007. Págs. 41 a 50.

CORDEIRO, José Manuel Lopes. “Uma tarefa urgente: salvar arquivos de empresas”. *In* Fórum nº 32, Jul-Dez 2002. Universidade do Minho – Conselho Cultural. Braga. Págs. 97 a 134.

COSTA, Carlos. “Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)”. *In* Análise Social. Vol. XI (2005). Págs. 279-295 [em linha]. [Consult. 18 de Agosto de 2013]. Disponível na Internet: <<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1218709742I5qVD0ui9Ge36UU7.pdf>>.

COSTA, Carlos; ALMEIDA, Cláudia Ribeiro de; FERREIRA, Ana Maria. “Gestão integrada do conhecimento no setor turístico. Proposta de matriz de análise.”. *In* PASOS – Revista de Turismo y Património Cultural. Vol. 7 Nº 3 (2009). Págs. 475 a 490.

COSTA, Jorge et al. “Tendências Internacionais em Turismo”. Lisboa. Lidel. 2004.

CUNHA, Licínio. “Economia e Política do Turismo”. Lisboa. Lidel. 3ª Edição. 2013.

CUNHA, Licínio. “Introdução ao Turismo”. Lisboa – São Paulo. Editorial Verbo. 4ª Edição. 2009

CUNHA, Licínio. “Perspectivas e Tendências do Turismo”. Lisboa. Edições Universitárias Lusófonas. 2003.

CUSTÓDIO, Jorge. “Os museus industriais e a arqueologia industrial”. *In* Museologia e Arqueologia Industrial – Estudos e Projetos. Associação Portuguesa de Arqueologia industrial. 1991a. Págs. 7 a 74.

CUSTÓDIO, Jorge. “Projeto do Museu do Ferro de Moncorvo da Ferrominas E.P.”. *In* Museologia e Arqueologia Industrial – Estudos e Projetos. Associação Portuguesa de Arqueologia industrial. 1991b. Págs. 75 a 82.

DARINI, Alessandra Drumond Lopes. “O Inventário da Oferta Turística como fonte de informação para o planeamento local e a atividade turística: Um estudo do Circuito de Villas e Fazendas de Minas” [em linha]. Belo Horizonte: Centro Universitário UNA, atual. Abril de 2006. [Consult. 24 de Abril de 2013]. Disponível na Internet: <URL: <http://www.mestradoemtma.com.br/wp-content/uploads/2010/10/O-Invent%C3%A1rio-da-Oferta-Tur%C3%ADstica-como-fonte-de-informa%C3%A7%C3%A3o-pa.pdf>>.

DE VARINE, Hugues. “Reflexões sobre um museu de território”. *In* Atas do I Encontro de Museus do Douro. [em linha]. 24 Setembro de 2007 [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.museudodouro.pt/exposicao_virtual/pdf/hugues.pdf>.

DECRETO-LEI 660/74. “Lei das intervenções do Estado às empresas no pós 25 de Abril” [em linha]. 25 de Novembro de 1974. [Consult. 04 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.igf.min-financas.pt/Leggeraldocs/DL_660_74.htm>.

ECOS DO RIBATEJO. “Concelho de Abrantes” [em linha]. Atual. 2012. [Consult. 22 de Fevereiro de 2012]. Disponível na Internet: <<http://www.ribatejo.com/ecos/abrant/abgeografia.html>>.

EGUIZÁBAL, Ángel Blas Rodriguez. “Nueva sociedad, nuevos museos”. *In* Revista PH Boletín 34. Dossier: Museus. Págs. 106 a 109. [em linha]. [Consult. 25 de Maio de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/1139/1139#.UpNrRbKYaP8>>.

ERIH. “European Route of Industrial Heritage”. [em linha]. [Consult. 04 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.erih.net/index.php>>.

FERREIRA, Maria de Magalhães Basto Duarte. “Eduardo Duarte Ferreira – A lição de sua vida”. Tramagal. Metalúrgica Duarte Ferreira. 1946.

FIGUEIRA, Luís Mota. “Manual para Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural”. Instituto Politécnico de Tomar. Fevereiro de 2013 (e-book sob original de 2001).

FIGUEIRA, Luís Mota. “Património, identidade e turismo cultural: abordagem ao caso da Golegã”. *In* Revista Superavit. Nº 1 (2007) págs. 08 a 21.

FIGUEIRA, Victor; DIAS, Reinaldo. “A Responsabilidade Social do Turismo”. Lisboa. Escolar Editora. 2011.

FILIPE, Graça. “O poder dos museus: refletindo sobre as missões e a sustentabilidade dos museus, em teoria e na prática.”. *In* Atas Encontro museus e sustentabilidade financeira. [em linha]. Museu Nacional Soares dos Reis. ICOM Portugal. 07 de Novembro de 2011. Págs. 1 a 9. [Consult. 21 de Setembro de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.icom-portugal.org/multimedia/sustent2011_sinopses.pdf>.

FIRMINO, Manuel Brazinha. “Turismo – Organização e Gestão”. Lisboa. Escolar Editora. 2007.

FONSECA, Patrícia. “Nas asas de uma borboleta”. Lisboa. Página Seguinte, Edições Lda. 2006.

FREITAS, Hélder. “Turismo Industrial: uma excelente opção para desenvolver empresas e regiões” [em linha]. 180 Graus, atual. 02 de Fevereiro de 2011. [Consult. 26 de Dezembro de 2011]. Disponível na Internet: <<http://180graus.com/consultoria-empresarial/turismo-industrial-uma-excelente-opcao-para-desenvolver-empresas-e-regioes-399616.html>>.

GABIRRO, Carlos; *et al.* “Condição Económico-Social da família operária da vila do Tramagal. Influência do Ex-empregador Metalúrgica Duarte Ferreira S.A.”. Trabalho académico, orientado pelo professor Salazar Campos, para a Universidade Técnica de Lisboa – Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. 1997.

GASPAR, José Martinho. “A Primeira República em Abrantes”. Abrantes: Palha de Abrantes. 2005.

GASPAR, José Martinho. “Metalúrgica Duarte Ferreira – o longo voo da borboleta” *in Revista Zahara*, 2004 (ano 2 nº3). Págs.11 a 22.

GASTAL, Susana org. BENI, Mário. “Turismo e cultura: aproximação e conflitos”. In “Turismo: planeamento estratégico e capacidade de gestão – desenvolvimento regional, rede de produção e clusters”. Barueri – São Paulo, Brasil. Editora Manole. 2012. Págs. 235 a 255.

GOMES, Isabela Motta. “Como Elaborar um Plano de Marketing”. Belo Horizonte: Sebrae/MG. 2005.

GONÇALVES, Alexandra Rodrigues. “O museu como polo de atração turística”. *In Exedra*, nº temático, Turismo [em linha]. Atual. 2009. [Consult. 30 de Dezembro de 2011]. Disponível na Internet: <<http://www.exedrajournal.com/docs/S-tur/05-alexandra++118.pdf>>.

GONÇALVES, Alexandra. “As comunidades criativas, o turismo e a cultura”. *In Revista “dos algarves”*. Nº 17 (2008). Págs. 11 a 17. Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve. [em linha]. [Consult. 17 de Abril de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.dosalgarves.com/revistas/N17/Completo17.pdf>>.

GONÇALVES, Alexandra. “Museus, Turismo e Território: como podem os equipamentos culturais tornar-se importantes atrações turísticas regionais?”. *In Congresso Internacional*

de Turismo da Região de Leiria Oeste. Instituto Politécnico de Leiria. Peniche. [em linha]. 22 e 23 de Novembro de 2007. [Consult. 01 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://cassiopeia.ipleiria.pt/esel_eventos/files/3902_18_AlexandraGoncalves_4bf512841c6a5.pdf>.

HOOPER-GREENHILL, Eilean. “Museum and gallery education”. Leicester. Leicester University Press. 1994b.

HOOPER-GREENHILL, Eilean. “The educational role of the museu”. London. Routledge. 1994a.

IAPMEI “Fazer um plano de Marketing” [em linha]. *S.d.* [Consult. 22 de Abril de 2012]. Disponível na Internet: <<http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=2343>>.

ICOM - International Council of Museums. “Definição de museu” [em linha]. [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.icom-portugal.org/>>.

ICOMOS. “Carta de Turismo Cultural” [em linha]. Bruxelas, Novembro 1976. [Consult. 31 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=248>>.

ICOMOS. “Carta Internacional do Turismo Cultural” [em linha]. Guadalajara, Outubro de 1999. [Consult. 31 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoenovacao/Documents/Doc10_CartaInternacionalTurismoCultural.pdf>.

IGESPAR. “Património Industrial” [em linha]. Atual. 2012. [Consult. 26 de Dezembro de 2011]. Disponível na Internet: <<http://igespar.pt/pt/patrimonio/itinerarios/industrial1/>>.

IGNARRA, Luiz Renato. “Fundamentos do Turismo”. Brasil. Pioneira. 2001.

INE. “Inquérito aos Museus. Documento Metodológico” [em linha]. Outubro de 2009. [Consult. 17 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.ine.pt/investigadores/DOCMET_12_1_Museus_2009.pdf>.

INFOPÉDIA, Enciclopédia e Dicionários Porto Editora. [em linha]. [Consult. 24 de Abril de 2013]. Disponível na Internet: <URL: <http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa>>.

IRON AND STEELWORKERS MUSEUM ILSENBURG “Museu Metalúrgico de Ilsenburg - Alemanha” [em linha]. *S.d.* [Consult. 15 de Abril de 2012]. Disponível na Internet: [http://www.mv-sachsen-anhalt.de/main.pl?lang=uk&page=mus_them&them=mining, iron and steel industrie, saltworks&id=66](http://www.mv-sachsen-anhalt.de/main.pl?lang=uk&page=mus_them&them=mining,iron_and_steel_industrie,saltworks&id=66)>.

ISO 26000. “Diretrizes sobre responsabilidade social” [em linha]. 2010. [Consult. 28 de Maio de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.iso26000qsp.org/2010/12/conheca-iso-26000-em-portugues-versao.html>>.

JAFARI, Jafar. “Encyclopedia of Tourism”. Londres. Routledge. 2000.

JANA, José Alves. “À conversa com... Francisco Oliveira Estudante, do Tramagal” *in Revista Zahara*, 2005 (ano 3 nº6), p.p. 5-16.

JUNTA DE FREGUESIA DO TRAMAGAL. [em linha]. [Consult. 22 de Janeiro de 2012]. Disponível na Internet: http://www.portalfreguesias.cm-abrantes.pt/tramagal_freguesia.html>.

KOTLER, Philip. Tradução de H. de Barros. “Marketing para organizações que não visam o lucro”. São Paulo. Editora Atlas S.A. 1988.

KOTLER, Philip; BOWEN, John; MAKENS, James. “Marketing for Hospitality and Tourism”. 3ª Edição. EUA - New Jersey: Person Education, Inc. Distribuído em Portugal por Dinternal, Lda. 2003.

LEGOFF, Jacques. “Memória”. Enciclopédia Einaudi, coord. Gil, Fernando. Vol. 1 – História. Imprensa Nacional – Casa da Moeda. 1984.

LEI 107-2001 – “Património Cultural Português” [em linha]. 08 de Setembro de 2001. [Consult. 09 de Janeiro de 2012]. Disponível na Internet: <http://dre.pt/pdfs/2001/09/209A00/58085829.pdf>>.

LEI 47/2004 – “Lei-quadro Dos Museus Portugueses” [em linha]. 19 de Agosto de 2004. [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.culturacores.azores.gov.pt/ficheiros/legislacao/20126194443.pdf>>.

LINDON, Denis *et al.* “Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing”. Lisboa: Publicações Dom Quixote. 2004.

LOPES, Luís Filipe Gomes; orientação de CUSTÓDIO, Jorge. “Museu Nacional Ferroviário. Um museu Industrial?” *Dissertação de Mestrado em Museologia na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa*. [em linha]. Março de 2012. [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://run.unl.pt/bitstream/10362/7258/3/Luis%20Lopes_tese%20mestrado_mar%C3%A7o2012.pdf>.

MARECOS, Carla Teresa Silvestre Lopes; orientação de GRILO, Fernando Jorge Artur. “O conceito de marketing cultural aplicado à museologia contemporânea em Portugal”. *Dissertação de Mestrado em Arte, Património e Teoria do Restauro*. Volume I. Universidade de Lisboa. [em linha]. 2009. [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/1752/1/22013_ulfl070661_tm.pdf>.

MARKCOMMS. “Significado das cores em marketing”. 05 de Março de 2006 [em linha]. [Consult. 04 de Maio de 2013]. Disponível na Internet: <<http://comunicacaomarketing.blogspot.pt/2006/03/significado-das-cores.html>>.

MARQUES, Maria Olinda. “Turismo e Marketing Turístico”. Mem Martins: Edições Cetop. 2005.

MAURE, Marc *apud* DIAS, Maíra. “A Nova Museologia: o que é?” [em linha]. Atual. 05 de Agosto de 2008. [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <<http://resenhasmuseologia03.blogspot.pt/2008/08/texto-16-nova-museologia-o-que.html>>.

MCKERCHER, Bob; DU CROS, Hilary. “Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management”. Nova Iorque. Routledge. 2002.

MÉDIO TEJO E PINHAL INTERIOR SUL. “Programa territorial de desenvolvimento. Estratégia de Desenvolvimento 2020. Plano de ação 2007-2013”. [em linha]. Abril de 2008. [Consult. 03 de Julho de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.maiscentro.qren.pt/private/admin/ficheiros/uploads/PTD_MeDIO%20TEJO-PINHAL%20INTERIOR%20SUL.pdf>.

MEDIO TEJO. “Rota Industrial”. 2006 [em linha]. [Consult. 04 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.mediotejo.biz/pt/conteudos/Região+e+Parceiros/Regiao+do+Medio+Tejo/O+Que+Visitar/Rota+Industrial/>>.

MEIO SÉCULO DE APRENDIZAGENS BLOGSPOT. “Imagens” [em linha]. [Consult. 26 de Fevereiro de 2012]. Disponível na Internet: <<http://meioseculodeaprendizagens.blogspot.com/2011/09/homens-maquinas.html>>.

MENDES, J. Amado. “A arqueologia industrial ao serviço da história local” [em linha]. Guimarães: Casa de Sarmento – Universidade do Minho. [Consult. 15 de Janeiro de 2012]. Disponível na Internet: <http://www.csarmento.uminho.pt/docs/ndat/rg/RG105_11.pdf>.

MENDES, José Amado. “A arqueologia industrial: uma nova vertente de conservação do património cultural” [em linha]. Coimbra, Abril de 1990 [Consult. 15 de Janeiro de 2012]. Disponível na Internet: <<https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/12792/1/Jos%C3%A9%20M.Amado%20Mendes26.pdf>>.

METALLURGICAL MUSEUM OF ŽELEZIARNE PODBREZOVÁ “Museu Metalúrgico na Eslováquia” [em linha]. *S.d.* [Consult. 15 de Abril de 2012]. Disponível na Internet: <<http://www.hutnickemuzeum.sk/index1.html>>.

MIDDLETON, Victor T.C.; with CLARKE, Jackie. “Marketing in Travel and Tourism”. 3th Edition. Oxford. Butterworth Heinemann. 2001.

MINISTÉRIO DO TURISMO. “Inventário da Oferta Turística” [em linha]. [Consult. 24 de Abril de 2013]. Disponível na Internet: <[URL: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/inventario.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/inventario.html)>.

MORAIS, Isabela Andrade de Lima. “Quem são os turistas culturais dos museus?”. *In* Pasos Revista de Turismo y Património Cultural. Volume 11, nº 1. [em linha]. 2013. Págs. 29 a 43. [Consult. 18 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.pasosonline.org/Publicados/11113/PS0113_03.pdf>.

MOTA, Ana e COSTA, Carlos, “Estratégias de planeamento em turismo industrial: Uma análise de casos de estudo”, *in* Revista Turismo e Desenvolvimento, 2013 (nº 19). Págs. 09 a 24.

MUNICIPIO DE TORRE DE MONCORVO. “Museu do ferro e da Região de Moncorvo” 2009-2013 [em linha]. [Consult. 02 de Novembro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.torredemoncorvo.pt/museu-do-ferro>>.

MUSEU DA CARRIS. “Missão SE”. 2013 [em linha]. [Consult. 02 de Novembro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://museu.carris.pt/pt/missao/>>.

MUSEU DA CHAPELARIA. [em linha]. [Consult. 02 de Novembro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://museudachapelaria.blogspot.pt/p/museu.html>>.

MUSEU DA INDUSTRIA. [em linha]. [Consult. 02 de Novembro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.museudaindustria.org/conteudo.aspx?args=2,45>>.

MUSEUM.HU “Museu Metalúrgico Húngaro” [em linha]. *S.d.* [Consult. 15 de Abril de 2012]. Disponível na Internet: <http://www.museum.hu/museum/index_en.php?ID=234>.

OCDE. “The Impact of Culture on Tourism”. OCDE. 2009

OMT. “Código de Ética Mundial para o Turismo” [em linha]. Santiago do Chile, 1 de Outubro de 1999. Tradução FUNDATEC/Câmara de Turismo do Rio Grande do Sul – Brasil. [Consult. 02 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.ivt-rj.net/ivt/bibli/Codigo_Mundial_de_Etica_no_Turismo.pdf>.

OMT. “Introdução ao Turismo”. Trad. Dolores Martin Rodriguez Corner. São Paulo. Editora Roca. 2001.

OOTGAAR, Alexander *et all.* “Industrial Tourism: opportunities for cities and enterprise”. European Institute for Comparative Urban Research (Euricur). Erasmus University Rotterdam. 2008.

PERANTONI, Alisson *et all.* “Inventário turístico: experiências acadêmicas com metodologias e práticas no planejamento do Turismo no Pontal Paulista/SP” [em linha]. 5º Congresso Latino-Americano de Investigação Turística. [Consult. 24 de Abril de 2013].

Disponível na Internet: <URL: http://gtci.com.br/congressos/congresso/2012/pdf/eixo7/Perantoni_Silva_Nagabe.pdf>.

PEREIRA, Jorge. “Fauna e Flora de Tramagal” [em linha]. Atual. 2012. [Consult. 01 de Março de 2012]. Disponível na Internet: <<http://faunaefloradetragal.blogspot.com/search/label/aves>>.

PÉREZ, Xerardo Pereiro. “Turismo cultural. Uma visão antropológica”. Tenerife – Espanha. ACA e PASOS, R TPC. 2009.

PIMENTEL, Cristina. “O sistema museológico português (1833-1991) Em direção a um novo modelo teórico para o seu estudo”. Fundação Calouste Gulbenkian – Fundação para a ciência e a tecnologia - Imprensa de Coimbra, Lda. 2005.

PINTO E CASTRO, João. “Comunicação de marketing”. Lisboa: Edições Sílabo, Lda. 2002.

PORTAL DA EDUCAÇÃO DE TORRES VEDRAS. “Serviços Educativos e Pedagógicos/ Museu Municipal Leonel Trindade” 2012 [em linha]. [Consult. 02 de Novembro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.educacaotorresvedras.com/servicos-educativos-e-pedagogicos/162-museu-municipal-leonel-trindade>>.

PÚBLICO. “Visita a fábricas desperta grande interesse no município mais pequeno do país” [em linha]. Texto de Sara Dias Oliveira. 16 de Agosto de 2013b [Consult. 16 de Agosto de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.publico.pt/local-porto/jornal/visita-a-fabricas-gera-grande-interesse-no-municipio-mais-pequeno-do-pais-26964747>>.

PÚBLICO. “Vitória de Samotrácia, uma das peças-chave do Louvre, vai ser restaurada” [em linha]. Texto de Joana Amaral Cardoso. 22 de Janeiro de 2013a. [Consult. 23 de Janeiro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.publico.pt/cultura/noticia/vitoria-de-samotracia-vai-ser-restaurada-mas-a-vista-de-todos-1581597>>.

PUBLITURIS. “OMT afirma que turismo pode ser salvação do País” [em linha]. Texto de Marta Barradas. Declarações de Taleb Rifai. Macau. 20 de Setembro de 2013. [Consult. 22

de Setembro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.publituris.pt/2013/09/20/omt-afirma-que-turismo-pode-ser-salvacao-do-pais/>>.

QREN. “O QREN”. 2010 [em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.qren.pt/np4/qren>>.

QREN. “Quadro de Referência Estratégico Nacional. Portugal 2007-2013”. 2007 [em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.qren.pt/np4/file/663/1_QREN_Quadro_de_Refer_ncia_Estrat_gico_.pdf>.

QUINTA DO CASAL DA COELHEIRA. [em linha]. [Consult. 01 de Março de 2012]. Disponível na Internet: <<http://www.casaldacoelheira.pt/index.shtml?lang=pt>>.

RAMOS, Paulo Oliveira Ramos; coord. ROCHA-TRINDADE, Maria Beatriz. “Iniciação à Museologia”. Lisboa, Universidade Aberta. 1993.

REDE PROTUGUESA DE MUSEUS. “Relatório das reuniões dos museus da Rede Portuguesa de Museus”. Direção Geral do Património Cultural. [em linha]. 2013. [Consult. 03 de Julho de 2013]. Disponível na Internet: <http://www.igespar.pt/media/uploads/Relatorio_reunioes_RPM_2013.pdf>.

REISINGER, Yvette. “International Tourism. Cultures nad Behavior”. Elsevier. 2009.

RETI. “Red Española de Turismo Industrial”. 2012 [em linha]. [Consult. 04 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.turismoindustrial.es/>>.

RODAS DE VIRIATO BLOGSPOT. “Imagens” [em linha]. [Consult. 26 de Fevereiro de 2012]. Disponível na Internet: <<http://rodasdeviriato.blogspot.com/>>.

RODRIGUES DA SILVA, Ronaldo André. “El Patrimonio Industrial: posibilidades para el paisaje cultural” [em linha]. [Consult. 09 de Janeiro de 2012]. Disponível na Internet: <http://www.todopatrimonio.com/pdf/cicop2010/46_Actas_Cicop2010.pdf>.

SANTOS, Luiza; orientação de BRANCO, Jorge Freitas. “Proposta de Musealização de Fornos de Carvão Vegetal, Torres Vedras”. *Dissertação de Mestrado em Museologia: Conteúdos Expositivos do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa*. [em linha]. Junho de

2009. [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <<http://repositorio-iul.iscte.pt/bitstream/10071/1792/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20Luiza%20Santos.pdf>>.

SCHIMTT, Bernd. “O cliente é pura emoção”. Entrevista de Evelyn Pedrozo *in* Revista Supervarejo. Brasil. 2008 [em linha]. [Consult. 31 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet:

<http://www.portalapas.org.br/IMAGENS/PDF_SVAREJO/91ENTREVISTA.pdf>.

SILVA, Tatiana Alves de Almeida. “Inventário da oferta turística e desenvolvimento sustentável” [em linha]. Brasília: Universidade de Brasília – Centro de Excelência em Turismo, atual. Junho de 2007. [Consult. 24 de Abril de 2013]. Disponível na Internet: URL:http://bdm.bce.unb.br/bitstream/10483/340/1/2007_TatianaAlvesAlmeidaSilva.pdf>.

SOARES, Bruno César Brulon. “Entendendo o Ecomuseu: uma nova forma de pensar a Museologia” [em linha]. Atual. Agosto de 2006. Revista Eletrónica Jovem Museologia: Estudos sobre Museus, Museologia e Património. Ano 01, nº 02, Agosto de 2006. [Consult. 18 de Junho de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.unirio.br/jovemmuseologia/documentos/2/artigobruno.pdf>>.

TICCIH. “Carta de Nizhny Tagil sobre o Património Industrial” [em linha]. Nizhny Tagil, atual. 17 de Julho 2003. [Consult. 09 de Janeiro de 2012]. Disponível na Internet: <<http://www.ticcih.org/pdf/NTagilPortuguese.pdf>>.

TRAMAGAL - GEOCACHING BLOGSPOT. “Imagens” [em linha]. [Consult. 26 de Fevereiro de 2012]. Disponível na Internet: <<http://tramagal-geocaching.blogspot.com/2009/11/ruas-de-tramagal.html>>.

TURISMO DE PORTUGAL. “O Turismo na Economia. Evolução do contributo do Turismo para a economia portuguesa 2000-2010” [em linha]. Portugal. Setembro de 2011. [Consult. 02 de Março de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1lisesestat%C3%ADsticas/contasat%C3%A9litedoturismo/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Conta%20Satelite%20Turismo%202000-2010%20base2006.pdf>>.

TURISMO DE PORTUGAL. “Tecnologias são peça crucial par o Turismo nacional”. 12 de fevereiro de 2012 [em linha]. [Consult. 20 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet:

<<http://www.turismodeportugal.pt/portugu%C3%AAs/Clipping/Pages/Tecnologiass%C3%A3ope%C3%A7acrucialparaoturismonacional.aspx>>.

TURISVER. “Estratégia 2014-2020 da Turismo do Centro assenta em 6 eixos” [em linha]. 26 de Agosto de 2013a. [Consult. 26 de Agosto de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.turisver.com/article.php?id=62026>>.

TURISVER. “TP debateu casos de sucesso no turismo industrial” [em linha]. 31 de Outubro de 2013c. [Consult. 31 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.turisver.com/article.php?id=62823>>.

TURISVER. “TP promove conferência sobre turismo industrial” [em linha]. 25 de Outubro de 2013b. [Consult. 25 de Outubro de 2013]. Disponível na Internet: <<http://www.turisver.com/article.php?id=62744>>.

ULISSES SIBUL. “Agenda Digital - Europeia” [em linha]. *S.d.* [Consult. 04 de Maio de 2012]. Disponível na Internet: <<http://ulisses.sibul.ul.pt/cde/docs/AgendaDigitalEuropeana.pdf>>.

ANEXOS

Anexo I – Protocolo do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal – Rede Museológica de Abrantes



HOMOLOGO

GABRIELA CANAVILHAS
(MINISTRA DA CULTURA)



PROTOCOLO

ENTRE

A **Freguesia de Tramagal**, adiante designada abreviadamente por "**Freguesia**", pessoa colectiva de direito público n.º 507196 040, com sede na Rua Eng. Manuel, n.º 336 - Tramagal, 2205-699 Tramagal, em Abrantes, representado neste acto por Victor Hugo Brás Vicente Cardoso, outorgando na qualidade de Presidente da Junta, com poderes necessários e suficientes para o acto, por força do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 38.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro;

O **Município de Abrantes**, adiante designado abreviadamente por "**Município**", pessoa colectiva de direito público n.º 502 661 038, com sede na Praça Raimundo Soares, em Abrantes, representado neste acto por Maria do Céu de Oliveira Antunes Albuquerque, outorgando na qualidade de Presidente da Câmara Municipal de Abrantes, com poderes necessários e suficientes para o acto, por força do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 68.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro;

E

Diorama - Gestão e Participações, S.A., pessoa colectiva n.º 501 452 230 e igual número de matrícula na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o capital social de € 875.000,00, adiante designada apenas por "**Diorama**", e sua associada **Predierg - Empreendimentos, Comércio e Gestão Imobiliária SA**, pessoa colectiva n.º 501 996 745 e igual número de matrícula na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com o capital social de € 875.000,00, adiante designada apenas por "**Predierg**", ambas com sede na Rua José Afonso n.º 4C, 1.º, em Lisboa, representadas neste acto por **Joaquim Gil Dias Amaro**, que outorga na qualidade de Presidente do Conselho de Administração de ambas as sociedades e com poderes para o acto, conforme resulta das certidões do registo comercial das mesmas,

É LIVREMENTE E DE BOA FÉ CELEBRADO E REDUZIDO A ESCRITO O PRESENTE PROTOCOLO, QUE SE REGE PELAS CLÁUSULAS SEGUINTE:



PARTE I

ÂMBITO, OBJECTIVOS E REDE DE PARCERIA

Cláusula Primeira

Âmbito

A **Rede Museológica de Abrantes** integra o conjunto de **núcleos museológicos**, geograficamente desconcentrados, do Concelho de Abrantes.

Cláusula Segunda

Objectivo

A **Rede Museológica de Abrantes** tem por objectivo a criação de condições que permitam a preservação do património material e imaterial do Concelho de Abrantes e, simultaneamente, estimular o sentido de pertença das populações locais e promover o desenvolvimento de novos produtos turísticos sustentados numa linguagem contemporânea sobre temas tradicionais portugueses que constituam factores de diferenciação e de atractividade do Concelho.

Cláusula Terceira

Núcleo Museológico

O **Núcleo Museológico Industrial do Tramagal** será gerido pela Freguesia de acordo com as orientações constantes do presente protocolo.

Cláusula Quarta

Rede de Parceria

A **Rede de Parceria** que suporta a implementação e manutenção do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal é constituída pela **Freguesia**, pelo **Município** e pela **Diorama**, doravante designada por **Rede de Parceria**.



PARTE II
COMPROMISSOS

Cláusula Quinta
Compromissos da Freguesia

Nouso das atribuições e competências que legalmente lhe são cometidas, a Freguesia compromete-se a:

- a) Apresentar Candidatura do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal ao PRODER- Abordagem LEADER;
- b) A integrar o Núcleo Museológico Industrial do Tramagal na Rede Museológica de Abrantes assumindo as **Normas de Funcionamento** que enquadram a referida Rede e que para todos os efeitos constituem anexo ao presente protocolo;
- c) Assegurar o levantamento e tratamento do espólio da antiga Metalúrgica Duarte Ferreira, de que a Diorama seja proprietária, o qual integrará o Núcleo Museológico Industrial do Tramagal, bem como a respectiva musealização do mesmo;
- d) Elaborar o **Plano de Actividades Anual**, e dinamizar o conjunto de actividades nele previstas que devem ser dirigidas a públicos-alvo diferenciados, de acordo com modelo próprio constante das Normas de Funcionamento da Rede Museológica;
- e) Zelar pela regular manutenção do edifício, equipamento e espaços exteriores afectos ao Núcleo Museológico Industrial do Tramagal;
- f) Assegurar a regular abertura ao público do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal no horário que vier a ser definido.



Cláusula Sexta
Compromissos da Diorama e da Predieryg

1. A Diorama compromete-se a ceder à Freguesia, em regime de comodato gratuito, o espólio que possui da antiga Metalúrgica Duarte Ferreira, que constituirá o acervo do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal.
2. A Predieryg compromete-se a ceder à Freguesia, em regime de comodato gratuito, o seguinte:
 - a) As instalações dos antigos escritórios da Metalúrgica Duarte Ferreira - edifício inserido num complexo de edifícios inscritos na matriz predial urbana sob o artigo 96º, sito na Rua Eduardo Duarte Ferreira;
 - b) Autorizar a realização de obras nas referidas instalações, com vista à sua adaptação a Núcleo Museológico, no rés-do-chão, e a salão para reuniões, conferências ou outros eventos culturais, no primeiro andar.
3. É de 10 anos o prazo das cedências referidas nos precedentes números 1 e 2, prazo esse que se renovará automaticamente por iguais períodos, salvo se for denunciado com antecedência mínima de três meses.

Cláusula Sétima
Compromissos da Câmara Municipal de Abrantes

No uso das atribuições e competências que legalmente lhe são cometidas, a Câmara Municipal de Abrantes compromete-se a:

- a) Apoiar tecnicamente a elaboração da Candidatura do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal ao PRODER - Abordagem LEADER;
- b) Assegurar o financiamento da Componente Nacional da candidatura aprovada no âmbito do PRODER - Abordagem LEADER, que corresponde a 40 % do investimento a realizar, investimento esse que poderá ir até ao montante máximo de 200.000 €, através da assinatura de um Contrato de Participação Financeira, e de acordo com as regras específicas que nele venham a ser definidas;



- c) Executar as obras necessárias à adaptação do edifício dos antigos escritórios da Metalúrgica Duarte Ferreira a Núcleo Museológico, bem como a assegurar a sua manutenção em boas condições internas e externas;
- d) Estruturar o apoio técnico ao funcionamento dos núcleos museológicos, nomeadamente no que respeita à criação de rotas de Touring abrangendo os diferentes núcleos museológicos, bem como, de outras ofertas turísticas associadas ao Núcleo Museológico;
- e) Assegurar a criação e manutenção de uma imagem comum a todos os Núcleos Museológicos promovendo a construção de uma identidade comum que, em simultâneo coloque em evidência as especificidades de cada Núcleo Museológico;
- f) Promover a interactividade entre os vários Núcleos Museológicos que compõem a Rede, potenciando os recursos materiais e humanos, bem como, a oferta de produtos turísticos a ela associados;
- g) Promover a formação/qualificação dos recursos humanos afectos à Rede Museológica em geral e ao Núcleo Museológico Industrial do Tramagal em particular;
- h) Promover a Divulgação dos diferentes produtos turísticos associados ao Núcleo Museológico Industrial do Tramagal, nomeadamente através do sítio na Internet e do Boletim Municipal.
- i) A pagar ou a devolver à Prediery o valor do IMI correspondente ao edifício cedido, que é 20% do valor do IMI do artigo matricial 96º, a que se refere a alínea a) donº 2 da cláusula sexta.

Cláusula Oitava
Reversão

1. Revertem automaticamente para a Diorama e Prediery as cedências descritas na cláusula sexta e todas e quaisquer outras cedências que estas venham a fazer no âmbito e objectivos previstos no presente Protocolo, no caso de se verificar qualquer uma das seguintes situações:

- a) Dissolução ou, por qualquer outra forma extinção da presente Rede de Parceria,



desde que não sejam aquelas entidades a dar-lhes causa fora das condições previstas no Protocolo;

- b) Falta ou alteração do uso das instalações para que se destinam no âmbito dos objectivos descritos neste Protocolo;
- c) Venda, dação em pagamento ou qualquer outra forma de alienação, oneração ou apreensão judicial ou administrativa do espólio da antiga Metalúrgica Duarte Ferreira, que constituirá o acervo do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal;
- d) Cessação ou substituição das actividades museológicas previstas no presente Protocolo;
- e) Abandono das instalações e do espólio museológico ou a sua degradação grave resultante de falta de manutenção e recuperação.

2. A alienação ou oneração das instalações e espólio a terceiros, por via contratual ou a integração do mesmo em garantia oferecida, ou nomeação à penhora ou disposição por outra figura similar que suponha a subtracção do mesmo ao uso a que está destinado por acto voluntário e unilateral por Diorama ou Predi erg fora do regime do protocolo, não deve ocorrer, enquanto os mesmos se mantiverem no Núcleo Museológico e pelo prazo referido no n.º 3.º da cláusula 6.ª.

Cláusula Nona Outras disposições

- 1.** Enquanto não for indispensável para exposição do espólio do Núcleo Museológico Industrial do Tramagal, o primeiro andar do edifício será utilizado para reuniões, conferências ou outros eventos culturais, ficando conferido à Diorama o direito de nele promover esses eventos e quaisquer outros que visem a dinamização da actividade industrial, sempre em articulação como Museu e a Freguesia.
- 2.** Nos folhetos promocionais e de divulgação do Museu ou das reuniões, conferências e eventos referidos no número anterior deverá figurar o logotipo do Grupo Diorama.



3. As partes outorgantes comprometem-se a desenvolver esforços no sentido de se proceder à separação jurídica e registral do edifício dos antigos escritórios da Metalúrgica Duarte Ferreira, a que se refere a alínea a) do nº 2 da cláusula 6ª deste protocolo.

Outorgado em Abrantes, a 26 de Abril de 2011, em três exemplares, com 7 páginas.

A Freguesia do Tramagal, representada pelo Presidente da Junta de Freguesia

(Victor Hugo Brás Vicente Cardoso)

A Diorama - Gestão e Participações, S.A

(Joaquim Gil Dias Amaro)

A Predierg - Empreendimentos, Comércio e Gestão Imobiliária SA

(Joaquim Gil Dias Amaro)

A Presidente da Câmara Municipal de Abrantes,

(Maria do Céu Albuquerque)

Anexo II - Questionários

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: _____

Idade: _____

Profissão/Cargo: _____

Naturalidade: _____

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim ____

Não ____

Não Sabe / Não Responde ____

Quais? _____

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente ____

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Porquê? _____

3) Pensa que o museu deve ser:

- a) Apenas expositivo ____
- b) Participativo e participado ____
- c) As 3 opções ____
- d) Nenhuma das opções anteriores ____

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente ____
Concordo ____
Discordo ____
Discordo totalmente ____
Não concordo nem discordo ____

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente ____
Concordo ____
Discordo ____
Discordo totalmente ____
Não concordo nem discordo ____

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Porquê? _____

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente ____

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?

Concordo totalmente ____

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?

Concordo totalmente ____

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Guião de Questionário

Questão	O que se pretende perceber
1) Conhece ou já visitou museus industriais? Quais?	Aferir o conhecimento do questionado sobre a existência de museus de temática industrial e de certo modo sobre o Turismo Industrial.
2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF? Porquê?	Aferir a opinião do questionado quanto à importância que atribui à MDF a ponto de considerar relevante ou não que se faça um museu sobre essa fábrica.
3) Pensa que o museu deve ser: a) Apenas expositivo; b) Participativo e participado; c) As 3 opções; d) Nenhuma das opções anteriores.	Aferir o tipo de museu que o questionado pretende, mais prefere. Se um museu clássico puro, se um museu na vertente que aqui propomos nesta dissertação.
4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?	Reforçar a ideia do tipo de museu que o questionado pretende, além de perceber quais as atividades que o fariam frequentar o museu.
5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria mais assiduamente o museu?	Aferir se o questionado considera importante a existência de programação museológica no sentido de tornar o museu um local intercultural e intergeracional.
6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?	Aferir se o questionado considera possível e importante a dinâmica e o convívio organizacional entre a entidade museológica e as outras associações locais.
7) Como acha que se deveria chamar o museu? Porquê?	Aferir a opinião do questionado quanto à preferência do nome a dar ao museu, chegando assim a uma conclusão da relevância da utilização do nome MDF constar ou não no nome e assim concluir qual o nome mais adequado e mais bem aceite pela população local e/ou pelos interessados neste espólio.
8) Faria uso, divulgaria o seu <i>merchandising</i> ou seja, o que se vende na Loja do Museu? (Principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?)	Perceber se há espaço para a venda de <i>merchandising</i> do museu, se este teria boa aceitação, principalmente se este usasse a marca da MDF, a borboleta, possibilitando assim aferir quanto à importância dada a essa marca.

<p>9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?</p>	<p>Aferir a disponibilidade, abertura do questionado à doação ou cedência de eventual espólio da MDF que possa ter, no sentido do seu estudo, preservação e divulgação.</p>
<p>10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?</p>	<p>Aferir o grau de identificação do questionado com este museu.</p>

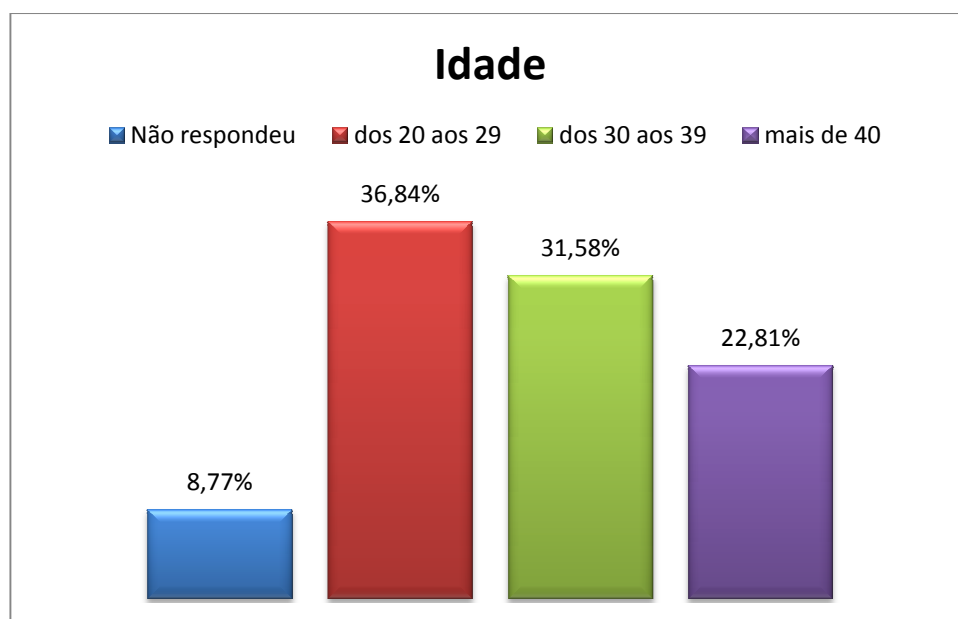
Resultados dos questionários realizados através do *Survey Monkey*

Idade

Opções de resposta:

Não respondeu	5	8,77%
dos 20 aos 29	21	36,84%
dos 30 aos 39	18	31,58%
mais de 40	13	22,81%

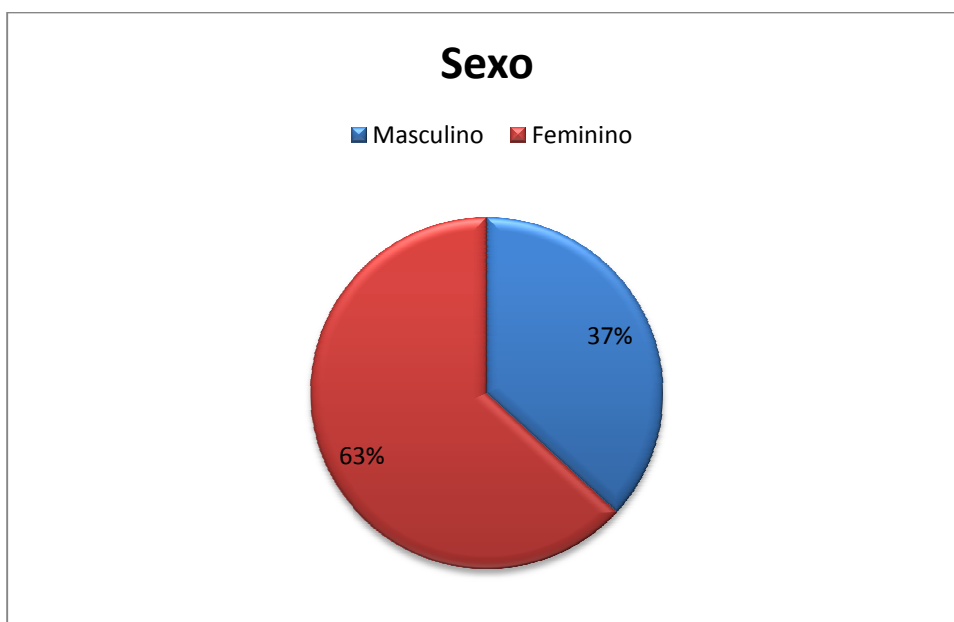
Total 57



Sexo

Opções de resposta:

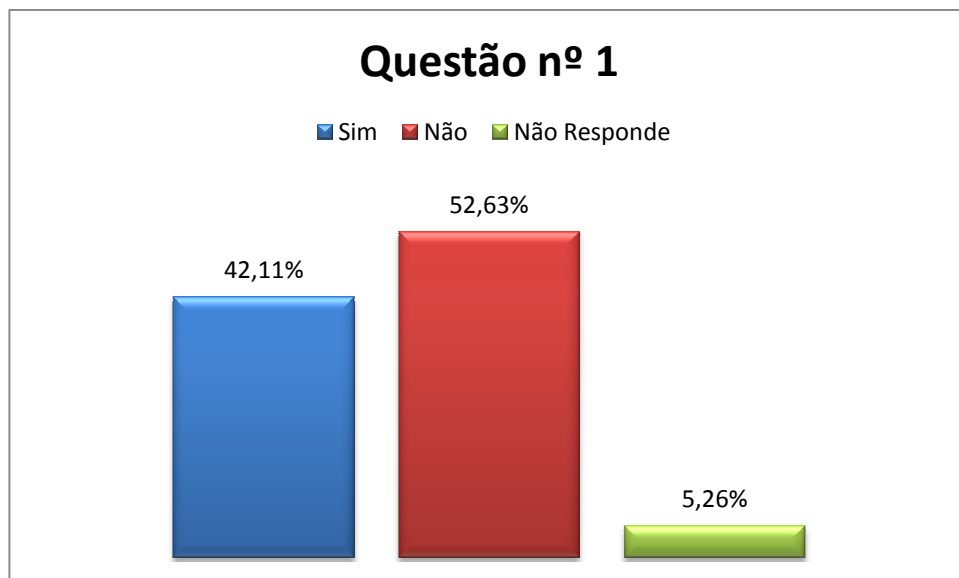
Masculino	21	36,84%
Feminino	36	63,16%
Total	57	



1. Conhece ou já visitou museus industriais?

Opções de resposta:

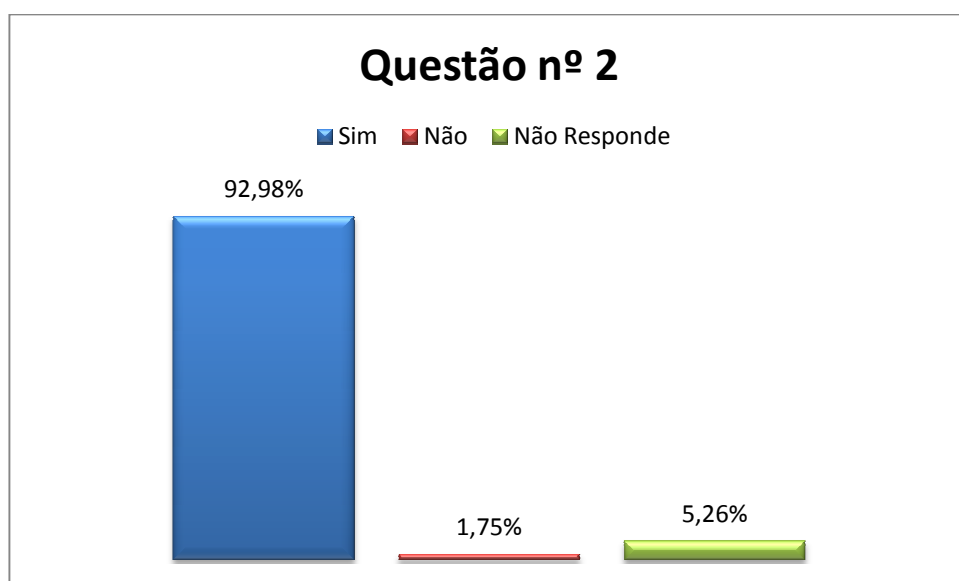
Sim	24	42,11%
Não	30	52,63%
Não Responde	3	5,26%
Total	57	



2. Acha importante que se faça um museu da MDF?

Opções de resposta:

Sim	53	92,98%
Não	1	1,75%
Não Responde	3	5,26%
Total	57	

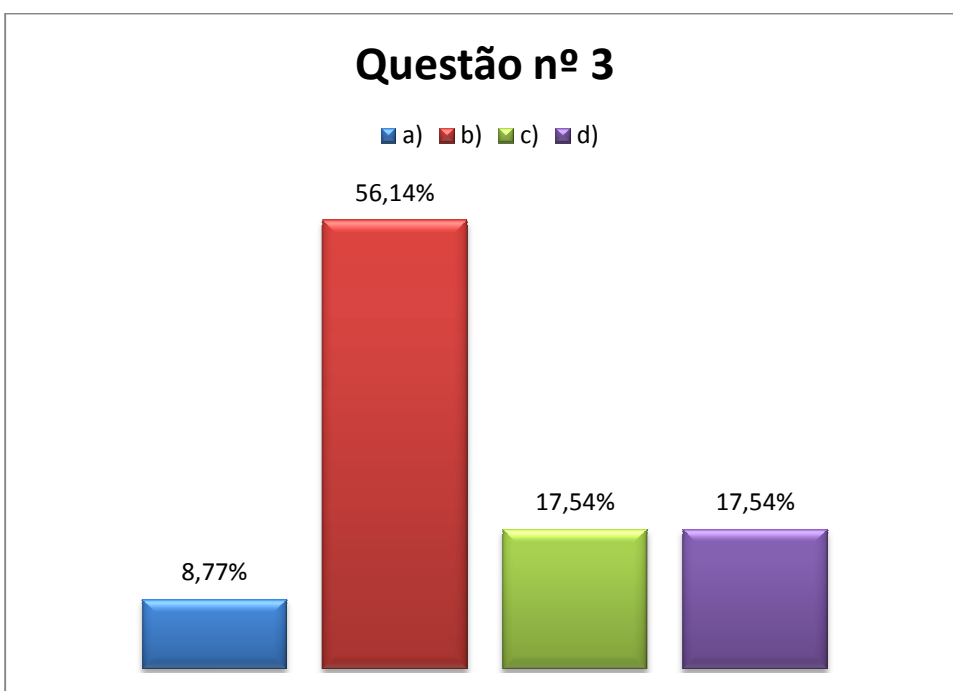


3. Pensa que o museu deve ser: a) Apenas expositivo b) Participativo e participado c) As 3 opções d) Nenhuma das opções anteriores

Opções de resposta:

a)	5	8,77%
b)	32	56,14%
c)	10	17,54%
d)	10	17,54%

Total 57



4. Como acha que se deveria chamar o museu? Porquê?

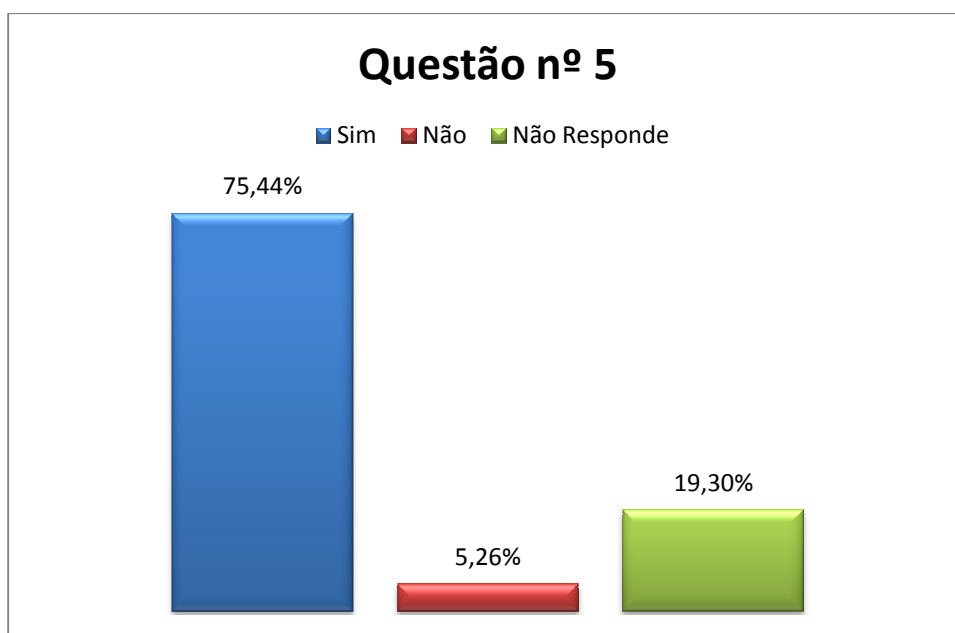
Nome	N.º de Respostas
Não Respondeu	20
Tramagalense	1
Tramagal e os seus feitos	1
Museu Eduardo Duarte Ferreira	2
Museu "A Borboleta"	3
Tramagal Metalúrgico	1

Museu TramaIndustrial	1	
Núcleo Museológico Industrial do Tramagal	1	
Museu da Metalurgia	1	
Regresso ao passado metalúrgico	1	
Museu Octávio Duarte Ferreira	1	
Museu Metalúrgica Duarte Ferreira	10	
"A Forja"	1	
MDF Tramagal	2	
Núcleo Museológico de Metalúrgica Duarte Ferreira	1	
Museu Metalúrgico de Tramagal	1	
Museu da Metalurgia e da MDF	1	
Museu Metalúrgico Duarte Ferreira	1	
Núcleo Museológico Metalúrgica Duarte Ferreira	1	
"Nas asas da Borboleta"	1	
Núcleo Museológico e Centro de Interpretação da Metalúrgica Duarte Ferreira	1	
Museu Duarte Ferreira	1	
Centro de Curiosidades Metalúrgicas	1	
Museu de Tramagal	1	
Eduardo Duarte Ferreira - MDF a História	1	
TOTAL:	57	100,00%
A verde estão os nomes que têm derivações com o nome "Metalúrgica Duarte Ferreira"	6	10,53%
Museu Metalúrgica Duarte Ferreira	10	17,54%
Somatório das anteriores, pois destacam a importância de constar o nome "Metalúrgica Duarte Ferreira" de alguma forma no nome do museu	16	28,07%
Não Respondeu	20	35,09%

5. Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Opções de resposta:

Sim	43	75,44%
Não	3	5,26%
Não Responde	11	19,30%
Total	57	



6. Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Respostas dadas:
História
Principalmente atividades para as crianças e jovens, através das escolas da região.
Exposições fora do espaço físico, promoções, expedições...
Boa comunicação, imagem; Passatempos lúdicos;
Sessões lúdicas e explicativas de variados temas ligados à arte e à história, tanto para os mais jovens como para os mais idosos.

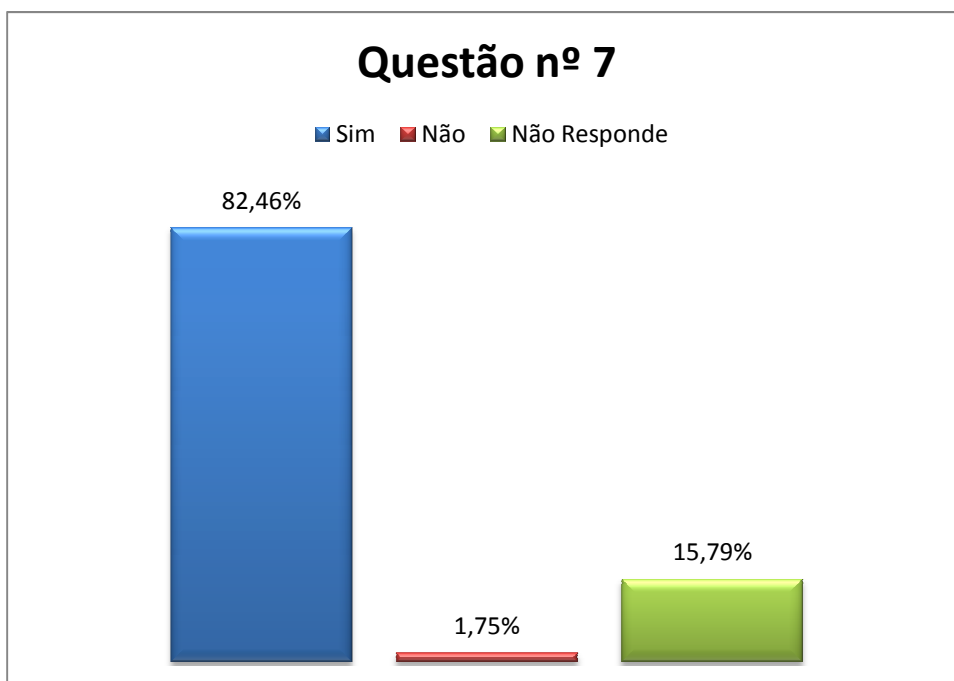
Lúdicas, culturais e que por exemplo, dessem a conhecer às crianças o que outrora foi a MDF
Palestras, <i>workshops</i>
Por exemplo uma vez por ano recriar o q se fazia na fábrica como se faz hoje as feiras medievais, é uma forma de "mostrar" a nossa historia de forma lúdica.
<i>Atelier e Workshops</i>
<i>Workshops</i> de metalurgia, gestão de empresas, que eventualmente colaborassem com o IEFP, no âmbito de criar estágios profissionais e promovesse a diminuição do desemprego no Tramagal.
Apresentação de exposições (pintura, artes plásticas, etc.) de conterrâneos. Exposições de artigos de outras metalúrgicas, dentro da mesma década.
Todas as que a empresa fez –Ilustrar
Partilha de histórias de vida, atividades em que se ensinem a fazer trabalhos manuais, como trabalhar o ferro etc.
Atividades experimentais metalúrgicas e de trabalho envolvente.
Englobar visitas de estudo
Não ter caracter apenas expositivo mas contemplar uma programação anual de atividades (seminários, workshops...)
Para além da indústria, deveria ter também uma parte dedicada à freguesia (cultura, artesanato, etc.)
Todas as que puder trazer desenvolvimento e convívio á freguesia. Podiam dar cursos de torneiros, mecânicos, soldadores... <i>workshops</i> , exposições, concursos, feiras...
Expor artigos MDF e seus processos de fabrico por ordem cronológica, relatar a história destes no enquadramento da indústria portuguesa
Sobretudo atividades de carater expositivo, de carater interativo, eventualmente com a participação da população local (por exemplo testemunhos das pessoas que viveram e trabalharam)...
Exposição permanente, <i>workshops</i> com alunos de escolas básicas e secundárias, filmes com evolução da maquinaria agrícola
Todas as artes tradicionais ligadas à MDF e outras como a música e a dança.
Escola de artesanato/oficina de ferro forjado. Esta oficina trataria de organizar exposições e funcionando em cooperativa poderia colocar produtos de decoração únicos no mercado europeu.
Mostrar a humildade de um Grande Senhor EDUARDO DUARTE FERREIRA
Toda a Historia da MDF e todos os valores de Tramagal.
Várias atividades relacionadas com a Metalúrgica

Todas as que tenham a ver com a grandiosidade da MDF sem esquecer os recursos humanos envolvidos.
Palestras temáticas. Convívios intergeracionais.
Alguém com conhecimento, para informar como se construíam algumas daquelas máquinas, naquela época e a sua utilidade e funcionamento.
Tudo relacionado com o fim do mesmo Museu e as suas obras.
Ligação com as escolas - do básico às universidades - e ser polo de uma rede de interessados pela metalomecânica, incluindo artesãos

7. Faria uso, divulgaria o seu merchandising ou seja, o que se vende na Loja do Museu? (Principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?)

Opções de resposta:

Sim	47	82,46%
Não	1	1,75%
Não Responde	9	15,79%
Total	57	

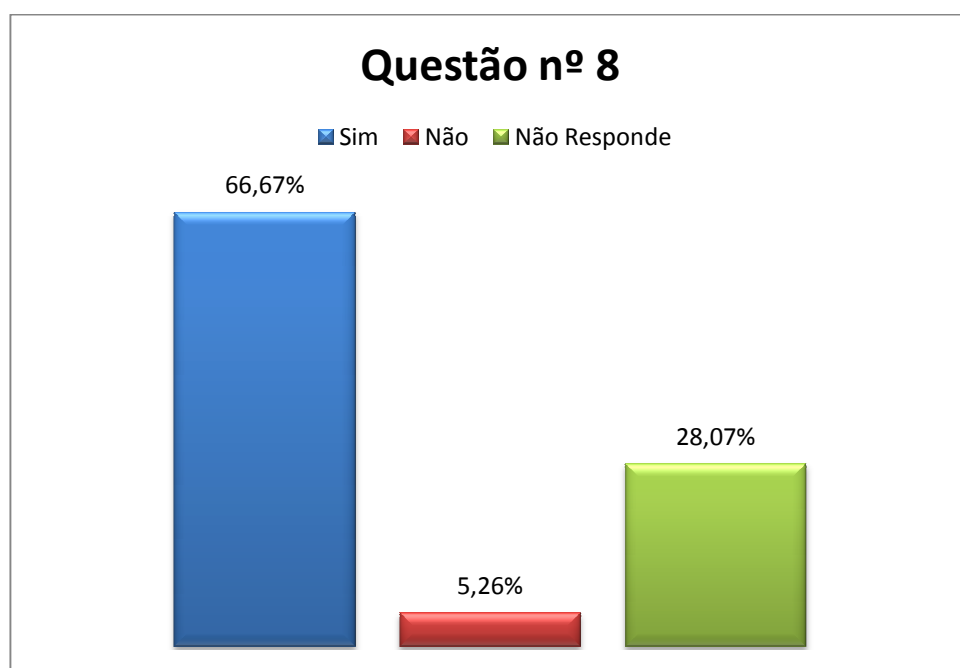


8. Se tiver artigos da antiga MDF em casa ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?

Opções de resposta:

Sim	38	66,67%
Não	3	5,26%
Não Responde	16	28,07%

Total 57



Respostas aos 10 questionários realizados a pessoas que pela sua profissão ou posição social têm uma opinião que tem relevância e influência na sociedade.

Respostas de Emílio Caetano Serra – Professor aposentado e grande impulsor cultural dos mais jovens.

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Emílio Caetano Serra

Idade: 72 anos

Profissão/Cargo: Professor aposentado (História)

Naturalidade: Mação – Casal da Barca Pouca

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim ____

Não X

Não Sabe / Não Responde ____

Quais?

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Porquê? A MDF desempenhou, quer a nível local, quer a nível nacional um papel de enorme relevância na indústria do séc. XIX e no séc. XX. Os Duarte Ferreira não foram simplesmente gente ligada à indústria, mas inseriram-se na sociedade a que, aliás, pertenciam. Note-se, como exemplo, que o Tramagal possuiu um Centro Médico de elevado valor (Maternidade, cuidado médicos especializados, Raio-X e outros equipamentos indispensáveis à época). Deve-se-lhes a existência de duas coletividades de cultura e recreio que deram à então aldeia um enorme grau cultural no campo musical e teatral. O desporto também não foi esquecido, sendo que a equipa de futebol chegou a atingir a 2ª Divisão Nacional da época, não ascendendo à 1ª Divisão por essa ascensão ser de elevados custos. O atletismo foi também, de certo modo, uma das forças do ecletismo desportivo Tramagalense. Em 1 de Janeiro de 1975 Manuel Lopes e Emílio Serra (eu próprio), dirigiram-se à habitação do Sr. Octávio Duarte Ferreira que os recebeu e lhes garantiu que em nome da família doaria um terreno onde seria construída uma nova escola, que mais tarde havia de ter o seu nome. Desconheço as intenções com que foi permitida a realização do 1º de Maio todos os anos em Tramagal, aqui, como em todas as pequenas aldeias e grandes cidades havia representantes da PIDE.

3) Pensa que o museu deve ser:

- a) Apenas expositivo ____
- b) Participativo e participado ____
- c) As 3 opções X
- d) Nenhuma das opções anteriores ____

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

O museu deve permitir um acesso fácil a quanto o quiserem visitar. Um museu destas características deve conter todos os exemplos de instrumentos que permitiram que a MDF fosse conhecida por todo o país, principalmente a nível de alfaias agrícolas. Um verdadeiro museu deve, em qualquer momento procurar dinamizar-se através de workshops, debates, conferências, exposições vindas do exterior. Como deficiente visual, gostaria que as peças em exposição estivessem etiquetadas em braile, ou, se preferiram, fosse feito um livro com a explicação de cada uma delas.

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

- Concordo totalmente X
- Concordo ____
- Discordo ____
- Discordo totalmente ____
- Não concordo nem discordo ____

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

- Concordo totalmente X
- Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Museu Eduardo Duarte Ferreira.

Porquê? Não foi Eduardo Duarte Ferreira um homem de alma grande, capaz de fazer nascer uma empresa da grandeza que a MDF atingiu?

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de José Filipe dos Santos Maximiano Reformado, ex-funcionário da MDF e pessoa estimada na localidade por ser conhecedor e historiador amador da história do Tramagal

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lúgia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: José Filipe dos Santos Maximiano

Idade: 67 anos

Profissão/Cargo: Reformado

Naturalidade: Tramagal

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim X

Não ____

Não Sabe / Não Responde ____

Quais? Industriais só por revistas e programas de TV. Um que gostaria de visitar era o Museu da Eletricidade.

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Porquê? Tratou-se de um grandioso e impressionante conjunto fabril que dignificou uma Terra, valorizou a indústria e honrou o País. Obra de um homem que o sonhou e concretizou, cuja memória merece o maior respeito e a mais larga admiração.

3) Pensa que o museu deve ser:

a) Apenas expositivo ____

b) Participativo e participado ____

c) As 3 opções X

d) Nenhuma das opções anteriores ____

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Das muitas que certamente se deverão desenvolver, gostaria particularmente, que no museu ou nas escolas, um grupo de trabalho desse a conhecer, principalmente aos mais novos a vida e obra de Eduardo Duarte Ferreira e seus seguidores. Torna-se necessário não

deixar cair no esquecimento que em Tramagal existiu uma das maiores empresas do País e até do Mundo.

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Museu ou Núcleo tanto faz desde que conste o nome DUARTE FERREIRA.

Porquê? Tenho mil e uma razões. Permita-me mas só quem não conhece minimamente a história da família DUARTE FERREIRA, poderá opinar outro nome. Peço desculpa mas só por ignorância ou má-fé. Os DUARTE FERREIRA são o Tramagal e o Tramagal é os DUARTE FERREIRA. Viveram e ainda vivem para esta aldeia. A nível social, cultural, desportivo está esta família sempre ligada DUARTE FERREIRA e a Borboleta eram o Tramagal. Todo o País e não só conhecia ou ouvia falar de Tramagal. Mais tarde a Berliet incorporou o nome Tramagal e longe da sua terra muitos tramagalenses a sentiram perto com o nome dela nas viaturas. E quem não conhecia o Tramagal da lavoura ficou a

conhecer da viatura. Que mais justa homenagem podem prestar lembrando hoje e sempre os DUARTE FERREIRA

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de Bruno Miguel Rodrigues Abreu - Estagiário no Centro de Dados da Defesa do Ministério da Defesa Nacional e presidente da Associação Juvenil Cistus

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Bruno Miguel Rodrigues Abreu

Idade:31

Profissão/Cargo: Estagiário no Centro de Dados da Defesa do Ministério da Defesa Nacional

Naturalidade: Tramagal

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim ___

Não ___

Não Sabe / Não Responde X

Quais?

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente ___

Concordo X

Discordo ___

Discordo totalmente ___

Não concordo nem discordo ___

Porquê? Principalmente porque faz parte da história do Tramagal com um peso bastante significativo não só na comunidade Tramagalense bem como a nível nacional com a empregabilidade de largas centenas de pessoas bem como na produção que ainda nos dias de hoje são utilizados.

3) Pensa que o museu deve ser:

a) Apenas expositivo ___

b) Participativo e participado ___

c) As 3 opções _X_

d) Nenhuma das opções anteriores ___

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Uma das principais actividades é a história da própria MDF, desde o início aos dias actuais, com os vários objectos fabricados, para onde foram comercializados, com expositores repletos de imagens e as respectivas legendas. Deverá também conter videos com imagens soltas e imagens estruturadas de maneira a haver um seguimento histórico da MDF. A criação de um documentário cultural e histórico da MDF e o impacto com a comunidade local.

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente X

Concordo

Discordo

Discordo totalmente

Não concordo nem discordo

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente X

Concordo

Discordo

Discordo totalmente

Não concordo nem discordo

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Porquê?

- 8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?**

Concordo totalmente X
Concordo
Discordo
Discordo totalmente
Não concordo nem discordo

- 9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?**

Concordo totalmente X
Concordo
Discordo
Discordo totalmente
Não concordo nem discordo

- 10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?**

Concordo totalmente X
Concordo
Discordo
Discordo totalmente
Não concordo nem discordo

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de Mário Rui Lourenço Fonseca – Jornalista do Jornal de Abrantes; Radialista na Antena Livre e Proprietário do “Borboleta Café-Clube”

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lúcia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Mário Rui Lourenço Fonseca

Idade: 46

Profissão/Cargo: Jornalista

Naturalidade: Marinha Grande

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim

Não

Não Sabe / Não Responde

Quais? Museu Nacional Ferroviário

Museu da Industria Baleeira

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente

Concordo

Discordo

Discordo totalmente

Não concordo nem discordo

Porquê? Para a preservação, estudo, recolha e divulgação do legado histórico do industrial Eduardo Duarte Ferreira, nascido em Tramagal; para que as várias gerações, atuais e vindouras, possam melhor conhecer um período áureo e inovador da metalurgia em Portugal; para que se possa dar a conhecer o exemplo do trabalho desenvolvido por um homem simples ao nível laboral formativo, no empreendedorismo e inovação; para escrever a história de forma completa e duradoura, numa lógica de conhecimento da evolução da metalurgia e fundição em Portugal; para conhecer e dar a conhecer as preocupações e iniciativas pioneiras ao nível assistencialista e de âmbito social, como sejam a criação da primeira Caixa de Previdência nacional, a criação de uma Cooperativa para os trabalhadores, o apoio à criação de coletividades de cultura, desporto e recreio, entre outras.

Pensa que o museu deve ser:

- a) Apenas expositivo ____
- b) Participativo e participado X
- c) As 3 opções ____
- d) Nenhuma das opções anteriores ____

3) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Para além do óbvio espaço expositivo, penso que seria importante a dinamização do espaço com a realização de palestras ligadas à essência do Museu, convidando profissionais, historiadores e antigos funcionários da MDF. A realização de tertúlias, criação espaço multimédia, lançamento de livros e promoção de exposições diversas, entre outros.

4) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

- Concordo totalmente X
- Concordo ____
- Discordo ____
- Discordo totalmente ____
- Não concordo nem discordo ____

5) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

- Concordo totalmente X
- Concordo ____
- Discordo ____
- Discordo totalmente ____
- Não concordo nem discordo ____

6) Como acha que se deveria chamar o museu?

Museu Industrial do Tramagal

Porquê? -

7) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente

Concordo

Discordo

Discordo totalmente

Não concordo nem discordo

8) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?

Concordo totalmente

Concordo

Discordo

Discordo totalmente

Não concordo nem discordo

9) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?

Concordo totalmente

Concordo

Discordo

Discordo totalmente

Não concordo nem discordo

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de Isilda Jana – professora na escola Octávio Duarte Ferreira de Tramagal e responsável pelo projeto MIAA.

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira – proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Isilda Jana

Idade: 56 anos

Profissão/Cargo: Professora

Naturalidade: Abrantes

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim

Não ____

Não Sabe / Não Responde ____

Quais?

- Museu da eletricidade Lisboa
- Museu de Portimão Fábrica de Conservas la Rose
- Ecomuseu do Seixal vários núcleos
- Museu baleeiro Ilha do Pico
- Museu do sabão Belver

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente ____

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Porquê? A MDF tem uma história muito importante. Foi uma das grandes industriais nacionais, foi a grande empregadora da região, marcou decisivamente a povoação que viu crescer o empreendimento ao longo do séc. XIX e XX e continua muito presente na vida daquele núcleo urbano.

Existe ainda um espólio muito interessante, quer material, quer imaterial, que importa salvaguardar e se não se fizer o museu acaba por perder-se esse património.

3) Pensa que o museu deve ser:

- a) Apenas expositivo ____
- b) Participativo e participado ____
- c) As 3 opções ____
- d) Nenhuma das opções anteriores ____

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

- Exposição permanente;
- Investigação e salvaguarda da memória ainda viva;

- Exposições temporárias;
- Conversas/ debates;
- Serviço educativo

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente ___
Concordo ___
Discordo ___
Discordo totalmente ___
Não concordo nem discordo ___

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente ___
Concordo ___
Discordo ___
Discordo totalmente ___
Não concordo nem discordo ___

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Núcleo Museológico da MDF - Metalúrgica Duarte Ferreira

Porquê? Porque é a Metalúrgica Duarte Ferreira que dá a identidade ao museu. Além disso a MDF é uma marca muito importante e conhecida que não deve ser desperdiçada. Para quê inventar o que já está inventado?

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente ___

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

- 9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?**

Concordo totalmente __X__

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

- 10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?**

Concordo totalmente _X_

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de Ana Maria Dias – Vice-presidente da Junta de Freguesia de Tramagal e pessoa bastante envolvida em diversos projetos de cariz social e cultural na comunidade

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Ana Maria Dias

Idade: 45 anos

Profissão/Cargo: Vice-presidente da Junta de Freguesia de Tramagal

Naturalidade: Tramagal

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim ____

Não X

Não Sabe / Não Responde ____

Quais?

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Porquê? Para poder levar de novo o Tramagal ao mundo todo.

3) Pensa que o museu deve ser:

a) Apenas expositivo ____

b) Participativo e participado ____

c) As 3 opções X

d) Nenhuma das opções anteriores ____

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Expor o espólio da MDF poder também mostrar peças de outros locais e de outras individualidades. Poder trazer antigos trabalhadores a partilhar com todos a história das suas vidas.

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Tramagal Museu Met. Duarte Ferreira (utilizando a Borboleta como símbolo).

Porquê? Porque acho importante o nome ter a localidade, ter o nome de quem construiu a fábrica em questão e o símbolo que também sempre se utilizou durante a vida da empresa.

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

- 9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?**

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

- 10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?**

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de Victor Hugo Cardoso- Presidente da Junta de Freguesia de Tramagal

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Victor Hugo Brás Vicente Cardoso

Idade: 52 anos

Profissão/Cargo: Presidente da Junta de Freguesia de Tramagal

Naturalidade: Crucifixo - Tramagal

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim

Não

Não Sabe / Não Responde

Quais? Museu dos Lanifícios Covilhã.

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente

Concordo

Discordo

Discordo totalmente

Não concordo nem discordo

Porquê? Pela importância que esta fábrica teve para a história e desenvolvimento industrial, social e urbano no Tramagal, mas também pela importância que ela teve para a indústria a nível nacional. É muito importante que se faça este museu.

3) Pensa que o museu deve ser:

a) Apenas expositivo

b) Participativo e participado

c) As 3 opções

d) Nenhuma das opções anteriores

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Exposições variadas, *workshops*, palestras, atividades ligadas à dinamização e desenvolvimento da cultura e artesanato locais, atividades com as escolas, etc.

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Museu Eduardo Duarte Ferreira.

Porquê? Por ele ser o símbolo da fundação da MDF e do Tramagal industrial pela importância que teve no meio industrial nacional, como forma de homenagem e reconhecimento pelo homem inspirador que ele foi.

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de Vânia Grácio - Assistente Social e presidente da Associação Vidas Cruzadas em Tramagal

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Vânia Grácio

Idade: 29 anos

Profissão/Cargo: Assistente Social / Diretora Técnica Assoc. Vidas Cruzadas - Tramagal

Naturalidade: Tramagal

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim ____

Não ____

Não Sabe / Não Responde X

Quais?

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Porquê? Pela importância que teve para o Tramagal e para o País.

3) Pensa que o museu deve ser:

a) Apenas expositivo ____

b) Participativo e participado ____

c) As 3 opções X

d) Nenhuma das opções anteriores ____

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Partilha da história da MDF, exposição do espólio, realização de tertúlias com ex trabalhadores, etc..

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente ____

Concordo X

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

MDF tramagal.

Porquê? Julgo importante a presença do nome Tramagal na descrição do museu.

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente ____

Concordo X

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

- 9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?**

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

- 10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?**

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de Manuel Estrela Gonçalves Pio - Reformado / Presidente ARTRAN (Antigo funcionário do serviço de pessoal da MDF)

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Manuel Estrela Gonçalves Pio

Idade: 67 anos

Profissão/Cargo: Reformado / Presidente ARTRAN (Serviço de Pessoal da MDF)

Naturalidade: Gavião

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim X

Não ____

Não Sabe / Não Responde ____

Quais? Museu da Vista Alegre (e fábrica)

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Porquê? Porque a empresa foi importante e de grandeza nacional além de que tem um vasto e valioso espólio que deve ser colocado ao serviço e à visita da população e de outras pessoas.

3) Pensa que o museu deve ser:

a) Apenas expositivo ____

b) Participativo e participado ____

c) As 3 opções X

d) Nenhuma das opções anteriores ____

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Atividades com as crianças, exposições temporárias (para que as crianças saibam o que foi a MDF).

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente ____

Concordo X

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Museu Metalúrgica Duarte Ferreira.

Porquê? Pela importância da MDF e porque o espólio e a razão de ser do museu é essa fábrica. Não faz sentido ser de outra forma.

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

- 9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?**

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

- 10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?**

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Respostas de Eurico Lopes da oliveira Jacob - Reformado (Antigo chefe de serviço Caixa de Previdência do Pessoal da MDF)

QUESTIONÁRIO

Questionário no âmbito da Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural com o tema nas áreas da arqueologia e turismo industriais e com o título “Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização”, realizada na Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Tomar.

Mestranda: Dr.^a Lígia Marques

Orientador: Doutor Luís Mota Figueira

Coorientador: Doutor José Cordeiro

Selecione a opção que considerar mais correta, sendo que a opção “concordo totalmente” significa que está inteiramente de acordo; a opção “concordo”, significa que está medianamente de acordo; a opção “discordo totalmente”, significa que está inteiramente em desacordo; a opção “discordo”, significa que discorda medianamente e a opção “não concordo / nem discordo”, significa que a questão lhe é indiferente.

Identificação do Questionado:

Nome: Eurico Lopes da oliveira Jacob

Idade: 92 anos

Profissão/Cargo: Reformado (Chefe de Serviço Caixa de Previdência do Pessoal da MDF)

Naturalidade: Tramagal

1) Conhece ou já visitou museus industriais?

Sim ____

Não X

Não Sabe / Não Responde ____

Quais?

2) Acha importante que se faça um museu sobre a MDF?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

Porquê? Reconhecimento ao homem que foi o Eduardo Duarte Ferreira.

3) Pensa que o museu deve ser:

a) Apenas expositivo X

b) Participativo e participado ____

c) As 3 opções ____

d) Nenhuma das opções anteriores ____

4) Para si quais as principais atividades que o museu deverá desenvolver?

Exposições.

5) Se o museu tivesse atividades lúdicas, culturais e promovesse o convívio, a arte e o artesanato locais frequentaria o museu?

Concordo totalmente X
Concordo ____
Discordo ____
Discordo totalmente ____
Não concordo nem discordo ____

6) Pensa que o museu deverá “abrir as portas” às associações locais?

Concordo totalmente X
Concordo ____
Discordo ____
Discordo totalmente ____
Não concordo nem discordo ____

7) Como acha que se deveria chamar o museu?

Museu Metalúrgica Duarte Ferreira ou qualquer “coisa” desde que evoque a MDF e a família Duarte Ferreira.

Porquê? Porque esta terra deve a Eduardo Duarte Ferreira e à sua iniciativa o que é hoje e ele empregou o que ganhava em prol do desenvolvimento da indústria e da comunidade.

8) Faria uso, divulgaria o seu *merchandising* ou seja, o que se vende na Loja do Museu, principalmente se este usasse e divulgasse a marca da MDF, a borboleta?

Concordo totalmente X
Concordo ____
Discordo ____
Discordo totalmente ____
Não concordo nem discordo ____

9) Se tivesse artigos da antiga MDF em casa, ponderaria cedê-los, mediante empréstimo devidamente formalizado, ao museu para uma exposição temporária ou enriquecimento da exposição permanente?

Concordo totalmente X

Concordo ____

Discordo ____

Discordo totalmente ____

Não concordo nem discordo ____

10) Tendo em conta as suas respostas anteriores, recomendaria o museu da MDF a visitantes/turistas?

Concordo totalmente X

Concordo ____

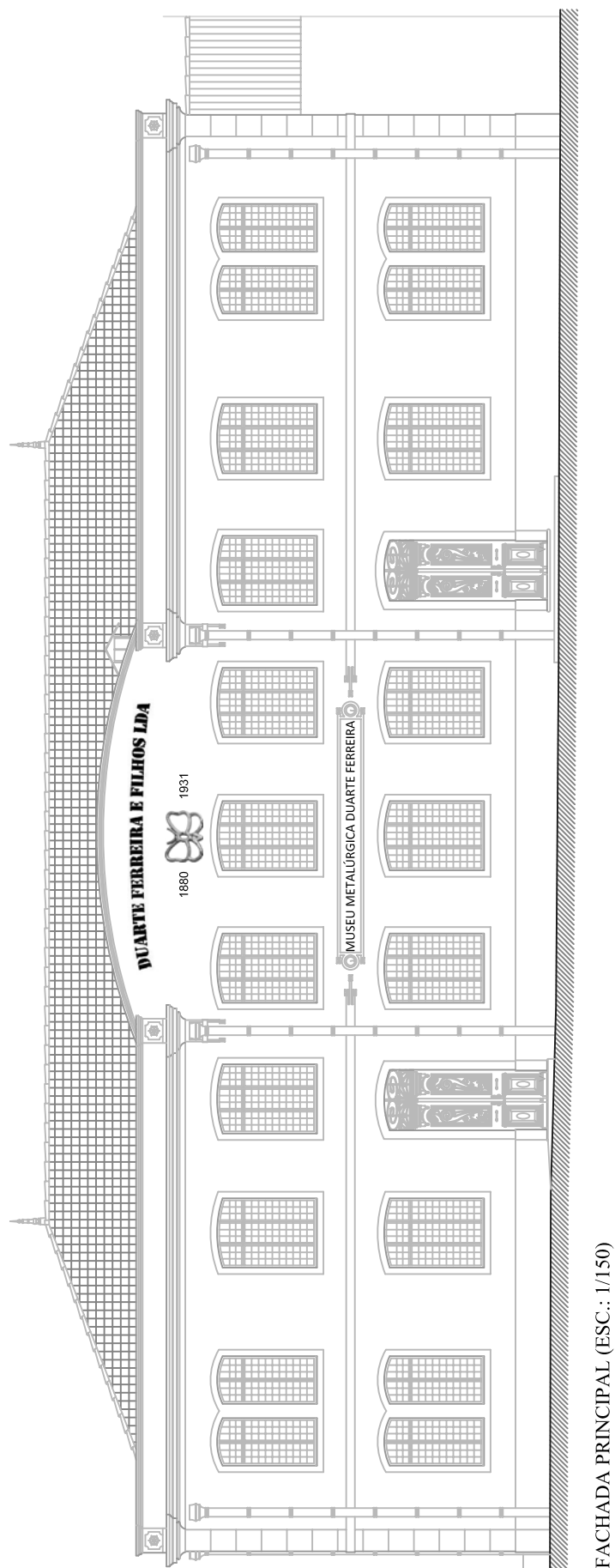
Discordo ____

Discordo totalmente ____

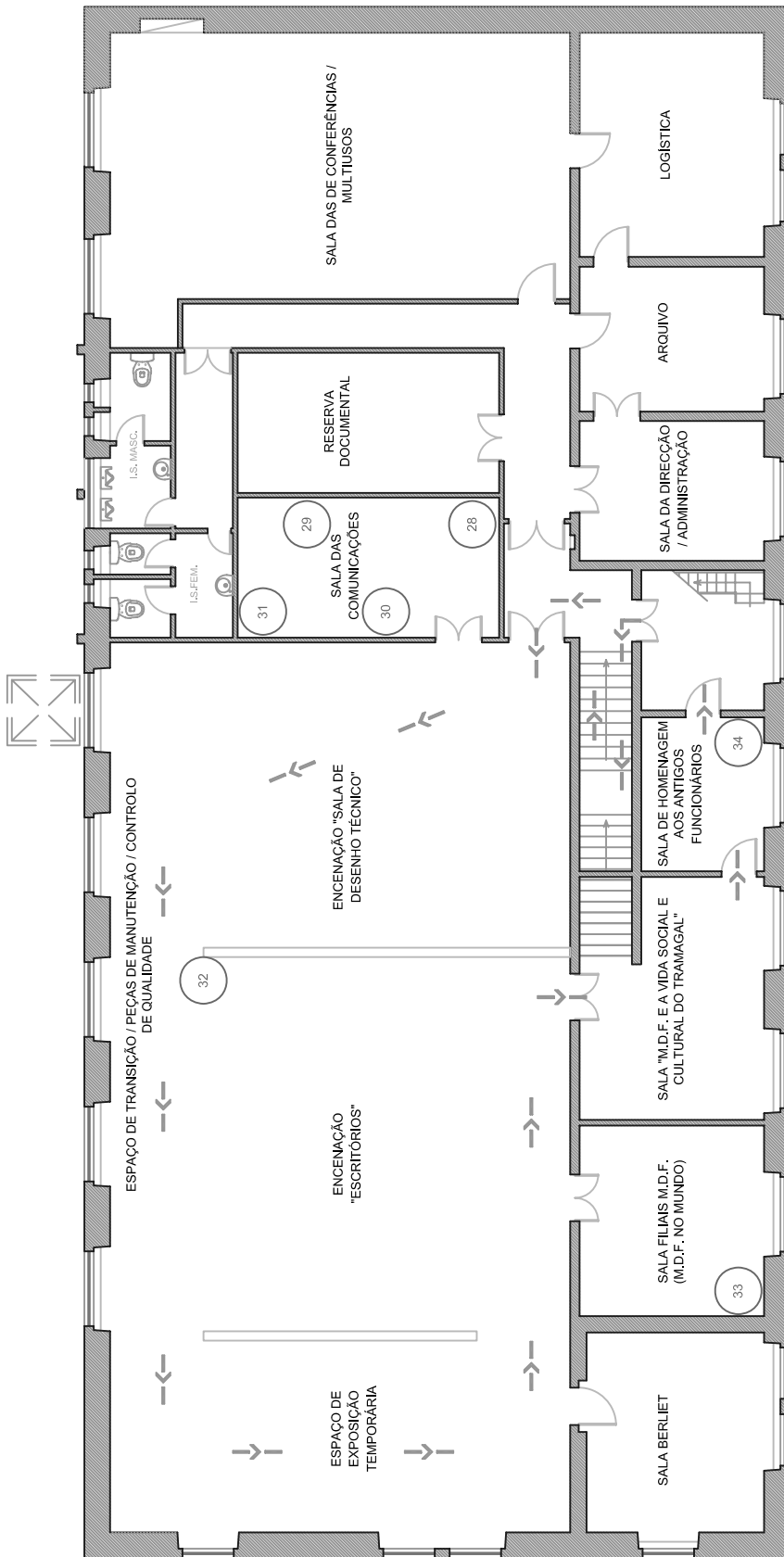
Não concordo nem discordo ____

Obrigada pela sua colaboração.

Anexo III – Projetos arquitetónicos e museográficos da proposta



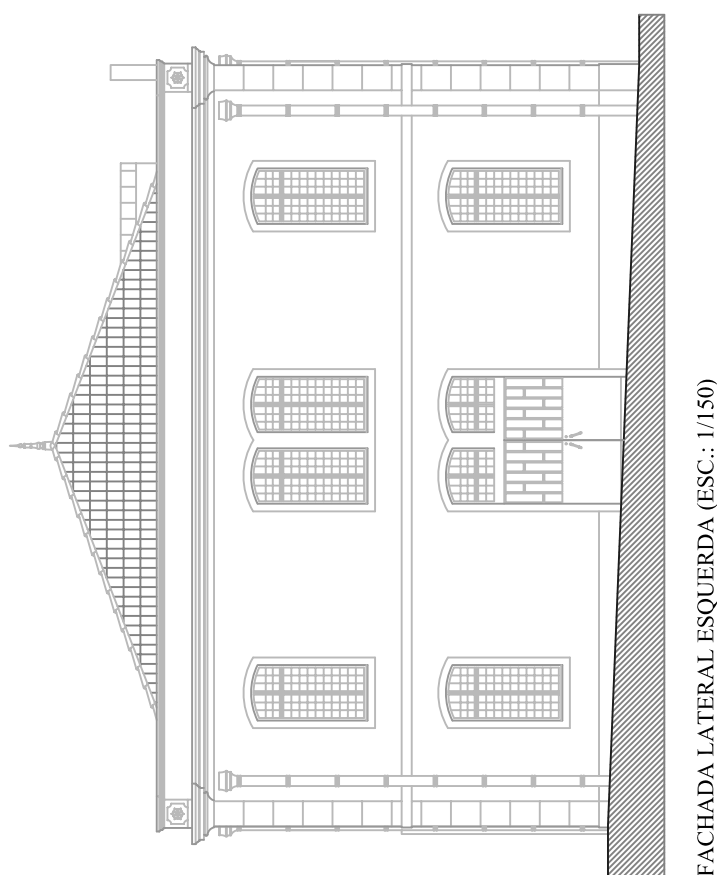
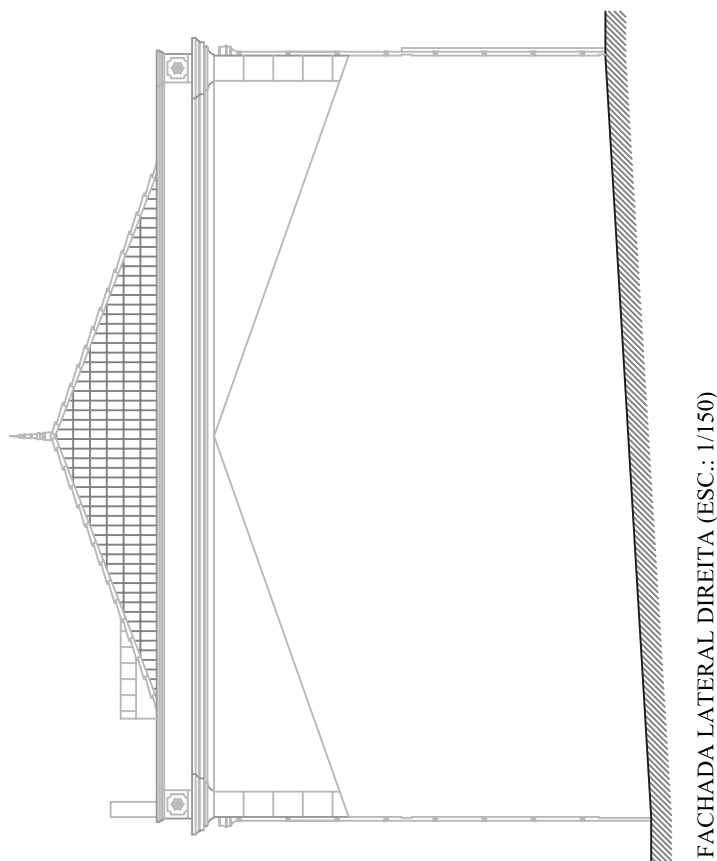
FACHADA PRINCIPAL (ESC.: 1/150)

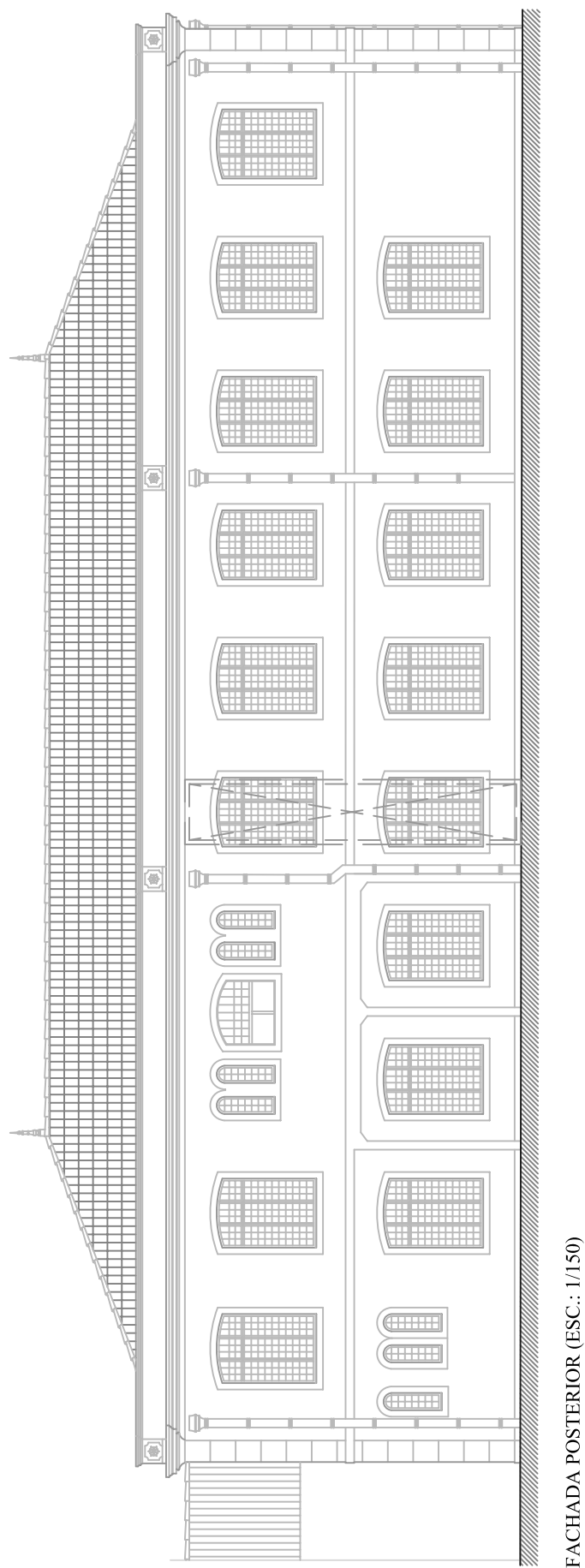


PLANTA DO PISO 1 (ESC.: 1/150)

LEGENDA:

- ②8 TRIPÉ DE MÁQUINA FOTOGRÁFICA
- ②9 TELEX
- ③0 MÁQUINAS FOTOGRÁFICAS
- ③1 MÁQUINA DE TIPOGRAFIA
- ③2 RELÓGIO DE PONTO 2
- ③3 ESMALTADOS
- ③4 TAÇAS PRÊMIOS





Anexo IV - Programa e Comunicação na Mesa Redonda realizada no âmbito desta Dissertação de Mestrado

MESA REDONDA

A MDF E A ARQUEOLOGIA INDUSTRIAL NO MÉDIO TEJO

15 outubro 2013 // 14h00
Instituto Politécnico de Tomar // Sala B262

14h00 // Abertura
/ Boas vindas aos Participantes
Diretora da Escola Superior de Gestão de Tomar
Professora Coordenadora Dr.ª Maria da Conceição de Jesus Fortunato

/ Apresentação da Mesa-Redonda
Diretor do Curso de Mestrado de Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural:
Professor Coordenador Doutor Luís Mota Figueira
Coordenação dos trabalhos
Diretor de Curso

14h15 // Arqueologia Industrial e o Inventário das UTM no Vale do Tejo
Doutor Jorge Custódio
Investigador do Instituto de História Contemporânea e Professor da Universidade Nova de Lisboa

14h30 // Abordagem à Hipótese de Musealização do Espólio da MDF - Tramagal
Mestranda Lígia Marques
Instituto Politécnico de Tomar

/ Intervalo

Colaboração
Instituto de História Contemporânea / UNL

15h00 // A Musealização da Moagem de Sampaio, em Sesimbra
Mestre Rui Marques
Técnico Superior da Câmara Municipal de Sesimbra

15h15 // O Frio Industrial em Portugal
Doutoranda Susana Domingues
FCSH e Instituto de História Contemporânea

15h30 // Arqueologia Subaquática de Navios a Vapor: o Caso do Navio Arrábida
Mestranda Sandra Marques
FCSH e Instituto de História Contemporânea

/ Intervalo

16h00 // Valorização do Património Arqueológico Industrial no quadro de uma Gestão Integrada do Médio Tejo
Professor Coordenador Doutor Luiz Oosterbeek
Pró-Presidente do Instituto Politécnico de Tomar

16h15 // A Estação Elevatória de Guardejuela, nas Canárias
Doutoranda Dácil Pérez
FCSH e Instituto de História Contemporânea

16h30 // A Locomóvel da Quinta da Alorna, em Almeirim
Mestrando João Sequeira
FCSH e Instituto de História Contemporânea

16h45 // Debate



UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

MESA REDONDA

A MDF E A ARQUEOLOGIA INDUSTRIAL NO MÉDIO TEJO

15 outubro 2013 // 14h00
Instituto Politécnico de Tomar // Sala B262

“Abordagem à MDF: proposta de musealização”

Mestrado em
Desenvolvimento de
Produtos de Turismo Cultural

Mestranda: **Lígia Marques**
Instituto Politécnico de Tomar

Orientador: **Doutor Luís Mota Figueira**
Instituto Politécnico de Tomar

Coorientador: **Doutor José Cordeiro**
Universidade do Minho

Breve resenha histórica da MDF



Eduardo Duarte Ferreira



Logótipo MDF em Porta de Casa Forte



Enfardadeira e Debulhadora fixas



Berliet Tramagal



Charrua dupla (tipo brabant)



Gabinete médico da Caixa de Previdência do Pessoal da MDF

Marques, Lígia (2013)

Fotografias de autoria própria ao espólio da MDF

A Proposta

O Acervo
Espólio da MDF

Relógio de Ponto

Encenação em miniatura de lagar

Descarolador de milho

Accessório de secretária

Charrua

Desenho projetista de máquina de gasificar vinhos

ipt
Instituto Português de
Arquitetura
e Urbanismo
Arquitetura
e Urbanismo

Marques, Lígia (2013)

Fotografias de autoria própria ao espólio da MDF

A Proposta

O Projeto

PLANTA PISO 1 - PROPOSTO

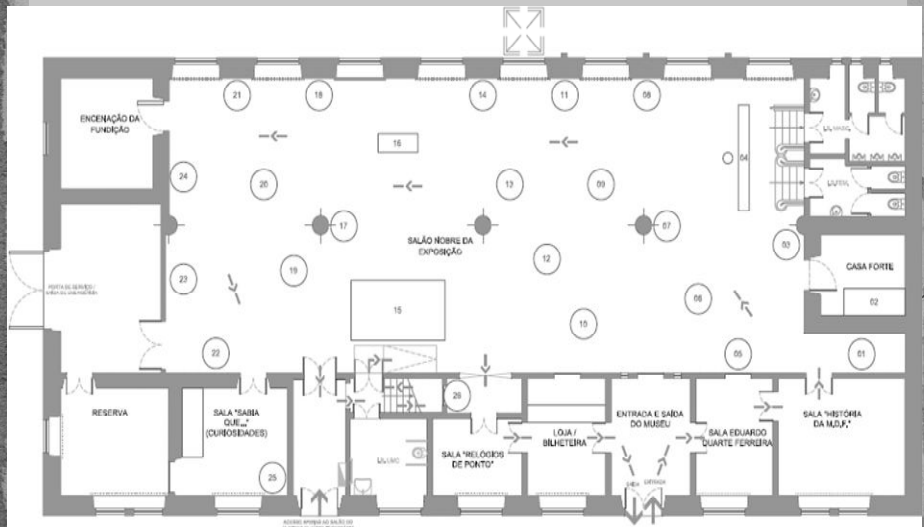
PLANTA PISO 0 - PROPOSTO

Planta do edifício do futuro museu
Projeto Arquitetura: Arq.ª Joana Chambel
Projeto Museografia: Eng.º Renato Sousa e Dr.ª Lígia Marques

ipt
Instituto Português de
Arquitetura
e Urbanismo
Arquitetura
e Urbanismo

Marques, Lígia (2013)

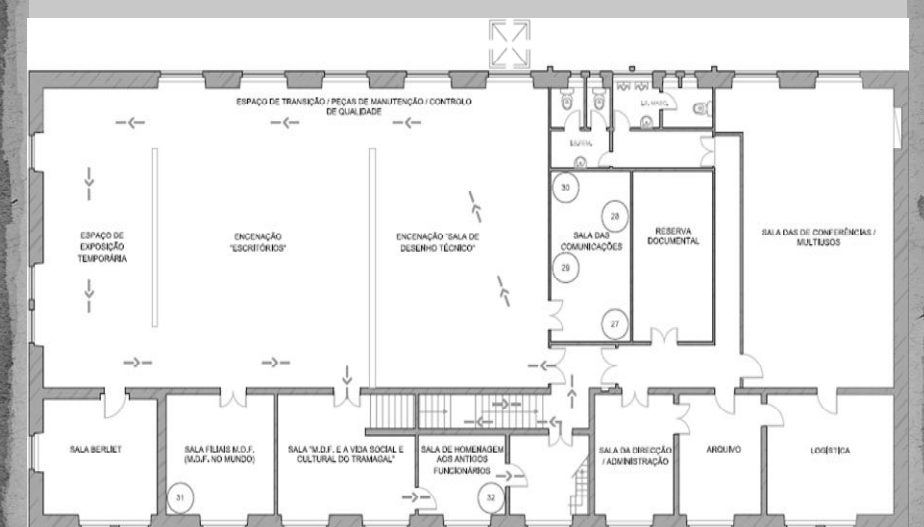
Planta Piso 0



Marques, Lígia (2013)

Planta Piso 0 do edifício do futuro museu
Projeto Arquitetura: Arq.ª Joana Chambel
Projeto Museografia: Eng.º Renato Sousa e Dr.ª Lígia Marques

Planta Piso 1



Marques, Lígia (2013)

Planta Piso 1 do edifício do futuro museu
Projeto Arquitetura: Arq.ª Joana Chambel
Projeto Museografia: Eng.º Renato Sousa e Dr.ª Lígia Marques

Exemplos de merchandising

Bolachinha "Borboleta"



Autoria: Afia Maximiano

Peluche "Borboleta"



Autoria: Srª Maria Rosa

Pista de carros de brincar



Autoria: Sr. Marçal Maximiano
Facultado por Sr. José Filipe Maximiano

Livros bibliográficos



Marques, Lígia (2013)

Bloco de Notas "Borboleta";
Bloco de colorir "Borboleta"



Autoria: Lígia Marques

Porta-chaves; Gancho de cabelo e Pin "Borboleta"



Autoria: Srª Maria Rosa e Lígia Marques

Fotografias de autoria própria

A Proposta

Limitações da Proposta

- Obrigatoriedade de seguir a arquitetura pré-existente.
- Distribuição do Acervo pelo espaço segundo uma leitura histórica (diacrónica).
- Limitações financeiras.
- Dificuldade em identificar algumas peças por não haver informação suficiente.



Marques, Lígia (2013)

Conclusão

Consideramos ser imperativo preservar a obra e a memória de Eduardo Duarte Ferreira e desta fábrica.

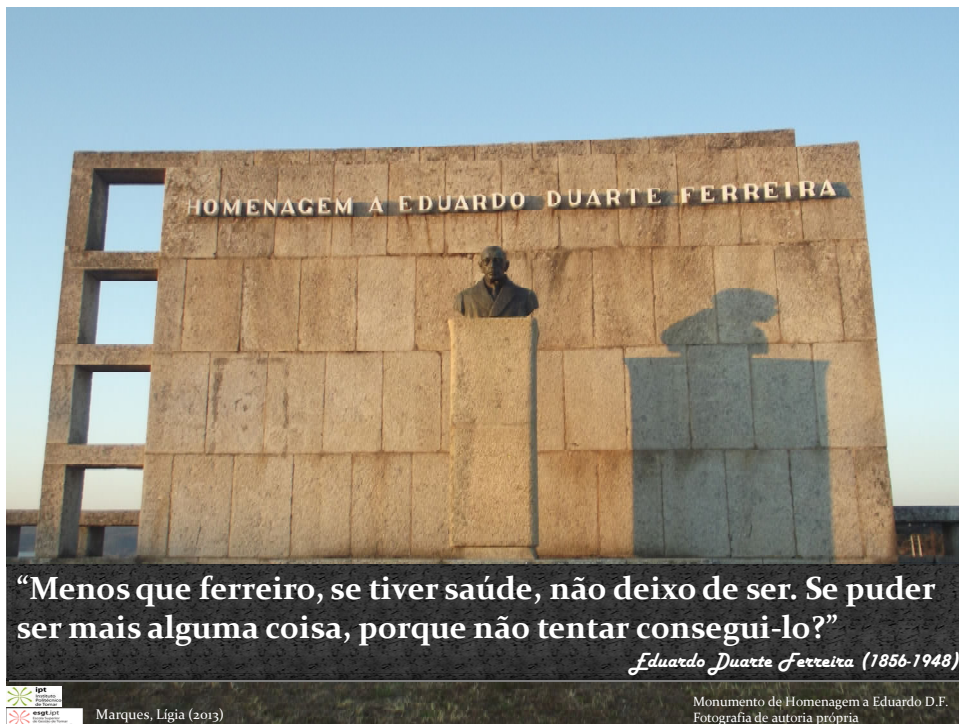
O museu contribuirá para:

- alertar para a necessidade e importância de preservação deste género de património;
- a revalorização deste património material e imaterial – didática do património;
- uma melhor gestão da nostalgia do passado industrial desta vila - reativação das memórias e recuperação da autoestima coletiva (o que leva ao aumento da qualidade de vida);
- incrementar o sentimento de pertença e de identidade locais;
- reativar a imagem de marca da MDF e do Tramagal – a borboleta;
- uma dinâmica social e económica à vila de Tramagal;

O museu enquanto equipamento cultural desempenhará uma função turística que permitirá a maximização de recursos e de atrativos.



Marques, Lígia (2013)



“Menos que ferreiro, se tiver saúde, não deixo de ser. Se puder ser mais alguma coisa, porque não tentar consegui-lo?”

Eduardo Duarte Ferreira (1856-1948)



Marques, Lígia (2013)

Monumento de Homenagem a Eduardo D.F.
Fotografia de autoria própria

Anexo V – Programa das XI Jornadas de História Local

XI JORNADAS DE HISTÓRIA LOCAL

40 ANOS DE 25 DE ABRIL

29 DE NOVEMBRO DE 2013

BIBLIOTECA MUNICIPAL ANTÓNIO BOTTO
ABRANTES

10H00 ABERTURA DOS TRABALHOS

10H15 O PROGRAMA DO MOVIMENTO DAS FORÇAS
ARMADAS E O REGIME CONSTITUCIONAL, PELO
CAPITÃO-DE-MAR-E-GUERRA PEDRO LAURET, DA
ASSOCIAÇÃO 25 DE ABRIL

11H15 INTERVALO

11H30 UMA MULHER NO PODER LOCAL DEMOCRÁTICO,
FRANCELINA CHAMBEL ENTREVISTADA POR MÁRIO
RUI FONSECA

12H15 APRESENTAÇÃO DO N.º 22 DA REVISTA DE
HISTÓRIA LOCAL ZAHARA

13H00 INTERVALO PARA ALMOÇO

14H30 EVOLUÇÃO ECONÓMICA DA REGIÃO NO PÓS-25
DE ABRIL, POR JOSÉ ALVES JANA

15H00 MDF: DO 25 DE ABRIL À RECUPERAÇÃO DA
MEMÓRIA, POR LÍGIA MARQUES

15H30 DESENVOLVIMENTO DAS INFRAESTRUTURAS
PÚBLICAS, POR JOÃO CARLOS PINA DA COSTA

16H00 INTERVALO

16H15 A CULTURA: DESAFIOS, PRIORIDADES E
SOLUÇÕES NO PÓS-25 DE ABRIL, POR ISILDA JANA

16H45 HISTÓRIA DA COMISSÃO UNITÁRIA DE
MULHERES DE TRAMAGAL, POR MARIA DA LUZ
FONSECA E ROSA BARRALÉ

17H15 A EVOLUÇÃO DO ENSINO NA REGIÃO, POR MÁRIO
PISSARRA

17H45 ENCERRAMENTO

21H30 EXIBIÇÃO DO DOCUMENTÁRIO AS OPERAÇÕES
SAAL, DE JOÃO DIAS
SR. CHIADO - PRAÇA RAIMUNDO SOARES - JUNTO
À CÂMARA MUNICIPAL DE ABRANTES

PARTICIPAÇÃO GRATUITA

NÃO NECESSITA DE INSCRIÇÃO

CERTIFICADO AOS PARTICIPANTES

ORG:

CEHLA

PALHA

DE ABRANTES
ASSOCIAÇÃO
DE HISTÓRIA LOCAL

APOIO:

abran



Anexo VI – Programa das II Jornadas de Arqueologia do Vale do Tejo

Quinta | 5 de dezembro | Arte Rupestre, Museologia, História Moderna e Proto-História

10:30 – Início das Sessões

Arte Rupestre

Coordenador: Fernando Coimbra

Mário Varela Gomes

Iddiformes e esteliformes na arte rupestre do Vale do Tejo: Morfologias, cronologias e interpretações

Fernando Coimbra

Uma representação arquitectónica na arte rupestre do Vale do Tejo?

11:30 – Coffee-Break

Cristina Grilo Lopes

Figurações na Arte Rupestre Tagana

Fernando Coimbra e Sara Garções

A arte do Tejo na exposição itinerante 'Arte rupestre do Pinhal Interior'

13:00 – Almoço (livre)

14:30 – Museologia

Coordenador: Mário Antas

Mário Antas, Mafalda Ramos, António Carvalho, Luís Raposo, Isabel Inácio, Miguel Feio, Ricardo Simões, Carlos Diniz, Maria João Nunes e Carla Ventura

O projecto europeu EME e a mudança de perspectiva nos museus de arqueologia: nova relação com os públicos

António Carvalho

Uma futura exposição no MNA: 'O Tempo Resgatado ao Mar'

Silvério Figueiredo, Arlinda Fortes,

Fernando Coimbra, Mário Antas

NIDARCPGP – São Caetano, Golegã: um projeto de Investigação e de Divulgação de Arqueologia e Paleontologia

Lúcia Marques, Luís Mota Figueira e José Manuel Lopes Cordeiro

Abordagem à Metalúrgica Duarte Ferreira: proposta de musealização

15:45 – Coffee Break

16:00 – História Moderna

Coordenadora: Florbela Estevão

Florbela Estevão

Particularidades arquitectónicas do Sistema Defensivo das Linhas de Torres Vedras

Raquel Silva

A Cisterna da Torre Medieval de Sacavém

16:45 – Proto-História

Coordenador: Luís Barros

Luís Barros e Ana Otaio

Instrumentos de Osso da Quinta do Almaraz

17:30 – Sessão de Encerramento do 2.º dia